

Danksagung

In diesem Rahmen möchte ich mich bei allen bedanken, die mich nicht nur bei der Erstellung dieser Diplomarbeit unterstützt haben, sondern auch bei denjenigen, die mir während meines Studiums den Rücken gestärkt haben. Besonders möchte ich mich bei meinen beiden Professoren Herrn Professor Dr. Rainer Klassen und speziell bei Frau Professorin Frauke Schade bedanken, die mir zu jeder Zeit meines Studiums mit Rat und Tat zur Seite stand. Es ist schön zu merken, dass Erfolge auf einem autoritären und zugleich freundschaftlichen Verhältnis basieren können und darin den besten Nährboden finden. Weiterhin möchte ich mich bei der Bibliothek Waldmühle bedanken und ganz speziell bei Frau Anika Lüdemann, denn ohne ihre Hilfe wäre es nicht zu dieser Arbeit gekommen. Ein besonderer Dank gilt auch meiner Mutter Ute Baden, die dazu beigetragen hat mit dieses Studium zu ermöglichen und meinem Freund Till, der mir und meinen Launen während der Erstellung dieser Arbeit viel Verständnis entgegen gebracht hat.

Inhaltsverzeichnis	Seite
Danksagung	I
Inhaltsverzeichnis	II-VIII
Abbildungsverzeichnis	X
Tabellenverzeichnis	XI
Einleitung	1
1. Was ist ein Projekt?	5
2. Die zehn Merkmale eines Projektes. Ein Projekt	6
2.1...ist einmalig	6
2.2...hat ein klar definiertes Ziel	6
2.3...hat eine zeitliche Begrenzung	7
2.4...hat finanzielle Begrenzung	7
2.5...hat personelle Begrenzung	7
2.6...hat weitere Kapazitätsbegrenzungen	7
2.7...ist gegenüber anderen Vorhaben abgegrenzt	8
2.8...hat eine projektspezifische Organisation	8
2.9...ist komplex in Inhalt und Aufbau	8
2.10...ist interdisziplinär	9
3. Was ist Projektmanagement?	9
3.1 Was kann Projektmanagement leisten?	12
3.2 Wie erkennt man das richtige Projekt?	12
3.3 Welche Risiken stecken im Projektmanagement?	13
3.4 Das Projektteam und die Rolle des Projektmanagers	15
4. Zielbildung im Projektmanagement	19
4.1 Der Zielfindungsprozess	19
4.2 Die Zielkonkretisierung	20
5. Die grundlegenden Risikoabwägungen	22
6. Die Mission Statement	23
7. Die Projektphasen	24
7.1 Die Konzeptphase	24
7.2 Die Definitionsphase	26
7.3 Die Realisierungsphase	28
7.4 Die Abschluss- und Kontrollphase	28

8. Wie strukturiert man ein Projekt	29
8.1 Ablauf- und Aufbauorganisation	30
8.2 Der Projektstrukturplan	32
8.3 Grundregeln zur Erstellung eines Projektstrukturplans	34
8.4 Definition von Arbeitspaketen	35
9, Wie organisiert man die Ablaufplanung	36
9.1 Die Ablauforganisation	38
9.2 Die Zeitplanung	38
9.3 Der Phasenplan	39
9.4 Methoden der Ablaufplanung	40
9.4.1 Die Checkliste	40
9.4.2 Die Vorgangsliste	41
9.4.3 Das Balkendiagramm	42
9.4.4 Die Meilensteinplanung	44
9.4.5 Die Netzplantechnik	44
10. Ressourcen planen und das Budget entwickeln	47
10.1 Top-Down vs. Button-Up-Planung	47
Kapitell II	
1. Die Bibliothek Waldmühle	53
1.1 Nutzer der Bibliothek	53
1.2 Mediennutzung	54
1.3 Personal	55
1.4 Internet-Service	55
1.5 Bibliotheksprofil	55
1.6 Veranstaltungen und Ausstellungen für Erwachsene	56
1.7 Leseförderung und Veranstaltungen für Kinder- und Jugendliche	57
1.8 Ziele der Bibliothek	58
2. Warum Projektarbeit?	59
2.1 Die Zielanalyse	60
3. Die Ideenskizze	61
3.1 Andere Orte	63
3.2 Andere Zeiten	64
3.3 Andere Formen	65

4. Das Veranstaltungskonzept	65
4.1 Station 1 - Die Bibliothek	66
4.2 Station 2 – Die Alte Reithalle	67
4.3 Station 3 – Die Hauptschule Soltau	68
4.4 Station 3 – Die Hauptschule Soltau	68
4.5 Station 4 – Das Gymnasium Soltau	69
4.6 Station 5 – Das Brauhaus	69
4.7 Station 6 – Comedy / Improvisationstheater im Park	69
4.8 Station 7 - Die Alte Villa im Park	70
4.9 Station 8 - Das Museum Soltau	70
4.10 Station 9 - Die Soltauer Ateliers	70
4.11 Station 10 - Das Abschlussfest	71
4.12 Der Zeitpunkt	71
5. Station 1- Die Veranstaltungskonzeption zur Planung der Autorenlesung	71
5.1 Welche Autoren kommen in die Auswahl?	72
5.2 Der Autorenkontakt	72
5.2.1 Der Verlagskontakt	72
5.2.2 Der Direktkontakt	73
5.2.3 Literaturverbände und Literaturhäuser	75
5.2.4 Messen und Kulturbörsen	75
5.3 Vertragliche Vereinbarungen	75
5.3.1 Erläuterung einzelner Vertragsbestandteile	78
5.3.1.1 Vertragspartner	78
5.3.1.2 Pflichten des Künstlers	78
5.3.1.3 Pflichten des Veranstalters	78
5.3.1.4 Gagen und Honorare	78
5.3.1.5 Kosten	79
5.3.1.6 Bühnenanweisung	79
5.3.1.7 Leistungsstörungen	79
5.3.1.8 Kündigung	80
5.3.1.9 Die Künstlerunterbringung	80
5.4 Kosten und Finanzierung der Autorenlesung	80
5.5 Zur Besteuerung	81
5.6 Autoren	83

5.7 Persönlichkeiten der Stadt	85
5.8 Ausstellungsliteratur	86
6. Station 2- Die Veranstaltungskonzeption zur Planung der Kunstaussstellung in der Alten Reithalle	89
6.1 Künstler	93
7. Station 3- Die Veranstaltungskonzeption zur Planung des Programmpunktes „Varieté in der Hauptschule“	99
8. Station 4- Die Veranstaltungskonzeption zur Planung des Programmpunktes „Kunst im Gymnasium“	99
9. Station 5- Die Veranstaltungskonzeption zur Planung des Programmpunktes „ Kochshow im Brauhaus Joh. Albrecht“	100
10. Station 6- Die Veranstaltungskonzeption zur Planung des Programmpunktes „Comedy im Park“	103
10.1 Theatergruppen, Comedians und Improvisationskünstler	103
11. Station 7- Die Veranstaltungskonzeption zur Planung des Programmpunktes „Die Alte Villa im Park“	110
11.1 Fotografen	110
12. Station 8- Die Veranstaltungskonzeption zur Planung des Programmpunktes „Regionale Ausstellung im Museum Soltau“	113
13. Station 9- Die Veranstaltungskonzeption zur Planung des Programmpunktes „ Offene(s) Atelier(e)“	114
14. Station 10- Die Veranstaltungskonzeption zur Planung des Programmpunktes „Musik im Park“	115
14.1 Musik	115
Kapitell III	
1. Kosten und Finanzierung der Veranstaltung	120
1.2 Autoren- und Künstlerhonorare	120
1.3 Kosten	120
1.4 Die Besteuerung der Autoren und Künstler	121
1.4.1 Die Umsatzsteuer	121
1.4.2 Künstlersozialabgabe	121
1.5 Die Verwertungsgesellschaften	122
1.5.1 Die GEMA	122
1.5.2 Die VG Wort	123

1.6 Weiter Ausgaben der Veranstaltung	124
1.6.1 Arbeitszeit	124
1.6.2 Werbung	124
1.6.3 Raumkosten/ Miete	125
2. Die Finanzierung der Veranstaltung	127
2.1 Eintrittserlöse	127
2.2 Der Vorverkauf	127
2.3 Der Bibliotheksausweis	127
2.4 Fördermaßnahmen im Literaturbereich-	127
2.4.1 Fördermaßnahmen der öffentlichen Hand	127
2.4.1.2 Finanzierungsformen	128
2.4.1.3 Förderung auf Länderebene	129
2.4.2. Stiftungen	129
2.4.2.1 Die Niedersächsische Sparkassenstiftung	129
2.4.2.2 Die VGH - Stiftung	130
2.4.2.3 Die Stiftung Niedersachsen	131
2.4.2.4 Die Kulturstiftung des Bundes	131
3. Kultursponsoring	133
3.1 Potentielle Sponsoren	134
3.2 Was kann die Bibliothek Waldmühle ihren Sponsoren bieten?	137
3.3 Folgende Leistungen der Böhme Zeitung sind denkbar:	138
3.4 Folgende Leistungen der Bibliothek sind denkbar:	139
3.5 Der Sponsoringvertrag	139
4. Öffentlichkeitsarbeit und Werbung	144
4.1 Die Medienauswahl	145
4.2 Die Werbemedien	146
4.2.1 Der Flyer	147
4.2.1.1 Kriterien für die Flyererstellung	147
4.2.2 Der Programm – Flyer	148
4.2.3 Das Plakat	149
4.2.4 Die Anzeige	153
4.2.5 Internet	154
4.2.6 Das Einladungsschreiben	154
4.2.7 Die Postkarte	156

4.2.8 Der Newsletter	156
4.3 Unterstützende Werbemittel	157
4.3.1 Die Eintrittskarte	157
4.3.2 Das Schriftband	158
4.3.3 Kinowerbung	159
4.3.4 Lesezeichen	160
4.3.5 Rundfunkwerbung	161
4.3.6 Schaukästen und Schaufenster	162
4.3.7 T-Shirts	162
4.4 Herstellung und Vertrieb eigener Werbemittel	163
5. Presse und Medienarbeit	164
5.1 Die Nachrichtenfaktoren	165
5.2 Der Pressekontakt	166
5.3 Die Pressestelle	166
5.4 Die Medien	166
5.5 Die lokalen Tageszeitungen	167
5.6 Das Stadtmagazin	167
5.7 Die Pressemitteilung	167
5.7.1 Die Regel für den Inhalt einer Pressemitteilung:	168
5.8 Das Pressefoto	170
5.9 Pressegespräch und Pressekonferenz	170
5.10 Dokumentation und Evaluation	173
6. Veranstaltungsorganisation	173
6.1 Die Veranstaltungsräume	173
6.2 Die Technische Ausstattung	175
6.2.1 Bühne für die Lesung	175
6.2.2 Lesepult	175
6.2.3 Bestuhlung	177
6.2.4 Nebenräume	177
6.2.5 Tontechnik	177
6.2.6 Licht	178
6.2.7 Personal	178
6.2.8 Sanitäre Einrichtungen	179
6.2.9 Dekoration	179

7. Rechtsbestimmungen und Genehmigungen	179
7.1 Die Versammlungsstättenverordnung	181
7.2 Versicherungen für die Bibliothek als Veranstalter	181
7.3 Sicherheitswachdienst und Brandsicherheitswache	182
8. Die Organisation des Projektablaufs	182
8.1 Ablauf- und Aufbauorganisation	183
8.2 Der Projektstrukturplan	185
8.3 Das ausführende Projektteam	192
8.4 Ablaufplanung	192
8.5 Der Finanzierungsplan	194
Fazit	
Anhang	

Abb. 01: Spannungsdreieck im Projektmanagement	12	
Abb. 02: Was ein Projektmanager können muss	17	
Abb. 03: Formulare Zielkonkretisierung	21	
Abb. 04: Beispiel Formular „Risikoanalyse“	23	
Abb. 05: Phasen im Projektmanagement	24	
Abb. 0: Ablauf- und Aufbauorganisation	31	
Abb. 07: Projektstrukturplan „Kulturnacht“	32	
Abb. 08: Der Projektstrukturplan allgemein Dargestellt	33	
Abb. 09: Darstellung Netzplananfang	40	
Abb. 10: Aktive Bibliotheksnutzer nach Alter und Geschlecht im Jahr 2007	54	
Abb.11: Profil der Veranstaltung Kulturnacht	66	
Abb.12: Beispiel Autorenvertrag	77	
Abb.13: Checkliste für die Autorenlesung	82	
Abb.14: Ausschreibung in der lokalen Presse	90	
Abb.15: Anmeldung für die Bewerber der Kulturnacht	91	
Abb.16: Teilnahmebedingung für die Kulturnacht	92	
Abb.17: Beispiel einer Speisekarte Seite 1 und 4	101	
Abb.18: Beispiel einer Speisekarte Seite 2 und 3	102	
Abb.19: Beispiel Gastspielvertrag	105	
Abb.20: Checkliste „Stadtpark“	108	
Abb. 21: Checkliste „Fotokunst in der Alten Villa“	111	
Abb. 22: Checkliste „Ausstellung Museum“	113	
Abb. 23: Checkliste für die Ateliers in Soltau	114	
Abb. 24: Checkliste „Planung und Antragstellung“	132	
Abb. 25: Beispiel eines Sponsoringanschreibens für die Kulturnacht	140	
Abb.26: Bausteine für einen Kultursponsoring Vertrag/ Hauptsponsor	141	
Abb. 27: Muster Sponsoringvertrag	142	
Abb. 28: Programm-Flyer außen	1	148
Abb.29 : Programm-Flyer innen		149
Abb. 30: Beispiel: Plakat der 1.Soltauer Kulturnacht		151
Abb. 31: Weitere Plakatentwürfe zur Kulturnacht		152

Abb. 32: Beispiel einer Werbepostkarte für die Kulturnacht Soltau	155
Abb. 33: Beispiel eines Newsletters für die 1. Soltauer Kulturnacht	155
Abb. 34: Beispiel einer Eintrittskarte für die Kulturnacht	157
Abb. 35: Beispiele Straßenbanner für die Kulturnacht	158
Abb. 36: Beispiel Lesezeichen Front- und Rückansicht	160
Abb. 37: Preisliste für die Region Soltau	161
Abb. 38: Kreisangehörige Städte und Gemeinden des Kreises SFA	163
Abb. 39: Beispiel Pressemitteilung „1. Soltauer Kulturnacht“	170
Abb. 40: Textvorschlag: Einladung zum Pressegespräch	172
Abb. 41: Checkliste für Veranstaltungsräume- und Technik	174
Abb. 42: Checkliste für die Veranstaltung im Stadtpark	174
Abb. 43: Checkliste für die Ausstellung in der Alten Reithalle	175
die Diashow in der Alten Villa	
Abb. 44: Ablauf- und Aufbauorganisation	184
Abb. 45: Grober Projektstrukturplan 1. Soltauer Kulturnacht	185
Abb. 46: Projektstrukturplan der Kulturnacht	187
Abb. 47: Das Balkendiagramm	193
Abb.48: Finanzierungsplan	1

Tab. 01 Routinegeschäft vs. Projekt	11
Tab. 02 Arbeitspaket „Pressemitteilung“	35
Tab. 03 Formularbeispiel „Arbeitspaket“	36
Tab. 04 Checkliste „Pressmitteilung“	41
Tab. 05 Vorgangsliste „Pressemitteilung“	42
Tab. 06 Das Balkendiagramm	43
Tab. 07 Der Netzplanknoten	46
Tab. 08 VG-Wort Tarife für Vorträge	54
Tab. 09 Aufstellung der Durchführungskosten im Projekt Kulturnacht	124
Tab. 10 Potentielle Sponsoren für finanzielle Leistungen	125
Tab. 11 Potentielle Sponsoren für Sachleistungen und Ressourcen	135
Tab. 12 Potentielle Sponsoren für die Herstellung von Werbemittel	135
Tab. 13 Potentielle Sponsoren für Ausstellungsliteratur und Kartenverkauf	136
Tab. 14 Preisliste Straßenbanner	136
Tab. 15 Preisübersicht der Werbeträger	158
Tab. 16 Kontakt Lokalzeitungen	164
Tab. 17 Kontakt Stadtmagazin	167
Tab. 18 Rechtsbestimmungen der einzelnen Veranstaltungsvorhaben	167
Tab. 19 Gliederung des Projektstrukturplans TA 1: Projektmanagement	180
Tab: 20 Gliederung des Projektstrukturplans TA 2: Bibliothekstechn. Arbeiten	188
Tab. 21 Gliederung des Projektstrukturplans TA 3: Strategie	189
Tab. 22 Gliederung des Projektstrukturplans TA 4: Logistik	140
Tab. 23 Gliederung des Projektstrukturplans TA 5: Rahmenbedingungen	141

■ Einleitung

Projekte gibt es seitdem es Ideen gibt. Selbst der Bau der Pyramiden in Ägypten vor über 4500 Jahren oder die Erfindung der Schrift können durchaus als erfolgreiche historische Projekte bezeichnet werden, dessen Vorhaben sich durch beachtliche Größe, Innovationskraft und erheblichen physischen, beziehungsweise kognitiven Aufwand auszeichnen.

Der Begriff „Projektmanagement“ gewann im Laufe der letzten fünfzig Jahre zunehmend an Gewicht und die spezifische Methodik etablierte sich kontinuierlich in verschiedenste Arbeitsbereiche, wie beispielsweise in Forschung und Wissenschaft, im kulturellen Bereich, in der Politik, aber auch im privaten Bereich. So setzen beispielsweise Unternehmen immer mehr auf ein professionelles Projektmanagement für die effiziente und ökonomische Umsetzung ihrer Vorhaben.

Im Bibliothekswesen wurde das Projektmanagement jedoch erst recht spät eingeführt. Was auf Grund der steigenden Kosten, bei gleichzeitig sinkenden Budgets und der neuen Imagebildung, bezüglich der sich ständig veränderten Informationstechniken, als unverständlich erscheint. Doch sind Bibliotheken das „Wagnis“ Projektmanagement doch noch rechtzeitig eingegangen. Dies bedeutet im konkreten Fall: Projektmanagement wird als Mittel der Öffentlichkeitsarbeit von Bibliotheken eingesetzt um die Bibliothek mit ihren Beständen und Dienstleistungen bekannt zu machen. Ein Zitat Napoleons besagte bereits, dass Reichtum nicht im Besitz von Schätzen besteht, sondern in der Art und Weise wie man diese präsentiert. Dieses Zitat eignet sich als Leitmotiv für Kultureinrichtungen, die der kulturellen Überlieferung verpflichtet sind: den Museen, Bibliotheken und Archiven. Dies soll heißen: Nicht die Größe der Sammlung ist entscheidend, sondern die Vermittlung, die sowohl der kulturellen Mentalität, als auch den gesellschaftlichen Bedürfnissen entspricht. Wenn es Bibliotheken nicht gelingen sollte, ein attraktives Programm für ein breites Publikum zu entwickeln, verfehlen diese eindeutig ihre Ziele.

In diesem Kontext beschäftigt sich die vorliegende Arbeit mit der Entwicklung einer Konzeptstudie für eine literarisch und kulturelle Veranstaltung einer öffentlichen Bibliothek und die Bedeutung für ihre Stadt.

Dabei soll diese Arbeit als Leitfaden bzw. Checkliste verstanden werden, die sich nicht nur mit dem theoretischen Konstrukt des Projektmanagements beschäftigt, sondern vielmehr eine Anleitung ist, was bei der Vorbereitung und der Durchführung eines Projekts zu beachten ist. Im Zuge dessen werden zunächst die elementaren theoretischen Grundlagen erläutert und vor allem wird die Entstehung eines Projekts Schritt für Schritt aufgezeigt, sowie eine kurze Einführung in das Grundverständnis des Projektmanagements gegeben. Die Einführung in das Projektmanagement basiert auf literarischen Werken, welche sich ausschließlich mit der Methodik und der Systematik des Projektmanagements befassen, um dem ausführenden Projektteam eine fundierte Grundlage zu bieten.

Nachdem die theoretischen Grundlagen erläutert wurden, wird sich der Hauptteil dieser Arbeit mit der Konzeption einer literarisch - kulturellen Veranstaltung beschäftigen. In diesem Rahmen wird das Konzept für die „1. Soltauer Kulturnacht“ ausgearbeitet. Dabei wird nicht nur das Programm dieser Veranstaltung festgelegt, sondern auch die einzelnen Arbeitsschritte, sowie Vorschläge zu Autoren und Künstler erarbeitet.¹ Des Weiteren werden die entsprechenden kritischen Überlegungen skizziert, die im Zuge der Projektprozesses auftreten. Zudem werden Instrumente für die einzelnen Schritte der Projektarbeit vorgestellt und entsprechende Arbeitsmittel und Formulare entworfen, die bei der Umsetzung des Konzeptes notwendig sind. Die Darstellung der Planungsschritte soll den Charakter einer Anleitung beziehungsweise einer Checkliste anstreben, die von dem ausführenden Projektteam unmittelbar umgesetzt werden kann. Da diese Anleitung als kulturbezogene Konzeption bezeichnet werden kann, sollte an dieser Stelle darauf hingewiesen werden, dass Kulturmanagement eine stark kontextbezogene, das heißt, das reale kulturelle Umfeld in der Gesellschaft eines Landes oder einer Region in sich aufnehmende Praxis ist. Aufgrund dieser hohen Individualität wird darauf hingewiesen, dass eine Anleitung für eine andere Stadt beziehungsweise ein anderes Projekt von diesem Konzept differenzieren kann. Hier sind wichtige Parameter zu beachten, um diese eventuell differenziert abzuändern²

¹ vgl.: SCHULZE, Projektmanagement im Bibliothekswesen, 2005, S.8

² vgl.: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 3

„Das Geheimnis des Erfolges ist die Beständigkeit des Ziels“

Benjamin Disraeli, englischer Schriftsteller, 1804 – 1881

Kapitel I

Theoretische Grundlagen des Projektmanagements

8. Was ist ein Projekt?

9. Die zehn Merkmale eines Projektes. Ein Projekt

2.1...ist einmalig

2.2...hat ein klar definiertes Ziel

2.3...hat eine zeitliche Begrenzung

2.4...hat finanzielle Begrenzung

2.5...hat personelle Begrenzung

2.6...hat weitere Kapazitätsbegrenzungen

2.7...ist gegenüber anderen Vorhaben abgegrenzt

2.8...hat eine projektspezifische Organisation

2.9...ist komplex in Inhalt und Aufbau

2.10...ist interdisziplinär

10. Was ist Projektmanagement?

3.1 Was kann Projektmanagement leisten?

3.2 Wie erkennt man das richtige Projekt?

3.3 Welche Risiken stecken im Projektmanagement?

3.4 Das Projektteam und die Rolle des Projektmanagers

11. Zielbildung im Projektmanagement

4.2 Der Zielfindungsprozess

4.2 Die Zielkonkretisierung

12. Die grundlegenden Risikoabwägungen

13. Die Mission Statement

14. Die Projektphasen

7.4 Die Konzeptphase

7.5 Die Definitionsphase

7.6 Die Realisierungsphase

7.4 Die Abschluss- und Kontrollphase

8. Wie strukturiert man ein Projekt

8.4 Ablauf- und Aufbauorganisation

8.5 Der Projektstrukturplan

8.6 Grundregeln zur Erstellung eines Projektstrukturplans

8.4 Definition von Arbeitspaketen

9, Wie organisiert man die Ablaufplanung

9.1 Die Ablauforganisation

9.2 Die Zeitplanung

9.3 Der Phasenplan

9.4 Methoden der Ablaufplanung

9.4.1 Die Checkliste

9.4.2 Die Vorgangsliste

9.4.3 Das Balkendiagramm

9.4.4 Die Meilensteinplanung

9.4.5 Die Netzplantechnik

10. Ressourcen planen und das Budget entwickeln

10.1 Top-Down vs. Bottom-Up-Planung

Für die konzeptionelle Entwicklung einer Veranstaltungsarbeit in der Bibliotheks-Praxis einer Kleinstadt soll im folgenden Kapitel zunächst ein betriebswirtschaftlicher Exkurs unternommen werden, um grundlegende Begriffe zu definieren und in die spezielle Methodik des Projektmanagements einzuführen.

1. Was ist ein Projekt?

Um das Projektmanagement zu verstehen, muss vorab über das Projekt gesprochen werden. Was ist ein Projekt? Was sind die Besonderheiten? Wovon ist es abzugrenzen? Aus welchen Gründen benötigt es ein eigenständiges Management? Wo liegen hier Chancen und Risiken?

Projekte gibt es, seit es Ideen gibt. Wir begegnen ihnen heute in sämtlichen Bereichen unseres Lebensraumes: in Wissenschaft und Forschung, im kulturellen Bereich, in der Politik und auch im privaten Bereich. Vorhaben wie der Bau einer Autobahn, die Ausstellung eines Künstlers oder der Hausbau einer Familie stellen alle - so unterschiedlich sie auch sind - Projekte dar.³

Der Begriff „Projekt“ ist auf das lateinische Verb *proiacere* und dessen Partizip *proiectus* zurückzuführen und wird in der allgemeinen Bedeutung als ein einmaliges Vorhaben auf Zeit verstanden.⁴

Obgleich jeder unter einem Projekt etwas anderes versteht, gibt es doch verschiedenen Definitionen, was genau ein Projekt eigentlich ist.

„[...]Das Deutsche Institut für Normung e. V. definiert unter DIN 69 901 ein Projekt als ein „ Vorhaben, das im Wesentlichen durch Einmaligkeit der Bedingung in ihrer Gesamtheit gekennzeichnet ist, wie z.B. durch Zielvorgabe, zeitliche, finanzielle, personelle oder andere Begrenzung, Abgrenzung gegenüber anderen Vorhaben, projektspezifische Organisation. [...]“⁵

Baguley definiert ein Projekt wie folgt, „Ein Projekt ist eine Abfolge von Aktivitäten, die miteinander im Zusammenhang stehen und in einem begrenzten Zeitraum durchgeführt werden müssen. Sie sollen ein einmaliges, aber zuvor definiertes Ergebnis erzielen.“⁶

Diese Definitionen sind jedoch nicht die Einzigen, weitere Erklärungen liefern diverse Begriffsbestimmungen, die hier jedoch nicht weiter aufgeführt werden.

³ vgl.: LITKE et al, Projektmanagement, 2007, S.7

⁴ vgl.: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S.10

⁵ KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S.10

⁶ BAGULEY, Optimales Projektmanagement, 1999, S.20

In Anbetracht der beiden vorliegenden Definitionen, kann unter einem Projekt ein Vorhaben verstanden werden, welches innerhalb einer bestimmten Zeit ein bestimmtes Ziel zu erreichen hat und dieses Vorhaben im Wesentlichen einmalig ist.

2. Die zehn Merkmale eines Projektes

Alle Projekte verbindet die Tatsache, dass sie ein innovatives Ziel verfolgen und damit eine umfassende Problemstellung aufweisen. In der Regel kann die gestellte Aufgabe nur fachübergreifend und außerhalb des Routineablaufs bearbeitet werden. Der Aufwand kann beträchtlich sein und die Abwicklung des Projekts mit hohen Kosten und dem Einsatz mehrerer Mitarbeiter verbunden sein.

Das Projekt, wie es im vorherigen definiert wurde, enthält eine Reihe von Kriterien, die im Allgemeinen auch auf Kulturprojekte zutreffen. Im Folgenden werden zehn Merkmale eines Projektes kurz dargestellt.

Ein Projekt...

2.1 ...ist einmalig

Dieses wesentliche Kriterium ist an erster Stelle anzuführen, da ein Projekt einmalig ist und sich dadurch gegenüber der institutionellen Routine einer Einrichtung abgrenzt.

2.2 ...hat ein klar definiertes Ziel

Ein Projekt hat in der Regel ein klar definiertes Ziel. Wenn auch am Anfang nur eine Idee steht, ein Sachzwang oder ein Problem, das zu lösen ist. Wer sich mit der Planung eines Projektes beschäftigt, will damit auch immer etwas erreichen.⁷ Projekte von Bibliotheken zielen in der Regel darauf ab, das kulturelle Angebot zu erweitern, Inhalte der Bibliotheken zu vermitteln, Hilfestellung und Orientierung bei der Verarbeitung der ständig steigenden Informationsflut zu bieten, Nutzer, sowie potentielle Nutzer mit literarischen und aktuellen Themen und Fragestellungen bekannt zu machen oder einfach nur um sich als festen Knotenpunkt im kulturellen Netz der Stadt

⁷ vgl.: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S.10

zu etablieren.⁸ Die Liste möglicher Ziele ist lang und variiert von Bibliothek zu Bibliothek.

2.3 ...hat eine zeitliche Begrenzung

Ein Projekt hat einen klar definierten Anfangspunkt und einen klar definierten Endpunkt, woraus sich aus der Differenz dieser beiden Punkte, eine bestimmte Dauer ergibt. Dieses Merkmal differenziert Projekte im Wesentlichen zum Routinegeschäft von Bibliotheken. Ein klassisches Beispiel hierfür wäre, und dieses nicht nur in Bibliotheken, sondern in fast allen kulturellen Einrichtungen, der „*Tag der offenen Tür*“.

2.4 ...hat finanzielle Begrenzungen

Nicht nur der zeitliche Aspekt ist bei einem Projekt zu beachten, auch die Finanzierung ist ein wesentliches Merkmal des Projektes. Honorare, Spesen, GEMA-Gebühren, Miete, Personalkosten, Werbekosten, usw. sind Sonderausgaben, die im routinierten Alltag einer Bibliothek nicht auftreten. Durch die Unterstützung von Sponsoren und Sonderspenden wird ein Teil der Kosten übernommen. Für diese Einnahmen und Ausgaben empfiehlt es sich, einen eigens für die Veranstaltung zugeschnittenen Budgetplan zu entwickeln, der aus der normalen Jahresplanung herausgenommen wird.

2.5 ...hat personelle Begrenzung

Da Veranstaltungen häufig auch an Wochenenden stattfinden, muss ein eigens für das Projekt erstellter Personalplan erstellt werden. Dabei ist entscheidend, ob die Mitarbeiter bereit sind zusätzlich zu arbeiten. Darüber hinaus muss geklärt werden, ob das eigene Personal den Anforderungen gerecht werden kann oder ob für die Technik, Bewirtung, usw. zusätzliches Personal benötigt wird. Auch hier empfiehlt es sich neben der gesonderten Finanzplanung auch eine eigene Personalplanung zu erstellen.

⁸ vgl.: WIECZOREK, Hilfe! Veranstaltungsarbeit, 2002, S.2

2.6 ...hat weitere Kapazitätsbegrenzung

Hier stellt sich die Frage, ob die vorhandenen Ressourcen, speziell die Räumlichkeiten, für das Projekt ausreichend sind. Wird mehr Platz benötigt, als die Einrichtung eigentlich hergibt, muss entsprechend angebaut, bzw. erweitert werden. Die Kapazitätsbegrenzung bezieht sich jedoch nicht nur auf die Räumlichkeiten, sondern auch auf das technische Equipment und die Bestuhlung der Einrichtung. Die räumlichen und technischen Ressourcen müssen sorgfältig geplant werden, wobei hier besonders auf den Transport, sowie auf den Auf- und Abbau geachtet werden muss.

2.7 ...ist gegenüber andern Vorhaben abgegrenzt

Ein Projekt ist ein besonderes Ereignis, dass sich von der alltäglichen Routinearbeit klar abgrenzen lässt. Neben den normalen Aufgaben fallen eine ganze Reihe von Besonderheiten an, die parallel geplant und durchgeführt werden müssen. Daher ist es notwendig ein Projekt vom Routinebetrieb und anderen Projekten strikt zu trennen, um hier nicht den Gesamtüberblick zu verlieren.

2.8 ...hat eine projektspezifische Organisation

Jedes Projekt verfügt über eine spezifische Organisation. Was jedoch nicht heißen soll, dass sich diejenigen, die sich mit einem Projekt befassen, sich auch ausschließlich nur auf dieses Projekt konzentrieren können. Aus diesem Grund ist es unbedingt erforderlich, innerhalb des Betriebes eine Organisation zu installieren, die sowohl die alltäglichen Arbeiten gewährleistet, als auch den reibungslosen Ablauf des Projektes.

2.9 ...ist komplex in Inhalten und Aufbau

Ein wesentliches Merkmal eines Projektes ist die Komplexität in Inhalten und Aufgaben. Dies bedeutet, dass eine Vielzahl an unterschiedlichen und neuen Aufgaben auf die Ausführenden hereinbricht. Aufgaben, die im Routinebereich so nicht vorkommen. Spezielle Aufgaben und Systeme müssen unter dem Aspekt des Zeitdrucks überwacht und gesteuert werden. Die Komplexität muss hier deutlich gesehen werden, ohne die Situation zu unter- oder überschätzen.

2.10 ...ist interdisziplinär

Soll die Durchführung eines Projektes zu einem Erfolg werden, wird man in der Regel ohne die Hilfe von außen nicht auskommen. Der Umgang mit Technik oder die Gestaltung der Werbemaßnahmen sollte in vielerlei Hinsicht von entsprechenden Fachkräften übernommen werden.

Die Darstellung dieser Merkmale verdeutlicht, dass sich ein Projekt deutlich vom Routinehandel einer Einrichtung abhebt. Oftmals bedarf es ganz neuer Kenntnisse und Fähigkeiten, um sich in das neuartige Projekt einzuarbeiten. Dieses betrifft keineswegs nur die Leitung eines Projekts, sondern auch die Führung jedes einzelnen Mitarbeiters, von dem plötzlich neue Problembewältigungs-Anforderungen erwartet werden.⁹

3. Was ist Projektmanagement?

„Das Projektmanagement umfasst nach DIN 69901 die Gesamtheit von Führungsaufgaben, -organisationen, -techniken und –mitteln für die Abwicklung eines Projektes.“¹⁰ Projektmanagement wird als Prozess bezeichnet, in dem das entsprechende Projekt von der ausführenden Unternehmung, vom Start durch die Durchführungsphase bis zum Ende, geführt wird. Zum Projektmanagement gehören die vier elementaren **Grundtätigkeiten**:

Planung: Diese Tätigkeit beinhaltet die Festlegung der Ergebnisse, die erzielt werden sollen, wie der Zeitrahmen aussieht und welche Ressourcen dafür erforderlich sind.

Organisation: Hier werden Rollen und Verantwortungsbereiche der Beteiligten definiert.

Kontrolle: Diese Tätigkeit verlangt von jedem Projektleiter eine unabdingliche Aufforderung, Beteiligten zu verdeutlichen, welche Leistungen von Ihnen erwartet werden.

Überwachung: Zuletzt die Überwachung von Maßnahmen und erzielten Ergebnissen.

⁹ vgl.: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 12 ff

¹⁰ HENSCHHEL, Lexikon Eventmanagement, 2004, S. 173

Damit diese Tätigkeiten auch erfolgreich umgesetzt werden können, wird ein unbedingtes Maß an Informationen, Kommunikation und Engagement von jedem Projektleiter und seinem Projektteam vorausgesetzt.¹¹

Es gibt verschiedene Strukturen und Methoden des Projektmanagements, die sich nach dem Umfang und der Größe eines Projektes zusammensetzen. Kopf des Projektmanagements ist immer der Projektleiter. Er verantwortet insbesondere die Planung, Steuerung, Terminüberwachung, Kostenkontrolle und Übergabe an den Auftraggeber. Bei umfangreichen Projekten untersteht dem Projektleiter ein Mitarbeiterteam. Komplexe Projekte werden meist in Teilprojekte aufgegliedert, die ihrerseits einen Projektleiter haben. Das Projektmanagement ist zentraler Bestandteil des Eventmanagements.“¹²

Projektmanagement wird als ein Instrument zur Erarbeitung von unternehmensrelevanten Aufgaben gesehen, welches strategisches, operatives und strukturelles Arbeiten voraussetzt und diesbezüglich keine Ergebnisoffenheit zulässt. Als Funktion in einem Unternehmen ist das Projektmanagement führungsnahe angesiedelt. Unter Berücksichtigung der vorher genannten Merkmale eines Projektes geht deutlich einher, dass die besondere Führungsaufgabe, die dem Projektmanagement zugeschrieben wird, sich klar vom täglichen Routinegeschäft einer Einrichtung unterscheidet. Dieses beinhaltet eine bestimmte, systematische Vorgehensweise, die sich ebenfalls vom üblichen Handeln differenziert.

Der direkte Vergleich eines geplanten Projektes mit dem Routinegeschäft einer öffentlichen Bibliothek soll im Folgenden noch einmal durch die spezifischen Merkmale des Projektes verdeutlicht werden.

¹¹ vgl.: PORTNY, Projektmanagement für Dummies, 2007, S.31

Tab.1: Routinegeschäft vs. Projekt

	Laufender Betrieb	Projekt
Zielsetzung	Abwicklung Tagesgeschäft Ausleihe	Besondere Aufgaben: Kulturnacht
Organisationaufbau	Organisation auf Dauer: Haushaltsjahr	Organisaion auf Zeit Projektzeit
Hierarchie	von oben nach unten vertikal	auf gleicher Ebene/ Team horizontal
Abläufe	übliche hierarische Dienstwege	direkte Interaktion innerhalb des Teams
Kommunikation	vertikal	Bereichsübergreifend
Ressourcen	Feste Ressourcen Haushaltsplan	Spezielles Budget bzw. zu aquirierende Gelder

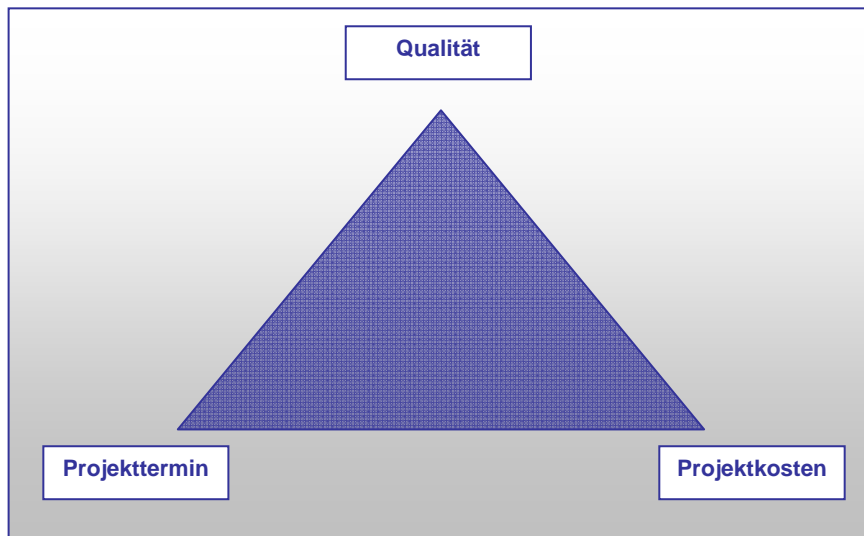
Quelle: vgl.: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S.16

Eine besonders wichtige Eigenschaft des Projektmanagements ist entsprechendes Technik- und Methodenwissen, welches erforderlich ist, um auf Herausforderungen entsprechend eingehen zu können. Auch die Konfliktsteuerung ist ein wesentlicher Teil des Projektmanagements, wobei es hier um die Motivation und Führung der Mitarbeiter geht, da diese in der Regel während einer Projektphase unter Zeit- und Risikodruck stehen. Da bei einem Projekt mehrere disziplinarische Anforderungen zusammenkommen, ist ein wesentliches Merkmal des Projektmanagement ein fachübergreifendes Koordinieren.¹³

Die folgende Abbildung verdeutlicht, dass die Parameter Qualität, Projektkosten und Projekttermin in einem ständigen Spannungsverhältnis zueinander stehen. Die Herausforderung stellt sich in der Ausgewogenheit dieser entscheidenden Faktoren, die ein Projekt erfolgreich sein lassen

¹³ vgl.: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 16

Abb. 1: Spannungsdreieck im Projektmanagement



Quelle: vgl.: LITKE et al, Projektmanagement, 2007, S.16

3.1 Was kann Projektmanagement leisten?

„Projektmanagement allein löst keine Probleme und ist allein nicht ausreichend, eine Organisation besser funktionieren zu lassen. Projektmanagement entwickelt aus sich heraus keine gelebte Vision, verändert nicht das (tatsächliche) Bestehen. Es ist „nur“ eine Unternehmensfunktion. Aber: Soll Projektmanagement funktionieren, so bedarf es oft der bewussten Veränderung des Bestehenden!“¹⁴ Dieses bedeutet, dass keine Methode in der Lage ist, die Qualifikation und die Qualität einer Person zu ersetzen.

3.2 Wie erkennt man das richtige Projekt?

Das richtige Projekt zu erkennen und dann auch erfolgreich umzusetzen, bedarf in der Regel einer genauen Prüfung des Vorhabens, beziehungsweise den Durchlauf eines extra für das Projekt konzipierten Prüfschemas. Es kommt im Projektmanagement nicht nur darauf an „Projekte richtig zu durchzuführen“, sondern auch, oder gerade vielmehr „die richtigen Projekte durchzuführen“. Viele Projekte scheitern oftmals an der Komplexität eines Vorhabens. Unternehmen oder Projektteams überschätzen die Größe solcher Veranstaltungen und dem dafür vorgesehene Kostenrahmen, oder es fehlt dem Projektteam an Erfahrungen mit Großveranstaltungen. Das Scheitern kann jedoch auch auf anderer Ebene auftreten: Wenn nämlich das ausgewählte Projekt nicht zur sonstigen allgemeinen Zielsetzung des Veranstalters passt und somit die grundlegende Botschaft des Unternehmens verfehlt wird. Um

¹⁴ BEMMÈ, Projekt- und Veranstaltungsmanagement, in Handbuch Kulturmanagement, 2005, S.4 G1.1

herauszufinden welches Projekt geeignet ist, sollte im Vorfeld grundsätzliches beachtet werden:

- Die Mission: Was ist die Kernaufgabe des Unternehmens? Wie unterstützt das geplante Vorhaben dieses Kerngeschäft? (Statement)
- Wie verhält sich das Projekt zu den eigenen Möglichkeiten, den Stärken und Schwächen der Kultureinrichtung, beziehungsweise dem Projektteam? Ist das notwendige Know How vorhanden? (Potentialanalyse)
- Welche Ressourcen stehen dem Team zur Verfügung, beziehungsweise welche Mittel müssen von außen hinzugezogen werden und sind diese für einen annehmbaren Preis zu erhalten? (Analyse des Beschaffungsmarktes)
- An wen richtet sich das Projekt? Wer kommt und wer könnte kommen? Aus welchen Gründen könnten die potentiellen Besucher kommen? (Nachfrageanalyse)
- Gibt es mögliche Konkurrenz? Gibt es im näheren Umfeld und zur gleichen Zeit ähnliche Projekte? (Konkurrenzanalyse)

Aufgrund der beschriebenen Analysen und der selbstkritischen Beantwortung der aufgeführten Frage, entscheidet sich, ob das Projekt zur Einrichtung passt, oder ob es ratsam ist „die Finger davon zu lassen“.¹⁵

3.3 Welche Risiken stecken im Projektmanagement?

Der Erfolg eines Projektes ist von vielen Faktoren abhängig: dazu gehören die Unternehmenspolitik, technische Risiken, Konflikte im Team oder nachträgliche Änderungswünsche des Auftraggebers.¹⁶ Bei allen Chancen, die das Projektmanagement mit sich bringt, dürfen die Risiken nicht übersehen oder abgeschwächt werden. Nur wer die Risiken eines Projekts erkennt und richtig einschätzen kann, ist in der Lage eine adäquate Strategie zur Lösung des Problems zu entwickeln. Denn genau in dem, was die Projektarbeit so faszinierend macht, nämlich Neuigkeit und Innovationskraft, liegen leider auch die Hauptprobleme.¹⁷ Die Tatsache das weder Projektteam noch Einrichtung jemals ein Projekt wie das geplante (Ein Projekt ist einmalig; vgl.: hierzu S.6, Die Merkmale eines Projekts) durchgeführt haben, ist ein möglicher Risikofaktor. Da bisher noch keine direkten Erfahrungen durch solche Projekte gesammelt wurden, könnten Tätigkeiten übersehen oder beispielsweise der Zeit- und

¹⁵ vgl.: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 20

¹⁶ vgl.: LITKE et al, Projektmanagement, 2007, S. 9

¹⁷ vgl.: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 20

Ressourcenplan unterschätzt werden. All dies sind Probleme die eintreten können, jedoch nicht müssen.¹⁸

Mögliche Risiken können also durch die neuen Herausforderungen und somit durch den fehlenden direkten Erfahrungswert auftreten, jedoch ist das Projektteam in der Regel nicht ganz dem unwissenden Experimentieren ausgesetzt. Das Team sollte sich auf Vergleichs- und Anhaltswerte von ähnlichen Projekten stützen können, sowie auf die Auskunft von anderen Kulturbetrieben und Veranstaltern. Wenn es hier nicht unbedingt um die Frage nach dem zur Verfügung stehenden Budget geht, kann man in den meisten Fällen auf hilfreiche Antworten zählen.

Ein weiterer Risikofaktor im Projektmanagement ist der hohe Erwartungs- und Zeitdruck. Gerade die Einmaligkeit des Projektes führen das Team an neue Aufgaben, denn es „muss“ einfach klappen und zwar möglichst „punktgenau“, zu einem ganz bestimmten Termin. Hinzu kommt die bei Projekten eine hohe Komplexität, die wiederum mit einer hohen Störanfälligkeit verbunden ist, die innerhalb des Teams zu Panik und Unsicherheit führen kann.¹⁹

„[...]“, um Fehlentwicklungen möglichst im Griff zu behalten, bedarf es neben ausgeprägten Führungs- und Konfliktlösungs- Kompetenzen eines durchdachten Projektcontrollings, wobei Controlling wenig mit „Kontrolle“, alles aber mit „Steuerung“ zu tun hat. Dabei geht es darum, das Gesamtprojekt in viele kleine überschaubare Einheiten („Arbeitspakete“) zu zerlegen, die ihrerseits in eine Struktur gebracht werden, die Schritt für Schritt abgearbeitet werden kann. [...]“²⁰

Neben den aufgeführten Risikofaktoren enthält das Projektmanagement eine Reihe von spezifisch personellen Risikofaktoren, die es zu bewältigen gibt. Auf die Angst vor Überbelastung und zu hohen Anforderungen wurde bereits eingegangen. Jetzt geht es um den Projektmanager, der dafür zu sorgen hat, dass Aufgaben so klar wie möglich erläutert werden, damit auch wirkliches jedes Mitglied im Team versteht was von ihm erwartet wird. Dabei muss er jedoch beachten, dass niemand überfordert werden darf. Sollten im Projektablauf Probleme auftauchen, so ist es ratsam, sich auf drei Ebenen mit einigen Fragen zu beschäftigen.

¹⁸ vgl.: PORTNY, Projektmanagement für Dummies, 2007, S. 179

¹⁹ vgl.: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 21

²⁰ vgl.: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 22

Ebene 1

Kann der Mitarbeiter die ihm aufgetragene Aufgabe tatsächlich nicht lösen? Aus welchem Grund nicht? Fehlen Informationen oder Kenntnisse? Sind entsprechende Voraussetzungen nicht gegeben? Oder aber ist die gestellte Aufgabe wirklich zu schwierig?

Ebene 2

Will der Mitarbeiter die Aufgaben vielleicht einfach nicht lösen, obwohl dieser eigentlich dazu in der Lage wäre? Was sind die Gründe dieser Verweigerung? Liegen sie in der Aufgabe, im Team, liegen sie im Vorgesetzten oder im persönlichen Bereich des Mitarbeiters?

Ebene 3

Darf der Mitarbeiter die Aufgabe nicht lösen? Gab es in der Vergangenheit ein Ereignis, in dem der Mitarbeiter eine Aufgabe angefangen hat, diese vielleicht nicht zur vollständigen Zufriedenheit seines damaligen Vorgesetzten gelöst und daher einen Verweis wegen „Kompetenzüberschreitung“ erhalten hat. Dieser Mitarbeiter hat dann in der Vergangenheit Falsches gelernt und somit seine Eigeninitiative erstickt.²¹

3.4 Das Projektteam und die Rolle des Projektmanagers

So wichtig Enthusiasmus für das Projektmanagement auch ist, sollten darüber hinaus doch einige Grundregeln der Zusammensetzung des Projektteams, der Projektführung und der Projektsteuerung beachtet werden, um zu gewährleisten, dass das Projekt auch wirklich erfolgreich durchgeführt werden kann, und nicht zu Streitigkeiten innerhalb des Projektteams und zum Scheitern dessen führt.²²

Wenn ein Team sich nicht selbst steuert, wird es in der Regel einen Projektleiter geben. Der Projektleiter verkörpert im Projektmanagement eine ganz bestimmte Führungspersönlichkeit. Nur auf fachliche Qualifikation sollte in dieser Position nicht ausschließlich vertraut werden, denn auch gute Menschenkenntnisse sind gefragt. An Projektleiter werden in der Regel sehr hohe Anforderungen gestellt, so gehören wirtschaftliches Denken, Durchsetzungsfähigkeit, Flexibilität, Souveränität, Dynamik und selbstbewusstes Auftreten zu den unbedingten Eigenschaften eines Projektmanagers. Der Aufgabenbereich dieser Managementposition ist nicht weniger vielseitig.

²¹ vgl.: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S.23

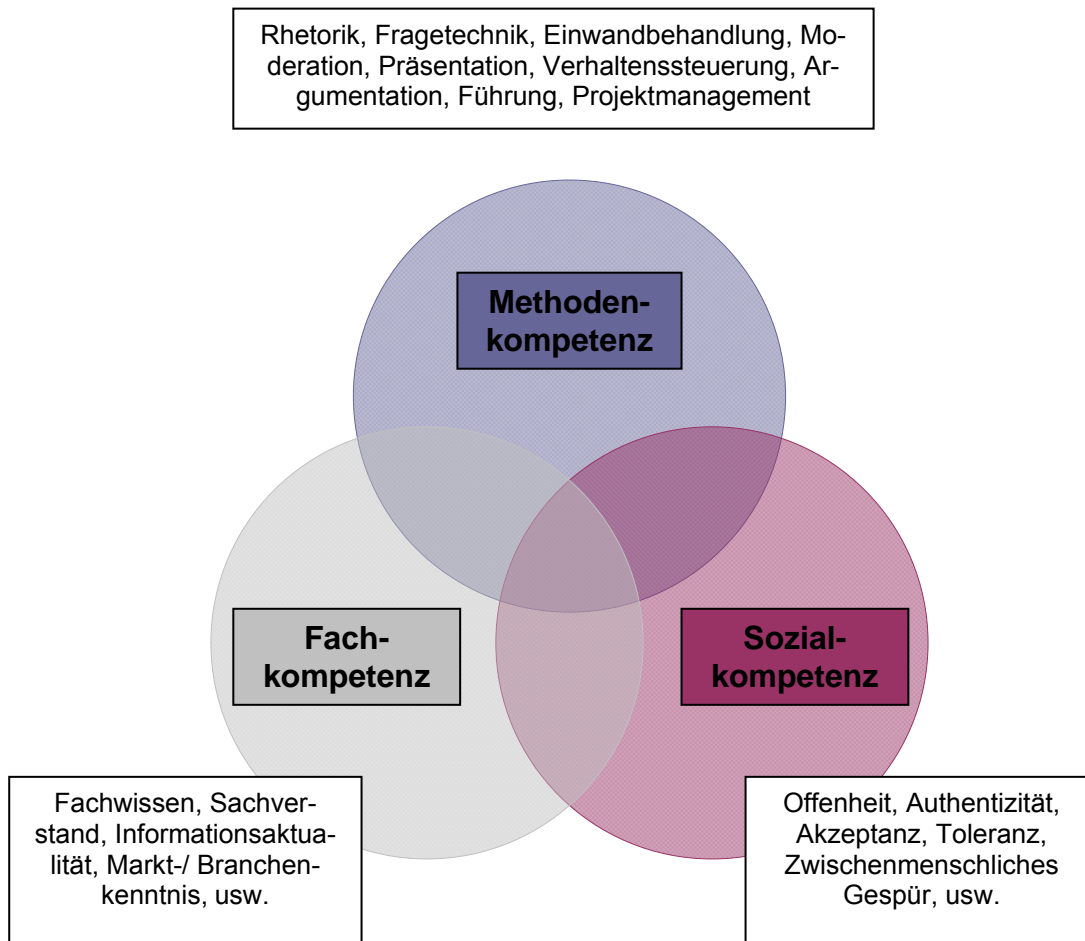
²² vgl.: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S.63

So ist der Projektmanager für sämtliche Aspekte eines Projekts verantwortlich. Zu den wichtigsten Aufgaben gehören die Festlegung der Ziele, des Zeitplans und des Ressourcenbudgets und die Erstellung eines durchführbaren Projektplans. Das Erkennen von Risiken und ihre Bewältigung, so wie die Zusammenstellung eines zielorientierten und motivierten Teams, zeichnen einen fähigen Projektleiter aus. Er muss sein Team einschätzen, anleiten, integrieren, fördern und fortbilden können. In der Regel kommen meist mehrere Personen des Unternehmens für die Leitung eines Projekts in Betracht, zum Beispiel eine Führungsperson aus einer höheren Managementebene, ein Mitarbeiter aus dem Fachbereich oder aber auch ein externer Berater.²³

Ein Projektmanager sollte besondere Fähigkeiten auf den drei Kernkompetenzfeldern Fach-, Sozial- und Methodenkompetenz besitzen. Die folgende Abbildung zeigt das Kompetenzprofil eines Projektmanagers.

²³ vgl.: LITKE et al, Projektmanagement, 2007, S. 75 ff

Abb. 2: Was ein Projektmanager können muss



Quelle: BEMMÈ, Projekt- und Veranstaltungsmanagement in Handbuch Kulturmanagement, 2005, S.5 G 2.1

Um ein Projektteam aufzustellen, genügt es nicht, einfach eine Anzahl von Aufgaben, die im Zusammenhang mit einem Projekt stehen, zu verteilen. Ein Team ist eine Gruppe von Menschen, die sich gemeinsamen Zielen verschrieben haben und darauf angewiesen sind, dass die jeweils anderen Teammitglieder ihre Arbeit machen. Ein Projektteam kommt nur unter der Voraussetzung zustande, dass jedes Mitglied einen wertvollen Beitrag zu dem Projekt leisten kann und muss.²⁴

Jeder Projektmanager wünscht sich für sein Team natürlich „die Besten“. Sicherlich entscheidet zunächst die fachliche Qualifikation, wer ein Teil des Team wird, denn

²⁴ vgl.: PORTNY, Projektmanagement für Dummies, 2007, S. 238

bestimmte Voraussetzungen wie technisches Know How, sind hier ebenso gefragt wie Organisationstalent, Analysefähigkeit, Softwarekenntnisse und anderes mehr. Doch zählt für die Teambildung auch das persönliche Profil neben den fachlichen und methodischen Fähigkeiten. Die berühmte Teamfähigkeit ist auch hier besonders gefragt.²⁵

So ist man als Teammitglied einer Projektgruppe für folgendes verantwortlich:

- sicherstellen, dass die zu erledigenden Aufgaben gemäß dem höchsten technischen Standards im zuständigen Bereich erfüllt werden.
- Aufgaben müssen innerhalb der zeitlichen und finanziellen Vorgaben erledigt werden.
- sich den ständigen Veränderungen anpassen, beziehungsweise das Wissen und die Fähigkeiten, die für eine Tätigkeit benötigt werden, regelmäßig aufzufrischen.
- zu überlegen, welche Auswirkungen hat die persönliche Arbeit auf die Tätigkeiten der anderen Teamkollegen haben könnte.
- Situationen und Probleme zu erkennen, die sich eventuell negativ auf die Aufgaben der anderen Mitglieder auswirken können
- Teammitglieder über Projektfortschritt, Meilensteine und mögliche auftauchende Probleme zu informieren.²⁶

Mit der geeigneten Mitarbeiterauswahl stellt die verantwortliche Führungskraft die entscheidende Weiche für das Gelingen des Projekts. Das Projektteam hat gegenüber anderen Abteilungen die Funktion des Auftragnehmers. Das Team besteht in der Regel aus dem Projektleiter, allen vollzeitlich abgestellten Mitarbeitern, allen teilzeitlich mitwirkenden Mitarbeitern, externen Mitarbeitern und eventuell aus sporadisch tätigen Beratern.

In den seltensten Fällen besteht bereits vor dem Beginn des Projektes ein eingespieltes Team, das für das Projekt abgestellt werden könnte. Die optimale Teamgröße variiert sicherlich von Projekt zu Projekt und kann daher nicht fest vorgegeben werden. So kann ein Team aus nur zwei, aber auch zehn oder mehr Mitarbeitern bestehen. In der Praxis werden kaum Teams mit mehr als fünfzehn Mitgliedern gebildet, wobei die Projektkerngruppe selten die Grenze von acht Personen überschreitet.²⁷

²⁵ vgl.: LITKE et al, Projektmanagement, 2007, S. 68 ff

²⁶ vgl.: PORTNY, Projektmanagement für Dummies, 2007, S. 205

²⁷ vgl.: LITKE et al, Projektmanagement, 2007, S. 68 f

4. Die Zielbildung im Projektmanagement

Projekte werden zur Erreichung eines bestimmten Zieles durchgeführt. In vielen Fällen werden die ersten großen Fehler jedoch bereits in der Zielfindungsphase gemacht. In Kulturmanagementzusammenhängen ist die exakte Auftrags- und Zielfindung die erste große Herausforderung gleich zu Projektbeginn. Dieses ist auch auf die nicht immer gut darstellbaren Inhalte und Bemessungskriterien kulturspezifischer Aufgabenstellungen zurückzuführen. Somit ist es auch ein Unterschied, ob ein industrielles Produkt oder eine Leistung im Kulturbereich projektiert werden soll. Die Grundvoraussetzung bei jeder Planung ist jedoch die Definition von klaren und eindeutigen Zielen.²⁸ Je klarer und konkreter die Ziele sind, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit diese Ziele auch zu erreichen. Mit der Festlegung des Gesamtprojektziels ist der erste wichtige Schritt für ein Projekt vollzogen.²⁹ Nach DIN 69 905 wird das Projektziel wie folgt beschrieben: „Ein Projektziel ist ein nachzuweisendes Ergebnis und/ oder eine vorgegebene Realisierungsbedingung der Gesamtaufgabe eines Projekts.“³⁰

4.1 Der Zielfindungsprozess

Ist die erste fundamentale Zielsetzung vollzogen, beschäftigt sich das Projektteam dann im weiteren Zielfindungsprozess mit einigen grundsätzlichen Fragen zur Zielbildung. Drei Leitfragen können hier bei der Zielauswahl helfen:

- Was muss erreicht werden?
- Was soll erreicht werden?
- Was kann (zusätzlich) erreicht werden?³¹

Projekte entstehen hauptsächlich aus einem Problem heraus, welches mit üblichen Mitteln nicht mehr zu lösen ist. Dies bedeutet, dass am Anfang des Projektes die Erkennung des Problems steht. Dabei ist es möglich, dass das Problem, welches es zu lösen gilt, durchaus eine innovative und kreative Idee sein, die so noch nie realisiert wurde. Zentral ist der Gedanke, dass das Projekt aus dem herkömmlichen Rahmen fällt. Die Zielsetzung im Projekt wird prinzipiell durch zwei Möglichkeiten unterschieden, die beide getrennt voneinander behandelt werden müssen, da sie in einigen Punkten unter Umständen zu unterschiedlichen Konsequenzen führen kön-

²⁸ vgl.: BEMMÈ, Projekt- und Veranstaltungsmanagement in Handbuch Kulturmanagement, 2005, S. 6 G 2.1

²⁹ vgl.: PORTNY, Projektmanagement für Dummies, 2007, S.60

³⁰ vgl.: BEMMÈ, Projekt- und Veranstaltungsmanagement in Handbuh Kulturmanagement, 2005, S. 10 G 2.1

³¹ vgl.: BEMMÈ, Projekt- und Veranstaltungsmanagement in Handbuch Kulturmanagement, 2005, S. 8 G 2.1

nen. Möglichkeit Nummer Eins ist die Zielsetzung von außen. Ein Auftraggeber gibt hier den Auftrag für ein Projekt vor. In einem Zielvereinbarungsgespräch zwischen Auftraggeber und Projektleiter muss dann geklärt werden, was der Auftraggeber von diesem Projekt erwartet und wie er sich das Projekt vorstellt.

Die zweite Möglichkeit ist die Zusammenfindung durch eine gemeinsame Idee, die Menschen zu einem Projekt führt. So könnte sich beispielsweise der Kulturverein mit Künstlern der Stadt zusammenschließen, um gemeinsam ein Kulturfestival zu veranstalten. Für jedes Projekt ist es von zentraler Bedeutung, dass die Parteien sich einig werden.³²

4.2 Die Zielkonkretisierung

Ziele sind Resultate, die durch die in Ihrem Projekt erbrachten Leistungen produziert werden. Je klarer die Ziele des Projekts definiert werden können, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass das Projekt erfolgreich ist. Folgende Elemente sind besonders nützlich für die Formulierung von klaren und konkreten Zielen.

- Weniger ist mehr: Die Beschreibung einer Zielvorgabe sollte kurz und bündig ausfallen. Lange Zielformulierungen erwecken den Eindruck von Ungenauigkeit und erlauben Interpretationsspielraum.
- Keine Verwendung von Abkürzungen und Fachausdrücken. Abkürzungen können unterschiedlich ausgelegt werden und sollten nicht unnötig verwirren.
- Das SMART-Prinzip.

Spezifisch: Klar formulierte Ziele, schließen Fehlinterpretationen aus.

Messbar: Konkrete Festlegung von Maßstäben und Indikatoren, mit denen die Zielerreichung gemessen wird.

Aktionsorientiert: Ziele werden gesetzt, die eine Herausforderung darstellen. Dies soll Beteiligte dazu ermuntern, sich über das bequeme Maß hinaus anzustrengen.

Realistisch: Ziele setzen, die dem Projektteam auch als realistisch erscheinen.

Terminiert: Ein Termin muss festgesetzt werden, bis zu dem die Zielvorgabe erreicht werden soll.

Außerdem sollten Zielvorgaben kontrollierbar sein, dieses bedeutet für den Projektmanager, sein Team zu überzeugen, Einfluss auf die Zielerreichung zu haben. Ist man nämlich der Auffassung, keinen Einfluss auf die Zielentwicklung zu haben,

³² vgl.: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 31

5. Die grundlegende Risikoabwägung

Projekte sind Investitionen, mit dem Ziel, einen Nutzen zu generieren.³⁵ Daher sollte neben der Zielkonkretisierung auch das Risiko geprüft werden. „Jeder Projektauftrag ist mit gewissen Unwägbarkeiten verbunden. Da der Projektleiter die Verantwortung für den Projektauftrag übernimmt, ist es wichtig, dass er die Risiken des Projektes genau kennt und von Anfang an klarstellt, wer für die Risiken gerade stehen muss (...) Bei jedem Projektauftrag muss aufgezeigt werden, welche Faktoren gegen ein Erreichen der Projektziele gefährden und vom Projektteam nicht beeinflusst werden können.“³⁶ Um eine Risikoabschätzung vornehmen zu können, sollte vorab ein Risikoportfolio angelegt werden, um sich über mögliche Risiken im Klaren zu werden.³⁷

Die relative Neuartigkeit und die Komplexität der Aufgaben des Projekts bewirken eine höhere Wahrscheinlichkeit des Scheiterns als bei Routineaufgaben. Mit steigendem Anteil der Projektkomponenten mit absolutem Neuheitsgrad nimmt natürlich auch das Risiko zu. Dass ein Problem darauf hin scheitern könnte, sollte daher nicht ausgeschlossen werden. Projekte, die nicht in behebbarer Krise bewusst abgebrochen und nicht weitergeführt werden, begrenzen erfolgreich ihre Risiken und Defizite.³⁸ Daher ist es nicht empfehlenswert, sich bei der Projektvor- und Durchführungsplanung von Unsicherheitsfaktoren und möglichen Fehlschlägen leiten zu lassen. Weiter gilt, dass eine exakte Ziel- und Konzeptformulierung zu Beginn bereits stark risikominierend wirkt. Auch wenn das Ziel klar formuliert ist, ist es sinnvoll, auf mögliche Hemmnisse oder Widerstände vorbereitet zu sein. Wichtig ist hier das Problem zu erkennen, denn die genaue Darstellung des Problems führt auch automatisch zur Lösung. Für eine erste Risikoabschätzung eignet sich folgendes Formular:

³⁵ vgl.: BEMMÈ, Projekt- und Veranstaltungsmanagement, in Handbuch Kulturmanagement, 2005, S.13 G2.1

³⁶ KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 33

³⁷ vgl.: BEMMÈ, Projekt- und Veranstaltungsmanagement, in Handbuch Kulturmanagement, 2005, S.13 G2.1

³⁸ vgl.: EWERT et al, Handbuch Projektmanagement Öffentliche Dienste, 2005, S. 15

Abb. 4: Beispiel Formular „Risikoanalyse“

Risikoanalyse für Projekt:.....										
<ul style="list-style-type: none"> • Welches sind mögliche Risiken für ein Scheitern oder für Störungen im Projektverlauf? Welches sind Gegenmaßnahmen und deren Auswirkungen? 										
Projekt- anteil/ Pro- jekt-schritt	Risikobe- schreibung	Eintritt			Tragweite			Ursache	Aktion	Reaktion
		Hoch	Mittel	Niedrig	Hoch	Mittel	Niedrig			

Quelle: in Anlehnung an BEMMÉ, Veranstaltungs- und Projektmanagement, in Handbuch Kulturmanagement, 2005, S.15 G 2.1

6. Die Mission Statement

Projektintern sollte eine Verständigung stattfinden, wie die „Mission“ des Projektes aufgefasst und formuliert werden soll. Innerhalb des Projektteams geht es nun darum einige grundsätzliche Fragen zu klären, bezüglich des Selbstverständnisses des Projektes und des Teams.

- Wer sind wir?
- Was tun wir? Was wollen wir in Zukunft tun?
- Wo arbeiten wir?
- Wem bieten wir an, für wen sind wir da?
- Mit welchem wichtigen Partner kooperieren wir?

Diese wesentlichen Fragen bilden die Grundlage für die Mission eines Projektes. Diese Mission wird in den Zielvereinbarung festgelegt und hat über den gesamten Zeitraum des Projektes Bestand. Alle weiteren Teilziele ordnen sich ihr unter. Die Mission kann als Oberziel verstanden werden, dem sich das restliche Zielsystem unter zuordnen hat. Ein Projekt, das keine Mission verfolgt, weiß auf Dauer nicht, in

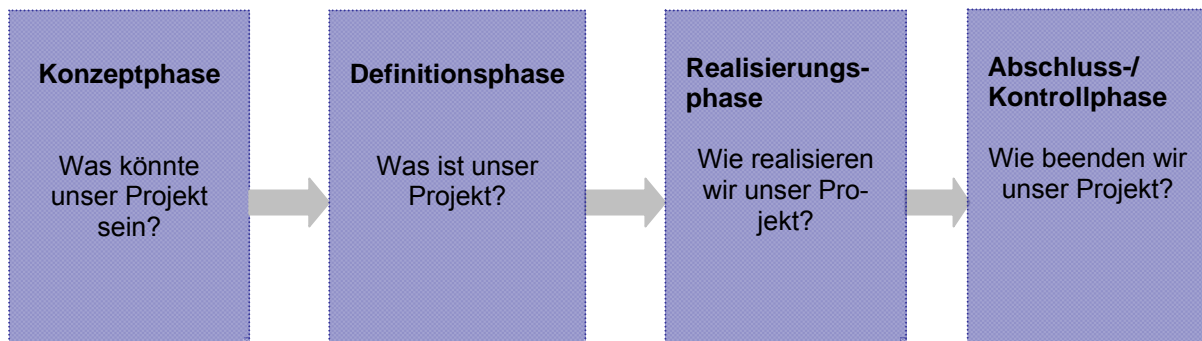
welche Richtung es sich bewegen und weiterentwickeln soll, da es keinen Handlungsrahmen und somit keine Handlungsrichtung besitzt.

7. Die Projektphasen

„Projekte durchlaufen einen „Lebenszyklus“. Er beginnt mit der Projektidee, endet mit dem Projektabschluss und teilt sich in eine Entwicklungs- und Realisierungsphase. An der Schnittstelle steht sozusagen als Bindeglied – die Projektplanung.“³⁹ Um ein Projekt sinnvoll planen und realisieren zu können, empfiehlt es sich, das Gesamtprojekt in vier Phasen zu unterteilen. Die DIN 69 901 bezeichnet eine Projektphase als einen zeitlichen Abschnitt eines Projektablaufs, der sachlich gegenüber anderen Abschnitten getrennt ist. Im Folgenden werden die einzelnen Projektphasen und die in ihnen hauptsächlich stattfindenden beziehungsweise zu lösenden Aufgabenbereiche dargestellt.

Armin Klein stellt die vier Projektphasen und ihre Kompetenzen wie folgt dar.⁴⁰

Abb. 5: Phasen im Projektmanagement



Quelle: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 45

7.1 Die Konzeptphase

- Eine Idee wird geboren-

Jedes Projekt beginnt mit einer Idee.⁴¹ „[...] Menschen kommen zusammen, einer beginnt einen Faden zu spinnen, die anderen sind fasziniert und entwickeln Gedanken und Ideen weiter, formulieren das Unmögliche, das im wahrsten Sinne des Wortes Un-Erhörte, was es noch nie gab, entwerfen Bilder vom noch Ungesehenen: Ei-

³⁹ vgl.: BEMMÈ, Projekt- und Veranstaltungsmanagement, in Handbuch Kulturmanagement, 2005, S.11 G2.1

⁴⁰ vgl.: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 45

⁴¹ vgl.: PORTNY, Projektmanagement für Dummies, 2007, S. 35

ne rollende Kunst- Ausstellung in alten Transportwaggons der Bahn, ein völlig neues Theaterfestival, eine Konzertreihe an ausgefallenen Orten, ein Ausstellungsprojekt in den Schaufenstern der Einzelhändler einer Kleinstadt usw.: ein Projekt entsteht!“ [...]⁴² Die Ideenfindung kann also durch eine spontane oder geplante Mitarbeiterzusammenführung, beziehungsweise ein eigens für die Projektüberlegung berufenes Meeting zustande kommen. Dabei kommt plötzlich eine Idee zustande, die dann später durch Einzelheiten ergänzt werden kann, damit aus einer „fixen Idee“ tatsächlich Realität werden kann. Die Idee ist geboren, es wird ein Projekt! Gefragt werden nun die Kreativen, denn die nächste Phase beschäftigt sich mit der Frage: „Was könnte unser Projekt sein?“ Um die Kreativität der Mitarbeiter zu fördern, kommen so genannte Kreativitätstechniken ins Spiel. Ziel dieser Techniken ist die Entwicklung möglichst vieler Ideen, in einer vorgegebenen Zeit, zu einem klar umrissenen Problem. Zu diesen intuitiven Methoden gehören:

- Brainstorming
- Metaplan- Technik
- Brainwriting
- Delphi- Methode
- ➤Morphologischer Kasten

(Die Erläuterung der Kreativitätstechniken befindet sich im Anhang)

Diese Techniken sind ausschlaggebend für die Ideenfindung, die wiederum der Ausgangspunkt für weitere Projektkonkretisierungen ist. Die Idee durchläuft nun eine Reihe von kritischen Fragen:

Hat die grundlegende Projektidee eine tatsächliche Chance auf Realisierung?

Machbarkeitsstudie



Gibt es in der Stadt überhaupt ein Publikum für das Projekt?

Welche möglichen Zielgruppen könnten angesprochen werden? (usw.)

Markteinschätzung



Lässt sich die Idee insgesamt verwirklichen?

Kostenschätzung



⁴² vgl.: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 45f

Wer könnte mitmachen?

In welchen Räumlichkeiten könnte das ganze stattfinden?

Was wird benötigt?

Welche Technik wird gebraucht?

Personal- und Sachressourcen



Wer übernimmt die organisatorische, wer die künstlerische, wer die technische Leitung?

Managementkonzepte⁴³

7.2 Die Definitionsphase

- Was ist unser Projekt ? –

In dieser Phase muss eine Antwort auf die Frage „Was ist unser Projekt“ gefunden werden. Hier gilt es das Projekt zu fixieren, sich für oder gegen ein Projekt zu entscheiden, wer im Projektteam arbeitet und welche Kompetenzen zusätzlich gebraucht werden. In diese Phase gehört auch der in Kapitel I beschriebene Prozess der konkreten Zielbildung, beziehungsweise der Projektvereinbarung. Es muss schriftlich festgehalten werden, was der Auftraggeber will oder aber welchen Auftrag sich das Projektteam selbst gibt. Dabei spielt auch die entsprechende Finanzierung eine zentrale Rolle.⁴⁴ Es geht also um die Formulierung und Erstellung eines Projektauftrags. Dieser Auftrag ist die schriftliche Einigung darüber, was das Ergebnis des Projektes sein soll und was die Bedingungen sind unter denen das Team seine Arbeit erledigen soll. Sowohl die Auftraggeber des Projekts, als auch die Mitglieder des Projektteams sollten sich über die Bedingungen in dem Projektauftrag einigen, bevor die eigentliche Arbeit beginnt. Folgende Informationen sollte der Projektauftrag enthalten:

Zweck: Warum wurde das Projekt entwickelt, sowie Projektumfang und Vorgehensweise.

Ziele: Welche Resultate sollen erbracht werden.

Einschränkungen: Gründe, die das Projektteam, in dem was sie erreichen, wie und wann sie es erreichen und zu welchen Kosten sie es erreichen, einschränken.

⁴³ vgl.: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S.46 ff

⁴⁴ vgl.: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S.54

Annahmen und Voraussetzungen: Ungenaue Informationen, die bei der Konzeptionisierung, Planung und Durchführung als gegeben betrachtet werden.⁴⁵

Als nächster Schritt der Definitionsphase folgt die Analyse des Projektumfeldes. In dieser Phase gilt es, die Bedingungen des Projekts genau zu analysieren. Dabei sollte hier sehr genau überlegt werden, wie das Projektteam in die Organisationsstruktur der durchführenden Einrichtung integriert wird. Soll beispielsweise eine Abteilung ausschließlich mit der Durchführung des Projekts betraut werden und ihre regulären Tätigkeiten auf andere Mitarbeiter verteilt werden? Oder wird eine gemischte Arbeitsgruppe aus den einzelnen Abteilungen gebildet? Oder aber engagiert man ein Projektteam für die Dauer des Projekts? Ein weiterer Arbeitsschritt in der Definitionsphase ist die Realisierungsplanung. Hier bekommt der Projektleiter die zentrale Aufgabe, Teammitglieder in die Richtung der konkreten Planung zu lenken, um einen Rückfall in die Ideenfindungsphase zu verhindern. Es geht um die Festlegung der Grundlinien. Wenn diese vom Team akzeptiert werden, geht es an einen neuen Schritt der Definitionsphase; die gemeinsame Entwicklung des Projektstrukturplans, sowie die Festlegung der einzelnen Arbeitspakete. Dabei verschafft der Projektstrukturplan den Teammitgliedern einen Überblick über die verschiedenen anfallenden Teilaufgaben. Diese werden dann wieder in eine Struktur gebracht und schließlich entwickeln sich daraus die einzelnen Arbeitspakete. Auf der Basis des Projektstrukturplans können jetzt detaillierte Kosten- und Finanzierungspläne entwickelt werden. Der Strukturplan dient hier auch als Basis für den Termin- und Ablaufplan. Ein wichtiger Schritt dieser Phase ist auch die Erkundung des Beschaffungs- und Absatzmarktes. Darauf basierend wird dann ein differenziertes Marketingkonzept entwickelt. Auch die Ausschreibung und Vergabe von Aufträgen findet in der Definitionsphase statt.⁴⁶

⁴⁵ vgl.: PORTNY, Projektmanagement für Dummies, 2007, S. 45

⁴⁶ vgl.: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 54 ff

7.3 Die Realisierungsphase

- Wie realisieren wir unser Projekt? –

In der Realisierungsphase geht es um sorgfältiges Arbeiten, denn was auf dem Papier gut aussieht, muss auch in der Wirklichkeit funktionieren. Ist das Projekt bis in alle Einzelheiten geplant, kann es realisiert werden. Der erste und wichtigste Schritt ist die Abarbeitung der Arbeitspakete, dabei ist exaktes Abarbeiten hier unbedingt erforderlich, denn das Projekt existiert bislang nur auf dem Papier. Das Personal muss eingewiesen und richtig eingesetzt werden und das Einhalten der Termine und Kosten muss überprüft werden. Neben den Kontrollaufgaben in dieser Phase, gilt es vor allem, den Kommunikations- und Informationsfluss sicherzustellen und aufrecht zu erhalten. In dieser Phase des Projektmanagements wird von der Projektleitung neben den anfallenden Aufgaben auch eine hohe Problemlösungs- und Führungskompetenz gefordert, denn in Krisensituationen muss entschieden werden- und das kann zu Konflikten führen.⁴⁷

7.4 Die Abschluss- und Kontrollphase

- Wie beenden wir unser Projekt? -

Mit der erfolgreichen Realisierung eines Projektes ist die Projektarbeit noch nicht vorbei. Die letzte Phase des Projektmanagements steht noch bevor. Die folgende Abschluss- und Kontrollphase rollt das Projekt noch einmal von hinten wieder auf. Zunächst sollten erst einmal alle eingesetzten Materialien wieder an ihren tatsächlichen Platz zurückkommen. Ausgeliehenes Equipment sollte so schnell wie möglich zurückgegeben werden, um keine unnötigen Kosten zu verursachen. Räumlichkeiten sind in ihren ursprünglichen Zustand zu versetzen. Kassen sind aufzulösen und Erträge entsprechend zu verbuchen. In angemessenem Zeitabstand zur Realisierungsphase sollte das Projektteam zusammenkommen und den Ablauf der Realisierungsphase sehr sorgfältig analysieren. Dabei sollte dieser Vorgang so selbstkritisch wie möglich gehalten werden.⁴⁸

In einem extra für die letzte Phase angesetzten Meeting sollten die im Projekt gesammelten Erfahrungen der Mitglieder erst einmal ausgewertet werden. Anschließend sollte ein Verfahren festgelegt werden, um sicher zu stellen, dass gute Vorgehensweisen auch in zukünftigen Projekten beibehalten werden. Außerdem sollten

⁴⁷ vgl.: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 57 f

⁴⁸ vgl.: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 58 f

Pläne aufgestellt werden, um in zukünftigen Projekten auftauchende Probleme besser bewältigen zu können. Jedoch sollte vor Einberufung des Abschlussmeetings mit allen Mitarbeitern der Abschluss gefeiert werden. Dies ist zum einen wichtig, um allen Beteiligten zu danken und zum anderen ist das Feiern wichtig, um mit dem Projekt innerlich abschließen zu können. Ein kleines Fest oder Zusammenkommen setzt einen netten Endpunkt.⁴⁹

8. Wie strukturiert man ein Projekt?

- „Die Maxime lautet: *Planungsergebnis so genau wie möglich, Planungstiefe so genau wie nötig. Exaktheit- ja! Überspezifizierung – nein!*⁵⁰“-

Ein Projekt ist zunächst, obwohl es bereits in genaue Ober- und Teilziele bestimmt wurde, noch weitgehend unstrukturiert. Es gibt bereits eine Idee, ein Projektteam und manchmal sogar einen Sponsor. Aber wo genau fängt man an? Was gibt es alles zu tun? Und was kommt da an Arbeit auf das Projektteam zu? So hat beispielsweise das Projektteam, das eine Kulturnacht plant, bereits eine Menge guter Ideen und Vorschläge gesammelt. So wollen beispielsweise

- Künstler aus verschiedenen Bereichen und Teilen der Region ihre Objekte ausstellen.
- Die Bibliothek Lesungen mit Autoren der Region durchführen.
- Musiker und Schauspieler im Stadtpark auftreten.
- sich weitere Einrichtung an der Veranstaltung beteiligen.
- etc.,

All diese Ideen gilt es nun tatsächlich umzusetzen. Dazu müssen Räume und technisches Equipment gemietet werden, Personal wird vorbereitet, Finanzmittel akquiriert, Bühnen, Sitzgelegenheiten und Schauplätze aufgebaut. Die Vertreter der lokalen Presse müssen benachrichtigt und eingeladen werden, Plakate müssen gedruckt werden, Einladung an die wichtigsten Persönlichkeiten verschickt werden. Die To-Do-Liste ist lang und verzweigt und muss „organisiert“ werden. Dabei geht es zunächst um die Teilung der Gesamtaufgabe durch eine entsprechende Aufgabenanalyse, in der aufgezeigt wird, was überhaupt im Einzelnen zu tun ist. In einem zweiten Schritt erfolgt dann die geordnete Zusammenführung von einzelnen Aktivitäten und

⁴⁹ vgl.: PORTNY, Kulturmanagement für Dummies, 2007, S. 246 f

⁵⁰ BEMMÉ, Projekt- und Veranstaltungsmanagement, in Handbuch Kulturmanagement, 2005, S.10 G2.1

Leistungsprozessen. „Nach der oben beschriebenen Aufgabenanalyse bzw. Differenzierung muss es nun zu einer Synthese bzw. Koordinierung der zuvor nach dem Prinzip der Zweckmäßigkeit geteilten Aufgaben kommen.“⁵¹

8.1 Ablauf- und Aufbauorganisation

Grundsätzlich steht das Projektmanagement immer vor zwei organisatorischen Aufgaben:

Aufgabe (1)

„Wie löst man die zur Realisierung des gesetzten Zieles anfallenden Aufgaben in der zeitlichen Reihenfolge (d. h.: wie gestaltet man die Ablauforganisation möglichst effizient)?“

Aufgabe (2)

„Wie gliedert man die Gesamtaufgabe in sächliche Teilaufgaben und wie ordnet man welche Teilaufgaben welchen Abteilungen und welchem Mitarbeiter zu und wie koordiniert man die einzelnen Mitarbeiter (d. h.: wie organisiert man die Aufbauorganisation möglichst wirkungsvoll)?“⁵²

Unter einer Ablauforganisation wird also die Organisation eines Produktionsprozesses unter zeitlichen und arbeitsorganisatorischen Gesichtspunkten verstanden. Die Ablauforganisation ist somit in vier aufeinander folgende Steuerungshandlungen gegliedert.

1. Die Gliederung eines Produktionsprozesses in einzelne Arbeitsschritte.
2. Die Abfolge der Arbeitsschritte in einem zeitlichen Rahmen und einer sinnvollen Reihenfolge.
3. Die Verknüpfung von Arbeitsschritten, soweit dieses für den Gesamtprozess notwendig ist.
4. Die Berücksichtigung der personellen und räumlichen Komponente.

Dem Projektteam stellt sich also unter dem Aspekt der Ablauforganisation die Aufgabe, das Projekt in Teilprojekte zu gliedern und die einzelnen durchzuführenden Teilschritte in eine logische Abfolge zu bringen. Ist dies geschehen, können diese „Arbeitspakete“ nacheinander oder parallel abgearbeitet werden.

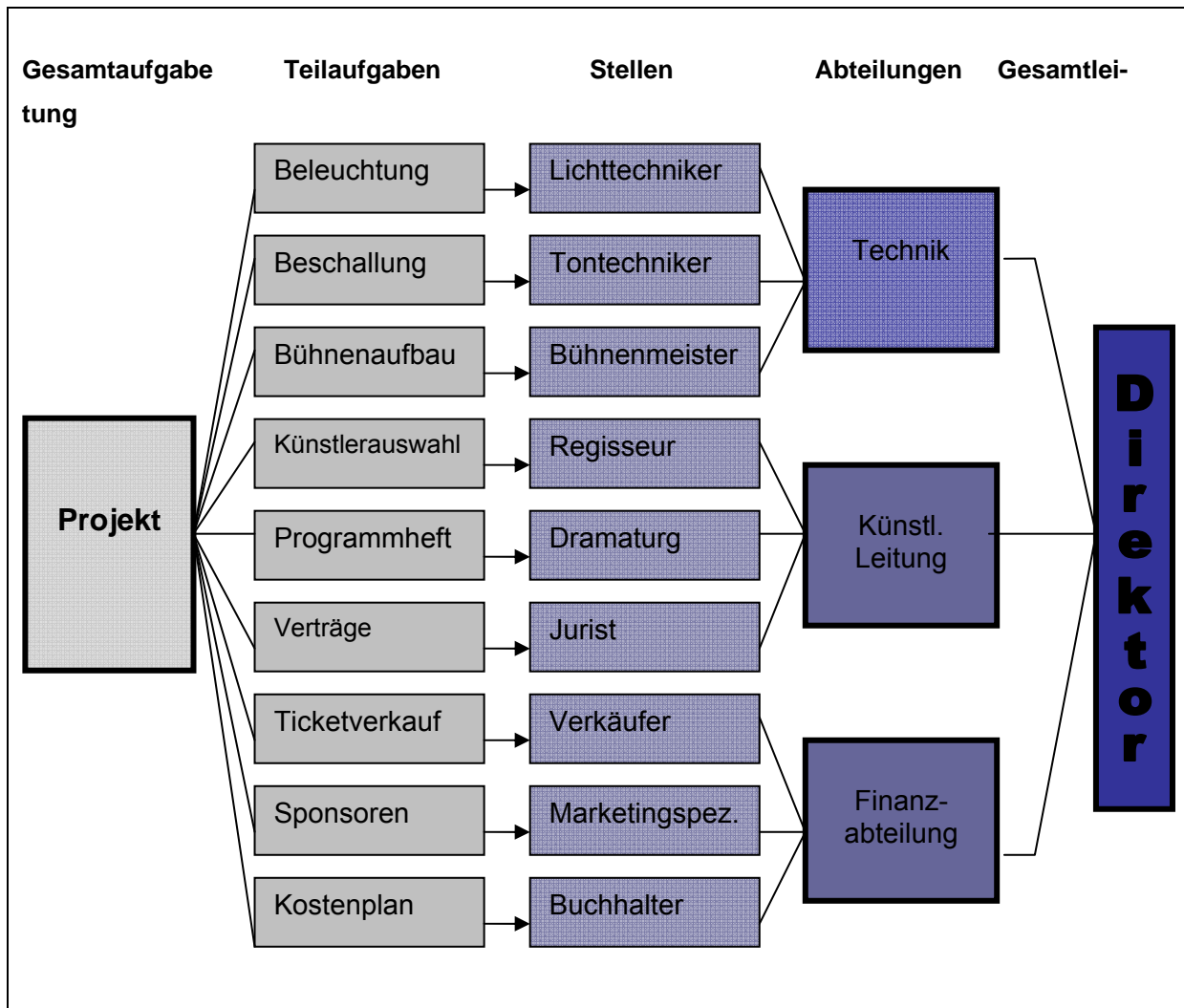
„Die Aufbauorganisation dagegen gliedert den Betrieb in Teileinheiten und koordiniert die Teileinheiten zueinander. Sie ist auf Dauer angelegt und stellt die organisa-

⁵¹ vgl.: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 83 f

⁵² KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 85

torischen Strukturen bereit, die in einem Betrieb für die ständige Wahrnehmung von Aufgaben erforderlich sind. Grundlage der Aufbauorganisation ist die Definition von Arbeitsplätzen, die zu sinnvollen Einheiten zusammengefasst werden.“ In der Aufbauorganisation geht es immer um Arbeitsplätze.

Abb. 6: Ablauf- und Aufbauorganisation



Quelle: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 85 f

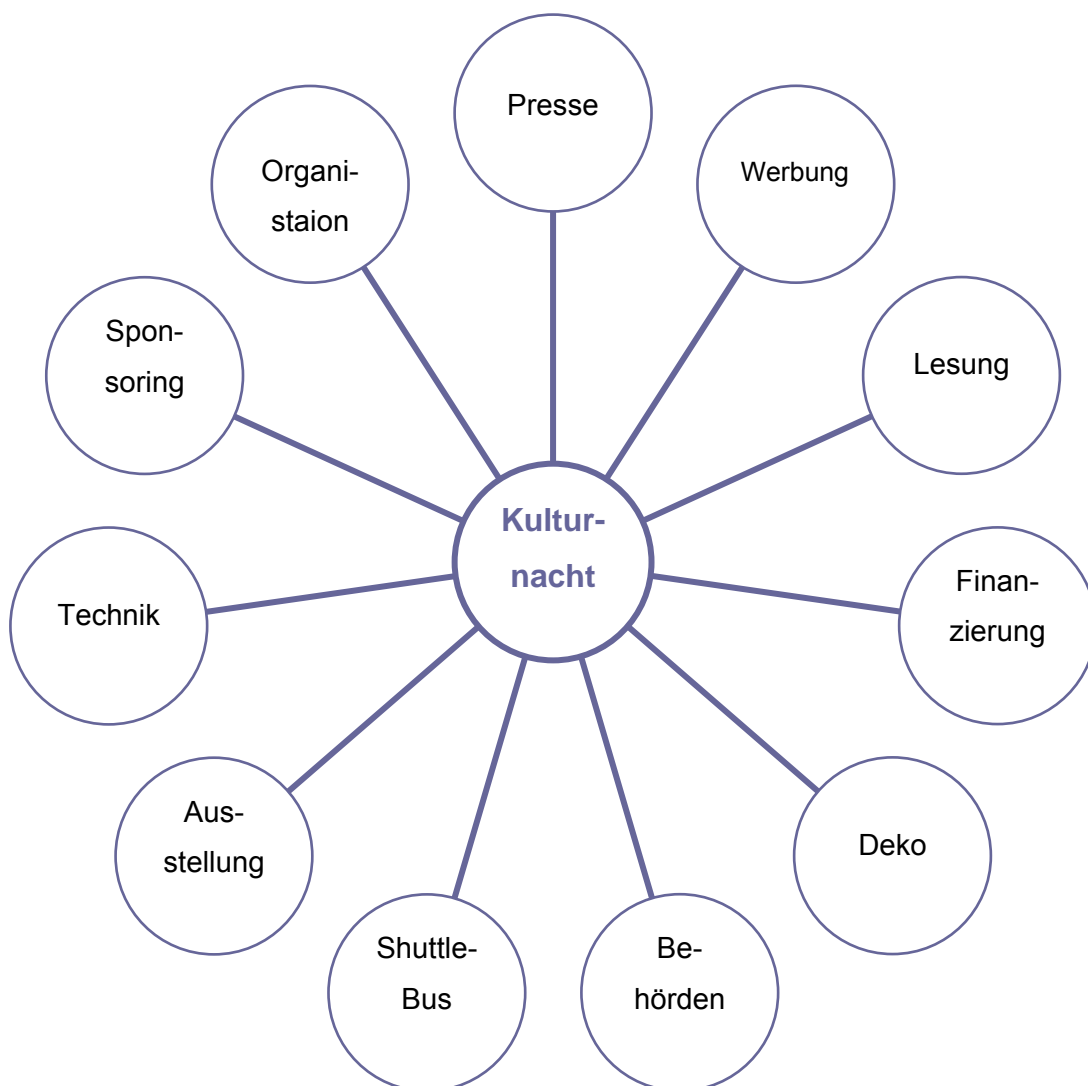
8.2 Der Projektstrukturplan

Mit zunehmender Größe eines Projektes wird auch die Projektstruktur immer komplexer. Dadurch kann es leicht passieren, dass man den Überblick darüber verliert, wie ein bestimmter Arbeitsschritt mit den anderen Projektteilen in Zusammenhang steht. Dieses Problem kann wiederum zu Abstimmungsproblemen zwischen den Aktivitäten führen.⁵³

Damit ein Projekt überhaupt sinnvoll geplant und realisiert werden kann, ist es vernünftig, es zu nächst gedanklich in mehrere Teilprojekte und diese wiederum in mehrere Teilaufgaben zu zerlegen. Für das folgende Projekt der „Kulturnacht“ könnte dies zunächst so aussehen:

Abb. 7: Projektstrukturplan „Kulturnacht“

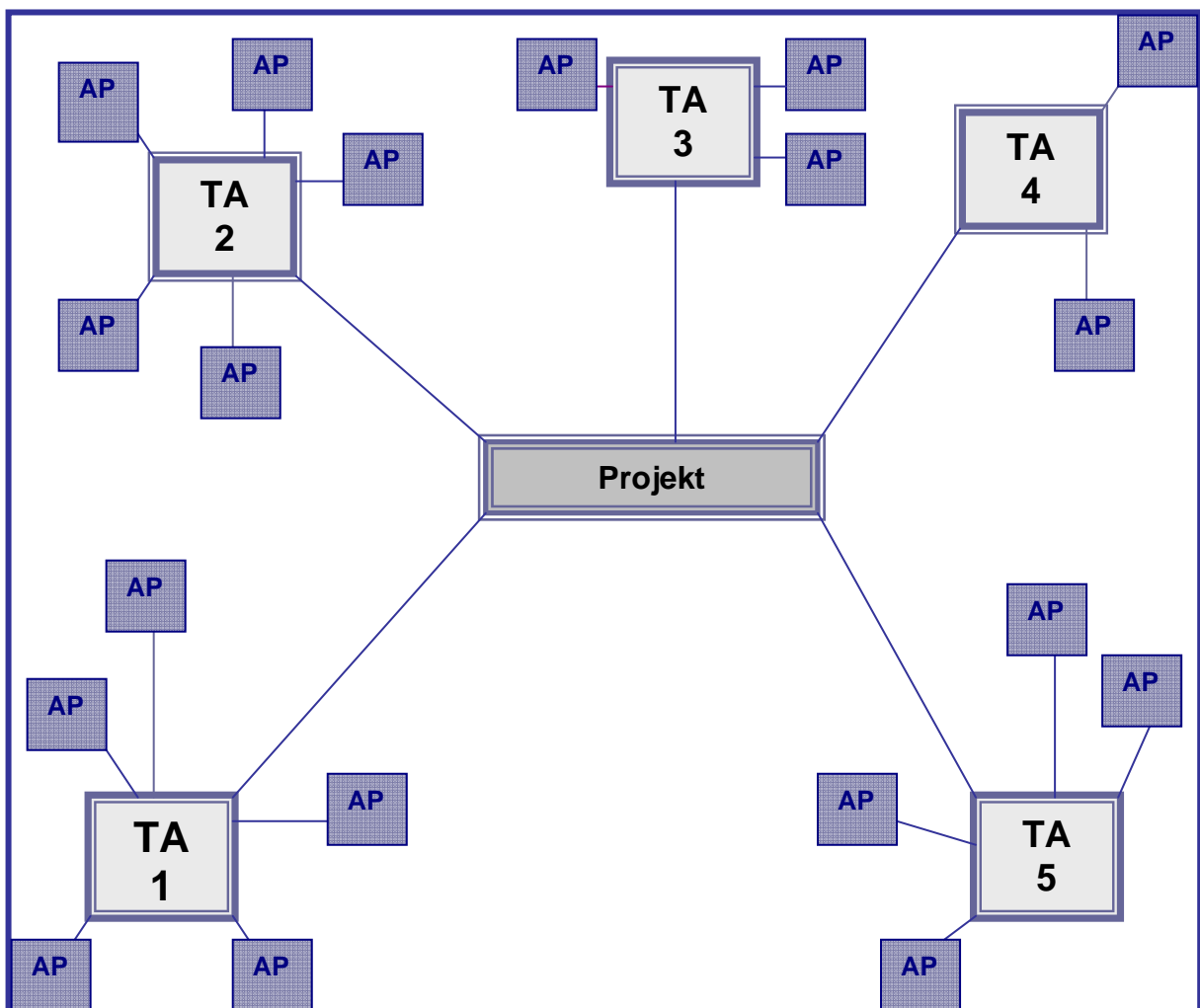
Quelle: Erstellt In Anlehnung an KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 87



⁵³ vgl.: PORTNY, Projektmanagement für Dummies, 2007, S. 102

Das Gesamtprojekt „Kulturnacht“ ist im ersten Schritt in weitere Teilprojekte (zum Beispiel: Ausstellung, Lesung, Werbung, Presse, Behörden, Dekoration, Technik, usw.) aufgegliedert worden. Da diese Gliederung immer noch sehr grob ist, bedarf es hier einer weiteren Differenzierung, beziehungsweise Aufgliederung. Zur Darstellung der inneren Struktur eines Projektes empfiehlt es sich deshalb, als erstes einen noch weiter differenzierten so genannten Projektplan zu erstellen. Die DIN Norm 69 901 definiert ihn als die „Darstellung der Projektstruktur“.

Abb. 8: Der Projektstrukturplan allgemein Dargestellt



Quelle: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S.88

Dieser Strukturplan ist ein sehr vereinfachter Strukturplan, da er sich auf insgesamt drei Ebenen in fünf weitere Teilaufgaben gliedert, auch die Zahl der Arbeitspakete ist sehr überschaubar.

Ebene 1: Das Gesamtprojekt („Kulturnacht“)

Ebene 2: Die verschiedenen Teilaufgaben (TA), (zum Beispiel: Werbung)

Ebene 3: Jedes Teilprojekt ist wiederum in einzelne Arbeitspakete (AP) untergliedert. So besteht Teilaufgabe 1, aus fünf weiteren Arbeitspaketen.

8.3 Grundregeln zu Erstellung eines Projektstrukturplans und Arbeitspaketen

Steht die Grundstruktur des Projekts, kann auf dieser Basis der Projektstrukturplan entwickelt werden. Dabei sollte diese Aufgabe besonders sorgfältig bearbeitet werden, denn ein Projektstrukturplan kann als das Herz eines Projektes verstanden werden. Ein lückenlos bearbeiteter Strukturplan ist somit ein Garant für das Gelingen eines Projekts. Damit die Erstellung eines Strukturplans auch besonders gut gelingt, sollten einige Grundregeln beachtet werden.

Grundregel (1)

Vom Groben ins Detail! Das Gesamtprojekt sollte zunächst in Teilaufgaben zerlegt werden. Möglicherweise müssen auch diese Teilaufgaben in weitere Teilaufgaben zerlegt werden (und diese wieder und wieder...). Diese ist Abhängig von der Komplexität eines Projekts.

Grundregel (2)

Am Ende jeder Verästelung steht ein Arbeitspaket (AP)⁵⁴, welches somit eine abschließende Handlung ist. Das heißt: Nach einem Arbeitspaket kann es keine Verästelung mehr geben.

Grundregel (3)

Für jedes Arbeitspaket muss ein Verantwortlicher gewählt werden, da ein Arbeitspaket von einem einzelnen, als auch von einer Gruppe bearbeitet werden kann. Aufgaben, die außerhalb an Dritte vergeben werden, müssen ebenfalls als AP definiert werden. AP müssen klar definiert sein, um die zeitliche Realisation so kurz wie möglich zu halten.

Grundregel (4)

Keine Zuordnung der zeitlichen Dimension! Beim Projektstrukturplan geht es ausschließlich um die Analyse und Darstellung eines Problems. Die zeitlichen Abläufe

⁵⁴ Nach DIN69 901: Teil des Projektes, der im Projektstrukturplan nicht weiter aufgegliedert ist und auf einer beliebigen Gliederungsebene liegen kann. Quelle: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 98

erstellt man in einer Ablaufplanung. Der Projektstrukturplan befasst sich ausschließlich mit der Frage: „Welche Aufgaben sind zu erledigen?“

Grundregel (5)

Im Projektstrukturplan werden keinerlei Ressourcen, weder Personen noch Kosten, zugeordnet.

Grundregel (6)

Hier werden keine Arbeitspakete verknüpft! Typisch hierfür ist der Gedanke: „Wen Herr Meier die Aufgabe Y übernimmt, dann kann er auch gleich Z mitmachen.“ Hier geht es lediglich darum, sich einen Überblick über die zu erledigen Aufgaben zu verschaffen, nicht darum die Arbeit zu verteilen!

Grundregel (7)

Alle Teilaufgaben sollen sinnvoll in Arbeitspakete formuliert werden, so dass sie sich mit einem bestimmten Tätigkeitswort verknüpfen lassen.

Nun liegt es am Projektmanager diese Grundregel zu verinnerlichen und einzuhalten und jeden Verstoß aufzuspüren und richtig zu stellen. Ist das Projekt durchstrukturiert, ist es ratsam die einzelnen Arbeitspakete in eine tabellarische Form zu bringen.

Tab. 2: Arbeitspaket: Pressemitteilung

Nr.	Arbeitspaket
1	Pressemitteilung schreiben
2	Pressemitteilungen vervielfältigen
3	Adressenliste erstellen (Presseverteiler)
4	Pressemitteilung versenden

Quelle: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 100

8.4 Definition von Arbeitspaketen

Wie fast überall im Projektmanagement gibt es auch für die Definition von Arbeitspaketen ein Paar grundsätzliche Faustregeln. Natürlich gilt auch hier, umso präziser die AP definiert werden, desto gründlicher können diese bearbeitet und auch abgearbeitet werden.

- es gibt nur einen Verantwortlichen pro Arbeitspaket
- Arbeitspakete dürfen sich nicht mit anderen Arbeitspaketen nicht überschneiden.
- Die Bearbeitung von Arbeitspaketen sollte nacheinander möglich sein.

- In jedem Arbeitspaket wird eine eindeutige Zielsetzung formuliert.
- Für jedes Arbeitspaket wird ein klar fixierter Zeitrahmen vorgegeben.
- Für jedes Arbeitspaket wird ein klar klarer Kostenrahmen vorgegeben.
- In jedem Arbeitspaket werden personelle und sächliche Ressourcen festgelegt.

Die folgende Tabelle zeigt ein Formularbeispiel für Arbeitspakete.⁵⁵

Tab. 3: Formularbeispiel Arbeitspaket

Arbeitspaket			
Bereich	Projekt-Bez./Kurztitel	Projekt-Nr.	
AP-Bezeichnung		AP-Nr.	
AP-Verantwortliche(r)		Datum	
Voraussetzung			
AP-Start		AP-Ende	
Ergebnisse			
Leistungsbeschreibung			
Projektleiter (in)			
Name	Datum	Unterschrift	
Anlagen	() Terminplan	() Kostenplan	() Sonstiges

Quelle: BEMMÉ, Projekt- und Veranstaltungsmanagement in Handbuch Kulturmanagement, 2005, S. 12 G 2.1

9. Wie organisiert man die Ablaufplanung?

- *Wer will was bis wann erledigt haben?* -

Bei Projektarbeiten gibt es immer eine feste Terminvorgabe. Dies kann unter Umständen leider die Reaktion hervorrufen, dass man viel zu wenig Zeit hat. Fast jedes Projektteam steht irgendwann innerhalb einer Projektphase, meist gegen Ende des Projektes, unter enormen Zeitdruck.⁵⁶ Auch wenn in der Theorie alles noch so gut vorbereitet und durchstrukturiert wurde, kann das Team während der Durchführung

⁵⁵vgl.: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S.100f

⁵⁶vgl.: PORTNY, Projektmanagement für Dummies, 2007, S. 113

in Zeitnot geraten. Dieses grundsätzliche Problem der Terminplanung liegt einfach in der Neuartigkeit des Projektes. Besonders neue und innovative Projekte tun sich schwer. Daher gilt es als unbedingtes „Muss“ der Projektleitung und auch des Teams „zu einem frühen Zeitpunkt Annahmen über zukünftige Zustände und deren zeitliche Abhängigkeiten zu treffen“.⁵⁷

Dieses kann in der Regel nicht immer so genau voraus gesagt werden, denn oftmals kann man nicht wissen, wie lange die Durchführung eines Arbeitspaketes dauern wird und ob es eventuell zu Komplikationen während der Durchführung kommen kann. Um diesem Problem zu entkommen, kommt es zum einen auf eine vorausschauende Ablaufplanung⁵⁸ an und zum anderen auf die Kalkulation von Sicherheitszuschlägen, denn irgendetwas kann immer einmal schief gehen. Und weil so oft etwas schief geht, ist die Einplanung von Unwägbarkeiten in der Terminplanung ein unbedingtes Erfordernis.⁵⁹

Eine Zeiteinschätzung im Projektmanagement sollte sich in der Regel zwischen den beiden folgenden Extremen befinden:

- Der Zeitbedarf wird zu groß eingeschätzt. Der Schätzer ist hier übervorsichtig und schafft große Freiräume, aufgrund der Komplexität des Projektes.
- Der Zeitbedarf wird zu gering geschätzt. Das Projektteam überschätzt sich. Die Komplexität des Projektes wird nicht erkannt und zusätzliche Arbeit wird nicht bedacht.

Die „Goldene Mitte“ ist hier der richtige Weg. Eine realistische Ablaufplanung geht weder zu verschwenderisch mit der Zeit um, noch überfordert sie das Team durch viel zu knapp bemessene Arbeitszeit.

⁵⁷ vgl.: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 151

⁵⁸ „Die Dokumentation der logischen und zeitlichen Planung und Durchführung einer Veranstaltung wird Ablaufplan genannt. Ein Ablaufplan kann als Checkliste oder auch als Balkendiagramm geführt werden. Bei der Veranstaltungsplanung wird im Ablaufplan festgelegt, welcher Arbeitsschritt von welchem Beteiligten zu einem festgelegten Zeitpunkt erfolgen muss. Während der Veranstaltung wird im Ablaufplan die Chronologie des Veranstaltungsprogramms verfolgt.“

⁵⁹ vgl.: PORTNY, Projektmanagement für Dummies, 2007, S. 113

9.1 Die Ablauforganisation

Im vorherigen Abschnitt wurde auf die Bedeutung der Ablaufplanung eingegangen. Des Weiteren wird in diesem Absatz die Ablauforganisation einmal näher betrachtet. Hier wird die Ablauforganisation als „die Organisation eines Produktionsprozesses unter zeitlichen und arbeitsorganisatorischen Gesichtspunkten definiert.“ Im Wesentlichen geht es um vier Steuerungshandlungen:

- die Gliederung eines Produktionsprozesses in einzelne und überschaubare Arbeitsschritte.
- die Abfolge der Arbeitsschritte in einem zeitlichen Rahmen und einer sinngemäßen Reihenfolge. (Terminiert bedeutet nach Anfangs- und Endzeitpunkten sowie Dauer der Arbeitspakete.)
- die zeitliche Verknüpfung der Arbeitspakete, soweit wie nötig.
- die Berücksichtigung der personellen und räumlichen Komponente.⁶⁰

9.2 Die Zeitplanung

- Vom Groben ins Feine -

Während sich die Aufbauorganisation mit Hilfe des Projektstrukturplans, der Ermittlung von Aufgaben, Arbeitspaketen und der Zuordnung dieser befasst, geht es nun bei der Ablaufplanung beziehungsweise der Zeitplanung um die Abarbeitung der Arbeitspakete in sinnvoller Reihenfolge. Dabei sollte die Zeitplanung folgende Ziele erfüllen:

- die Zeitplanung sollte Aussagen über den zeitlichen Verlauf des Projektes geben können.
- außerdem wird die Möglichkeit geboten, während des Projektverlaufs Soll-Ist-Vergleiche durchzuführen, um bei Abweichungen entsprechend reagieren zu können.

Die Ablaufplanung kann auch als Drehbuch verstanden werden, das die zeitlichen Dimensionen eines Projektes von Anfang bis Ende durchspielt.

Damit die Umsetzung eines Zeitplans auch tatsächlich gelingt, muss der Gesamtprozess in kleine, überschaubare Arbeitsschritte zerlegt werden. Das bedeutet auch im Zeitmanagement gilt die Grundregel, die bereits im Projektstrukturplan angewandt wird, „vom Groben ins Detail“.

⁶⁰ KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S.152

9.3 Der Phasenplan

Welche Aufgaben überhaupt zu erledigen sind, findet man im bereits erstellten Projektstrukturplan (siehe hierzu Kapitel I, Der Projektstrukturplan), auf den nun zurückgegriffen werden muss. Im nächsten Schritt wird dann eine grobe Zeiteinplanung vorgenommen, beziehungsweise eine Einteilung in Phasen. Im Mittelpunkt stehen dabei die Planungen für: Aktivitäten, Termine, Kapazitäten/ Bedarf, Mitarbeiter und Kosten.⁶¹ Der Phasenplan ist neben dem Projektstrukturplan das wichtigste Instrument der Grobplanung. Von diesen groben Rahmendaten werden nun weitere Zwischenschritte fixiert. Diese Fixierung der Zwischenschritte hängt zum einen von der inhaltlichen beziehungsweise organisatorischen Abhängigkeit der einzelnen Arbeitspakete ab, als auch von der zeitlichen Dauer eines Arbeitspaketes. Um die benötigte Zeit so exakt wie möglich zu schätzen, bieten sich vier Methoden an.

Methode 1

Zeitschätzung nach Analogie. Dabei wird auf ähnliche Projekte in der Vergangenheit zurückgegriffen. *Wie lange hat es beim letzten Mal gedauert?*

Methode 2

Schätzungen auf Grund von Erfahrungswerten. Hier kann entweder auf eigene Erfahrungen zurückgegriffen werden oder auf Kenntnisse von Kollegen und Fachleuten. *Wie lange hat es bei euch gedauert?*

Methode 3

Durchführung von Zeitkalkulationen auf der Basis von spezifischen Werten, die durch Nachkalkulationen gewonnen wurden. Oftmals wiederholen sich bestimmte Arbeitsvorgänge, wie beispielsweise ein Bühnenaufbau.

Methode 4

Lieferzeitangaben und Terminzusagen von Unterauftragnehmern. Bestimmte Aufgaben kann man nicht schätzen, wenn man sie nicht selbst erledigen kann wie zum Beispiel der Druck von Werbematerial in einer Druckerei.

Die Ziele der Feinplanung sind demnach:

- Festzustellen, wie lange das Projekt, beziehungsweise die Arbeitspakete dauern.
- Festzustellen, welche Termine besonders beachtet werden müssen.
- Festzustellen, wie sicher die Termine sind.
- Aufgaben zu definieren, um diese genau verteilen zu können.

⁶¹ vgl.: LITKE et al, Projektmanagement, 2007, S. 37 f

- Die Abhängigkeiten der Aufgaben untereinander zu ermitteln, um mögliche Engpässe rechtzeitig zu erkennen.
- Termine für die einzelnen Aufgaben zu definieren, um die benötigten Kapazitäten planen zu können.

Da die Feinplanung nicht nur das zukünftige Szenario des Projektablaufs aufzeigt, sondern auch zur Feinsteuerung im Vollzug dient, sollte die Terminplanung ständig aktualisiert werden.

9.4 Methoden der Ablaufplanung beziehungsweise Instrumente der Zeitplanung

Die Projektablaufplanung zielt nun darauf, Aussagen über den Zeitpunkt beziehungsweise Zeitraum der Durchführung jeder einzelnen Aufgabe graphisch darzustellen. In seiner einfachsten Form hat der Projektablaufplan auf der horizontalen Achse die Zeit und auf der vertikalen Achse die einzelnen Aufgaben aufgeführt.⁶² Das Instrument der Zeitplanung sollte nach dem Prinzip „so einfach wie möglich“ ausgewählt werden. Reicht eine einfache Checkliste aus, dann sollte diese auch verwendet werden. Ist das Projekt jedoch komplexer, sollte mindestens ein Balkendiagramm zu Rate gezogen werden. Im Folgenden werden eine Reihe von Methoden zur Zeitplanung vorgestellt.

9.4.1 Die Checkliste⁶³

Auch das „einfachste“ Instrument der Zeitplanung genannt. Der große Vorteil einer Checkliste ist, dass dabei nichts vergessen werden kann. Nach und nach werden die einzelnen Arbeitspakete abgearbeitet und anschließend abgehakt. In einer Checkliste für die Ablauforganisation werden alle Arbeitspakete einzeln aufgeführt, durchnummeriert, in ihrer zeitlichen Abfolge aufgelistet und anschließend vom geplanten Endtermin rückwärts terminiert. Eine Checkliste besteht so in der Regel aus fünf Spalten, Nummer der Arbeitspaketes, Name des Arbeitspaketes, Verantwortlicher,

⁶² <http://www.zingel.de/pdf/10proj.pdf>

⁶³ „Checklisten beschreiben den schrittweisen Ablauf eines Prozesses. Sie dienen der einheitlichen Durchführung von Arbeitsprozessen und der Einhaltung aller Arbeitsschritte. Die Arbeit mit Checklisten ist insbesondere bei größeren Veranstaltungsplanungen unerlässlich. Sie erleichtern systematisches und fehlerfreies Arbeiten. Der Umfang der Checklisten ist je nach Arbeitsprozess unterschiedlich. Es können einzelne Formulare bis hin zu einem gesamten Checklistenbuch entstehen. Das Checklistensystem ist ein elementarer Bereich des Qualitätsmanagements und Controllings.“ (HENTSCHEL, Lexikon Eventmanagement, 2004, S.62)

„zu erledigen bis“ und schließlich „erledigt“. Folgende Tabelle zeigt eine typische Checkliste für die Ablauforganisation.⁶⁴

Tab. 4: Checkliste „Pressemitteilung“

Nr.	Arbeitspaket	Verantwortliche/r	zu erledigen bis	erledigt
1	Konzept für Pressemitteilung	Frau Meier	25. Mai	
2	Pressemitteilung schreiben	Frau Meier	26. Mai	
3	Pressemitteilungen vervielfältigen	Herr Schultz	28. Mai	
4	Adressenliste erstellen	Herr Schultz	28. Mai	
5	Umschläge bekleben	Azubi Franke	28. Mai	
6	Umschläge frankieren	Azubi Franke	29. Mai	
7	Pressemitteilung eintüten	Azubi Franke	29. Mai	
8	Umschläge versenden	Herr Schultz	29. Mai	

Quelle: in Anlehnung an KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 158

9.4.2 Die Vorgangsliste

Die Checkliste ist ein sehr simples Instrument der Zeitplanung, doch leider besitzt sie jedoch zwei große Nachteile. Zum einen zeigt sie nur sehr vereinfachte logische Abhängigkeiten und zum anderen macht sie nicht deutlich, welche zeitlichen Konsequenzen sich aus der Verschiebung der einzelnen Arbeitspakete ergeben. Daher muss nun in einer weiteren Liste geklärt werden, welcher Arbeitsschritt abgeschlossen sein muss, damit der nächste Schritt nahtlos daran anschließen kann. Die zwei großen Vorteile dieser Analyse sind, dass festgestellt werden kann welche Arbeitspakete unbedingt termingerecht abgeschlossen sein müssen, damit nahtlos die nächsten folgen können und welche Arbeitspakete ebenfalls pünktlich abgeschlossen werden sollten, bei denen aber festgestellt werden kann, dass eine kleine Terminverspätung nicht gleich das ganze Projekt gefährdet.

Dazu wird die bisher aufgestellte Checkliste in eine Vorgangsliste transformiert.⁶⁵ Dabei wird der Vorgang als Arbeit verstanden, die erledigt werden muss, um in einem Projekt von einem Ergebnis zum nächsten zu gelangen.⁶⁶ Aber auch als „zeiterforderndes Geschehen mit definiertem Anfang und Ende.“⁶⁷ Die Differenz zwischen Anfang und Ende eines Vorgangs gibt die Dauer eines Vorgangs an. Diese Dauer

⁶⁴ KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 158

⁶⁵ vgl.: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 160

⁶⁶ vgl.: PORTNY, Projektmanagement für Dummies, 2007, S. 377

⁶⁷ KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 160

muss nun so exakt wie möglich berechnet werden. Sollte dies nicht möglich sein, tragen Schätzungen ebenfalls zum Ergebnis bei.

Neben diesen terminierten Anfangs- und Endpunkten sowie der Dauer eines Vorgangs sind weitere wichtige Elemente der Vorgangsliste die direkten Vorgänger und Nachfolger, denn erst diese zeigen die Abhängigkeiten in einem Projekt auf. Ein Beispiel wäre: Das Entwerfen des Werbematerials ist demnach der sachlogische Vorgänger, das Vervielfältigen der Werbeplakate somit der Nachfolger.

Tab. 5: Vorgangsliste Pressemitteilung

Nr.	Arbeitspaket	Dauer in Stunden	Vorgänger	Nachfolger
1	Konzept für Pressemitteilung	4	0	2,4
2	Pressemitteilung schreiben	4	1	3
3	Pressemitteilungen vervielfältigen	1	2	6
4	Adressenliste erstellen	3	1	5,6,7,8
5	Umschläge bekleben	2	4	6
6	Umschläge frankieren	1	5	7,8
7	Pressemitteilung eintüten	3	6	8
8	Umschläge versenden	1	7	0

Quelle: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 161

9.4.3 Das Balkendiagramm⁶⁸

Das Balkendiagramm ist eine weitere, einfache und recht verbreitete Methode der Terminplanung. Dabei werden auf einer Zeitachse die einzelnen Aktivitäten mit ihren Anfangs- und Endterminen in Balkenform eingetragen.⁶⁹ Das Balkendiagramm zählt neben der Netzplantechnik zu den bekanntesten Grafiken des Projektmanagements. Es visualisiert die Ablaufstruktur der Vorgänge und ist somit die zeitlich normierte, der Netzplan die logisch strukturierte Darstellung des Projektablaufs.⁷⁰

⁶⁸ Das Balkendiagramm gehört neben dem Netzplan und dem Projektstrukturplan zu den meistverwendeten Grafiken im Projektmanagement. Abläufe, Aufgaben und Vorgänge werden visualisiert. Unter einer Zeitlinie als horizontale Balken gezeichnet und durch Beziehungen verknüpft gibt das Balkendiagramm somit den zeitlichen Ablauf von Vorgang wieder. Computersoftware, die auf Projektmanagement spezialisiert ist, verwendet meist das Balkendiagramm. Im Gegensatz zur Netzplanerstellung ist das Balkendiagramm nicht nach DIN genormt. (HENSTCHEL, Lexikon Eventmanagement, 2004, S.40 f)

⁶⁹ vgl.: LITKE, Projektmanagement, 2007, S. 51

⁷⁰ vgl.: <http://www.projektmagazin.de/glossar/gl0046.html?pmSession=049ea4cfee6eec728b46c132d5> f1755d

Die erstellte Vorgangsliste kann nun in ein Balkendiagramm umgesetzt werden, das visuell die Vorgänge und ihre Abhängigkeiten voneinander darstellt. Das Balkendiagramm hat zwei Achsen.

senkrecht: Hier werden zunächst die zu erledigen Vorgänge aufgeführt.
Dazu dient die erstellte Vortragsliste.

waagrecht: Hier wird die benötigte Dauer des Vorganges eingetragen.

Tab. 6: Das Balkendiagramm

		Stunden														
Vorgang		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	Konzept	■	■	■	■											
2	Schreiben					■	■	■	■							
3	Vervielfältigen									■						
4	Adressen					■	■	■								
5	Umschläge bekleben								■	■						
6	Umschläge frankieren										■					
7	Eintüten											■	■	■		
8	Versenden														■	

Quelle: in Anlehnung an KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 162

Dieses Balkendiagramm zeigt auf anschauliche Weise die Ablauforganisation der einzelnen Teilaufgaben der „Pressemitteilung“. In der Regel werden solche Balkendiagramme aufgestellt, wenn es darum geht, einen komplexen Projektstrukturplan insgesamt in Teilaufgaben aufzulösen und diese Teilaufgaben wiederum in Arbeitspakete. Dieses Diagramm zeigt deutlich die zeitliche Abhängigkeit der einzelnen Arbeitspakete und was geschieht, wenn Termine nicht eingehalten werden.

9.4.4 Die Meilensteinplanung⁷¹

Meilensteine sind Zwischenergebnisse, die an wichtigen Abschnitten des Projekts erzielt werden müssen, damit das Projekt in die nächste Phase treten kann. Jeder Meilenstein definiert demnach ein in sich geschlossenes Arbeitsergebnis. Ein Meilenstein bildet den Abschluss einer Phase und ist somit das Phasenprodukt. An einem Meilenstein kontrollieren der/die Verantwortliche das bisherige Ergebnis. Erst wenn das Phasenprodukt dieser Überprüfung standgehalten hat, wird die nächste Phase genehmigt. An einem Meilenstein kann sich sogar entscheiden, ob das Projekt abgebrochen werden muss.⁷²

In diesem Fall ergeben sich die Meilensteine nicht aus der inneren Logik des Projektablaufs, sondern werden von der Projektleitung von außen gesetzt, um gezielte Soll-Ist-Vergleiche anstellen zu können. Dieser Vorgang dient zur Wahrung des Gesamtüberblickes und macht das Projekt steuerbar. An unserem Beispiel verdeutlicht wird dem/die Verantwortliche/n die Frage interessieren, ob die Pressemitteilung zum vorgesehenen Zeitpunkt versandt worden ist oder nicht? Der/ Die Verantwortliche wird sich demnach ausschließlich den Meilenstein: „Versand der Pressemitteilung termingerecht erfolgt: ja/ nein?“ in den Zeitplan eintragen. Meilensteine dienen somit zur besseren Strukturierung des Arbeitsablaufs, unterstützen die Dokumentation von Zwischenergebnissen und dienen zur Selbstkontrolle des Projektes.

9.4.5 Die Netzplantechnik⁷³

Die Netzplantechnik ist neben der Checkliste, dem Balkendiagramm und der Meilensteinplanung, das komplexeste Instrument der Ablaufplanung. Die Definition (siehe Fußnote) weist bereits auf den hohen Komplexitätsgrad dieses Verfahrens hin, aus diesem Grund wird die Netzplantechnik erst ab mindestens 30 Vorgängen empfohlen.

In diesem Verfahren werden alle Teilaufgaben eines Projektes mit einem Netzplan grafisch dargestellt, damit schließt der Netzplan an den Projektstrukturplan an. Dabei

⁷¹ Nach DIN 69900-1 werden Meilensteine als „Ereignis besonderer Bedeutung“ bezeichnet. Der PMBOK® Guide 2004 ergänzt dieses um, „die Fertigstellung eines bedeutenden Projektergebnisses“. (<http://www.projektmagazin.de>)

⁷² vgl.: LITKE, Projektmanagement, 2007, S. 38 f

⁷³ Nach DIN 69 900 wird die Netzplantechnik wie folgt definiert: „alle Verfahren zur Analyse, Beschreibung, Planung, Steuerung, Überwachung von Abläufen auf der Grundlage der Graphentheorie, wobei Zeit, Kosten, Ersatzmittel und weitere Einflussgrößen berücksichtigt werden müssen.“

werden hier auch verrichtungs-, objekt- und zeitorientierte Abhängigkeiten aufgezeigt und ausgewertet. Dazu sind zwei Voraussetzungen nötig:

1. Die Ermittlung aller auszuführenden Vorgänge
2. Die Ermittlung der Beziehungen zwischen den Vorgängen, also die Feststellung der Anordnungsbeziehungen.

So beginnt die Netzplantechnik, wie auch beim Balkendiagramm, mit einer detaillierten Aufstellung aller Vorgänge und der Fixierung der Dauer eines jeden einzelnen Vorgangs. Die Vorgänge und deren Dauer werden dann in eine Vorgangsliste eingetragen und zu jedem Vorgang die Vorgänger und Nachfolger bestimmt. In einem weiteren Schritt wird dann die Struktur des Plans entworfen. Das bedeutet, dass die Vorgänge in eine graphische Darstellung übertragen werden, wie sich dies aus den Zuordnungen von Vorgängern und Nachfolgern ergibt. Anschließend wird für jeden Vorgang ein Netzplan- Knoten erarbeitet, der folgende Informationen enthält:

- die laufende Nummer des jeweiligen Knotens
- eine Kurzbezeichnung des jeweiligen Vorgangs
- die Dauer
- der frühest mögliche Anfang (FA)
- das frühest mögliche Ende (FE)
- der spätest mögliche Anfang (SA)
- das spätest mögliche Ende (SE)
- die sich ergebende Pufferzeit

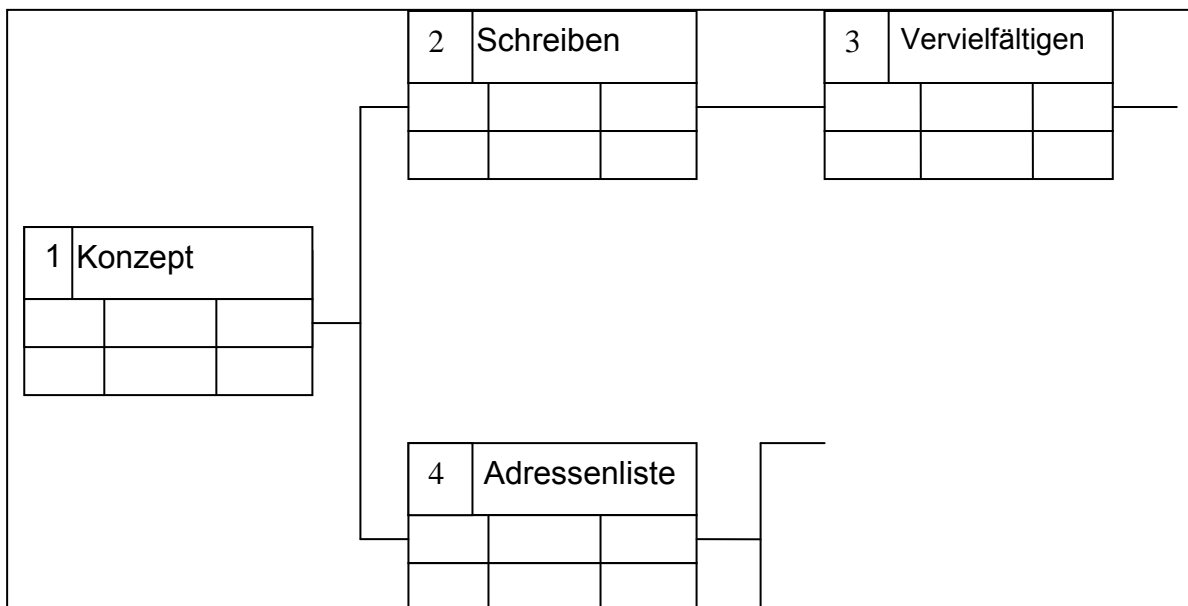
Tab. 7: Netzplanknoten

Laufende Nummer	Bezeichnung	
Frühest möglicher Anfangszeitpunkt	Dauer	frühest möglicher Zeitpunkt
Spätest möglicher Zeitpunkt	Pufferzeit	spätest möglicher Zeitpunkt

Quelle: in Anlehnung an KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 168

Sind die Netzplanknoten erstellt, werden diese nun in ihrer logischen Abhängigkeit hintereinander geschaltet.

Abb. 9: Darstellung Netzplananfang



Quelle: in Anlehnung an KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 169

Ist der Netzplan erstellt, beginnen jetzt die einzelnen Berechnungsschritte:

Schritt 1:

Die Vorgangsrechnung. Hier wird für alle Vorgänge der frühest mögliche Anfang sowie das frühest mögliche Ende ermittelt [$FA + D = FE$]. Aus dieser Rechnung ergibt sich die Gesamtdauer des Projekts.

Schritt 2:

Die Rückwärtsrechnung: Analog zu Schritt 1, wird der spätest mögliche Anfang und das spätest mögliche Ende errechnet [$SE - D = SA$]

Schritt 3:

Anschließend werden jetzt in jedem einzelnen Knoten der frühest mögliche Anfang und der spätest mögliche Anfang gegenübergestellt. Aus dieser Differenz [$FA - SA = P$] ergibt sich die Pufferzeit⁷⁴.

Schritt 4:

Anschließend werden alle Knoten ohne Pufferzeit [$P = 0$] miteinander verbunden. Diese Vorgänge haben keine Zeitreserven und werden somit als kritische Vorgänge bezeichnet. Auf diese Vorgänge muss besonders geachtet werden.

Schritt 5:

Andererseits zeigt der Netzplan auch Zeitreserven auf. Hier führt eine Verspätung nicht unmittelbar zu einer Verzögerung des Gesamtprojekts.⁷⁵

Die Verwendung einer Netzplantechnik sollte in jedem Fall gut durchdacht werden, da sie gerade für kleinere Projekte sehr komplex erscheint.

10. Ressourcen planen und das Budget entwickeln

Für Projekte von öffentlichen Einrichtungen, beziehungsweise für öffentlich geförderte Kulturprojekte, wird in der Regel ein bestimmter Kostenrahmen vorgegeben, indem sich das Projekt bewegen darf. Zu bedenken ist hier, dass das Projektbudget nur die Mittel abdeckt, die im Rahmen des Projektes anfallen, und nicht die Mittel, die der nach Projektabschluss in die Nutzung übergehende Gegenstand des Projektes noch benötigt.⁷⁶

10.1 Top - Down vs. Bottom-Up-Planung

Neben dem Zeitmanagement ist es die Kostenplanung, der ebenfalls höchste Priorität bei Planung von Projekten entgegengebracht werden sollte. Hierbei ist es sekundär, ob es sich um ein kommerzielles oder ein öffentlich gefördertes Kulturprojekt handelt. Bei beiden Projektalternativen beinhaltet es die Einhaltung und die Berücksichtigung

⁷⁴vgl.: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 169

„Ist die Zeit, um die ein Vorgang terminlich verschoben werden darf, ohne dass die dies zeitliche Folgen für die Einhaltung des Endtermins des gesamten Projekts hätte.“

⁷⁵ vgl.: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 167 ff

⁷⁶ vgl.: EWERT et al, Handbuch Projektmanagement Öffentlicher Dienst, 2005, S. 16

sichtigung eines festen Budgets, welches vom Auftraggeber im Vorfeld fixiert wurde. Bei der Planung und Durchführung jeglicher Art von Projekten steht die Erzielung eines bestimmten maximalen Gewinns oder mindestens der Vermeidung von vorhersehbaren Verlusten in der Zielhierarchie ganz oben.

Fehlende Professionalität in der Kostenplanung und die damit einhergehenden Unannehmlichkeiten für den Auftraggeber und den Projektleiter sind in der heutigen Praxis leider häufig zu beobachten. Um Kosten in einem Projekt professionell planen zu können und somit einen gewissen Kompetenzgewinn bei den Auftraggebern zu generieren hilft eine adäquate Kostenplanung. Im Zuge einer professionellen Kostenplanung empfiehlt sich das Top Down und das Bottom Up Prinzip. Ziel hierbei ist es den zu erwartenden Einnahmen die zu erwartenden Ausgaben gegenüber zu stellen, um eine Effektivität bzw. eine Wirtschaftlichkeit des Projektes zu ermitteln.

Zu den Einnahmen von Projekten gehören Kostenstellen wie Eintrittsgelder, Sponsorenzuschüsse, Spendengelder, Katalogverkäufe oder Zuschüsse des Landes bzw. der europäischen Union. Der Projektstrukturplan enthält auch einen Kostenblock. Hierzu gehören z. B. Personalkosten, Miete von Räumen oder Bühnen bis hin zu Werbeausgaben.

Die Top - Down (von „oben“ nach „unten“) Planung werden alle zu erwartenden Einnahmen aufgelistet und miteinander addiert. Die zu erwartenden Ausgaben werden nach dem Bottom - Up (von „unten“ nach „oben“) Prinzip verrechnet. Wichtig ist hierbei das ein mögliches Einnahmen Defizit durch städtische oder staatliche Mittel ausgeglichen wird. Diese Fördermittel müssen bei der Top - Down - Planung berücksichtigt werden. Weiterhin wird eine professionelle Kostenplanung deutlich, wenn bei den zu erwartenden Aufwendungen ein Risikoschlag von ca. 10 % veranschlagt wird, um ein gewissen Handlungsspielraum in der Planung des Projektes zu bekommen.

Tritt der Fall auf, dass dem Projektleiter keine Erfahrungswerte zur Einnahmenstruktur zur Verfügung stehen, ist eine entsprechende Projektskizze nötig. In dieser Projektskizze werden gemäß dem Bottom - Up Prinzip alle potentiellen Kosten der Arbeitspakete kalkuliert und dem Auftraggeber präsentiert. Sollten diese Kosten zu hoch sein, gibt es für den Projektleiter die Alternative eine preiswertere Variante zu kalkulieren, so lange bis der Auftraggeber mit den Kosten übereinstimmt.

Somit wurde deutlich, das die Kostenplanung ein wesentliches Instrument bei der Definition von Projekten darstellt. Die antizipierte Kostenstruktur entscheidet meis-

tens über Realisierung oder Ablehnung eines Projektes. Weiterhin ist es empfehlenswert die zu erwartenden Kostenblöcke offen dem Auftraggeber zu kommunizieren, denn wer aus Angst vor einer eventuellen Absage durch den Auftraggeber die entstehende Kosten bewusst zu niedrig hält und kalkuliert, um den Zuschlag für das Projekt zu bekommen, wird früher oder später an seine Grenzen stoßen.⁷⁷

⁷⁷ vgl.: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S.173 ff

„Der visionelle Überschuss ist eine reiche Quelle für Innovationen. Gefunden wird nämlich nur das, was vorher erträumt, erdacht und durchgespielt wurde.“

Gertrud Höhler, deutsche Managementberaterin und Autorin, geb. 1941

Kapitel II

Konzeptstudie zur Entwicklung einer literarisch- kulturellen Veranstaltung der Stadtbibliothek Waldmühle in Soltau.

1. Die Bibliothek Waldmühle

1.1 Nutzer der Bibliothek

1.2 Mediennutzung

1.3 Personal

1.4 Internet-Service

1.5 Bibliotheksprofil

1.6 Veranstaltungen und Ausstellungen für Erwachsene

1.7 Leseförderung und Veranstaltungen für Kinder- und Jugendliche

1.8 Ziele der Bibliothek

2. Warum Projektarbeit?

2.1 Die Zielanalyse

3. Die Ideenskizze

3.1 Andere Orte

3.2 Andere Zeiten

3.4 Andere Formen

4. Das Veranstaltungskonzept

4.1 Station 1 - Die Bibliothek

4.2 Station 2 – Die Alte Reithalle

4.3 Station 3 – Die Hauptschule Soltau

4.3 Station 3 – Die Hauptschule Soltau

4.4 Station 4 – Das Gymnasium Soltau

- 4.5 Station 5 – Das Brauhaus
- 4.6 Station 6 – Comedy / Improvisationstheater im Park
- 4.7 Station 7 - Die Alte Villa im Park
- 4.8 Station 8 - Das Museum Soltau
- 4.9 Station 9 - Die Soltauer Ateliers
- 4.10 Station 10 - Das Abschlussfest
- 4.11 Der Zeitpunkt

5. Station 1- Die Veranstaltungskonzeption zur Planung der Autorenlesung

- 5.1 Welche Autoren kommen in die Auswahl?**
- 5.2 Der Autorenkontakt**
 - 5.2.1 Der Verlagskontakt
 - 5.2.2 Der Direktkontakt
 - 5.2.3 Literaturverbände und Literaturhäuser
 - 5.2.4 Messen und Kulturbörsen
- 5.3 Vertragliche Vereinbarungen**
 - 5.3.1 Erläuterung einzelner Vertragsbestandteile
 - 5.3.1.1 Vertragspartner
 - 5.3.1.2 Pflichten des Künstlers
 - 5.3.1.3 Pflichten des Veranstalters
 - 5.3.1.4 Gagen und Honorare
 - 5.3.1.5 Kosten
 - 5.3.1.6 Bühnenanweisung
 - 5.3.1.7 Leistungsstörungen
 - 5.3.1.7 Kündigung
 - 5.3.1.8 Die Künstlerunterbringung
- 5.4 Kosten und Finanzierung der Autorenlesung**
- 5.5 Zur Besteuerung
- 5.5 Autoren
- 5.6 Persönlichkeiten der Stadt
- 5.7 Ausstellungsliteratur

6. Station 2- Die Veranstaltungskonzeption zur Planung der Kunstaussstellung in der Alten Reithalle

6.1 Künstler

7. Station 3- Die Veranstaltungskonzeption zur Planung des Programmpunktes „Variété in der Hauptschule“

8. Station 4- Die Veranstaltungskonzeption zur Planung des Programmpunktes „Kunst im Gymnasium“

9. Station 5- Die Veranstaltungskonzeption zur Planung des Programmpunktes „Kochshow im Brauhaus Joh. Albrecht“

10. Station 6- Die Veranstaltungskonzeption zur Planung des Programm-punktes „Comedy im Park“

10.1 Theatergruppen, Comedians und Improvisationskünstler

11. Station 7- Die Veranstaltungskonzeption zur Planung des Programm-punktes „Die Alte Villa im Park“

11.1 Fotografen

12. Station 8- Die Veranstaltungskonzeption zur Planung des Programmpunktes „Regionale Ausstellung im Museum Soltau“

13. Station 9- Die Veranstaltungskonzeption zur Planung des Programmpunktes „ Offene(s) Atelier(e)“

14. Station 10- Die Veranstaltungskonzeption zur Planung des Programm-punktes „Musik im Park“

14.1 Musik

1. Die Bibliothek Waldmühle

- Ein Kultur- und Kommunikationszentrum der Stadt Soltau -

Im Jahr 1977 stellten sich die Stadt und der Landkreis Soltau Fallingb. den Anforderungen an ein modernes Bibliothekssystem und errichteten die Bücherei Waldmühle als Stadt- und Kreisbücherei für den gesamten Heidekreis. Mit dem Neu- und Umbau der alten Soltauer Wassermühle entstand nicht nur ein Bibliothekgebäude, sondern ein kulturelles Kommunikationszentrum. Die Bibliothek, die zwischen Schulzentrum und Innenstadt liegt, wird als das Informations-Kultur- und Bildungszentrum der Stadt Soltau bezeichnet und wird seit 1994 allein von der Stadt als Stadtbibliothek unterhalten. Überregionale Bedeutung erlangte die Bibliothek durch den „Ersten Soltauer Autorenkreis“, der 1978 von der Waldmühle initiiert wurde. Mittlerweile leistet die Bibliothek Waldmühle mit ihrem breiten, kundenorientierten Medien- und Veranstaltungsangebot einen wesentlichen Beitrag zur kulturellen Grundversorgung der Stadt.

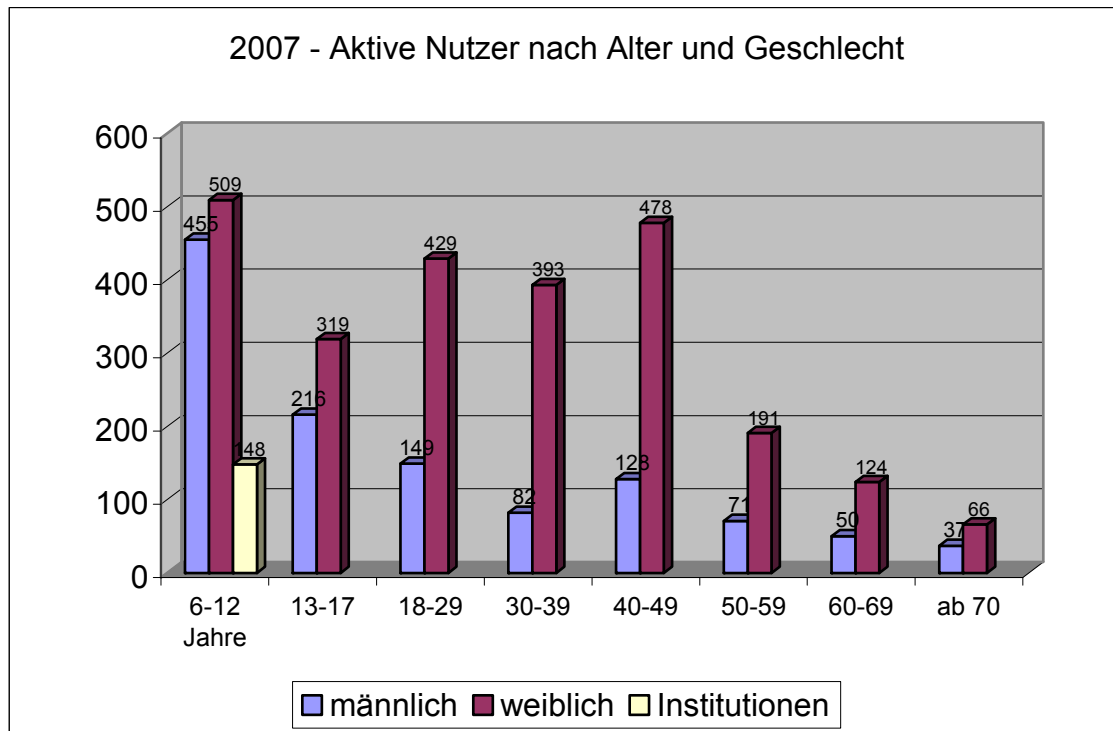
Die Bibliothek Waldmühle bietet als städtisches Informationszentrum freien Zugang zu Informationen aller Art und mit rund 35.000 Medien ein breites Angebot für Aus- und Weiterbildung, Freizeit und Unterhaltung. Die Bibliothek versteht sich als zentralen Ort der Bildung und des Lernens, welcher durch ein umfangreiches Angebot zur Leseförderung unterstützt wird. Als Kultur- und Kommunikationszentrum der Stadt ist die Waldmühle nicht nur ein Veranstaltungsort für öffentliche Veranstaltungen der Bibliothek, sondern auch vieler anderer Organisationen. Mit einem breiten, kundenorientierten Medien- und Veranstaltungsangebot und als Ort der Kommunikation leistet die Bibliothek ihren Beitrag zur kulturellen Grundversorgung der Stadt und verzeichnet seit Jahren eine starke Nutzung. Im Jahr 2007 wurde die Bibliothek von 100.000 Nutzern während der regulären Öffnungszeiten besucht.

1.1 Nutzer der Bibliothek

Im Jahr 2007 verzeichnete die Bibliothek 3.804 aktive Leser. Mit einem Anteil der Entleiher an den Gesamteinwohnern von 17% liegt die Waldmühle weit über dem Durchschnitt im Regierungsbezirk von 10%. Da Kinder erst einen eigenen Bibliotheksausweis mit sechs Jahren erhalten und die Waldmühle 148 Institutionen wie Schulen, Kindergärten und ähnliche Einrichtungen als Leser verzeichnet, liegt

die Zahl der tatsächlich erreichten Nutzer sehr viel höher. Insgesamt meldeten sich im vergangenen Jahr 975 Leser neu an.

Abb. 10: Aktive Bibliotheksnutzer nach Alter und Geschlecht im Jahr 2007



Quelle: Erstellt in Anlehnung an den Jahresbericht der Bibliothek Waldmühle von 2007

1.2 Mediennutzung

Die Anzahl der Medien der Bibliothek bleibt seit Jahren etwa konstant, da die starke Nutzung des Angebotes auch einen hohen Verschleiß der Medien bedingt und die Attraktivität der Bibliothek von der ständigen Aktualisierung des Medienangebotes abhängt. Im Jahr 2007 wurden mehr als 200.000 Entleihungen in der Bibliothek erzielt. Mit einer Gesamtausleihe von 205.310 Medien steigt die Mediennutzung der Waldmühle kontinuierlich an und erreicht einen Umsatz aller Medien von 5,8 und liegt damit weit über dem Durchschnittswert im Regierungsbezirk von 2,9. Dabei erreichen die Non-Book-Medien mit einem Anteil von 18% am Gesamtbestand, 41% der Gesamtentleihungen und bestätigen damit die Bibliothek in ihrem Ziel, Orientierung in der Medienvielfalt zu vermitteln. Im vergangenen Jahr wurden im Rahmen des Deutschen Leihverkehrs 1.500 Bestellungen bearbeitet. Neben den überwie-

gend wissenschaftlich arbeitenden Fernleihkunden hat die Bibliothek auch die Hausarbeiten des Allgemeinen Gymnasiums und des Wirtschafts-Gymnasiums Soltaus mit ihrem Fernleihangebot unterstützt.

1.3 Personal

Zurzeit sind fünf Personalstellen mit zwei Vollzeitkräften und sechs Teilzeitkräften belegt. Weiterhin bildet die Bibliothek zwei Auszubildende zur „Fachangestellten für Medien- und Informationsdienste, Fachrichtung Bibliothek“ aus und beschäftigt eine Mitarbeiterin in Teilzeit in einer Maßnahme zur Wiedereingliederung in die Arbeit.

1.4 Internet-Service

Die Bibliothek Waldmühle verfügt über einen Internet-Katalog, der im vergangenen Jahr von 11.153 Besuchern zur Recherche, Vormerkung und zur Verlängerung der Leihfrist genutzt wurde. Die in die Homepage der Stadt Soltau integrierte Bibliotheksseite wurde im Jahr 2007 von 6.353 Besuchern, die sich über Angebote, Serviceleistungen und Veranstaltungen der Bibliothek informierten, aufgerufen.

1.5 Bibliotheksprofil

Von Juni 2006 bis März 2007 hat die Bibliothek Waldmühle am Projekt „Bibliotheksprofil in der Kommune“ teilgenommen, das die Büchereizentrale Lüneburg in Zusammenarbeit mit dem Praxisinstitut Bremen und dem Sozialwissenschaftler Meinhard Motzko erstmals in Niedersachsen anbot. Nach der Analyse der Einwohnerdaten sowie des kulturellen und sozialen Umfeldes der eigenen Gemeinde ist ein Profil erarbeitet worden, um zielgerichtete Angebote für die Bevölkerung und ein Konzept für die zukünftige Bibliotheksarbeit zu erstellen.⁷⁸

⁷⁸ vgl.: Jahresbericht der Bibliothek Waldmühle, 2007

1.6 Veranstaltungen und Ausstellungen für Erwachsene

Leseförderung und aktive Literaturvermittlung zählen nach wie vor zu den wichtigen Aufgaben der Bibliothek Waldmühle. Veranstaltungen in der Bibliothek lockern den Bibliotheksalltag auf und verleihen der Bibliothek das Profil einer lebendigen Kultureinrichtung. Durch verschiedene Veranstaltungen entwickelte sich die Waldmühle zu einem facettenreichen, kulturellen Treffpunkt. Dabei spielen Autorenlesungen eine wesentliche Rolle. Lesungen bieten den Besuchern der Waldmühle die Gelegenheit, Schriftsteller kennen zu lernen und erlauben Kontakte zwischen Autor und Leser. Mit Dichterlesungen, Vortragsreihen und Konzerten konnte die Bibliothek auch Besucher außerhalb des Stadtgebietes für ihre Veranstaltungsarbeit gewinnen.⁷⁹

Veranstaltungen und Ausstellungen für Erwachsene in 2007

Januar	„Bücher zu Kilopreisen“ Soltauer Büchermarkt
Februar	„Gegen Gewalt in Paarbeziehungen“ Ausstellung in Zusammenarbeit mit dem Kreispräventionsrat
April	Kinderarbeiten des Sprachheilkindergartens. Ausstellung der Lebenshilfe
Mai	Andree Hesse. Autorenlesung in der Reihe „Autoren erleben“.
Juli	Dr. Rudolf Sanders: „Von Krieg und Frieden in der Familie“
Juli	Franziska Geier: Naturerscheinungen: Ausstellung.
September	Rainer Rudloff: Autorenlesung in der Reihe „Autoren erleben“
Oktober	„30 Jahre Bibliothek Waldmühle“ Eine Woche lang Jubiläumsangebote für kleine und große Bürger.
November	Helga Habsch präsentiert die Herbst-Neuerscheinungen 2007
November	Hermann Hesse-Streiflichter. Ausstellung der Radierung von Bernd Lehmann.
Dezember	Hans-Burkhard Sumowski. Autorenlesung in der Reihe „Autoren erleben“.

⁷⁹ vgl.: <http://www.lfs.bsb-muenchen.de/Informationen/lesefoerderung/lesungen.htm>

1.7 Leseförderung und Veranstaltungen für Kinder- und Jugendliche

Persönliche Kontakte zwischen Autor und Leser machen insbesondere für Kinder und Jugendliche den Zugang zur Literatur zum Erlebnis, haben prägende Wirkung und sind wichtig für den Erhalt der Lesekompetenz. Viele Kinder nutzen die Medien der Bibliothek nach einer Autorenveranstaltung häufiger oder auch zum ersten Mal. Infolge der veränderten Wahrnehmungsgewohnheiten der Leser sind allerdings neue Ansätze der Leseförderung und Literaturvermittlung notwendig. Kinder lieben Aktionen und sind begeistert, wenn eine Autorenlesung z.B. im Rahmen einer Mit-Mach-Aktion stattfindet. Bei Autorenlesungen für Kinder und Jugendliche bietet sich die Zusammenarbeit mit Schulen an, da die Kinder so motivierter sind zu einer Veranstaltung zu kommen.

Veranstaltungen und Ausstellungen für Kinder in 2007

Von Januar bis Dezember	Bei uns ist was los! Veranstaltungsprogramm der Bibliothek für Kinder mit monatlichem Bilderbuchkino.
Von Januar bis Dezember	Bibliotheksführungen für Kindergärten und Schulen.
Von Januar Dezember	Leseclub. Monatlicher Vorlesetreff für Kinder von 6 – 9 bis Jahren.
Februar/ tober	Komm spiel mit uns. Förderung durch gemeinsames Ok- Spiel. Eine Veranstaltung mit der Heilpädagogischen Frühförderung der Lebenshilfe Soltau.
Februar/ vember	Internet Führerschein. In Zusammenarbeit mit der No- Volkshochschule Heidekreis werden Grundlagen zum Thema Internet für Kinder von 10 – 13 Jahren vermittelt.
April	Anette Langen. Autorenlesung in der Reihe „Autoren erleben“, Begleitung durch den Showpalast der Hauptschule.

Mai	„Entdecke Europa“. Sabine Bulthaupt liest im Rahmen der Lesereise des Europäischen Informationszentrums.
Mai	Spielespass mit großen Spielen aus dem Spielzeugmuseum.
Juni	Kinderfest der Stadtjugendpflege.
Juni	Klaus-Peter Wolf. Autorenlesung in der Reihe „Autoren erleben“.
Juli/August	Sommer Leseclub. Lesespaß in den Ferien für junge Leser ab Klasse 5.
August	„Ein Schaf fürs Leben“ Jugendtheater.
August	Ein Leseausweis für die Schultüte
September	Rainer Rudloff: Von Trollungeheuern und Zwergenmut. Autorenlesung in der Reihe „Autoren erleben“.
Oktober	Karlsson vom Dach. Puppentheater
November	Andreas Steinhöfel. Autorenlesung
November	Herzlichen Glückwunsch Astrid Lindgren. Veranstaltungswoche zum 100. Geburtstag von Astrid Lindgren ⁸⁰

1.8 Ziele der Bibliothek

Die Bibliothek Waldmühle hat sich zum Ziel gesetzt, mit einem öffentlichen und allgemein zugänglichen zentralen Medienangebot einen nachhaltigen Beitrag zur Erfüllung des Bildungs-, Kultur- und Informationsauftrages der Stadt Soltau zu leisten. Dabei orientiert sich die Bibliothek am Bedarf der Nutzer und fasst somit Fachwissen und Dienstleistungen zusammen. So gehört neben der Bereitstellung und Vermittlung eines Informations- und Literaturangebotes für die schulische- und berufliche Weiterbildung, für die kulturelle Orientierung, für die Unterhaltung und die Vermittlung von Medienkompetenz auch die Durchführung von Kultur- und Literaturveranstaltungen, um das kulturelle Angebot der Stadt zu erweitern und die Inhalte der Bibliothek nach außen zu tragen. Denn Kultur wird von der Bibliothek Waldmühle auch als die Identität der Stadt und das verbindende Element zwischen den hier lebenden Menschen, den Kulturen, Generationen und den Einrichtungen verstanden. Somit sieht sich die Bibliothek Waldmühle als Ort der kulturellen und literarischen Begegnung, die durch ihr kulturelles Angebot das Stadtbild prägt.

⁸⁰ vgl.: Jahresbericht der Bibliothek Waldmühle, 2007

Die Veranstaltungsarbeit in der Bibliothek Waldmühle ist auch ein Schritt, um mehr Selbstbewusstsein für sich zu gewinnen. Die Einrichtung will sich als feste Größe in der kulturellen Landschaft der Stadt etablieren, als ein fester Knotenpunkt im kulturellen städtischen Netz. Dabei ergibt sich das Selbstverständnis der Bibliothek aus dem von ihr entwickelten und klar definierten Profil, das sie auch nach außen vertritt, beispielsweise durch und mit ihrer Veranstaltungsarbeit. Die Veranstaltungen sollen dazu beitragen, das kulturelle Angebot der Kommune zu erweitern und Inhalte der Bibliothek zu vermitteln.

Eben aus diesem Grund befasst sich die folgende Arbeit mit der Entwicklung einer Konzeptstudie zur theoretischen Ausarbeitung einer kulturellen- und literarischen Veranstaltung für die Bewohner der Region Soltau-Fallingbostal durch die Bibliothek Waldmühle. Unter dem Motto: Soltauer Kulturnacht „Kunst aus der Region- für die Region“, soll ein ganzer Abend, bis spät in die Nacht, unter dem Zeichen der Kunst und Literatur stehen.

2. Warum Projektarbeit?

Die 1. Soltauer Kulturnacht wird als Öffentlichkeitsarbeit für die Bibliothek und die lokalen, teilnehmenden Einrichtungen gesehen. Durch die Veranstaltung sollen nicht nur Neukunden geworben werden, sondern auch Interessierte, die die Institution mit ihren Möglichkeiten kennen lernen möchten. Neben dem Unterhaltungswert geht es der Einrichtung auch darum, auf die Bibliothek aufmerksam zu machen und Schwellenängste abzubauen. Die Veranstaltung soll vermitteln, dass Kultur auch mit Unterhaltung und Geselligkeit verbunden sein kann, um so potentielle Benutzer für die Bibliothek im „alltäglichen Sinne“ zu begeistern. Über Aufsehen erregende Aktionen und Events, wie die Veranstaltung einer Kulturnacht, lässt sich mehr Aufmerksamkeit für die Bibliothek erzielen, als über Standardmaßnahmen der PR, wie beispielsweise die Berichterstattung in der lokalen Presse über das Medien- und Dienstleistungsangebot der Bibliothek.

Ziel dieser Veranstaltung ist somit die Stärkung der Glaubwürdigkeit und die Integration der Bibliothek in der Gesamtkommunikation. Das Projekt soll als Gesamterlebnis verstanden werden mit durchgehendem Erlebnisspannungsbogen und dem aktiven Einbezug aller Teilnehmer unter dem Aspekt der Regionalität.

Der große Erfolg von den „Langen Nächten der Museen“ zeigt nicht zuletzt, wie sehr Menschen die Öffnung von Kultureinrichtungen in Form populärer Ereignisse schätzen.⁸¹

2.1 Die Zielanalyse

- Welches Ergebnis erhofft man sich von der Veranstaltung?-

Die Zielsetzung der Veranstaltung sollte möglichst originell aus den Stärken der Region entwickelt werden. Häufig wurde bereits in anderen Projekten der Fehler gemacht, dass sich die Akteure an Projekten orientierten, die bereits an anderen Orten erfolgreich durchgeführt wurden. Diese erfolgreichen Projekte sollten dann einfach auf die eigene Region übertragen werden. Dies führte dazu, dass vermeintlichen Schwächen der Region überspielt und Stärken angenommen wurden, die der Region gänzlich fremd waren. Der Import dieser fremden Stärken auf eine Region führt zum Verlust des Eventerlebnisses und macht Großveranstaltungen für den Besucher austauschbar.⁸² Aus diesem Grund sollte eine möglichst sensible und ehrliche Analyse der eigenen Stärken und Schwächen der Region aufgestellt werden. Denn erst wenn beide hinreichend erkannt sind, können für die Bibliothek realistische Zielsetzung zur regionalen Veranstaltung formuliert werden.

Durch die Veranstaltung einer Kulturnacht unter dem Aspekt der Regionalität will die Bibliothek nach Möglichkeit nicht nur ein großes Publikum erreichen, sondern auch ein veranstalterisches Renommee für die Öffentlichkeitsarbeit aufbauen. Dabei soll die Veranstaltung nicht nur den Stammkunden der Bibliothek gewidmet werden, sondern auch potentiellen Benutzern, um dadurch weitere und neue Nutzerkreise zu erschließen. Auch das Image der Bibliothek soll durch die Veranstaltung positiv beeinflusst werden. Die Bibliothek als Veranstalter kann durch eine gelungene Veranstaltung überzeugen und so Qualität, Literarische Kompetenz und Modernität, beziehungsweise Innovationskraft, vermitteln. Dabei müssen die Veranstaltungen sowie ihre Inszenierungen kommunikativ zum Imageziel der Bibliothek passen.

Die Zielgruppenanalyse spielt ebenfalls eine weitere wesentliche Rolle in der Konzeptfindung. Welche Zielgruppen sollen durch die Veranstaltung erreicht werden? Zielgruppen nur nach Alter, Geschlecht und Einkommen einzuteilen, ist nicht beson-

⁸¹ vgl.: MANDEL, Public Relations für Kunst und Kultur in Handbuch. Kulturmanagement, 2005, S.13 H3.1

⁸² vgl.: KLEIN, Regionales Kulturmanagement, in Handbuch Kulturmanagement, 1999, S.11 A 2.3

ders fortschrittlich. Eine Einteilung in verschiedene Lifestylegruppen ist wesentlich ratsamer und aufschlussreicher. Aus dem Jahresabschlussbericht der Bibliothek wird ersichtlich, dass gerade Männer sehr viel weniger die Bibliothek benutzen, als Frauen und Kinder. So sollen folgende Zielgruppen durch die Veranstaltung der Kulturnacht angesprochen werden:

- Männer mittleren Alters
- Die junge Familie zwischen 20 und 30 Jahren
- Interessierte und auch funorientierte Jugendliche
- Einwohner mit starkem regionalen Bezug
- Kunst- und Kulturbegeisterte
- Senioren
- Nutzer der Bibliothek
- Nicht-Nutzer der Bibliothek
- Mitarbeiter
- Erlebnisorientierte Personen

Neue Ansätze sprechen hier auch von Milieus, die durch Verhalten, Interessen und Bedürfnisse der Menschen definiert sind. Eine Veranstaltung in diesem Rahmen und unter dem Aspekt der Regionalität richtet sich in der Regel an alle Einwohner der Stadt beziehungsweise des Kreises. Die Festlegung auf bestimmte Zielgruppen ist auf Grund des facettenreichen Veranstaltungsprogramms fast überflüssig. Die Veranstaltung ist mit ihrem umfassendem Programm und Aktionen an alle für die Bibliothek relevanten Zielgruppen gerichtet, mit der Aufgabe, aus passivern Besuchern aktive Teilnehmer zu machen.⁸³

3. Die Ideenskizze

Die Idee der Programmarbeit basiert auf vorangegangene kulturelle Großprojekte in den umliegenden Städten, mit der Fragestellung „Warum sollen kulturelle Veranstaltungen nicht auch in Kleinstädten genutzt werden?“. Sicher kann man eine Kulturnacht in Soltau nicht mit der „Langen Nacht der Museen“ in Hamburg vergleichen, doch kann man Hamburg auch nicht mit einer Kleinstadt vergleichen. Das kulturelle Angebot einer Kleinstadt oder einem Landkreis ist ohne Frage wesentlich geringer als in Großstädten, doch auch hier kann in einer ansprechenden Veranstaltung auf-

⁸³ vgl.: KLEIN, Regionales Kulturmanagement, Handbuch Kulturmanagement, S. 11

gezeigt werden, wie vielseitig die regionale Kulturszene ist. Es kann als Klischee gesehen werden, dass der Unterschied zwischen Urbanität und ländlicher Kulturveranstaltungen, nicht der zwischen hoher und niedriger Kultur ist, sondern zwischen verschiedenen Akzentuierungen von Kultur und somit von Kulturveranstaltungen. Dabei geht es um eine sachliche Einschätzung der Möglichkeiten, Kultur in der Region zu entwickeln, unter der Berücksichtigung eines professionellen Projektmanagements.⁸⁴ Aufgrund des eher kleinen kulturellen Veranstaltungsangebotes in der Stadt Soltau ergab sich die Idee einer Konzeptentwicklung für eine literarisch-kulturelle Veranstaltung in Form einer Kulturnacht unter dem Motto „Kultur aus der Region – für die Region“. Die Entwicklung einer Kulturnacht soll dabei als Bestandteil eines lebendigen Gemeindelebens verstanden werden, die einen wesentlichen Beitrag zur Qualität des kommunalen Lebens leistet und somit die Attraktivität und das Image der Bibliothek aufwertet.

Die 1. Soltauer Kulturnacht kann als das „kleine Pendant“ zur Veranstaltung der „Langen Nacht der Museen“ verstanden werden. An zehn Locations innerhalb Soltaus erwartet die Besucher ein breites Spektrum an Literatur, Kunst, Comedy und Musik. Die Veranstaltung wird um 18:00 Uhr durch die Leiterinnen der Bibliothek Waldmühle eröffnet. Ziel dieser Veranstaltung ist die Entwicklung eines regen Austausches zwischen zehn Veranstaltungspunkten, die alle unter dem Motto stehen: „Kultur aus der Region- für die Region“. Dabei sollen nach Möglichkeit alle Veranstaltungspunkte von den Teilnehmern besucht werden, und sich nicht ausschließlich nur auf einzelne Veranstaltungspunkte konzentriert werden. Ein Eintritt, zehn Orte mit elf Angeboten zu Kunst und Kultur, so das Konzept der Kulturnacht. Dabei beinhaltet der Eintritt ebenfalls einen Shuttlebus Service, der zwischen den Veranstaltungsorten pendelt, um die Besucher quer durch die Stadt zu den einzelnen Events zu bringen. Jeder Besucher kann sich so sein eigenes, individuelles Programm zusammenstellen.

Die Veranstaltung konzentriert sich bei diesem Event auf die Bespielung der verschiedenen Locations und verzichtet dabei bewusst auf ein umfangreiches Rahmenprogramm ausschließlich innerhalb der Bibliothek. So präsentiert sich die Bibliothek Waldmühle nicht nur selbst, sondern auch die Stadt Soltau sich als kleine Kulturstadt mit eigenem Charme. Das Gebiet um den Böhme Park sowie lokale Ateliers und

⁸⁴ vgl.: BENDIXE, Einführung in das Kultur- und Kunstmanagement, 2006, S. 329

Museen öffnen sich für den Besucher und präsentieren eine kulturelle Vielfalt aus der Region ohne Hektik und Enge.

Weiter sieht das Konzept vor, ein Forum für Kulturschaffende aus der Umgebung zu schaffen und dieses einem Breiten Publikum im Rahmen einer gemeinsamen Veranstaltung zu präsentieren. So kann das Projekt teilweise auch als „offenes Projekt“ verstanden werden, da sich Kunst- und Kulturschaffende mit ihrem eigenen Programm und Aktionen selbst mit einbringen können. Dies bietet nicht nur den Vorteil der kulturellen Vielfalt und einem breiten Aktionsangebot, sondern erspart der Bibliothek als Veranstalter auch Arbeitszeit und Kosten. So wird unter anderem mit den umliegenden Schulen, dem Museum, dem Brauhaus und anderen Einrichtungen eng zusammengearbeitet. Wenn alle Veranstaltungspunkte um 24:00 Uhr schließen, wird die Kulturnacht gemeinsam mit einem Fest mit lokalen Musikern, Tanz und kulinarischen Genüssen beendet.

3.1 Andere Orte

Um die Komponenten Bibliothek- Stadt- Mensch- Kunst und Literatur zu verbinden, werden die Vorträge, Lesungen und Ausstellungen nicht nur in der Bibliothek statt finden, sondern an verschiedenen Locations innerhalb Soltaus. Dabei sollen die Räumlichkeiten, beziehungsweise Orte, nicht unbedingt veranstaltungstypisch sein, wie beispielweise Festsäle, Vereinsheime oder Räumlichkeiten für Veranstaltungen der Stadt. Die Plätze sollen Atmosphäre haben, eventuell durch einen besonderen geschichtlichen Hintergrund oder einfach durch ihr außergewöhnliches Erscheinungsbild. Die Stationen an ungewöhnlichen Schauplätzen sollen die Neugier wecken und Hemmschwellen abbauen, indem vom Üblichen abgewichen wird und Bereiche zugänglich gemacht werden, die ansonsten verborgen und unzugänglich sind.⁸⁵ Um neue Besucher ebenso wie die allgemeine Öffentlichkeit aufmerksam zu machen, ist eine Durchführung der Veranstaltung an kunstfremden Orten wirksame Öffentlichkeitsarbeit. Wie beispielsweise die Alte Villa im Park oder der Keller des Gymnasiums. Durch attraktive Räume und Umgebungen ohne thematischen Bezug wird eine sinnfreudige Atmosphäre geschaffen.⁸⁶ Eine Location ist immer mehr als eine bloße Hülle für Besucher, der Veranstaltungsort besitzt ebenfalls eine wesentli-

⁸⁵ vgl.: REIFSTECK, Handbuch Lesungen- und Literaturveranstaltungen, 2005, S.45

⁸⁶ vgl.: MANDEL, Public Relations für Kunst und Kultur, in Handbuch Kulturmanagement, 2005, S.13 H3.1

che kommunikative Bedeutung. Eine besondere Räumlichkeit schafft Spannung und Überraschung für den Besucher.⁸⁷

Dabei soll sich die Kulturnacht wie ein Roter Faden durch das Stadtgebiet rund um die Bibliothek ziehen. Die Locations für diese Veranstaltung können alte Fabrikgebäude, die alte Villa im Park, der Stadtpark, die alte Reithalle, das Brauhaus, der Keller einer Schule, etc. sein.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Ausstattung und die Dekoration der einzelnen Stationen. Von der Bestuhlung über die Ausstellungskästen bis hin zur Musik sollen alle Veranstaltungsplätze individuell zu ihrem Themengebiet ausgestattet und dekoriert werden. Dabei kann die Gestaltung der Räumlichkeiten und Plätze fast selbst als Ausstellung gesehen werden. Die Besucher sollen von der Erscheinung und dem Vorgestellten fasziniert werden und die Veranstaltung als Erlebnis wahrnehmen.

Die Idee der Zersplitterung der Veranstaltung basiert auf der kulturellen und literarischen Zusammenführung von Stadt und Bibliothek. Dies ist neben der Imageveränderung der Bibliothek ein weiterer wichtiger Punkt dieses Konzeptes. Hier soll mit dem Klischee abgeschlossen werden, das Bibliotheken oftmals als die „graue Maus“ der Stadt gesehen werden, die mit Veranstaltungen wenig zu tun haben. Um dieses Ziel der Imageveränderung zu erreichen, bedarf es neue Wege von Veranstaltungen. Was könnte dem besser entsprechen, als eine literarisch- kulturelle Nacht, mit Comedy, Kunst, Literatur und Musik, die nicht nur eine Zielgruppe anspricht, sondern auf Grund des Programms für junge Leute, jung- gebliebene, ältere Gäste, Kunstinteressierte, Besucher mit starkem regionalen Bezug etc. interessant ist. Die Verteilung der Veranstaltung soll somit auch zum Ausdruck bringen: „Kultur und Literatur ist überall“.⁸⁸

3.2 Andere Zeiten

Schon allein ein Veranstaltungszeitpunkt, der aus dem üblichen Raster der normalen Öffnungszeiten fällt, kann die Neugier wecken. Da die Bibliothek in der Regel Samstag bis 13.00 Uhr geöffnet hat, ist der Veranstaltungsbeginn um 18:00 Uhr schon etwas Besonderes. Der Termin für eine Lesenacht sollte hier nicht viel später gewählt werden, da sowohl an der Durchführung als auch an der Veranstaltung Schü-

⁸⁷ vgl.: MEHDI et al, Event-Marketing, 2006, S. 99

⁸⁸ vgl.: REIFSTECK, Handbuch Lesungen und Literaturveranstaltungen, 2005, S. 45 f

ler/innen teilnehmen werden. Die Veranstaltungspunkte schließen um 24:00 Uhr, da die Gäste nach dem Programm noch ein Abschlussfest erwartet.

3.3 Andere Formen

Nicht nur die außergewöhnlichen Schauplätze der Veranstaltung sollen das Publikum ansprechen, sondern auch die Präsentation der einzelnen Veranstaltungspunkte. Um das Publikum zu erreichen, sollte daher auch über neue, beziehungsweise außergewöhnliche Präsentationsformen nachgedacht werden. Diese könnten unter anderem Lesungen durch Prominente sein, die ihren Lieblingsautor vorstellen, eine Foto- Diashow mit Musik, Ausstellungen mit Führung durch den jeweiligen Künstler, Literatur und Musik oder Theater in Verbindung mit Comedy, eine live Kochshow mit einem Sternekoch oder eine Ausstellung des örtlichen Gymnasiums.

4. Das Veranstaltungskonzept

An insgesamt zehn verschiedenen Ausstellungsorten verteilt in der gesamten Stadt, im Museum, in Ateliers und öffentlichen Institutionen, ebenso an ungewöhnlichen Schauplätzen, wie stillgelegten Gebäuden, Grünanlagen oder Kellern, setzten sich sowohl Einrichtungen, als auch Künstler aus der Umgebung, durch unterschiedliche Performance mit Kultur aus der Region auseinander. Bilder, Skulpturen, Installationen, Lesungen und Musik, erwarten die Gäste an den verschiedenen Veranstaltungsorten. Dabei muss hier berücksichtigt werden, dass Soltau eine Kleinstadt mit ca. 23.000 Einwohnern ist, auf einer Fläche von 20.289 ha und somit die Auswahl der ungewöhnlichen Schauplätze wesentlich kleiner ausfällt, als in Großstädten. Da der Gestaltungsaufwand für die Veranstaltungsräumlichkeiten hier von einer Stadtbibliothek sowie von kleineren städtischen Institutionen bewältigt werden muss, berücksichtig das Konzept besonders die Verteilung der Programmpunkte auf die verschiedenen Teilnehmer, um einen reibungslosen Ablauf der Veranstaltung zu garantieren.

Abb.11: Profil der Veranstaltung Kulturnacht



Quelle: Eigene graphischer Erhebung

4.1 Station 1

Die Bibliothek

Die Eröffnung der Kulturnacht beginnt hier um 18.00 Uhr durch die Leitung der Bibliothek und eventuellen größeren Sponsoren. Die Begrüßung findet auf dem Vorhof der Bibliothek Waldmühle statt, um den Programmaufbau zu den Lesungen und der Ausstellung nicht zu stören. Der Vorhof, sowie die Bibliothek sollten durch Laternen, Lampions oder Lichterketten geschmückt werden, um den Veranstaltungspunkt besonders hervorzuheben.

Die Autorenlesung und somit die erste Station der Kulturnacht findet ebenfalls in der Waldmühle statt. Dabei lesen entweder Autoren aus ihren Werken vor, oder bekannte Personen der Stadt und der Umgebung lesen aus Werken der Region vor. Wichtig ist hier die Abwechslung der Vortragenden, da es nach Möglichkeit mehrere Vorstellungen von nicht allzu langer Dauer geben soll. Gedacht wird an vier Vorstellungen von jeweils maximal 45 Minuten. Dabei sollen die Autoren beziehungsweise die Vortragenden so gewählt werden, dass nach Möglichkeit auch vier verschiedene Zielgruppen angesprochen werden. Lassen die gewählten Werke eine inszenierte Lesung zu, so kann das Programm ebenfalls durch theaterähnliche Elemente unterstützt werden. Wenn möglich sollten die Vortragenden durch aktive Handlungen mit

dem Publikum in Kontakt treten.⁸⁹ Die Bühne sollte dem Thema, beziehungsweise dem Motto entsprechend dekoriert werden. Parallel zu den Lesungen wird im oberen Teil der Bibliothek Literatur der Region und über die Region ausgestellt, die durchgehend besucht werden kann. Die Brüder Friedrich und August Freudenthal waren um 1900 als Schriftsteller im Bereich der Lüneburger Heide tätig. Ihnen zu Ehren und um eine Dokumentationsstelle für die Literatur der und über die Lüneburger Heide zu schaffen, hat die Freudenthal-Gesellschaft 1992 in enger Zusammenarbeit mit der Stadt Soltau und der Universitätsbibliothek Göttingen die Regionalliteratur-Bibliothek der Lüneburger Heide ins Leben gerufen. Die Besucher erwartet eine Sammlung mit etwa 1200 Bücher und Zeitschriften. Etwa die Hälfte des Bestandes besteht aus hochdeutscher Literatur der Region und plattdeutschen Werken nicht nur aus der Lüneburger Heide. Die andere Hälfte ist Sachliteratur der Region: Geschichte, Geographie, Kultur, Flora, Fauna, Sprache und natürlich die Schriften der Freudenthal-Gesellschaft. Aber auch aktuelle Werke von und über die Lüneburger Heide werden ausgestellt.

Außerdem startet hier die erste Fahrt mit dem Shuttlebus um 18:30 zu den verschiedenen Stationen der Kulturnacht. Fahrpläne und Programmhefte liegen hier ebenfalls an der Abendkasse aus.

4.2 Station 2

Die Alte Reithalle

Der zweite Veranstaltungspunkt findet in der Alten Reithalle statt. Hier stellen lokale Künstler und Künstlerinnen Bilder, Skulpturen aus Glas, Metall und Holz, sowie Plastiken und Werke der Bildhauerei aus. Die ehemalige kaiserliche Reithalle entstand im Jahr 1913 und wurde 2003 restauriert. Insgesamt verfügt das Gebäude über 660 qm Ausstellungsraum und einer Bühne mit 40 qm, die ebenfalls als Ausstellungsraum für Kleinkunst genutzt werden kann. Um möglichst viele Künstler in der Halle unterzubringen ohne den Eindruck des Durcheinanders zu erwecken, können innerhalb der Halle Trennvorhänge angebracht werden. Dies hat nicht nur den Vorteil, dass jeder Künstler einen eigenen Ausstellungsraum bekommt, sondern lässt hier auch Spielraum für die Dekoration der Halle durch Licht und Musik. Wichtig ist hier nicht nur die Ausstellung der lokalen Kunst, sondern auch die Vorstellung der Künstler. Die Künstler sind hier wie bei einer eigenen Ausstellung anwesend, um dem

⁸⁹ vgl.: http://de.wikipedia.org/wiki/Inszenierte_Lesung

Besucher das Gestaltete näher zu bringen. Ein wichtiger Punkt der Anwesenheit der Künstler ist jedoch auch der Verkauf ihrer Werke. Gäste können nach Möglichkeit vor Ort Werke erwerben. Dies bringt den Vorteil, dass gerade unbekannte Künstler ihre Kunst ausstellen können, dafür jedoch keine Gage von der Bibliothek erhalten.

4.3 Station 3

Die Hauptschule Soltau

Da diese Programmveranstaltung teilweise auch als offenes Projekt gesehen werden kann, soll in diesem Zusammenhang mit den umliegenden Schulen zusammengearbeitet werden. Die Hauptschule verfügt seit mehr als 20 Jahren über ein Schülervarieté, das so einzigartig in Deutschland ist. Der Showpalast der Hauptschule besteht aus 30 „Künstlern und Artisten“ der Jahrgangsstufe fünf bis zehn, die Auftritte im In- und Ausland geben. Die aktuellste Produktion nennt sich Jahrmarkt der Träume und soll der dritte Veranstaltungspunkt der Kulturnacht sein. Dabei ist der Showpalast selbst zuständig für Aufbau und Gestaltung des bespielten Platzes. Damit steht der Leitung auch frei, ob die Aufführung unter freiem Himmel stattfindet oder in bestimmten Teilen der Schule. Als Gegenleistung erhält der Showpalast eine feste Gage, die im Vorfeld mit der Bibliothek vereinbart wird.

4.4 Station 4

Das Gymnasium Soltau

Wie bereits erwähnt sollten im Zuge des offenen Projektes einige Schulen der Stadt an der Veranstaltung mitwirken. Eine Projektzusammenarbeit kann hier entstehen, indem der Leistungskurs Kunst der Klassen 12 - 13 Werke für die Kulturnacht anfertigt und diese auch im Stil einer eigenen Vernissage ausstellt. Sowohl die Anfertigung als auch die Ausstellungen werden von den zuständigen Lehrern als Schulprojekt regulär benotet. Dabei ist der Schule selbst überlassen wie und wo die Ausstellung stattfindet, ob in der Aula, verstreut in Klassenräumen oder im Keller der Schule. Als Gegenleistung erwartet den Kurs ein spezielles Angebote der Bibliotheksnutzung bezüglich ihrer Abiturvorbereitung. Genauere Vereinbarungen werden dann zwischen der Bibliotheksleitung und der Schulleitung besprochen.

4.5 Station 5

Das Brauhaus

Ein kulinarischer Genuss erwartet die Besucher im Joh. Albrecht Brauhaus. Nach dem Motto „Kultur aus der Region- für die Region“, wird den Besuchern neben Lesungen und Ausstellungen auch die regionale Esskultur vorgestellt. In der Kochshow wird dem Publikum ein Kochkurs der regionalen Küche geboten, mit einem Sternekoch der Umgebung. Während und nach der Show können regulär Essen und Getränke bestellt werden, jedoch wird hier eine extra für die Veranstaltung konzipierte Speisekarte gereicht, die in Zusammenarbeit mit dem Brauhaus ausgearbeitet wird. Es werden ausschließlich Gerichte und Getränke der Region angeboten. Lediglich die Kochshow ist hier im Eintrittspreis enthalten. Für Getränke und Essen kommt der Besucher selbst auf. Die Planung und Kosten des Veranstaltungspunktes übernimmt das Brauhaus. Eine Alternative zum Veranstaltungspunkt bietet auch die Fachgruppe „Gastronomie“ der Berufsbildenden Schule in Soltau.

4.6 Station 6

Comedy / Improvisationstheater im Park

Um dem Motto der Nacht gerecht zu werden wird natürlich auch die Komponente Schauspiel aufgegriffen. Doch soll der Schwerpunkt dieser Station hier auf einer Mischung aus Stand- up- Comedy, satirisch heiteren Theaterstücken und Spontan Improvisation liegen, bei der das Publikum von Anfang an Teil des Programms ist. Je nach Wetterlage findet dieser Veranstaltungspunkt im Stadtpark unter freiem Himmel oder aber bei Regen im Zelt statt. Um den regionalen Bezug zu erhalten, werden lokale und regionale Theatergruppen beziehungsweise Akteure eingeladen.

4.7 Station 7

Die Alte Villa im Park

Die alte Villa im Breidingspark ist regulär nicht für die Öffentlichkeit zugänglich. Deshalb ist die bloße Besichtigung dieses alten Herrenhauses bereits ein Erlebnis. Innerhalb des Gebäudes findet die Ausstellung zur Fotokunst statt. Dafür wird bereits zu Beginn der Projektarbeit ein Fotograf engagiert der „Gesichter der Stadt“ ausstellt. Dafür müssen einige Monate im voraus Fotos von Menschen aus der Umgebung aufgenommen werden. Auf Veranstaltungen, Märkten, Festen oder einfach in der Stadt werden Menschen angesprochen, ob sie sich für eine Veranstaltung der

Bibliothek fotografieren lassen möchten, um somit ein Teil der Ausstellung zu werden. Diese Fotos werden dann in einer Diashow in der Villa gezeigt. Ziel dieses Veranstaltungspunktes ist zum einen die Neugierde der Einwohner zu wecken, ob sie dort auch wirklich ausgestellt werden und zum anderen die Zusammenführung von Kunst und Bewohnern der Region. Die Beteiligten können sich so als Teil eines Gesamtkunstwerkes sehen. Außerdem werden auch Fotografien zu Landschaft und Kunstwerken der Region gezeigt die besonders im ländlichen Bereich zahlreich zu finden sind. Auch Fotos aus den lokalen Zeitungsarchiven können in die Vorstellung mit einfließen. Dieser Veranstaltungspunkt wird ebenfalls von der Bibliothek ausgerichtet.

4.8 Station 8

Das Museum Soltau

Das Soltauer Museum beherbergt große stadt- und heimatgeschichtliche Sammlungen. Jährlich wird Malern des 20. Jahrhunderts, die in Soltau und Umgebung gelebt und gearbeitet haben, eine Ausstellung gewidmet. Diese Ausstellung wird dann nach Vereinbarung zum selben Zeitpunkt der Kulturnacht stattfinden. Das Museum ist begleitend zur Veranstaltung durchgehend geöffnet und ein fester Haltepunkt des Busshuttles.

4.9 Station 9

Die Soltauer Ateliers

Zur Kulturnacht haben alle Ateliers innerhalb Soltaus ihre Türen für Besucher geöffnet. Die internen Ausstellungen können themenbezogen sein, dies ist jedoch nicht zwingend. Den Ateliers bleibt dabei selbst überlassen, welche Künstler und Künstlerinnen der unterschiedlichsten Stilrichtungen ausgestellt werden. Jedes Atelier wird vom Busshuttle angefahren.

4.10 Station 10

Das Abschlussfest

Das Ende der Soltauer Kulturnacht wird gemeinsam mit den Besuchern durch ein Abschlussfest eingeleitet. Je nach Wetterlage findet das Fest in der Bibliothek oder im Zelt statt, bei gutem Wetter wird der Standpunkt „Comedy im Stadtpark“ nochmals aufgegriffen. Dies hat den Vorteil, dass sich hier schon eine Bühne befindet,

die dann ein zweites Mal für die Musik genutzt werden kann. Das Fest wird von Musikern und Bands der Stadt und Umgebung begleitet. Für das leibliche Wohl sorgen Buden die um den Platz aufgestellt werden, Gäste können sich hier selbst mit Essen und Getränken versorgen. Das Fest endet hier gegen 01:30 Uhr.⁹⁰

4.11 Der Zeitpunkt

Die Auswahl des geeigneten Termins für die Veranstaltung stellt einen großen Erfolgsfaktor bei der Planung jeder Veranstaltung dar.⁹¹ Dabei gilt es die Kulturnacht so zu planen, dass angesprochene Zielgruppen auch tatsächlich daran teilnehmen können. Bei der Festlegung des Termins sind eine Menge zeitlicher Hinderungsgründe und Problem zu beachten. Feiertage, Ferien oder Konkurrenzveranstaltungen, durch die die Anwesenheit eines Großteils der potentiellen Teilnehmer verhindert wird, müssen berücksichtigt werden.⁹²

5. Station 1-

Die Veranstaltungskonzeption zur Planung der Autorenlesung

Um sowohl ältere als auch jüngere Gäste für die Lesung in der Bibliothek zu gewinnen, sollte das Programme so gewählt werden, das alle Zielgruppen durch geschmackssichere Autorenauswahl beziehungsweise Werke, angesprochen werden. Dafür ist eine genaue Zielgruppenanalyse ratsam.

Die Autorenwahl beschränkt sich hier auf das Motto der Veranstaltung „Kultur aus der Region- für die Region“ und somit eben ausschließlich auf regionale Künstler. Hier strecken sich die äußeren Ränder der Region nördlich bis Hamburg, südlich bis Hannover und westlich bis Bremen. Diese Ausdehnung der Grenzen ist auf die mangelnde Anzahl regionaler Autoren zurückzuführen. Bei den Auswahlkriterien der Autoren spielt nur der regionale Bezug eine wesentliche Rolle, die Autoren können Newcomer, innovative Autoren und natürlich auch Bestsellerautoren sein, wenn gleich dies eher unwahrscheinlich ist.⁹³ Zu Beginn der Veranstaltungsplanung müssen grundsätzliche Überlegungen zu Veranstaltungsprofil, Zielen der Veranstaltung, Zielgruppen und die Einbindungen in Marktstrategien berücksichtigt werden. Auch

⁹⁰ Quelle: Eigene Konzeptidee

⁹¹ vgl.: BEHRENS et al, Events- und Veranstaltungen organisieren,2007, S. 35

⁹² vgl.: SCHÄFER-MEHDI, Event-Marketing, 2006, S.58 f

⁹³ vgl.: http://www.biblio.at/medien/pdf/leitfaden_lesungen.pdf S. 5

wenn bei einfachen Lesungen die Individualität der Auftritte oft sympathischer und reizvoller erscheint, sollte bei einer Veranstaltung dieser Größe eine klar durchdachte Veranstaltungskonzeption entwickelt werden.

5.1 Welche Autoren kommen in die Auswahl?

Ist man sich über die allgemeinen Ziele und Zielgruppen im Klaren, wird die Programmgestaltung weiter konkretisiert. Welcher Autor passt in das Veranstaltungskonzept und mit welchem Werk? Da die Veranstaltung den regionalen Bezug besonders hervorhebt, kommen für die Autorenlesung auch nur Autoren und Werke mit regionalem Bezug in Frage. Dabei kann es sich hier sowohl um einen jungen, innovativen, experimentellen Autor, als auch um einen örtlich bekannten Sachbuchautoren oder einem populären Newcomer handeln.

5.2 Der Autorenkontakt

Für die Auswahl der Autoren und Künstler sollten im Vorfeld einige Vorbereitungen getroffen werden, denn Ton- und Videomaterial, wie auch ein Pressespiegel, geben nur wenige Informationen zu den Live- Qualitäten eines Künstlers. Wenn möglich, sollte man sich die Künstler bei einem Live- Auftritt anschauen, bevor man selber bucht. Da dieses in der Regel mit einem größeren Aufwand verbunden ist, sollten zumindest Live- Mitschnitte des Künstlers eingeholt werden.⁹⁴

Damit der Künstler auch tatsächlich erscheint, erfolgt die erste Kontaktaufnahme in der Regel über den Verlag, die Agentur, direkt über den Autor, durch Institutionen und Verbände, über Literaturbüros und Literarische Gesellschaften, als auch auf Messen und Kulturbörsen.

5.2.1 Der Verlagskontakt

Ist die geplante Veranstaltung noch in weiter Zukunft, ist es ratsam an den organisierten Lesungsreihen der Verlage teilzunehmen. Diese finden jährlich im Dezember und Mai statt. Hier bieten die wichtigsten literarischen Verlage Autorenreisen zu Schwerpunkttiteln an. Durch die Aufnahme in eine Lesungskartei erhält man die halbjährigen Ankündigungen ebenso wie kurzfristige Angebote. Auch wenn die Auswahl der verfügbaren Autoren nicht gefällt oder der regionale Hintergrund fehlt und

⁹⁴ vgl.: TERBRACK, Projekt- und Veranstaltungsmanagement in Handbuch Kulturmanagement, 2005, S.2 G2.1

deshalb Wunschautoren nicht gebucht werden können, sollte der Verlag der erste Ansprechpartner sein.⁹⁵

5.2.2 Der Direktkontakt

Der schnellste Weg zu einer Zu- oder Absage ist der direkte Kontakt mit dem Autor. Dieser sollte nach Möglichkeit erst einmal schriftlich erfolgen, bevor telefonisch nachgefasst wird. Durch das Einbringen von persönlichem Engagement und Überzeugungskraft ist es sogar wahrscheinlicher einen Autor zu gewinnen, als durch die Vermittlung eines Verlages. In einem persönlichen Gespräch können Besonderheiten der Lesungen erklärt werden, die einen Autor vielleicht dazu bewegen in einer Stadt aufzutreten, an die er sonst niemals gedacht hätte. Die größte Wahrscheinlichkeit einen Autor für sich zu gewinnen ist, wie in fast allen Bereichen, das so genannte „Vitamin B“. Auch hier ist es Ideal einen direkten Kontakt zum Künstler zu pflegen und eine kontinuierliche Beziehung zum Verlag aufzubauen. Da diese Veranstaltung sich mit Kunst und Literatur der Region beschäftigt, empfehlen sich hier folgenden Adressen für die Autorenakquise:

Verzeichnisse

- **Dierking, Jürgen u.a.: Literaturszene Bremen**, Bremerhaven & umzu: Autoren und Adressen. Bremen: Sachbuchverlag Kellner 1993
- **Literatur in Niedersachsen**. Hg.v. Literaturrat Niedersachsen e.V. Göttingen: Wallstein 2001

Internet

- Bremen: www.literaturkontor-bremen.de
- Niedersachsen: www.literaturrat-nds.de
- www.saur.de/kdl
- www.saur.de/kds
- www.munzinger.de
- www.genios.de
- www.uschtrin.de
- www.autorinnen.de
- www.fda.de
- www.verband-deutscher-schriftsteller.de

⁹⁵vgl.: TERBRACK, Projekt- und Veranstaltungsmanagement in Handbuch Kulturmanagement, 2005, S.66 G2.1f

Weitere Tipps

- Telefon- CD der **Telekom**
- **Kürschners Deutscher Literaturkalender 2004/ 2005**
- **Munzinger- Internationales Biografisches Archiv.** Monatlich aktualisierte CD-ROM
- **Wer ist Wer? Das Deutsche Who´s Who.** CD-ROM

Verleger und Buchhändlerverbände

- **Landesverband Bremen- Bremerhaven,** Hinter dem Schütting 8, 28195 Bremen, T.0421/255685, Lvbuchbremen@aol.com
- **Landesverband Niedersachsen,** Hamburger Allee 55, 30161 Hannover, T.0511/3365290, www.buchhandel-niedersachsen.de
- **Region Norddeutschland,** Schwanenwik 38, 22087 Hamburg, T. 040/225479, www.boersenverein-nord.de
- **Bundesverband junger Autoren und Autorinnen Verlag e. V.** Postfach 200303, 53133 Bonn, www.bvja-online.de
- **GEDOK –** Verband der Gemeinschaften der Künstlerinnen und Kunstförderer, Werberstr. 59a, 53113 Bonn, T. 022/2618779, www.gedok.de
- **Hamburger Autorenvereinigung,** Hartungstr.3, 20146 Hamburg, T. 040/18887363, www.hamburger-autorenvereinigung.de
- **Verband deutscher Schriftsteller (VS)** in ver.di, Paula-Thiede-Ufer 10, 10179 Berlin, T. 030/69562328, vs@verdi.de Landesbezirk:
- **LB Niedersachsen/ Bremen,** Goseriende 10, 30159 Hannover, T.0511/12400293, F.12400317
- **LB Hamburg,** Besenbinderhof 60, 20097 Hamburg, T. 040/2858499

Weitere Adressen zum Literaturbetrieb

- **Blinn, Hansjürgen:** Informationshandbuch Deutsche Literaturwissenschaft. Frankfurt: S. Fischer 2003
- **Deutsches Jahrbuch für Autoren und Autorinnen.** Schreiben und Veröffentlichen: Aktuelle Informationen und Adressen aus dem Literatur- und Medienmarkt. Berlin: Autorenhaus- Verlag 2005
- **Uschtrin, Sandra** (Hg.): Handbuch für Autorinnen und Autoren. Adressen und Informationen aus dem deutschen Literatur- und Medienbetrieb. 6. Aufl. München: Uschtrin 2005

5.2.3 Literaturverbände und Literaturhäuser

Der Vorteil der Kontaktaufnahme über Literaturbüros besteht in dieser Region durch die engmaschige Vernetzung der Einrichtungen zur Literaturförderung in Niedersachsen. Seit Beginn der 90er Jahre leiten sechs Literaturbüros in Niedersachsen die literarische Vermittlung und Schriftstellerförderung.⁹⁶ Literaturbüros beschäftigen sich mit der Konzeption, Organisation und Durchführungen von Einzellesungen bis zu Modellprojekten in allen Bereichen der Literaturvermittlung. Weiter gehören die Beratung von Literaturförderern und-veranstaltern, von Autorinnen und Autoren zu Textkritik, Vertragsrecht und Literaturmarkt sowie die Vermittlung von Autorinnen und Autoren, zu den Aufgaben eines Literaturbüros.

Bei Literaturhäusern steht weniger die Beratung und Vermittlung im Vordergrund, sondern die Präsentation von Lesungen, Diskussionen und aufwendigen Ausstellungen. So treffen sich hier bei Veranstaltungen Schriftsteller, Verleger, Lektoren, Buchhändler, Journalisten und ein literaturinteressiertes Publikum, um sich zwanglos auszutauschen. Ein Besuch außergewöhnlicher Veranstaltungen bietet förderliche Anregungen für die eigene Veranstaltung.

5.2.4 Messen und Kulturbörsen

Um mit Autoren persönlich in Kontakt zu kommen bieten Buchmessen günstige Gelegenheiten. Auch wenn die Kontaktaufnahme schwierig erscheint, sollte bedacht werden, dass es auch Autoren in der Regel nicht leicht fällt, eine Absage von Angesicht zu Angesicht zu erteilen. Kulturbörsen bieten ebenfalls einen aktuellen Überblick über verschiedene Bereiche der Kleinkunst. Musiker, Theater- und Kabarettgruppen präsentieren sich in Form von Kurzauftritten. Auch hier bieten sich Gelegenheiten um sich zu informieren und sogar Terminabsprachen zu vereinbaren.⁹⁷

5.3 Vertragliche Vereinbarungen

Die schriftliche Fixierung von Absprachen zur Regelung eines Gastspiels ist sinnvoll, um späteren Missverständnissen aus dem Weg zu gehen. Auch wenn ein offizieller Vertrag, besonders im Lesungsbereich, eher die Ausnahme ist, schafft ein Vertrag doch Verbindlichkeiten für beide Seiten. Denn grundsätzlich handelt es sich zwischen dem Verhältnis von Künstlern und den örtlichen Veranstaltern, um das von

⁹⁶ vgl.: http://www.biblio.at/medien/pdf/leitfaden_lesungen.pdf

⁹⁷ vgl.: REIFSTECK, Handbuch Lesungen und Literaturveranstaltungen, 2005, S. 65 ff

Geschäftspartnern. So sollte auch in diesem Verhältnis eine vertragliche Vereinbarung schriftlich fixiert werden, um die gemeinsamen Absprachen festzuhalten.⁹⁸

Größere Verlage verwenden für die Lesungen ihrer Autoren in der Regel hauseigene Vordrucke. Die wesentlichen Bestandteile eines Veranstaltungsvertrages enthalten grundsätzlich folgende Bestandteile:

- Vertragsgegenstand (Veranstaltungsbeschreibung, Mitwirkende, Termin, Ort, Beginn, Dauer)
- Pflichten des Künstlers und des Veranstalters
- Nebenkosten und Auszahlungsmodus (Reise, Übernachtung, Spesen, Veranstaltungstechnik, GEMA)
- Honorare/ Gagen und Auszahlungsmodus (Höhe, Fälligkeit, Auszahlungsform, Bankverbindung, Mehrwertsteuer, Einkommenssteuer)
- Leistungsstörungen (rechtliche Folgen eines Veranstaltungsausfalles, Vertragsstrafen)
- Kündigung des Vertrages
- Sonstige Bestimmungen (Vertragsänderungen, Gerichtsstand, etc.)
- Datum und Unterschriften der Vertragspartner

Eine Lesung zum Start einer Kulturnacht mit großem Werbevorlauf, technischem Aufwand und Gewinnerwartungen des Veranstalters muss sorgfältiger formuliert werden, als ein einzelner Lesungsvertrag. Der folgende Autorenvertrag beinhaltet die wichtigsten Vertragsbausteine.⁹⁹

⁹⁸vgl.: TERBARCK, Projekt- und Veranstaltungsmanagement, in Handbuch Kulturmanagement, 2005, S.2 G2.1

⁹⁹vgl.: REIFSTECK, Handbuch Lesungen und Literaturveranstaltungen, 2005, S. 74

Abb.12: Beispiel Autorenvertrag

Vertrag	
zwischen dem Veranstalter	_____
und der Autorin/dem Autor	_____ _____ _____
Lesung aus	_____
am	_____ Beginn _____
in	_____ Dauer ca. _____
Veranstaltungsort	_____ _____
Honorar	_____ weitere Kosten _____
Fahrtkosten	_____
<p>Das Honorar wird unmittelbar nach der Lesung bar / durch Verrechnungsscheck ausbezahlt. Die Autorin / der Autor versteuert das Einkommen selbst.</p>	
Übernachtung	_____ _____
<p>Der Veranstalter trifft alle erforderlichen Werbemaßnahmen. Dazu stellt der Autor / die Autorin, bzw. der Verlag, unentgeltlich Foto- und Pressematerial zur Verfügung. Von allen erscheinenden Presseartikeln schickt der Veranstalter ein Exemplar an die Autorin/ den Autor.</p> <p>Kann die Veranstaltung aus Gründen höherer Gewalt oder Krankheit des Autors /der Autorin nicht stattfinden, so trägt jeder der Vertragspartner seine Kosten selbst. Im Krankheitsfall bietet der Autor / die Autorin einen Ersatztermin an.</p> <p>Kann die Veranstaltung aus Gründen, die einer der Vertragspartner schuldhaft zu vertreten hat, nicht stattfinden, gilt eine Konventionalstrafe in Höhe des Honorars als vereinbart.</p>	
Zusatzvereinbarungen	_____ _____
Ort	_____
Datum	_____
Unterschrift	_____ _____
	(Veranstalter) (Autorin / Autor)

Quelle: Erstellt in Anlehnung an vgl.: <http://www.netznotizen.de/literaturburos-in-niedersachsen/> S. 11

5.3.1 Erläuterung einzelner Vertragsbestandteile

Im Folgenden werden einzelne Vertragsbestandteile des Autorenvertrags definiert.

5.3.1.1 Vertragspartner

Aus dem Vertrag muss deutlich hervorgehen, wer Vertragspartner und wer Vertragsbevollmächtigter ist. Dieses muss mit genauer Rechtsform, sowie Adresse im Vertrag festgehalten werden. Dies gilt für alle Mitwirkenden.

5.3.1.2 Pflichten des Künstlers

Der Künstler verpflichtet sich durch Unterzeichnung des Vertrages zu einer künstlerischen Dienstleistung. Das Ergebnis und die Qualität spielen dabei keine Rolle, solange der Künstler durch sein Verhalten die Vertragspflicht nicht verletzt. Durch die Unterzeichnung eines Vertrages verpflichten sich Künstler oder Agentur dem Veranstalter Informationsmaterial, Plakate oder Fotos zur Verfügung zu stellen.

5.3.1.3 Pflichten des Veranstalters

Der Veranstalter verpflichtet sich für die Veranstaltung zu werben, notwendige Genehmigungen einzuholen, sowie die räumlichen Voraussetzungen zu gewährleisten.

5.3.1.4 Gagen und Honorare

Bei der Vergütung für ein Gastspiel gibt es verschiedene branchenübliche Modelle, die den Künstler unterschiedlich stark am wirtschaftlichen Erfolg und Risiko des Auftritts beteiligen. Die wichtigsten Vergütungsmodelle sind:

- Festgage: Die Regelung über eine Festgage ist die einfachste Regelung. Es wird sich auf eine bestimmte Summe als Gage geeinigt. In der Regel werden Nettosummen vereinbart, auf die regulär die Umsatzsteuer und Nebenleistungen kommen.
- Mindestgage/ Garantie plus prozentuale Beteiligung an den Eintrittseinnahmen ab Break-even: Diese Vergütung legt einen festen Betrag fest, den der Künstler in jedem Fall erhält. Hinzu kommt eine prozentuale Beteiligung an den Eintrittseinnahmen. Dabei kann der Veranstalter einen so genannten Break-Even aushandeln. In diesem Fall wird Künstler erst bei Einnahmen über den Break-Even prozentual beteiligt.
- Prozentuale Beteiligung an den Eintrittseinnahmen mit Garantie

➤ Prozentuale Beteiligung an den Eintrittseinnahmen¹⁰⁰

Üblicherweise wird die Mehrwertsteuer zusätzlich zum Honorar gezahlt.

5.3.1.5 Kosten

In der Regel übernimmt der Veranstalter die Reise- und Übernachtungskosten. Dabei sollte unbedingt festgehalten werden, welche Höhe dabei übernommen wird. Wie zum Beispiel die Bahn- oder Flugreise in der 1. oder 2. Klasse. Diese Erstattung kann als Pauschale oder nach Belegen vereinbart werden, üblich ist hier in den meisten Fällen jedoch die Barauszahlung. Weiter trägt der Veranstalter alle Kosten für Licht- und Ton, sowie Miet-, Organisations- und Werbekosten.¹⁰¹ Bei den Verhandlungen um die Gagenhöhe kann man zwar hart verhandeln und sogar Gagenforderungen drücken, doch bei der Betreuung der Künstler sollte nach Möglichkeit nicht gespart werden. Die Unterbringung, das Catering, die Backstageräume, sowie die Betreuung des Künstlers sind psychologisch sehr wichtig und können unter Umständen Einfluss auf den Auftritt haben. Eine schlechte Unterbringung, kein Essen und eine Kammer als Backstageraum versetzen mit Sicherheit fast jeden Künstler in eine schlechte Verfassung und somit wahrscheinlich auch zu einem weniger gelungenen Auftritt.

5.3.1.6 Die Bühnenanweisung

Bühnenanweisungen von Künstlern sind bei Vertragsformularen immer fester Vertragsbestandteil. Dabei werden die Anweisungen von den Künstlern selbst formuliert. Hier bestimmt der Künstler die für ihn wünschenswerte oder notwendige technische Ausstattung der Bühne und des Veranstaltungsortes. Diese Anweisungen können in der Regel nicht immer vom Veranstalter eingehalten werden, darum empfiehlt es sich diese vorab unbedingt abzusprechen.¹⁰²

5.3.1.7 Leistungsstörungen

Dieser Punkt beschäftigt sich mit den Rechtsfolgen einer Veranstaltungsabsage. Sollte der Künstler vorsätzlich seinen Auftritt absagen, um ein besser bezahltes Angebot anzunehmen oder fahrlässig handeln, wie zum Beispiel zu spät zu einer Ver-

¹⁰⁰vgl.: TERBRACK, Projekt- und Veranstaltungsmanagement in Handbuch Kulturmanagement, 2005, S.3, G.2.1

¹⁰¹vgl.: REIFSTECK, Handbuch Lesungen und Literaturveranstaltungen, 2005, S. 74

¹⁰²vgl.: TERBRACK, Projekt- und Veranstaltungsmanagement in Handbuch Kulturmanagement, 2005,S.5, G2.1

anstellung aufbrechen, kann der Veranstalter vom Vertrag zurücktreten oder Schadensersatz verlangen, nach § 325 BGB¹⁰³. Die Vereinbarung einer Konventionalstrafe¹⁰⁴ verdeutlicht beiden Partnern das Risiko einer Vertragsverletzung und ermöglicht dem Gläubiger einen problemlosen Schadensausgleich ohne eine detaillierte Schadensberechnung. In Fällen höherer Gewalt sind weder Veranstalter noch Künstler haftbar zu machen.

5.3.1.8 Kündigung

Sollte dem Künstler drei Wochen vor Veranstaltungsbeginn ein Fernsehauftritt für diesen Termin angeboten werden, kann der Künstler von seiner Vertragspflicht freigestellt werden. Diese Ausnahme wird als „Fernsehklausel“ bezeichnet. Sonst sind keine Kündigungen bei Veranstaltungsterminen berechtigt.¹⁰⁵

5.3.1.9 Die Künstlerunterbringung

Der Aufenthalt für die Künstler und Autoren sollte so angenehm wie möglich gestaltet werden. Formalitäten sollten bereits im Vorfeld in das entsprechende Hotelzimmer geschickt oder im Hotel hinterlegt werden. Die private Unterbringung beim Veranstalter wird von den meisten Autoren abgelehnt, jedoch sollte im vorliegenden Fall auf die Künstlerwohnung im zweiten Stock der Bibliothek verwiesen werden. Die Benutzung der Künstlerwohnung ist eine preiswerte Alternative für die Waldmühle. Es sollte jedoch in jedem Fall nachgefragt werden, ob eine Unterbringung im Hotel bevorzugt wird.

5.4 Kosten und Finanzierung der Autorenlesung

Das Autorenhonorar befindet sich in der Regel zwischen 250 EUR und 1.000 EUR. Dabei ist dem Limit nach oben keine Grenze gesetzt. Je nach Prominenz und Medienwirksamkeit kann ein Autor, Schauspieler oder Sprecher bis zu 4.000 EUR verlangen. Da es sich bei dieser Veranstaltung nicht um eine einzelne Autorenlesung handelt, muss die Wahl der Autoren und Vortragenden auch von der Finanzierung abhängig gemacht werden. So kommen besonders prominente Gäste mit sehr ho-

¹⁰³ § 325 BGB Schadensersatz und Rücktritt. Das Recht, bei einem gegenseitigen Vertrag Schadensersatz zu verlangen, wird durch Rücktritt nicht ausgeschlossen, 2003, S. 72

¹⁰⁴ § 339 BGB Verwirkung der Vertragsstrafe. Verspricht der Schuldner dem Gläubiger für den Fall, dass er seine Verbindlichkeiten nicht oder nicht in gehöriger Weise erfüllt, die Zahlung einer Geldsumme als Strafe, so ist die Strafe verwirkt, wenn er in Verzug kommt. Besteht die geschuldete Leistung in einem Unterlassen, so tritt die Verwirkung mit der Zuwiderhandlung ein, 2003, S. 74

¹⁰⁵ vgl.: REIFSTECK, Handbuch Lesungen und Literaturveranstaltungen, 2005, S. 75 f

hen Gagen nicht in die engere Auswahl. Hier muss beachtet werden, dass bezüglich des unterschiedlichen Programmangebots Finanzen auf verschiedene Programmbe-
reiche verteilt werden müssen. In der Regel ist es jedoch üblich, Verhandlungen mit
Autoren bezüglich ihres Honorars zu führen, sollten diese auffallend hoch sein.

5.5 Zur Besteuerung

Auch Autorenlesungen unterliegen dem vollen Steuersatz von 16%. Künstlerische
Leistungen wie Theater, Literarische Kabarettgruppen, Chöre und Orchester unter-
liegen dagegen dem ermäßigten Steuersatz von 7%. Ganz befreit sind Theater- und
Musikgruppen in Trägerschaften des Bundes, der Länder oder der Gemeinde. Die
Bücherei als gewerblicher Veranstalter ist regulär umsatzsteuerfrei. Die Umsatz-
steuer im Autorenhonorar entfällt jedoch nicht und muss in der Kalkulation immer
berücksichtigt werden. Eine Autorenlesung setzt sich aus folgenden Kostenpunkten
zusammen.

Honorar
+ Umsatzsteuer
+ Fahrtkosten
+ Übernachtung
+ Bewirtung
+ Einladung Druck/ Versand
+ Plakate
+ Handzettel
+ Zeitungsanzeige
+ Arbeitszeit

= Gesamtbetrag¹⁰⁶

Die folgende Autorencheckliste soll dem ausführenden Projektteam als Grundlage
dienen, um einzelne Arbeitsschritte effizient zu planen und Prioritäten zu setzen.

¹⁰⁶ vgl.: REIFSTECK, Handbuch Lesungen und Literaturveranstaltungen, 2005, S. 86 ff

Abb.13: Checkliste für die Autorenlesung

Autor/ Termin			
Autor	_____	Termin	_____
Beginn	_____	Dauer	_____
Veranstaltungsort	_____		
Lesung aus	_____		
Mitveranstalter	_____		
Autor Adresse	_____		
Tel.:	_____	E-Mail	_____
Verlagskontakt	_____		
Tel.:	_____	E-Mail	_____
Treffpunkt/ Abholung	_____		
Übernachtung	<input type="checkbox"/> ja Hotel	_____	
	<input type="checkbox"/> nein	gebucht am	_____
Essen: wann?	_____	Tisch reserviert	_____
Sonstige Vereinbarung	_____		
Konditionen			
Honorar	_____	weitere Kosten	_____
Mehrwertsteuer	_____		
Reisekosten	_____		
Verlagsbeteiligung/Mitveranstalter	_____		
Zahlung bar/ überwiesen am	_____		
Eintrittspreis	_____		
Werbung			
Werbematerialien des Verlages	gibt es	angefordert/Menge/Format	geliefert
Plakate	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> _____	<input type="checkbox"/>
Pressefotos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> _____	<input type="checkbox"/>
Pressemappen/ Infomaterial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> _____	<input type="checkbox"/>
Lesexemplare für Medien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> _____	<input type="checkbox"/>
Eigene Werbematerialien			
Plakate	_____ Ex.	Auftrag an _____	Datum _____
Prospekte	_____ Ex.	Auftrag an _____	Datum _____
Einladungskarten	_____ Ex.	Auftrag an _____	Datum _____
Eintrittskarten	_____ Ex.	Auftrag an _____	Datum _____
Presse / Medien			
Pressemitteilung/ Veranstaltungshinweis	erledigt Journalist kommt		
_____	<input type="checkbox"/>	_____	
_____	<input type="checkbox"/>	_____	
_____	<input type="checkbox"/>	_____	
_____	<input type="checkbox"/>	_____	
Interview- Wünsche / Fototermine (wer?, wann?, wo?)			

Pressespiegel verschickt an	<input type="checkbox"/> Verlag	<input type="checkbox"/> Autor
	<input type="checkbox"/> Mitveranstalter	<input type="checkbox"/> Sponsoren
Veranstaltungstechnik		
Betreuung Mikroanlage	_____	Hausmeister _____
Betreuung Lichttechnik	_____	Hausmeister _____
Sonstiges	
Personal		
Autorenbetreuung	_____	Kasse _____
Pressebetreuung	_____	Einlasskontrolle _____
Begrüßung/ Moderation	_____	
Büchertisch	_____	Fotodokumentation _____
Sonstiges	

Quelle: Erstellt in Anlehnung an vgl.: <http://www.netznotizen.de/literaturburos-in-niedersachsen/> S. 11

5.6 Autoren

Im Folgenden werden Autoren für die Lesungen in der Bibliothek vorgeschlagen, die aus der Region stammen oder aber ihre Werke in regionalem Bezug stehen.

Heinz Strunk

Werk: „Fleisch ist mein Gemüse“

Kontakt über: HeinzStrunk@Studiobraun.de

Egon Olson

Werke: „Heideblues“, „Trollblut“

Kontakt über: Kbv Verlags- und Medien- GmbH

Augustinen Str. 4

54576 Hildesheim

info@kbv-verlag.de

Thomas B. Morgenstern

Werk: „Der Milchkontrolleur“

Kontakt: Thomas B. Morgenstern

Aschhorn 9

21706 Drochtersen

Tel.: 04143/ 25 8

Fax.:04143/ 70 72

Rolf- Dieter- Diehl

Werk: „Um drei bei Talamitie“

Kontakt: Kulturszenebüro Südheide

Urwaldschneide 1
29345 Unterlüß
Tel.: 05827/ 97 21 03 3
info@Kulturszene-südheide.de

Christian Oelschläger

Werk: „Der Kohlfuchs“
Kontakt über: www.ch-oelschläger.de

Andree Hesse

Werk: „Der Judassohn“
Kontakt über: Rowolth Verlag
Hamburger Str. 17
21465 Reinbeck
Tel.: 040/ 72 72 0
Fax.:040/ 72 72 31 9
info@rowohlt.de

Bella Q.

Werk: „Die Eisschwestern“
Kontakt: Am Berge 14
29223 Celle
cosima@cos21.de

Wolfgang Sieg

Werke: „Luter Lütte Katastrofen“ und „Luter Lütte
Sonnenstrahlen“
Kontakt: Tel.: 04121/ 94 33 3
Fax.: 042121/ 95 27 8

5.7 Persönlichkeiten der Stadt

Im Folgenden werden Persönlichkeiten der Stadt vorgestellt, die für die Lesungen in der Bibliothek aus Werken regionaler Autoren lesen könnten.

Klaus Lage

Musiker
Scala, Robert Weißenberger
Parkstraße 2
60322 Frankfurt
Tel.: 069/ 55 08 87
Fax.:069/ 59 50 94
Homepage: www.klauslage.de

Fred Tödter

Stern-Cartoonist
Tetsche c/o stern
Gruner und Jahr AG
Baumwall 11
20459 Hamburg
E-Mail: tetsche@tetsche.de

Thomas Ostermeier

Regisseur
Schaubühne am Lehniner Platz
Kurfürstendamm 153
10709 Berlin
Zentrale
Tel.: 030/ 89 00 20
Fax.:030/ 89 00 2-190

Wilhelm Ruhkopf

Bürgermeister
Poststr. 12
29614 Soltau
Tel.:05191/ 82 100
Fax.: 05191/ 82 308
E-Mail: buergermeister@stadt-soltau.de

Peter Kerstein

1. Vorsitzender des Kulturvereins
Breidingsgarten 8
29614 Soltau
Tel.: 05191/ 25 48
E-Mail: peter.kerstan@ewetel.net

Dr. Hans Lucas

Kulturkonferenz
Schmiedeweg 12
29614 Soltau
Tel.: 05191/ 16 63 4
E-Mail: hans.lucas@web.de

5.8 Ausstellungsliteratur

Da parallel zu den Lesungen im oberen Teil der Bibliothek Literatur der Region und über die Region ausgestellt wird, folgt eine Literaturzusammenstellung aktueller Werke von und über die Lüneburger Heide. Ausgestellt werden neben Sachliteratur der Region, Geschichte, Geographie, Kultur, Flora, Fauna, Sprache und die Schriften der Freudenthal-Gesellschaft auch hochdeutsche Literatur der Region und plattdeutsche Werke. Insgesamt beinhaltet die Sammlung über 1.200 Bücher und Zeitschriften.

Literatur

Kleine Literatúrausstellung in der Bibliothek.

Die Ausstellung sollte noch um folgende Werke ergänzt werden.

Thema: Literatur zwischen Hamburg, Hannover und Bremen

- Literatur aus der Region/ über die Region
- Autoren aus der Region
- Literatur Op Platt

Literatur aus der Region/ über die Region

- Sagen und Märchen aus der Lüneburger Heide von Günter Petschel (Taschenbuch), 1999
- Von Riesen, Hexen, Raubrittern und verliebten Trollen - Sagen und Märchen aus der Lüneburger Heide neu erzählt von Ina Freiwald (Broschiert), 2006
- Rettet die Lüneburger Heide von Various (Audio), 2002
- Eine kulinarische Entdeckungsreise durch die Lüneburger Heide und den Elbmarsch von Christiane Anschlag, Heinz Anschlag, und Sabine Bomeier (Gebundene Ausgabe), 2007
- Die Lüneburger Heide. Kunst - Reiseführer (DuMont Kunst-Reiseführer) von Hans-Christoph Hoffmann (Broschiert), 1996
- Der letzte Hansbur: Der letzte Hansbur. Ein Bauernroman aus der Lüneburger Heide von Hermann Löns (Gebundene Ausgabe), 1996
- Die Heideärztin. von Christa Canetta und Christa Kanitz (Broschiert), 2007

Krimis aus der Region/ über die Region

- Rachebunker. Psychothriller aus der Lüneburger Heide von Matthias Kopmann (Broschiert), 2007
- Heideblues von Egon Olsen (Taschenbuch), 2005
- Trollblut von Egon Olson (Taschebuch), 2006
- Der Kohlfuchs von Christian Oehlschläger (Gebundene Ausgabe), 2006
- Die Eisschwestern von Bella Q., (Taschenbuch), 2007
- Der Milchkontrolleur von Thomas B. Morgenstern, (Taschenbuch), 2005
- Der Judassohn von Andree Hesse, (Taschenbuch), 2006
- Das andere Blut von Andree Hesse, (Broschiert), 2008
- Die Schwester im Jenseits von Andree Hesse, (Gebundene Ausgabe), 2008-0

Literatur Op Platt

von Ina Müller:

- Platt is nich uncool
94 Seiten, broschiert, erschienen 2002 im Quickborn Verlag
- Mien Tung is keen Flukati
96 Seiten, broschiert, erschienen 2004 im Quickborn Verlag

- Schönheit vergeiht- Hektar besteht
94 Seiten, broschiert, erschienen 2005 im Quickborn Verlag
von Wolfgang Sieg:
- Luter lütte Katastrophen, Taschenbuch, 2004
- Luter lütte Sonnenstrahlen, Taschenbuch, 2004
- Ohlsdorf lebt, Taschenbuch, 2005
- Dat kannst ruhig laut sagen, Taschenbuch, 2007

Auf und über Plattdeutsch

- Kauderwelsch, Plattdüütsch, das echte Norddeutsch
von Hermann Fründt und Hans-Jürgen Fründt, 2007
- Fiete lehrt Plattdüütsch. En Lehrbook för Anfänger, Lütte un anner Lüüd
(Lernmaterialien) von Rolf Schwippert, 2005
- Dat groote plattdüütsche Hörbook . Geschichten
von Hermann Bärthel, Ines Barber, Reimer Bull, und Gerd Spieckermann
(Audio CD) – Audiobook, 2005
- Harry Potter 1 un de Wunnersteen
von Joanne K. Rowling, Hartmut Cyriacks, und Peter Nissen (Gebundene
Ausgabe), 2002
- Harry Potter 2 un de grulig Kamer
von Joanne K. Rowling, Hartmut Cyriacks, und Peter Nissen (Gebundene
Ausgabe), 2002
- De Familienfier. 25 plattdeutsche Geschichten
(Gebundene Ausgabe), 2006

Nationalsozialismus und die Lüneburger Heide

- Zwangsarbeit in der Lüneburger Heide. Organisation und Alltag des "Ausländer-
ereinsatzes" 1939-1945 von Nils Köhler (Gebundene Ausgabe), 2004
- Wenn Hitler tot ist, tanzen wir. Das Leben der Hilde Heart von Heinrich Thies
(Broschiert), 2006
- Heimat, Heide, Hakenkreuz: Lüneburgs Weg ins Dritte Reich von Lüneburger
Arbeitskreis "Machtergreifung" (Taschenbuch), 1995

- Lager Soltau: Das Kriegsgefangenen- und Interniertenlager des Ersten Weltkrieges (1914 – 1921) von Klaus Otte, Mundschenk (Gebundene Ausgabe) 1999
 - KZ- Züge auf der Heidebahn von Uwe Nordhoff und Reinhard Otto, (Broschiert) 1991
-

6. Station 2-

Die Veranstaltungskonzeption zur Planung der Kunstaussstellung in der Alten Reithalle

Dieser Veranstaltungspunkt konzentriert sich im Wesentlichen auf die Ausstellungen relativ unbekannter regionaler Künstler. Der Begriff „unbekannt“ bezieht sich darauf, dass die Künstler auf dem überregionalen Kulturmarkt nicht oder noch nicht bekannt sind. Manche von ihnen sind wahrscheinlich nicht einmal in der regionalen Kulturszene bekannt und dennoch sind ihre Werke so ansprechend, dass sie in der Ausstellung der Kulturnacht gezeigt werden sollten. Dabei stellen die meisten Künstler der Region ihre Werke nicht in Galerien aus, sondern in selbst organisierten Ausstellungen. Diese Künstler sind in der Regel schwer zu akquirieren, darum empfiehlt sich hier ein Aufruf in der Presse, um die Bewerbung zur Kulturnacht auszuschreiben. Diese Ausschreibung sollte mindestens acht Monate vor Beginn der Veranstaltung in den Tageszeitungen der Städte Soltau, Walsrode, Rotenburg (Wümme), Lüneburg und Celle als Anzeige geschaltet werden. Die Anzeige dient als Information für Künstlerinnen und Künstler, um sich für die Kulturnacht in Soltau zu bewerben beziehungsweise anzumelden. Das Projektteam, das sich mit der Künstlerakquise beschäftigt, verfügt so über einen wesentlich größeren und vielfältigeren Spielraum bezüglich der verschiedenen Sparten des künstlerischen Schaffens. Diese Anzeige sollte auch auf der Homepage der Bibliothek und der Stadt Soltau zu finden sein und wie folgt aussehen.

Abb.14: Ausschreibung in der lokalen Presse

1. Kulturnacht in Soltau

Soltau. Am Samstag, den 26.07.2009 findet die 1. Soltauer Kulturnacht statt. An zehn verschiedenen Orten im Soltauer Stadtgebiet werden Einzelkünstler, Autoren und Theatergruppen aus der Region Lüneburger Heide ein vielfältiges Programm präsentieren. Künstlerinnen und Künstler aller Sparten sind eingeladen, sich bis spätestens (Einsendeschluss) in der Stadtbibliothek zu bewerben. Bewerbungsformulare gibt es online unter www.soltau.de. Weitere Informationen sind bei Frau Lüdemann, Leiterin der Bibliothek Waldmühle, unter der Nummer 05191/ 50 05 oder online unter bibliothek_waldmuehle_soltau@t-online.de erhältlich.

Quelle: erstellt in Anlehnung an www.braunschweig.de/kulturnacht

Um sich als Teilnehmer für die Kulturnacht zu bewerben, ist ein entsprechendes Bewerbungsformular im Internet über die Seite der Stadt Soltau herunterzuladen. Entsprechende Teilnahmebedingungen werden angehängt.

Abb.15: Anmeldung für die Bewerber der Kulturnacht



Anmeldung zur 1. Soltau Kulturnacht am 26. Juli. 2009

Name/Einrichtung: _____
Ansprechpartner: _____
Telefon/Mobiltelefon: _____
Postleitzahl/Wohnort: _____
E-Mail: _____
Art der Darbietung: _____
Veranstaltungsort: _____

Die Anmeldung muss spätestens bis zum (Datum) erfolgt sein!

Folgende Anlagen der Anmeldung bitte beifügen:

- Beschreibung der Darbietung
- Eigenes Werbematerial / Internetadresse (wenn vorhanden) bzw. An-
sichtsmaterial (Foto von den eigenen Arbeiten, Hörproben etc.)

Hiermit melde ich mich / meine Einrichtung verbindlich zur Teilnahme an der 1. Soltau Kulturnacht an und erkläre mich mit den Teilnahmebedingungen einverstanden:

Ort, Datum

Unterschrift

Quelle: Erstellt in Anlehnung an www.braunschweig.de/kulturnacht

Abb.16: Teilnahmebedingung für die Kulturnacht

Teilnahmebedingungen für die 1. Soltauer Kulturnacht

Teilnehmen können Künstlerinnen und Künstler aus der Region Lüneburger Heide (z.B. Musiker, Autoren, Maler, Bildhauer, Grafiker, Schauspieler, Tänzer, Fotografen etc.), Einrichtungen der Stadt Soltau sowie örtliche Betriebe.

Nur ein unterschriebenes Anmeldeformular gilt als verbindliche Anmeldung. Die Bibliothek Waldmühle behält sich vor, über eine Teilnahme zu entscheiden. Die Teilnahme wird schriftlich bestätigt. Die Mitwirkung für Sie am Veranstaltungsprogramm ist ebenso wie der Besuch aller Veranstaltungen der Kulturnacht kostenlos. Die Darbietungen der Kulturnacht am 26.07.2009 sollen innerhalb des Zeitraums von 18:00 Uhr – 24:00 Uhr stattfinden. Sollte darüber hinaus ein Rahmenprogramm geplant sein, teilen Sie uns dieses bitte bis spätestens zum (Datum) mit, damit es in das Programmheft aufgenommen werden kann.

Für teilnehmende Einrichtungen

Die teilnehmenden Einrichtungen und Betriebe sind für die Organisation einer benötigten Räumlichkeit, die Gestaltung des Programmpunktes und die eventuelle Bewirtung der Gäste sowie die Übernahme sonstiger entstehenden Kosten selbst verantwortlich. Sollte für die Veranstaltung eine GEMA- oder eine ordnungsbehördliche Anmeldung notwendig sein, so sind diese durch Sie als Veranstalter einzuholen.

Für darbietende Künstler und Künstlerinnen

Für den An- und Abtransport sowie für den Aufbau der auszustellenden Werke, Instrumente und dem benötigten Equipment sind die Teilnehmer selbst zuständig. Durch die Teilnahme an der Ausstellung zur Kulturnacht ist es für die Aussteller möglich ihre Werke dort selbst zu verkaufen. Alle Werke sind durch den Veranstalter während der Ausstellung versichert.

Alle Teilnehmer müssen aus organisatorischen Gründen während der Kulturnacht telefonisch erreichbar sein. Bitte geben Sie eine entsprechende Telefonnummer (evtl. auch Mobiltelefonnummer) im Anmeldeformular an. Die Bibliothek Waldmühle Soltau übernimmt die Koordination, Organisation und Werbung. Programmhefte und Plakate werden den Teilnehmenden kostenfrei zur Verfügung gestellt. Für die Werbung und das Programm wird eine Beschreibung der Darbietung benötigt, die bitte der Anmeldung beigelegt wird. Gern stehen wir Ihnen mit Rat und Hilfe unter der Nummer 05191/ 50 05 zur Seite, Anmeldeschluss ist der (Datum).

**Bibliothek Waldmühle
Mühlenweg 4, 29614 Soltau
Fax.: 05191/ 97 82 2**

bibliothek_waldmuehle_solatu@t-online.de

Quelle: Erstellt in Anlehnung an www.braunschweig.de/kulturnacht

Durch die Abtrennungsmöglichkeiten und die Größe der Reithalle ist es möglich eine Vielzahl an Künstlern und ihren Werken vorzustellen. Die ausgestellten Werke sollen aus Arbeiten verschiedenster Kunstrichtungen bestehen, die jeder Künstler persönlich in seinem eigenen, abgetrennten Bereich vorstellt. Die Ausstellung in der Reithalle gibt somit einen Querschnitt des vielseitigen künstlerischen Schaffens in der Region und zeigt, dass auch hier eine reichhaltige und vitale Kunstszene vorhanden ist. Den Besuchern der Kulturnacht soll durch den persönlichen Kontakt mit den Ausstellern die Möglichkeit gegeben werden, sich über bemerkenswerte Künstler ihres Umfeldes zu informieren und Werke zu erwerben.

6.1 Künstler

Im Folgenden werden einige Künstler der Umgebung mit einer kleinen Auswahl ihrer Werke vorgestellt.

Gemälde

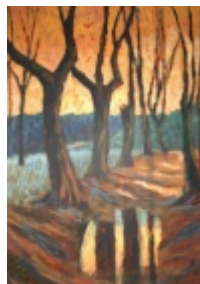
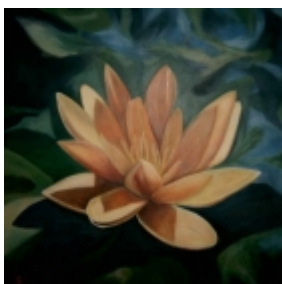
Franko Schmidt

E-Mail: FrankoSchmidt@gmx.de

Homepage: <http://www.frankoschmidt.de>

Ort: 21394 Kirchgellersen/ Niedersachsen

Werke



Quelle: <http://www.artgalerie-deutschland.de/data/thumbnails/1213/TaenzerImRot1.jpg>

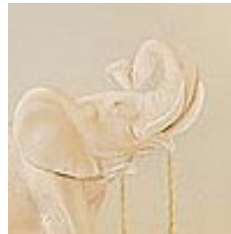
Mariola Bogacki

E-mail: info at art-bogacki.de

Homepage: <http://www.art-bogacki.de>

Ort: 28865 Lilienthal/ Niedersachsen

Werke



Quelle: http://www.absolutearts.com/portfolio3/m/mariolabogacki/Im_Rausch_der_Ewigkeit-1157007691t.jpg

Skulpturen

K. Schmidt & F. Pankow

Atelier für Bildhauerei u. Glaskunst

Sudermühler weg 15

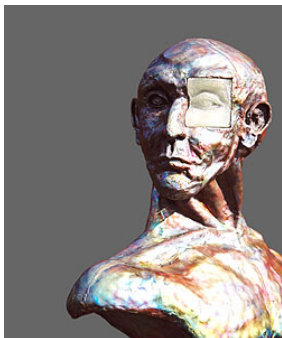
21272 Egestorf

Tel.: 04175/ 82 47

E-Mail: mail@sp-skulptur.de

Homepage: <http://www.sp-skulptur.de>

Werke



Quelle: www.sp-skulptur.de

Dieter Schafranek

Hauptstr. 47

29683 Dorfmark

Tel./ Fax.: 05163 / 20 72

Homepage: <http://www.glaskunst-schafranek.de>

Werke



Quelle: www.glaskunst-schafranek.de

Eisenplastiken und Malerei

HU. Kipp

Molkereistrasse 9

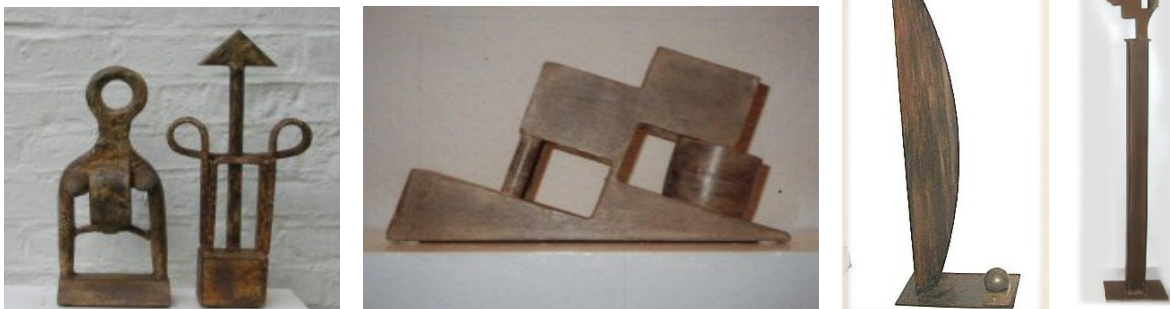
27374 Visselhövede/Wittorf

Tel.: 04260/264

Mobil: 0179-2855900

E-Mail: hu.kipp@gmx.de

Werke



Quelle: www.stahl-lebt.de

Bildhauerei und Malerei

M.W. Reichert

Bahnhofstrasse 15

27374 Visselhövede

Tel.: 04262 / 95 79 55

E-Mail: m.w.reichert@web.de

Werke



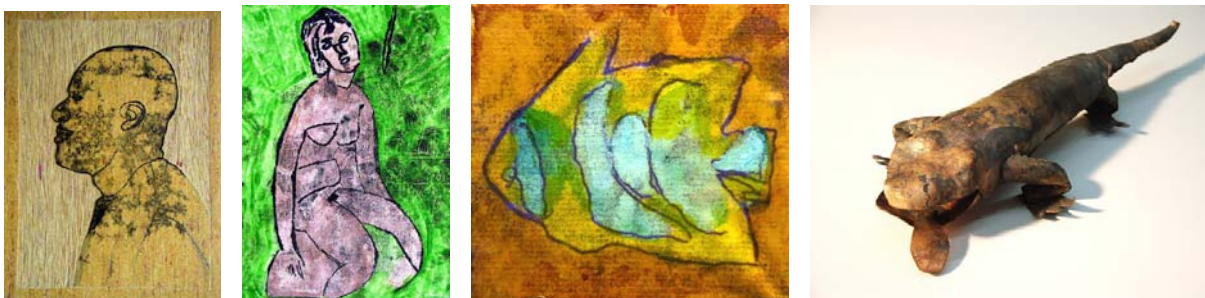
Quelle: <http://www.kuenstlernet.com/vorlage%20animation%201.htm>

Die Bildnerische Werkstatt- Wir

Der Rotenburger Werke

Ein freies Kunstatelier von Menschen mit geistigen Behinderungen.

Werke



Quelle: <http://www.bildnerische-werkstatt.de>

Weitere Künstler aus der Region-

Des Weiteren folgt eine Aufstellung Kunstschaffender aus der „Hohen Heide Galerie“ auf dem Vissel - und dem Sonnentau-Campus in Visselhövede:

Zu erreichen unter:

"Kultur im Sonnentau"

M. W. Reichert

Bahnhofstrasse 15

27374 Visselhövede

Tel.: 04262/95 79 55

E-Mail: kultur-sonnentau@t-online.de



Annette Welke, Stellichte, Textilcollagen



Reinhard Haubold, Bendingbostel, Maler



Hans - Heinrich Bardenhagen, Visselhövede, Maler



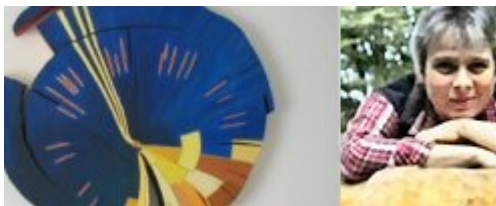
Britta Haffke, Hiddingen, Grafikerin



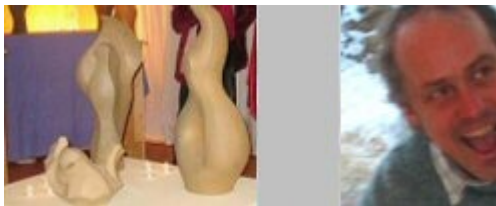
Heiner Kemna, Hiddingen, Bildhauer, Photograph



Hannes Hunold, Bendingbostel, Maler, Grafiker, Bildhauer



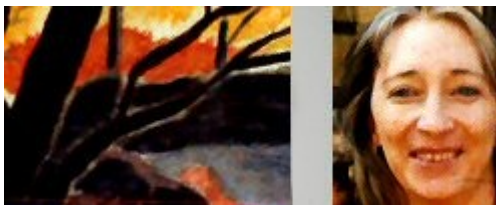
Susanne Hoppe, Bothel, Bildhauerin



Martin Freimut Wenner, Visselhövede, Bildhauer



Jobst Deventer, Riekenbostel, Malerei, Objekte aus Glas und Holz



Claudia Manke - Puppa, Wittorf, Malerei



Tatu Gebhardt, Visselhövede, Malerei

Quelle: <http://www.kunstmwasserturm.de/42821.html>

7. Station 3

Die Veranstaltungskonzeption zur Planung des Programmpunktes „Variété in der Hauptschule“

Der Showpalast der Hauptschule Soltau besteht seit mehr als 20 Jahren und ist Deutschlands einziges Schülervarietee. Durch diverse Auftritte im In- und Ausland sowie in Fernsehproduktionen konnte sich der Showpalast durch ein abwechslungsreiches Bühnenprogramm als feste Größe im Veranstaltungsbereich der Stadt Soltau etablieren. Aus diesem Grund wird die Hauptschule Soltau einer der zehn Veranstaltungspunkte der Kulturnacht sein. Der Showpalast zeigt in seinem aktuellen Programm „Jahrmarkt der Träume“, was die Region auf dem Gebiet Show und Schülervariété zu bieten hat.

Das Team des Showpalasts ist selbst für den Programmpunkt verantwortlich, dies beinhaltet sowohl den Aufbau und die Gestaltung des Programmpunktes, als auch den Programmablauf. Da der Showpalast über ein Zirkuszelt mit einer Besucherkapazität von bis zu 250 Gästen verfügt, bleibt der Leitung des Showpalastes frei, ob die Veranstaltung im Zelt oder auf freiem Gelände stattfindet. Der Leitung bleibt ebenfalls überlassen, wie oft das 90 Minuten andauernde Bühnenprogramm am Abend der Kulturnacht wiederholt wird. Ein detaillierter Ablaufplan ist der Leitung des Projektteams Kulturnacht bis zu einem bestimmten Termin mitzuteilen, um entsprechende Werbe- und Finanzmaßnahmen zu planen.

8. Station 4

Die Veranstaltungskonzeption zur Planung des Programmpunktes „Kunst im Gymnasium“

Dieser Veranstaltungspunkt benötigt eine relativ große Vorlaufzeit. Bereits zum Planungsbeginn des Projektes „Kulturnacht“ muss sich die Leitung der Bibliothek beziehungsweise des Projektteams mit den entsprechenden Lehrkräften der Leistungskurse Kunst sowie der Direktorin des Gymnasium in Verbindung setzen. Dabei sollte die Bibliothek sowohl das Konzept beziehungsweise die Philosophie der bevorstehenden Veranstaltung erörtern, als auch entsprechende Gegenleistung für die teilnehmenden Schülerinnen und Schüler vorlegen.

Das Konzept der Kulturnacht sieht vor, dass Schüler der Leistungskurse Kunst Werke nach Lehrplan anfertigen und für diese auch entsprechende Noten erhalten. Die Programmgestaltung der Kulturnacht greift dabei nicht in den regulären Unterricht beziehungsweise in den Lehrplan ein. Lediglich die Ausstellung der angefertigten Werke am Ende des Schuljahres stellt eine Ausnahme zum schulischen Ablauf dar. Die Schüler stellen in einer für die Kulturnacht veranstalteten Ausstellung ihre Werke im Stil einer eigenen Vernissage vor. Dabei ist ihre Kreativität im Aufbau und in der Gestaltung des Programmpunktes gefragt. Ob die Ausstellung in den Kellerräumen oder verteilt über mehrere Etagen stattfindet, bleibt den Schülern und Lehrern des Gymnasiums selbst überlassen. Auch hier müssen bis zu einem festgelegten Zeitpunkt genaue Angaben zu Thema und Ablauf des Veranstaltungspunktes gegeben werden. Als Gegenleistung erhalten die Schülerinnen und Schüler von ihrer Bibliothek ein speziell auf sie zugeschnittenes Angebot bezüglich ihrer Abiturvorbereitung. Da das Gymnasium Soltau im engen Kontakt zur Bibliothek steht, ist eine vertragliche Vereinbarung hier nicht zwingend.

9. Station 5

Die Veranstaltungskonzeption zur Planung des Programmpunktes

„Kochshow im Brauhaus Joh. Albrecht“

Im Brauhaus Joh. Albrecht wird begleitend zur Soltauener Kulturnacht eine Kochshow mit kulinarischen Genüssen aus der Region angeboten. Unter dem Motto der Kulturnacht zeigt ein Sternekoch der Lüneburger Heide wie man regionale Spezialitäten zubereitet. Was in der Show gezeigt und serviert wird sollte von der Veranstaltungsidee abgeleitet werden, jedoch unbedingt mit der Leitung der Veranstaltung abgesprochen werden, um den Erhalt des regionalen Bezuges der Veranstaltung zu gewährleisten. Da das Brauhaus als Teilnehmer in Kooperation mit der Bibliothek auftritt, wird das Brauhaus nicht am Gewinn beteiligt. Das Brauhaus verdient durch die herkömmliche Bewirtung der Gäste, die aufgrund der Kochshow an diesem Abend wahrscheinlich zahlreicher erscheinen werden, als an einem gewöhnlichen Samstagabend. Ein weiterer Vorteil für das Brauhaus ist der positive Imagetransfer der sich über die Veranstaltung der Kulturnacht erreichen lässt. Gerade in Kleinstädten spielt die Unterstützung von kulturellen Veranstaltungen eine besondere Rolle. Wer

dazu beiträgt die Veranstaltung zu unterstützen und zu einem Erfolg werden zu lassen, der hat in seinem entsprechenden Umfeld Gutes getan, über das die Bewohner der Stadt sicherlich sprechen werden.¹⁰⁷

Neben der regulären Speisekarte wird eine eigens für die Veranstaltung erstellte Speisekarte gereicht, die ausschließlich regionale Gerichte und Getränke beinhaltet. Die Speisekarte wird in Kooperation mit dem Projektteam erstellt. Für die Auswahl und die Vergütung des Sternekochs ist die Bibliothek verantwortlich, die Organisation des Veranstaltungspunktes übernimmt das Brauhaus. Für den Besucher ist lediglich die Kochshow im Eintrittspreis der Kulturnacht enthalten. Für Getränke und Speisen während der Show kommt der Besucher selbst auf.

Abb.17: Beispiel einer Speisekarte Seite 1 und 4



Quelle: Eigener graphischer Entwurf

¹⁰⁷ vgl.: FREY et al, Sponsoring. Ein Leitfaden für die Praxis, 2007, S.23

Abb.18: Beispiel einer Speisekarte Seite 2 und 3



Quelle : Eigener graphischer Entwurf

10. Station 6

Die Veranstaltungskonzeption zur Planung des Programmpunktes

„Comedy im Park“

Um auch die Komponente Schauspiel beziehungsweise Comedy in der Projektarbeit aufzugreifen wird im Stadtpark eine Freilichtbühne aufgebaut, auf der regionale Theatergruppen, Comedians oder Improvisationskünstler ein unterhaltsames Bühnenprogramm darbieten. Da viele Besucher durch ihren eigenen, zusammengestellten Programmplan häufig den Anfang einer Vorstellung verpassen werden, bietet sich hier das Improvisationstheater an. Beim Improvisationstheater geht es um Spontaneität, Witz und Fantasie. Die Kunst aus wenigen Worten eine ganze Szene zu gestalten eignet sich besonders für wechselndes Publikum. Besucher, die neu dazukommen und den Anfang des Stückes nicht mitbekommen haben, können aufgrund der wenigen Regeln und des fehlenden festgeschriebenen Storyboards sofort mit einsteigen. Beim Improvisationstheater wird das Publikum miteinbezogen, es ruft den Akteuren einzelne Begriffe zu und wird somit zum unmittelbaren Mitspieler. Die Veranstaltung im Stadtpark wird allein von der Bibliothek ausgerichtet. Die folgende Auflistung zeigt einige Gruppen und Künstler, die für die Aufführungen im Stadtpark in Frage kommen.

10.1 Theatergruppen, Comedians und Improvisationskünstler

Theater

Die Zeitlosen

Die Zeitlosen sind Laienschauspieler, die regelmäßig in der Aula des Soltauer Gymnasiums auftreten. Dieses Amateurtheater befasst sich mit satirisch- heiteren Theaterstücken und überzeugt durch ihr engagiertes und intensives Spiel sowie durch zahlreiche lustige extra Einlagen. Besonders passend zu Veranstaltung ist das Stück „Kunstwerke“, eine Parodie auf den zeitgenössischen Kunstbetrieb.

Zu erreichen unter: www.die-zeitlosen.de.vu oder
Kulturinitiative Soltau e.V.

Breidingstraße 25

29614 Soltau

www.kulturinitiative-soltau.de

Kabarett

Die Meiers

Volker Meier

Mumsenstr. 2

22767 Hamburg

Tel.: 040/ 85 37 09 60

Lisa Politt

Lisa Politt ist eine politische Kabarettistin, die gebürtig aus dem Landkreis Soltau Fallingbostal stammt. Mit ihrem Lebensgefährten Gunther Schmidt betreibt sie seit 2003 das Politbüro in Hamburg. Gemeinsam mit ihm gründete sie die Kabarettgruppe Herrchens Frauchen, die bereits erfolgreich in der Aula des Soltauer Gymnasiums aufgetreten ist.

Zu erreichen unter: www.polittbuero.de

Telefon: 040/ 28055467

Improvisationstheater

Irma Foen

Mira Rimbach

Papenhuder Str. 34

22087 Hamburg

Tel.: 040/ 42 93 52 54

Fax.:040/ 22 75 94 34

info@irmafoen.de

Das Duo PuR

Pierre Chuchana
Schmiedstr. 22
28203 Bremen
Tel.: 0421/ 70 08 66

Instant Impro

Alexandra Göddert
Bentheuer Str. 24g
27578 Bremerhaven

Die Spieler

Lotte Lottmann
Hospitalstr. 35
22767 Hamburg
Tel.: 0172/ 31 53 73 8

Das Verhältnis beziehungsweise die getroffenen Absprachen zwischen dem Veranstalter, der Bibliothek Waldmühle, und dem auftretenden Künstler sollte in einem Vertrag schriftlich fixiert werden. Im Folgenden wird ein Vertrag aufgezeigt, der dem ausführenden Projektteam als Beispiel im vollen Wortlaut dient.

Abb.19: Beispiel Gastspielvertrag

<p>Gastspielvertrag</p> <p>Zwischen _____ – vertreten durch _____ (nachstehend Künstler genannt) und _____ – vertreten durch den/die Bevollmächtigte(n), Herrn/Frau _____ Anschrift _____ Tel. (d) _____, Fax _____, Tel. (p) _____ – zuständige Abteilung: _____, Kontaktperson: _____ (nachstehend Veranstalter genannt) wird folgender Vertrag geschlossen:</p> <p style="text-align: center;">§ 1. Leistungen des Künstlers</p> <p>Der Künstler verpflichtet sich, beim Veranstalter das Programm _____ _____ am _____ um _____ Uhr zur Durchführung zu bringen.</p> <p style="text-align: center;">§ 2. Technische Leistungen des Veranstalters</p> <p>a) Die Aufführung findet statt in den Räumlichkeiten (Anschrift, Telefonnummer, Ansprechpartner): _____</p> <p>b) Die Räumlichkeiten stehen dem Künstler für erforderliche Vorbereitungsarbeiten ab dem _____ um _____ Uhr zur Verfügung.</p> <p style="text-align: center;">§ 3. Bestandteile des Vertrages</p> <p>Der Gastspielvertrag kommt unter Einbeziehung des beigefügten Technischen Beiblattes / Bühnenanweisung zur o.g. Veranstaltung und der umseitig abgedruckten Allgemeinen Geschäftsbedingungen zustande.</p> <p style="text-align: center;">§ 4 - Hotelunterkunft</p> <p>a) Für die ausreichende Übernachtung von _____ Personen trägt der Veranstalter für die Zeit vom _____ (Anreise) bis zum _____ (Abreise) auf seine Kosten Sorge.</p> <p>b) Eine Vorauszahlung auf Reisekosten in Höhe von _____ Euro ist bis zum _____ zu überweisen.</p> <p style="text-align: center;">§ 5 - Werbung</p> <p>Der Künstler stellt dem Veranstalter folgendes Informations- und Werbematerial für die Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung: _____</p>

§ 6 – Honorarregelung

(Variante A):

a) Für die Durchführung(en) nach § 1 erhält der Künstler vom Veranstalter ein Gesamthonorar in Höhe von _____ Euro (in Worten: _____ Euro) zuzüglich ____% Mehrwertsteuer.

(Variante B):

a) Der Künstler erhält ____% der um die Tantiemen und die Mehrwertsteuer verminderten Eintrittseinnahmen.

Die Tantiemen werden dem Künstler übergeben, der sie dem Rechteinhaber überweist.

Der entsprechende MwSt.-Satz wird ggfs. auf den Anteil des Künstlers hinzugerechnet.

b) Als Mindestsumme erhält der Künstler für die Durchführung(en) nach § 1 vom Veranstalter _____ Euro (in Worten: _____ Euro) zuzüglich ____% Mehrwertsteuer und Tantiemen.

c) Es sind folgende Eintrittspreise vereinbart: _____

(beide Varianten):

b/d) Als Zahlungsmittel wird vereinbart: Barzahlung / Verrechnungsscheck / Überweisung auf Konto Nr. _____ bei _____ (BLZ _____)

§ 7 - Erklärung zur Rechtsform des Künstlers

(Variante A):

Der als "Künstler" bezeichnete Vertragspartner ist im Sinne des KSVG keine eigene Rechtspersönlichkeit. Er ist Einzelunternehmer / eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts und somit selbständig im Sinne des KSVG. Der Veranstalter ist somit KSK-abgabepflichtig.

(Variante B):

Der als "Künstler" bezeichnete Vertragspartner ist als eingetragener / nicht eingetragener Verein / GmbH im Sinne des KSVG eine eigene Rechtspersönlichkeit. Der Veranstalter ist nicht KSK-abgabepflichtig.

§ 8 - Wirksamkeit

Der Vertrag gilt nur dann als zustandegekommen, wenn das Duplikat dem Absender bis zum _____ gegengezeichnet vorliegt.

§ 9 - Sonstiges

Ort, Datum _____

für den Künstler _____

In Vollmacht für den Veranstalter _____

Quelle: Erstellt in Anlehnung an www.mediafon.com/tarife_vertraege.php3

Die folgende Checkliste soll dem ausführenden Projektteam als Grundlage dienen, um einzelne Arbeitsschritte bezüglich der Ausstattung des Programmpunktes, der Personalplanung und der benötigten Genehmigungen effizient zu planen und durchzuführen.

Abb.20: Checkliste „Stadtspark“

Technische Ausstattung/ Personal/ Genehmigungen	
Veranstaltung:	Comedy im Stadtpark
Veranstaltungsort:	Im Stadtpark Soltau
Termin:	_____
Beginn:	_____
Dauer:	_____
Aufbau:	_____
Probe:	_____
Einlass:	_____
Künstler	Ansprechpartner/ Personal
<input type="checkbox"/> Künstler auswählen <input type="checkbox"/> Künstler anschreiben <input type="checkbox"/> Auftritt vertraglich bestätigen <input type="checkbox"/> Zusendung genauer Informationen bezüglich des Auftritts	
Genehmigungen/ Auflagen	
<input type="checkbox"/> Aufstellung von Zelten und Bühnen <input type="checkbox"/> Veranstaltung auf öffentlichen Plätzen <input type="checkbox"/> Open-Air Veranstaltung <input type="checkbox"/> Aufhebung der Sperrstunde <input type="checkbox"/> Ausschank von Getränken und Speisen	
Bühne	
<input type="checkbox"/> Größe der Bühne bestimmen <input type="checkbox"/> Bühnenmietpreise einholen und vergleichen <input type="checkbox"/> Bühne und Personal zum Bühnenauf- und abbau anmieten <input type="checkbox"/> Ton- und Lichtanlagen mit Personal mieten <input type="checkbox"/> Dekoration und Bühnenbild auswählen	
<input type="checkbox"/> Requisiten besorgen	

- Zugänge einplanen und freihalten
- Aufbau der Bühne und der Technik überprüfen
- Testdurchlauf

Infrastruktur

- Toiletten mieten
- Stromkabel verlegen
- Wasser- und Abwasseranschlüsse verlegen

Nebenträume/ Künstlergarderobe

- Extra Zelt/ Pavillon mit Seitenwänden besorgen
- Pavillon aufbauen
- Ausstattung, Stühle, Tisch, Spiegel, Getränke, Verpflegung
- Lage überprüfen, unmittelbare Nähe zu sanitären Einrichtungen

Bestuhlung

- Sitzplan erstellen
- Bestuhlung anfordern, Termin
- Bestuhlung nach Plan aufstellen
- Richtlinien der Versammlungsstättenverordnung berücksichtigen
- Plätze für Presse und Ehrenmitglieder reservieren

Sicherheit

- Überprüfung der benötigten Versicherungen
- Veranstalterhaftpflicht
- Kurzfristige Elektronikversicherung
- Kurzfristige Unfallversicherung der Teilnehme
- Ausfallversicherung
- Einhaltung von Flucht- und Rettungswegen
- Anwesenheit des vorgeschriebenen Personals
- Bühnenmeister
- Tontechniker
- Sanitätsdienst
- Ordner
- Feuerwehr

Quelle: Erstellt in Anlehnung an REIFSTECK, Handbuch Lesungen und Literaturveranstaltungen, 2005

11. Station 7

Die Veranstaltungskonzeption zur Planung des Programmpunktes

„Die Alte Villa im Park“

Die alte Villa im Park ist regulär nicht für die Öffentlichkeit zugänglich. Deshalb ist die bloße Besichtigung dieses alten Herrenhauses bereits ein Erlebnis. Innerhalb des Gebäudes findet die Ausstellung zur Fotokunst statt. Dafür wird bereits zu Beginn der Projektarbeit ein Fotograf engagiert, der die „Gesichter der Stadt“ ausstellt. Dafür müssen bereits Monate im Voraus Fotos von Menschen aus der Umgebung aufgenommen werden. Auf Veranstaltungen, Märkten, Festen oder einfach in der Stadt werden Menschen angesprochen, ob sie sich für eine Veranstaltung der Bibliothek fotografieren lassen möchten, um somit ein Teil der Ausstellung zu werden. Diese Fotos werden dann über eine Diashow in der Villa gezeigt. Ziel dieses Veranstaltungspunktes ist zum einen die Neugierde der Einwohner zu wecken, ob sie dort auch wirklich ausgestellt werden, zum anderen die Zusammenführung von der Kunst der Region und den Einwohnern der Region. Die Beteiligten können sich so als Teil eines Gesamtkunstwerkes sehen. Außerdem werden auch Dias zu Landschaft und Kunstwerken der Region gezeigt, die in diesem Gebiet, besonders im ländlichen Bereich, zu finden sind. Auch Fotos aus den lokalen Zeitungsarchiven können in die Vorstellung mit einfließen. Dieser Veranstaltungspunkt wird ebenfalls von der Bibliothek ausgerichtet.

Das Projektteam muss bereits zu Beginn der Projektarbeit den Auftrag an einen Fotografen vergeben, damit dieser genügend Zeit zur Verfügung hat, um ausreichend Bildmaterial für die Diavorstellung zu akquirieren. Die folgende Aufstellung beinhaltet lokale Fotografen.

11.1 Fotografen

Doliwa-Naturoto

Doliwa-Naturfoto

Hauptstr. 2

29646 Bispingen

Tel.: 05194/ 399052

Homepage: <http://www.doliwa-naturfoto.de>

Visionen

Jörg Hornbostel
Paul- Gerhardt- Str. 17
29614 Soltau
Tel.: 05191/ 97 98 79
info@foto-hornbostel.de

Andrea Juttner-Lohmann:

Andrea Juttner Lohmann
Pfeifferstr. 1a
29614 Soltau
Tel.: 0171/ 99 90 77 8
info@coranoir.de

Die folgende Checkliste soll dem ausführenden Projektteam als Grundlage dienen, um einzelne Arbeitsschritte bezüglich der Ausstattung der Alten Villa, der Personalplanung und der benötigten Genehmigungen für diese Location, effizient zu planen und durchzuführen.

Abb. 21: Checkliste „Fotokunst in der Alten Villa“

Technische Ausstattung/ Personal/ Genehmigungen	
Veranstaltung:	Ausstellung in der Villa
Veranstaltungsort:	Alte Villa im Breidingspark
Termin:	_____
Beginn:	_____
Dauer:	_____
Aufbau:	_____
Probe:	_____
Einlass:	_____
Langfristige Vorbereitung	Ansprechpartner/ Personal
<hr/>	
<input type="checkbox"/> Fotograf auswählen	
<input type="checkbox"/> Fotograf anschreiben	
<input type="checkbox"/> Konzept zusenden	
<input type="checkbox"/> Arbeitsauftrag klären	
<input type="checkbox"/> Auftrag vertraglich bestätigen	
<input type="checkbox"/> Genehmigung der Ausstellung in der Villa einholen	
<input type="checkbox"/> Mietvertrag aufsetzen und unterzeichnen	
<hr/>	

Technik

- Beamer und Leinwand mieten/ bzw. leihen
 - Ton- und Lichtanlage mit Personal zum Auf- und abbau mieten
 - Dekoration auswählen und besorgen/ Leihgaben
 - Zugänge und Notausgänge beleuchten
 - Aufbau der Technik überprüfen
 - Testdurchlauf
-

Infrastruktur

- Toiletten mieten
 - Stromkabel verlegen
 - Wasser- und Abwasseranschlüsse verlegen
-

Bestuhlung

- Sitzplan erstellen
 - Bestuhlung anfordern, Termin
 - Bestuhlung nach Plan aufstellen
 - Richtlinien der Versammlungsstättenverordnung berücksichtigen
 - Plätze für Presse und Ehrenmitglieder reservieren
-

Sicherheit

- Überprüfung der benötigten Versicherungen
- Veranstalterhaftpflicht
Kurzfristige Elektronikversicherung
Kurzfristige Unfallversicherung der Teilnehme
Ausfallversicherung
- Einhaltung von Flucht- und Rettungswegen
 - Anwesenheit des vorgeschriebenen Personals
- Bühnenmeister
Tontechniker
Sanitätsdienst
Ordner
Feuerwehr
-

12. Station 8

Die Veranstaltungskonzeption zur Planung des Programmpunktes

„Regionale Ausstellung im Museum Soltau“

Das Soltauer Museum beherbergt große stadt- und heimatgeschichtliche Sammlungen. Jährlich wird Malern des 20. Jahrhunderts, die in Soltau und Umgebung gelebt und gearbeitet haben, eine Ausstellung gewidmet. Diese Ausstellung wird dann nach Vereinbarung zum selben Zeitpunkt der Kulturnacht stattfinden. Das Museum ist begleitend zur Veranstaltung durchgehend geöffnet und ein fester Haltepunkt des Busshuttles. Die Ausstellung der Arbeiten regionale Künstler muss ebenfalls zu Projektbeginn mit der Leitung des Museums vereinbart werden, um sicherzustellen, dass die Ausstellung nicht zu einem Zeitpunkt geplant ist, der sich mit der Kulturnacht überschneidet. Der Aufbau und die Veranstaltung selbst liegen im Verantwortungsbereich des Stadtmuseums. Für die Ausweisung der Shuttlebus-Haltestelle sowie für Werbemaßnahmen ist das Projektteam verantwortlich.

Folgende Aufgaben bezüglich der Planung des Veranstaltungspunktes „Regionale Ausstellung im Museum Soltau“ sind in einer Checkliste zusammengefasst.

Abb. 22: Checkliste „Ausstellung Museum“

Checkliste „Museum Soltau“	Ansprechpartner
Langfristige Vorbereitungen <input type="checkbox"/> Ausstellungstermin mit der Leitung des Museums bestimmen. <input type="checkbox"/> Logo oder Foto des Museums für Werbezwecke anfordern <input type="checkbox"/> Platz vor dem Museum als Shuttlebus-Haltestelle ausweisen <input type="checkbox"/> Personalfrage klären. Werden Hilfskräfte der Bibliothek die Ausstellung betreuen oder Personal des Museums?	

13. Station 9

Die Veranstaltungskonzeption zur Planung des Programmpunktes

„Offene(s) Atelier(s)“

Zur Kulturnacht haben alle Ateliers innerhalb Soltaus ihre Türen für die Besucher der Veranstaltung geöffnet. Die internen Ausstellungen können zum Motto der Kulturnacht passen, dies ist jedoch nicht zwingend vorgeschrieben. Den Ateliers bleibt dabei selbst überlassen, welche Künstler und Künstlerinnen der unterschiedlichsten Stilrichtungen ausgestellt werden. Jedes Atelier wird vom Busshuttle angefahren. Die Ateliers sind selbst für den Inhalt und den Aufbau ihrer Veranstaltung zuständig. Durch die Teilnehmerbestätigung verpflichten dich die Einrichtungen an der Teilnahme ohne finanzielle Gegenleistung. Für die Ateliers ist die Teilnahme an der Kulturnacht Werbung, da sie während der Ausstellung Werke verkaufen können.

Abb. 23: Checkliste für die Ateliers in Soltau

Checkliste „Atelier Soltau“	Ansprechpartner
<input type="checkbox"/> Persönliche Übergabe des Veranstaltungskonzeptes und der Teilnehmerbestätigung <input type="checkbox"/> Unterzeichnung der Anmeldung durch das Atelier <input type="checkbox"/> Anforderung des Logos oder Fotomaterials <input type="checkbox"/> Ausweisung der Bushaltestelle	

14. Station 10

Die Veranstaltungskonzeption zur Planung des Programmpunktes

„Musik im Park“

Wenn um 24:00 Uhr die einzelnen Veranstaltungspunkte schließen, erwartet die Besucher der Kulturnacht ein gemeinsames Abschlussfest mit regionalen Bands und Musikern. Die Veranstaltung wird bei gutem Wetter auf der bereits aufgebauten Bühne im Park stattfinden. Die Bühne wird um 24:00 Uhr für die Musik hergerichtet und der Bestuhlungsplan aufgelöst. Um den Platz herum werden sich Buden und Stände aufstellen, die für das leibliche Wohl der Besucher sorgen. Die Stände können sich hier bereits zu Beginn der Veranstaltung aufstellen, da keine Getränke und Speisen von der Bibliothek ausgegeben werden. Dieser Veranstaltungspunkt endet gegen 01:30 Uhr.

Im Folgenden werden Musiker und Bands der Region aufgelistet, die für den musikalischen Akt des Veranstaltungspunktes in Frage kommen.

■ 14.1 Musik

Groove Syndicate

Kontakt über Hannes Gehring

Tel.: 05120/ 21 67 00 0

Jazz/ Funk/ Blues/ Soul

East West 99

Anke v. Ohlen

v. Helmholtz Str. 4

38518 Gifhorn

Tel.: 05371/ 4129

Rock/ Pop

Mofa 25

Ralf Ziegenbein

E-Mail: info@mofa25.de

Tel.: 0581/ 38 96 07 5

Rock/ Pop

The Chicago

Kontakt über

Blues Gangster

Homepage: <http://www.chicagobluesgänger.de>

Blues/ Funk/ Soul

Pee De River

Kontakt über

Gerd Röders

Schäfersort 28

29614 Soltau

Tel.: 05191/ 72 30 8

E-Mail: kontakt@hinrichluetjens.de

„Nicht weil es schwer ist, wagen wir es nicht, sondern weil wirs nicht wagen, ist es schwer.“

Kapitel III

1. Kosten und Finanzierung der Veranstaltung

1.2 Autoren- und Künstlerhonorare

1.3 Kosten

1.4 Die Besteuerung der Autoren und Künstler

1.4.1 Die Umsatzsteuer

1.4.2 Künstlersozialabgabe

1.5 Die Verwertungsgesellschaften

1.5.1 Die GEMA

1.5.2 Die VG Wort

1.6 Weiter Ausgaben der Veranstaltung

1.6.1 Arbeitszeit

1.6.2 Werbung

1.6.3 Raumkosten/ Miete

2. Die Finanzierung der Veranstaltung

2.1 Eintrittserlöse

2.2 Der Vorverkauf

2.3 Der Bibliotheksausweis

2.4 Fördermaßnahmen im Literaturbereich-

2.4.1 Fördermaßnahmen der öffentlichen Hand

2.4.1.2 Finanzierungsformen

2.4.1.3 Förderung auf Länderebene

2.4.2. Stiftungen

2.4.2.1 Die Niedersächsische Sparkassenstiftung

2.4.2.2 Die VGH - Stiftung

2.4.2.3 Die Stiftung Niedersachsen

2.4.2.4 Die Kulturstiftung des Bundes

3. Kultursponsoring

3.1 Potentielle Sponsoren

3.2 Was kann die Bibliothek Waldmühle ihren Sponsoren bieten?

3.3 Folgende Leistungen der Böhme Zeitung sind denkbar:

3.4 Folgende Leistungen der Bibliothek sind denkbar:

3.5 Der Sponsoringvertrag

4. Öffentlichkeitsarbeit und Werbung

4.1 Die Medienauswahl

4.2 Die Werbemedien

4.2.1 Der Flyer

4.2.1.1 Kriterien für die Flyererstellung

4.2.2 Der Programm - Flyer

4.2.3 Das Plakat

4.2.4 Die Anzeige

4.2.5 Internet

4.2.6 Das Einladungsschreiben

4.2.7 Die Postkarte

4.2.8 Der Newsletter

4.3 Unterstützende Werbemittel

4.3.1 Die Eintrittskarte

4.3.2 Das Schriftband

4.3.3 Kinowerbung

4.3.4 Lesezeichen

4.3.5 Rundfunkwerbung

4.3.6 Schaukästen und Schaufenster

4.3.7 T-Shirts

4.4 Herstellung und Vertrieb eigener Werbemittel

5. Presse und Medienarbeit

5.1 Die Nachrichtenfaktoren

5.2 Der Pressekontakt

5.3 Die Pressestelle

5.4 Die Medien

5.5 Die lokalen Tageszeitungen

5.6 Das Stadtmagazin

5.7 Die Pressemitteilung

5.7.1 Die Regel für den Inhalt einer Pressemitteilung:

5.8 Das Pressefoto

5.9 Pressegespräch und Pressekonferenz

5.10 Dokumentation und Evaluation

6. Veranstaltungsorganisation

6.1 Die Veranstaltungsräume

6.2 Die Technische Ausstattung

6.2.1 Bühne für die Lesung

6.2.2 Leseputz

6.2.3 Bestuhlung

6.2.4 Nebenräume

6.2.5 Tontechnik

6.2.6 Licht

6.2.7 Personal

6.2.8 Sanitäre Einrichtungen

6.2.9 Dekoration

7. Rechtsbestimmungen und Genehmigungen

7.1 Die Versammlungsstättenverordnung

7.2 Versicherungen für die Bibliothek als Veranstalter

7.3 Sicherheitswachdienst und Brandsicherheitswache

8. Die Organisation des Projektablaufs

8.1 Ablauf- und Aufbauorganisation

8.2 Der Projektstrukturplan

8.3 Das ausführende Projektteam

8.4 Ablaufplanung

8.5 Der Finanzierungsplan

Das folgende Kapitell befasst sich mit der Planung zur Durchführung des Konzeptentwurfes zur Veranstaltung der 1. Soltauer Kulturnacht durch das Projektteam der Bibliothek Waldmühle.

1. Kosten und Finanzierung der Veranstaltung

Obwohl das Konzept auf eine kostengünstige Durchführung der Veranstaltung angelegt ist, kommt eine Fülle an anfallenden Kosten auf die Bibliothek als Veranstalter zu. Da die Veranstaltung der Kulturnacht in einer Kleinstadt durchgeführt wird und die Bibliothek eine angesehene und beliebte Kultur- und Kommunikationseinrichtung ist, entfallen ein Großteil dieser Projektkosten durch ehrenamtliche Tätigkeiten von verschiedenen Kulturinitiativen, Vereinen, Freiwilligen und Sponsoren. Im Folgenden werden Kosten beschrieben mit denen die Bibliothek in jedem Fall konfrontiert wird.

1.2 Autoren- und Künstlerhonorare

Das Autorenhonorar befindet sich in der Regel zwischen 250 EUR und 1.000 EUR. Dabei ist dem Limit nach oben keine Grenze gesetzt. Je nach Prominenz und Medienwirksamkeit kann ein Autor, Schauspieler oder Sprecher bis zu 4.000 EUR verlangen. Da es sich bei dieser Veranstaltung nicht um eine einzelne Autorenlesung handelt, muss die Wahl der Autoren und Vortragenden auch von der Finanzierung abhängig gemacht werden. So kommen besonders Prominente Gäste mit sehr hohen Gagen nicht in die engere Auswahl. Hier muss beachtet werden, dass bezüglich des unterschiedlichen Programmangebots Finanzen auf verschiedene Programmbe- reiche verteilt werden müssen. In der Regel ist es jedoch üblich, Verhandlungen mit Autoren bezüglich ihres Honorars zu führen, sollten diese auffallend hoch sein.

1.3 Kosten

In der Regel übernimmt der Veranstalter die Reise- und Übernachtungskosten der Autoren und Künstler. Dabei sollte unbedingt festgehalten werden, welche Höhe dabei übernommen wird. Wie zum Beispiel die Bahn- oder Flugreise in der 1. oder 2. Klasse. Diese Erstattung kann als Pauschale oder nach Belegen vereinbart werden, üblich ist hier in den meisten Fällen jedoch die Barauszahlung. Weiter trägt der Veranstalter alle Kosten für Licht- und Ton, sowie Miet-, Organisations- und Werbekosten.¹⁰⁸ Bei den Verhandlungen um die Gagenhöhe kann man zwar hart verhandeln und sogar Gagenforderungen drücken, doch bei der Betreuung der Künstler sollte nach Möglichkeit nicht gespart werden. Die Unterbringung, das Catering, die Bach- stageräume, sowie die Betreuung des Künstlers sind psychologisch sehr wichtig und

¹⁰⁸ vgl.: REIFSTECK, Handbuch Lesungen und Literaturveranstaltungen, 2005, S.74

können unter Umständen Einfluss auf den Auftritt haben. Eine schlechte Unterbringung, kein Essen und eine Kammer als Backstageraum versetzten mit Sicherheit fast jeden Künstler in eine schlechte Verfassung und somit wahrscheinlich auch zu einem weniger gelungenen Auftritt.

1.4 Die Besteuerung der Autoren und Künstler

1.4.1 Die Umsatzsteuer

Da für die Veranstaltung der Kulturnacht Künstler engagiert werden und ihre Leistungen verwertet werden, kommen einige festgelegte finanzielle Pflichten auf den Veranstalter zu.

Wie im Kapitel II Punkt 5.3 aufgeführt, sind Autoren mit dem vollen Satz von 15% Umsatzsteuerpflichtig. Chöre und Orchestern, Gruppen die literarische Dienste erbringen, wie Theater und Kabarett werden lediglich mit 7% besteuert. Von der Umsatzsteuerpflicht entbunden, sind Musik- und Theatergruppen in Trägerschaft des Bundes, der Länder oder der Gemeinden. Der Umsatzsteuersatz und die Höhe der Umsatzsteuer müssen in der Abrechnung und in der Auszahlungsquittung ausgewiesen werden. Neben Name und Anschrift sollte hier auch unbedingt die Steuer Nummer angegeben werden, damit es hier nicht zu Problemen bei der Anerkennung der enthaltenden Umsatzsteuer als Vorsteuer kommt.¹⁰⁹ Die Umsatzsteuer bei ausländischen Autoren sowie die Ausländersteuer werden hier nicht aufgeführt, da ausschließlich Künstler und Autoren der Region an der Veranstaltung teilnehmen.

1.4.2 Künstlersozialabgabe

Ein weiterer Kostenpunkt ist die Künstlersozialabgabe. Selbstständige Künstler und Publizisten sind durch das Künstlersozialversicherungsgesetz in Renten-, Kranken- und Pflegeversicherung pflichtversichert. Eine Hälfte wird dabei vom Künstler selbst getragen, die andere Hälfte durch staatliche Zuschüsse und die Künstlersozialabgabe. Alle Unternehmen, die Leistungen selbstständiger Künstler verwerten, werden zur Künstlersozialabgabe herangezogen. Für das Jahr 2008 liegt die Abgabe bei 4,9% des Künstlerhonorars. Von dieser Regelung befreit sind Künstler und Autoren, die ihr Einkommen überwiegend aus einer anderweitigen Haupttätigkeit beziehen

¹⁰⁹ vgl.: REIFSTECK, Handbuch Lesungen und Literaturveranstaltungen, 2005, S.86 ff

und Kunsthandwerker. Sollte der Veranstalter nicht mehr als drei Veranstaltungen im Jahr durchführen, ist dieser ebenfalls von den Abgaben entbunden.¹¹⁰

1.5 Die Verwertungsgesellschaften

1.5.1 Die GEMA

- Gesellschaft für musikalische Aufführungen- und mechanische Vervielfältigungsrechte -

Die GEMA ist eine Verwertungsgesellschaft, die Geld für die Nutzung von Musik und Texten im Auftrag der Komponisten oder Autoren einfordert. Somit ist die Bibliothek als Veranstalter der eigenen Programmpunkte der Kulturnacht für die Abgaben an die GEMA zuständig. Da für die Veranstaltung ein Musikauftritt geplant ist, sowie die musikalische Unterlegung einzelner Veranstaltungspunkte, ist dieses Event GEMA-pflichtig. Daher muss die Veranstaltung vorab bei der GEMA angemeldet werden und gespielte Werke müssen nachträglich aufgelistet und vorgelegt werden. Sollten bei der Veranstaltung ausschließlich GEMA- freie Stücke gespielt werden, das heißt Stücke die nicht bei der GEMA gemeldet sind, werden keine Gebühren erhoben. Mit der Größe des Veranstaltungsraumes sowie der Anzahl der vorhandenen Plätze und der Höhe des Eintrittsgeldes, steigen auch stufenweise die fälligen GEMA- Abgaben. Bei der Festlegung des Eintrittspreises sollten diese Stufen berücksichtigt werden. Die schriftliche Anmeldung der Veranstaltung muss der GEMA bis spätestens drei Tage vor Beginn der Veranstaltung vorliegen und muss folgende Angaben enthalten:¹¹¹

-
- Anschrift des Veranstalters
 - Datum, Ort und Dauer der Veranstaltung
 - Art der Veranstaltung beziehungsweise der Musiknutzung

¹¹⁰ vgl.: <http://de.wikipedia.org/wiki/K%C3%BCnstlerssozialabgabe>

¹¹¹ vgl.: TERBRACK, Projekt- und Veranstaltungsmanagement in Handbuch Kulturmanagement, 2005, S. 12

- Name des Veranstaltungsraumes
- Zahl der Plätze, Raumangaben in Quadratmetern
- Eintrittspreise
- Zahl der beteiligten Musiker
- Aufstellung der gespielten Musikstücke- Dieses kann nach Vereinbarung jedoch nachgereicht werden.¹¹²

Folgende Tarife der GEMA sind zu beachten:

- Pauschalvergütungssätze bei Konzerten unter Mitwirkung von bis zu 9 ausübenden Künstlern
- Pauschalvergütungssätze bei Konzerten unter Mitwirkung von mehr als neun ausübenden Künstlern
- Unterhaltungs- und Tanzmusik mit Tonträgerwiedergabe¹¹³

1.5.2 Die VG Wort

Die VG Wort ist eine treuhändlerische Wahrnehmung der Nutzungsrechte für Autoren und Verlage. Ihre Vergütungsansprüche werden erfüllt, indem Erträge bei den Vergütungspflichtigen eingezogen und mit möglichst geringem Verwaltungsaufwand an die Wahrnehmungsberechtigten weitergeleitet werden. Da ein Veranstaltungspunkt dieser Kulturnacht mindestens eine Autorenlesung beinhaltet, muss das Vortragsrecht der VG Wort unbedingt berücksichtigt werden. In diesem Fall bezieht sich das Vortragsrecht auf öffentliche Vorträge von bereits veröffentlichten Werken. Dies bezieht sich auch auf das Vortragen geschützter Werke durch Schauspieler oder Laien, da die Konzeption auch den Vortrag regionaler Werke durch bekannte Personen der Stadt beinhaltet.¹¹⁴

Die Bibliothek als Veranstalter ist somit verpflichtet vorab die Einwilligung des Autors, des Verlages oder eben der Verwertungsgesellschaft einzuholen und nach der Veranstaltung eine Aufstellung der verwendeten Werke zu übersenden.¹¹⁵ Entsprechend der gesetzlichen Regelung, hat der Veranstalter spätestens 14 Tage vor dem Veranstaltungsbeginn die Genehmigung für den Vortrag der betreffenden Werke bei

¹¹² vgl.: REIFSTECK, Handbuch Lesungen und Literaturveranstaltungen, 2005, S. 89 f

¹¹³ vgl.: www.gema.de

¹¹⁴ vgl.: GEORG, Die Verwertungsgesellschaft Wort, Geschichte, Aufgaben und Ziele der VG Wort unter Berücksichtigung wissenschaftlicher Literatur.

¹¹⁵ vgl.: REIFSTECK, Handbuch Lesungen und Literaturveranstaltungen, 2005, S. 91

der VG Wort einzuholen. Die Anmeldung muss ein Verzeichnis der Autoren sowie der Verlage enthalten, aus deren Werken gelesen wird. Weiter sind die Dauer für jeden gelesenen Text und allen weiteren für die Berechnungen erforderlichen Angaben zu machen. Ein Anmeldeformular wird von der VG Wort online zur Verfügung gestellt. Siehe Anhang S.....

Die folgende Tabelle enthält die Genehmigung zum öffentlichen Vortrag zu den Sätzen des folgenden Tarifs.

Tab. 8: VG- Wort Tarif für Vorträge (§ 19 Abs. 1)

Fassungsvermögen des Vortragsraumes	ohne oder bis 12 EUR Eintritt	über 12 EUR Eintritt
bis zu 100 Personen	18,40 Euro	27,60 Euro
bis zu 200 Personen	36,60 Euro	55,20 Euro
bis zu 300 Personen	55,20 Euro	83,00 Euro
bis zu 500 Personen	92,00 Euro	138,00 Euro
bis zu 1.000 Personen	184,00 Euro	276,00 Euro
je weitere 500 Personen	je 15% Erhöhung	je 15% Erhöhung

Quelle: <http://www.vgwort.de/vortragsrecht.php>

1.6 Weiter Ausgaben der Veranstaltung

1.6.1 Arbeitszeit

Ein wesentlicher Faktor, der während der Planung nicht unterschätzt werden sollte, sind die Personalkosten. Da mit Sicherheit Fremdpersonal eingestellt werden muss und Überstunden vergütet werden müssen, ist der Kostenfaktor für die Arbeitszeit ein wichtiger Punkt der Kostenkalkulation.

1.6.2 Werbung

Weitere Kosten fallen für Werbung und Werbematerial an. Detaillierte Angaben zu Kosten, Auswahl der Werbemittel, grafischer Gestaltung, Satz und Druck, sind im Kapitel III, Punkt...“Werbung und Werbemittel“ angegeben.

1.6.3 Raum- und Mietkosten

Die Veranstaltungsräume in der Alten Reithalle und in der Alten Villa müssen gemietet werden. Zusätzlich sind Energiekosten zu berücksichtigen. Für die Alte Villa müssen ebenfalls Sanitäre Einrichtungen angemietet werden.

In der folgenden Tabelle werden alle relevanten Kosten für die Veranstaltung aufgelistet:

Tab. 9: Aufstellung der Durchführungskosten im Projekt „Kulturnacht“

Durchführungskosten	
Raumkosten	<ul style="list-style-type: none"> • Miete incl. Auf- und Abbau • Nebenkosten • Energiekosten • Reinigung • Brandwache, Sicherheit
Erschliessung	<ul style="list-style-type: none"> • Versorgung und Entsorgung
Strom, Wasse, Abwasser	<ul style="list-style-type: none"> • Stromaggregat • Verlegung Stromkabel • Verlegung Wasserschläuche
Bühne	<ul style="list-style-type: none"> • Bühnenmiete • Bühnenaufbau • Bühnenbild • Bühnendekoration
Ton	<ul style="list-style-type: none"> • Tonanlage, Mikrofone, Lautsprecher • Simultantechnik • Mietkosten • Kosten Fachpersonal
Licht	<ul style="list-style-type: none"> • Mietkosten Lichtanlage • Bühnenlicht • Effektlicht • Saallicht • Außenbeleuchtung • Kosten Fachpersonal
Projektionstechnik	<ul style="list-style-type: none"> • Diaherstellung • Diaprojektor • Leinwand
Ausstellung	<ul style="list-style-type: none"> • Versicherung der Exponate • Beschriftung • Präsentationsmittel
Ausstattung	<ul style="list-style-type: none"> • Requisite • Dekoration
Autoren/ Künstler/ Act	<ul style="list-style-type: none"> • Gagen oder Honorare für Autoren, Künstler, Köche, Musiker
Gagenebenkosten	<ul style="list-style-type: none"> • Künstlersozialkasse
Künstlermanagement	<ul style="list-style-type: none"> • Betreuung • Reise und Transfer • Unterkunft • Catering
Urheberrecht	<ul style="list-style-type: none"> • Tantieme • GEMA, VG-Wort
Werbung	<ul style="list-style-type: none"> • Druckkosten/ Herstellung • Eintrittskarten • Vertrieb
Gebühren	<ul style="list-style-type: none"> • Genehmigungen • Abnahme durch Behörden • Sperrstundenverkürzung
Steuern	<ul style="list-style-type: none"> • Umsatzsteuer
Security	<ul style="list-style-type: none"> • Kasse/ Einlass

	<ul style="list-style-type: none"> • Brandwache, Sicherheit • Besucherbetreuung
Versicherungen	<ul style="list-style-type: none"> • Veranstalterhaftpflicht • Kurzfristige Elektronikversicherung • Veranstaltungsausfall • Kurzfristige Unfallversicherung
Dokumentation	<ul style="list-style-type: none"> • Fotos • Nachbereitung und Vervielfältigung
Personalmanagement	<ul style="list-style-type: none"> • Personalkosten • Versicherungen, Steuern, Abgaben • Verpflegung
Transporte	<ul style="list-style-type: none"> • Mietwagen/ Sprinter

Quelle: Erstellt in Anlehnung an MEHDI, Event-Marketing, 2006, S. 125 ff

2. Die Finanzierung der Veranstaltung

Die größten Kostenfaktoren der Veranstaltung wurden aufgeführt. Nun sollte überlegt werden welche verschiedenen Finanzierungsmöglichkeiten für die Veranstaltung in Frage kommen.

2.1 Eintrittserlöse

Aufgrund des breiten Angebots an Programm und Aktionen ist davon auszugehen, dass der Eintrittspreis für die Kulturnacht etwas höher ist, als die zuvor veranstalteten Lesungen innerhalb der Bibliothek. Nur aus Angst, dass niemand der Veranstaltung sonst folgen würde, sollte nicht auf einen angemessenen Eintritt verzichtet werden. Die Höhe des Eintrittspreises sollte nach Möglichkeit so gewählt werden, dass es generell oder wegen der Höhe keine Barriere darstellt. Ein entsprechender Preisvorschlag ergibt sich anhand des Kostenplans.

2.2 Der Vorverkauf

Einen Vorverkauf anzubieten ist immer ratsam. Bei unerwartetem Andrang können noch kurzfristig entsprechende Maßnahmen getroffen werden oder aber im umgekehrten Fall weitere Werbemaßnahmen und Pressearbeit getroffen werden. Dabei sollte der Vorverkauf nicht als Indikator für die spätere Besucherresonanz dienen.

Oftmals liegen Veranstalter mit ihrer Einschätzung durch den Vorverkauf drastisch daneben.¹¹⁶ Eine jährliche Veranstaltung der Stadt Soltau „Die Soltauer Kneipenacht“, wurde auf Grund des schlechten Kartenvorverkaufs zwei Tage vor Beginn abgesagt. Dies stellte sich als schwerwiegender Fehler heraus, da viele Einwohner trotz Absage loszogen und in den Kneipen feierten.

2.3 Der Bibliotheksausweis

Große Unternehmen wie die Bahn AG setzen das Prinzip der Kundenbindung durch intelligente Preisgestaltung schon lange ein. Das wohl bekannteste Instrument dafür, ist die Bahncard. Dieses Prinzip lässt sich, wenn auch in stark abgewandelter Form, auf den Kartenverkauf anwenden. So könnten beispielsweise alle Nutzer der Bibliothek einen Euro Rabatt auf die Eintrittskarte erhalten, bei Vorlage des gültigen Bibliotheksausweises.¹¹⁷

2.4 Fördermaßnahmen im Literaturbereich-

2.4.1 Fördermaßnahmen der öffentlichen Hand

Kulturförderung wird in der Bundesrepublik von den Kommunen und Ländern bewilligt. Der Veranstaltungsetat der Bibliothek wird durch den Haushaltsplan der Stadt Soltau bestimmt. Sondermittel für das Veranstaltungsvorhaben bezüglich der Kulturnacht müssen langfristig beantragt werden. Kurzfristige Gelder der Kommune und der Verfügungsfonds der Kulturämter sind in der Regel eher selten. Weitere Zuschüsse der öffentlichen Hand auf Kreis- und Landesebene sind für die Bibliothek durch Gesetze und Verordnungen geregelt oder werden nach Einzelbescheid für bestimmte Veranstaltungen bewilligt.¹¹⁸

2.4.1.2 Finanzierungsformen

Grundsätzlich unterscheidet man zwischen zwei Förderungsmaßnahmen:

- Grundförderung
- Projektförderung

Für das Projekt zur Umsetzung der Kulturnacht kommt hier nur die Projektförderung in Frage. Dabei sind verschiedene Finanzierungsarten möglich.

¹¹⁶ vgl.: REIFSTECK, Handbuch Lesungen und Literaturveranstaltungen, 2005, S. 94 f

¹¹⁷ vgl.: REIFSTECK, Handbuch Lesungen und Literaturveranstaltungen, 2005, S. 95

¹¹⁸ vgl.: REIFSTECK, Handbuch Lesungen und Literaturveranstaltungen, 2005, S. 100

- Festbetragsfinanzierung: Die Kommune beteiligt sich mit einem Festbetrag an den Gesamtkosten.
- Fehlbetragsfinanzierung: Die Kommune übernimmt die Kosten die von der Bibliothek nicht abgedeckt werden können.
- Ausfallbürgschaft: Die Kommune sichert die Veranstaltung durch unkalkulierbare Risiken ab.
- Anteilsfinanzierung: Die Kommune beteiligt sich mit einem prozentual festgelegten Anteil an den tatsächlichen Kosten.

Dabei sollte neben der finanziellen Zuwendung auch die ideelle Förderung und Beratung sowie Sachleistungen nicht vergessen werden. Auch wenn keine finanziellen Mittel zur Verfügung stehen bietet die Stadt unbürokratische Hilfe bei notwendigen Genehmigungen, berät bei Antragsverfahren, vermittelt Kontakt zu Sponsoren oder bietet Unterstützung bei der Veranstaltung durch die Teilnahme des Bürgermeisters. Auch Sachleistungen wie die kostenlose Nutzung von städtischen Räumen, die Bereitstellung von Veranstaltungstechnik, Vervielfältigung von Werbemitteln durch die städtische Druckerei, organisatorische Hilfe durch städtisches Personal, Werbemittelvertrieb durch den kommunalen Verteiler oder die Übernahme von Versicherungen und Gebühren, wie beispielsweise der GEMA, sind willkommene Maßnahmen zur Unterstützung der Veranstaltung. Durch die Bereitstellung von Sachleistungen der Stadt kann bereits ein erheblicher Teil der Kosten gedeckt werden.

2.4.1.3 Förderung auf Länderebene

Eine Förderung auf Länderebene kommt in der Regel nur dann zustande, wenn das Projekt bereits von der Kommune mitgetragen wird. Hierbei gilt das Prinzip der Mischfinanzierung. Wird das Projekt der Kulturnacht von der Kommune abgelehnt, kann keine Unterstützung auf Landesebene erwartet werden.

Ansprechpartner für die Fördermaßnahmen auf Landesebene in Niedersachsen ist das Kulturministerium in Hannover, das für das öffentliche Bibliothekswesen, Schulen und Weiterbildung zuständig ist.

Niedersächsisches Kultusministerium

Schiffgraben 12
30159 Hannover
Telefon: (0511) 120 - 7146 / - 7148
Fax: (0511) 120 - 7451

Für das Projekt der Kulturnacht sollte auch das Niedersächsische Ministerium für Soziales, Frauen, Familie und Gesundheit, um Zuwendungen gefragt werden. Besonders kleinere Veranstaltungsprojekte auf örtlicher und regionaler Ebene werden hier ermöglicht.¹¹⁹

Niedersächsisches Ministerium für Soziales, Frauen, Familie und Gesundheit

Hinrich-Wilhelm-Kopf-Platz 2
30159 Hannover
Telefon: 0511/ 120-0
Telefax: 0511/ 120-4298

2.4.2. Stiftungen

2.4.2.1 Die Niedersächsische Sparkassenstiftung

Die Niedersächsische Sparkassenstiftung fördert Kultur in allen Landesteilen Niedersachsens. In ihrer Arbeit konzentriert sie sich auf die Förderbereiche Bildende Kunst, Musik, Museen und Denkmalpflege. Mit ca. 23 Mio. Euro Stiftungskapital ist die Sparkassenstiftung eine der größten Kulturstiftungen in Norddeutschland. Die Förderungen von Projekten erfolgen stets in Zusammenarbeit mit den niedersächsischen Sparkassen, die damit ihr regionales kulturelles Engagement zum Ausdruck bringen.¹²⁰

In der Stadt Soltau befinden sich sechs Filialen der Sparkasse. Durch die Förderung der Sparkassenstiftung und die Zusammenarbeit mit den regionalen Filialen ergeben sich noch weitere Vorteile für die erfolgreiche Umsetzung der Veranstaltung. So

¹¹⁹ vgl.: REIFSTECK, Handbuch Lesungen und Literaturveranstaltungen, 2005, S. 102ff

¹²⁰ vgl.: <http://www.nsk.de/nsks/portraet/foerderkonzeption/#Bildende%20Kunst>

könnten unter anderem Plakate in und an den Filialen angebracht werden, Programmhefte ausgelegt und Karten im Vorverkauf angeboten werden. Sparkassen, beziehungsweise Banken, sind in der Regel Orte, die von fast allen (Teil)Öffentlichkeiten besucht werden. Daher sollte die Wahl der Förderer gut überlegt sein. Sollte der Sparkasse bekannt sein, dass auch die Volksbank das bevorstehende Projekt sponsert, könnte diese sich von dem Projekt distanzieren. Auch hier muss die Wahl des Förderers gut durchdacht und abgewogen werden.

Dr. Sabine Schormann (Stiftungsdirektion)

Telefon: 0511/ 36 03 – 446

Telefax: 0511/ 36 06 – 684

e-Mail: sabine.schormann@svn.de

2.4.2.2 Die VGH - Stiftung

Die Landschaftliche Brandkassenversicherung Hannover hat die VGH - Stiftung Ende 2000 gegründet. Die Aufgaben der Stiftung liegen im Bereich der Mittätigkeit, der Wissenschaft und Forschung sowie der Kultur. Letzteres teilt sich in Denkmalschutz, bildende Kunst und Literatur. So wurde unter anderem im Jahr 2001 gemeinsam mit dem Bibliotheksverband erstmals der Niedersächsische Bibliothekspreis der VGH – Stiftung vergeben. Die Stiftung verfügt über ein Kapital von 27 Mio. Euro.

VGH-Stiftung

Schiffgraben 6 – 8

30159 Hannover

Telefon: 0511/ 36 03 - 8 90

Telefax: 0511/ 36 03 - 684

vgh-stiftung@svn.de

2.4.2.3 Stiftung Niedersachsen

Seit 20 Jahren ist die Stiftung fördern in und für ganz Niedersachsen tätig. Sie hat die Aufgabe Wissenschaft, Bildung, Kunst und Kultur zu fördern und damit zur Entwicklung des Landes im Interesse des Gemeinwohls beizutragen. Die Stiftung fördert jedoch nur als Einziger oder Hauptförderer. Sollte sich die Stiftung gegen den Förderantrag entscheiden, so steht sie der Einrichtung in jedem Fall als Berater zur Verfügung. Der Förderantrag muss mindesten vier Monate vor Projektbeginn eingereicht werden. Der Antrag kann formlos erfolgen und sollte Informationen zu dem

Projekt mit dem Aspekt des Gemeinwohls, dem Zeit-, Kosten- und Finanzierungsplan, als auch allen beantragten Förderungsmaßnahmen von anderen Stiftungen und Sponsoren beinhalten.¹²¹

Stiftung Niedersachsen
Künstlerhaus
Sophienstraße 2
D-30159 Hannover

Telefon: 05 11/ 9 90 54-0
e-Mail: info@stnds.de

2.4.2.4 Die Kulturstiftung des Bundes

Die Kulturstiftung des Bundes wird als Instrument zur direkten Förderung von innovativen Kulturprojekten verstanden. Im Bereich „Allgemeine Förderung“ haben Veranstalter die Möglichkeit, bei der Kulturstiftung finanzielle Unterstützung für Projekte zu beantragen. Inhaltliche und thematische Vorgaben gibt es nicht. Alle Bereiche des Kulturschaffens, mit zeitlicher Begrenzung können gefördert werden.¹²²

Folgende Checkliste für die Planung und Antragstellung um finanzielle Förderung, sollte vor der Antragstellung abgearbeitet werden.

Abb. 24: Checkliste „Planung und Antragstellung“

Planung und Antragstellung

1. Wo können Projektgelder beantragt werden? (Überblick verschaffen; aktuelle Förderrichtlinien zuschicken lassen)
 Bund Land Kommune private Stiftung andere

2. Welche Antrags- beziehungsweise Einsendefrist muss beachtet werden?

¹²¹ vgl.: <http://www.stiftungniedersachsen.de/de/meta/homepage/index.html>

¹²² vgl.: www.kulturstiftung-des-bundes.de

3. Welche Bedingungen muss der Projektträger für den Erhalt eines Projektzuschusses erfüllen?

4. Welche Antragslogistik muss beachtet werden?

5. Welche Förderart ist mit der Projektzuwendung verbunden?

Festbetragsfinanzierung Fehlbedarfsfinanzierung

Bei Fehlbedarfsfinanzierung: Wie hoch muss der Eigenanteil sein? Wie kann der Eigenanteil aufgebracht werden?

6. Gibt es eine maximale Förderhöhe? Müssen weitere Geldgeber angesprochen werden?

7. Wer kann Referenzen oder Gutachten zur Unterstützung für den Antragssteller erteilen?

3. Kultursponsoring

Viele Produktionen und Projekte von steuerbegünstigten Kultureinrichtungen wären ohne ergänzende Hilfestellungen von Unternehmen und Privatpersonen kaum noch realisierbar. Kultursponsoring entwickelt sich immer mehr zu einem der wichtigsten Finanzierungsmittel zur Realisierung von Projekten. Nicht nur die ständig leeren Kassen von öffentlichen Einrichtungen lassen das Kultursponsoring zum Trend wer-

den, auch Unternehmen sehen den Profit durch eine Kooperation mit einem Kulturbetrieb.

Kultursponsoring ist Kommunikation und basiert auf der Identifikation des Sponsors mit einem Kulturprojekt und dessen Zielgruppe. Besucher und Sponsor verlangen von einem Projekt ein konkretes und klares Profil sowie inhaltliche Substanz, um sich dafür begeistern zu können. Schließlich ist Begeisterung der Schlüssel für ein motiviertes Engagement. Auch die Kommunikationsmaßnahmen, die ein Sponsorinngagement begleiten, müssen ein Profil oder ein greifbares Format besitzen.¹²³

Für die Bibliothek als Veranstalter der Kulturnacht ist Sponsoring ein wichtiges Mittel zur Beschaffung von Geld, Sachleistungen oder Know-how. Sponsoring ermöglicht das Projekt zu realisieren, das vorhandene Mittel übersteigen würden. Oder aber es erlaubt das geplante Projekt besser oder interessanter zu realisieren. Durch die Gewinnung bestimmter Sponsoren können unter Umständen zusätzliche Aktivitäten angeboten werden, die wiederum zusätzliches Publikum anziehen. Als Gegenleistung bietet die Bibliothek ihren Sponsoren die Partizipation am Erfolg der Kulturnacht und an dem positiven und seriösen Image der Bibliothek.¹²⁴

Die Leit motive des Sponsorings setzen sich zum einen aus dem Förderungsgedanken und zum anderen aus betriebswirtschaftlichen Zielsetzungen zusammen. Unternehmen als gewinnorientierte Organisation nutzen Sponsoring als Imagebildende Maßnahme. Über das Sponsoring werden Zielgruppen für ihre Produkte und Dienstleistungen direkt und bei der Freizeitgestaltung erreicht.¹²⁵ Sponsoring ist nicht immer nur ein Millionengeschäft, gerade das Sponsoringengagement von kleinen und mittleren Unternehmen spielt in kleineren Orten eine wesentliche Rolle. Wer beispielsweise in der Stadt Soltau dazu beiträgt einen bekannten Künstler oder Musiker in die Region zu bringen, oder eine städtische Einrichtung unterstützt, der hat im entsprechenden Umfeld Gutes getan, über das sich mit Erfolg sprechen lässt. Sie bringen sich damit auch gleichzeitig als Firma in das Stadtbild ein und zeigen so ein Zugehörigkeitsgefühl, das neben der Werbung ein wichtiger Punkt des Sponsorings ist.¹²⁶

¹²³ vgl.: http://www.kulturmarken.de/index.php?option=com_content&task=view&id=281&Itemid=314

¹²⁴ vgl.: FREY et al, Sponsoring. Der Leitfaden für die Praxis, 2007, S.20

¹²⁵ vgl.: MEHMETI, Sponsoring für öffentliche Bibliotheken, 2003, S.4

¹²⁶ vgl.: FREY et al, Sponsoring. Der Leitfaden für die Praxis, 2007, S.23

Da das Projekt regional bezogen ist, kommen als Sponsoren auch nur Unternehmen mit geographischem Bezug in Frage. Weitere Kriterien sind:

- Bekanntheit des Unternehmens in der Umgebung, in welchen Bereichen engagiert es sich?
- Vermutete finanzielle Möglichkeiten
- Image in der Öffentlichkeit
- Affinität zu dem Sponsoringprojekt oder einen örtlichen Bezug zum Projekt
- Spricht das Projekt die gleichen Zielgruppen an?
- Zu welchen Firmen besteht bereits ein persönlicher Kontakt?
- Welche Firmen sind bereits für ihr kulturelles Interesse bekannt?
- Welche großen Firmen haben eine wichtige Niederlassung in der Region?
- Welche Firmen stehen durch ihr Produkt in direktem Zusammenhang mit der Veranstaltung?
- Gibt es Firmen, deren Produkt als Sachleistung bei der Veranstaltung eingesetzt wird?
- Firmen deren Image mit der Kulturveranstaltung übereinstimmt.

Unternehmen mit regionalem Bezug, finanziellen Möglichkeiten und einem guten Image sind in Soltau zahlreich vertreten. Die Affinität zum Projekt ist jedoch schwierig bis überhaupt nicht vorhanden. Doch sollten diese Unternehmen trotzdem als potentielle Sponsoren in Frage kommen, da der Bibliothek sowohl Finanz-, als auch Sachleistungen immer Willkommen sind. Ein alt eingesessener Betrieb der Stadt mit einwandfreiem Image ist sicherlich ein ebenso passender Sponsor für das Projekt, wie die Sparkasse oder die Kulturinitiative Soltau e.V. Vorab sollte auch festgelegt werden, ob nur ein Sponsor oder ein Sponsoren-Mix benötigt wird. Dabei sollte in jedem Fall die Branchenexklusivität berücksichtigt werden.

3.1 Potentielle Sponsoren

Der Vorteil für das als Sponsor auftretende Unternehmen liegt in dem vom Ereignis ausstrahlenden Imagetransfer und in der Medienpräsenz, die allein durch Werbemaßnahmen für ein kleineres, städtisches Unternehmen so nicht umsetzbar wäre.

Einige der aufgeführten Unternehmen haben die Veranstaltungen der Bibliothek bereits finanziell unterstützt.

Tab. 10: Potentielle Sponsoren für finanzielle Leistungen

Name	Adresse	E-Mail	Ansprechpartner
Golfclub Soltau e.V. Kulturverein Soltau Soltauer Kulturkonferenz Volksbank Soltau Therme Soltau Heide Park Soltau Röders GmbH Kreissparkasse Soltau Debeka Versicherung R+V Versicherung Hagebau Soltau Mc Donalds Soltau	Hof Loh, Soltau Breidingstr.25, Soltau Schmiedeweg 12, Soltau Wilhemstr.3, Soltau Mühlenweg 17, Soltau Soltau Scheibenstr. 6, Soltau Poststr.3, Soltau Bahnhofstr.15, Soltau Akazienweg 15, Soltau Celler Str.47, Soltau Vor dem Weiherbusch 7	info@golf-soltau.de peter.kerstein@ewetel.de hans.lucas@web.de info@vb-lueneburger-heide.de info@gmfneuried.de info@heide-park.de info@roeders.de service@ksk-soltau.de info@hagebau.de 05191/ 98 26 0	Peter Kerstein Dr. Hans Lucas Peter Bade Günther Traumitter Hannes W. Mairinger Dipl.-Ing. J. Röders Gustav Basselmann Michael Baumgardt

Tab. 11: Potentielle Sponsoren für Sachleistungen und Ressourcen

Name	Adresse	E-Mail	Ansprechpartner	Leistung
Gloria Kino	Wilhelmstr. 23	info@kino-gloria.de	05191/ 40 92	Kinowerbung
Europcar	Celler Str. 66	soltau@mail.europcar.de	Siegrid Göbel	Sprinter/ Transporter
Theater Metronom	Hütthof 1, 27374 Visselhövede	buero@theater- metronom.de	Ingeborg Brase	Zelt, Bühnentechnik
Kulturinitiative Sol- tau	Breidingstr.25, Sol	info@kultur-initiative- soltau.de		Technik, Personal
Projektmanagement expertteam Voß	Haselhang 6	info@pm-expertteam.de	Hans Walter Voß	Know-how
Aula Gymnasium Soltau	Ernst- Auguststr.17	www.soltau- gymnasium.de	Frau U. Tiedemann	Bühnentechnik
Micado Media	Verdener Str.8, 29640 Schne- verdingen	info@micado-media.com	Herr R. Roecker	Werbung, Übernahme, bzw. Rabatte bei Druckkosten
Volkshochschule Soltau	Winsener Str.17, Soltau	info@vhs-heidekreis.de	Thomas Otte	Personal, Technik
Kreismedienstelle	Ernsr-August Str.17, Soltau	kmzsoltau@t-online.de	Herr Gensch	Ausstellungsmedien
Bücherzentrale Niedersachsen	Lüner Weg 20, Lüneburg	info@bz-niedersachsen.de		

Tab. 12: Potentielle Sponsoren für die Herstellung von Werbematerial und dessen Vertrieb

	Printmedium	Ansprechpartner	e-Mail	Leistung
Magazin	SoFa Magazin im Dreieck HH,HB,H	Corina Kruse-Roth	kruse@lvh.de	Werbung, Druckkosten

Tageszeitung	Böhme-Zeitung Soltau	Dr.Wolff Mund-schenk	info@böhmeZeitung.de	Werbung, Druckkosten
Tageszeitung	Walsroder Zeitung	Herr J. Gronemann	WalsroderZeitung@wz.net	Werbung, Druckkosten
Tageszeitung	Heidekurier Soltau	Karl Heinz Bauer	redaktion@heide-kurier.de	Werbung, Druckkosten
Anzeigeblatt	BlickPunkt	Ralf Röcker	info@micado-media.com	Werbung, Druckkosten
Anzeigeblatt	Mittwoch Aktuell	Dr.Wolff Mund-schenk	info@böhmeZeitung.de	Werbung, Druckkosten
Anzeigeblatt	Das Grüne Blatt	Dr.Wolff Mund-schenk	info@böhmeZeitung.de	Werbung, Druckkosten

Tab.13: Potentielle Sponsoren für Ausstellungsmedien und Kartenvorverkauf

	Name	Kontakt	Leistung
Buchhandlung	Hornbostel	05191/ 18 98 5, Marktstr.3, Soltau	Literatur, Karten- vorverkauf
Buchhandlung	Schütte	05191/ 97 67 85, Poststr. 24, Soltau	Literatur, Karten- vorverkauf
Buchhandlung	Bremer	05192/ 48 26, Wilhelm- Bockelmann Str. 42b, 29633 Muns- ter	Literatur, Karten- vorverkauf
Buchhandlung	Heine	05161/ 91 01 51, Lange Str.43, 29664 Walsrode	Literatur, Karten- vorverkauf
Buchhandlung	Kappe	05161/ 94 94855, Moorstr. 33, 29664 Walsrode	Literatur, Karten- vorverkauf
Buchhandlung	Raufeisen	05162/ 59 83, Vogteistr.12, 29683 Bad Fallingbostel	Literatur, Karten- vorverkauf
Buchhandlung	Carsten	05193/ 47 60, Verdener Str.1, 29640 Schneverdingen	Literatur, Karten- vorverkauf
Buchhandlung	Gevers	05193/ 52 95 0, Bahnhofstr.1, 29640 Schneverdingen	Literatur, Karten- vorverkauf

Nach der Sponsorenanalyse und der Auflistung möglicher Sponsoren muss überlegt werden, welche Informationen zu den Unternehmen bekannt sind oder ob eventuell Personen im Team sind, die Beziehungen zu einzelnen Firmen haben. Fehlende Informationen müssen eingeholt werden. Empfehlenswert ist auch die Kontaktaufnahme über die offizielle Ebene der Stadtverwaltung oder gesellschaftlichen Vereinigungen.

Das Ansprechen der möglichen Sponsoren beziehungsweise der erste Kontakt, kann bereits über Erfolg oder Misserfolg des Sponsoringanliegens entscheiden.¹²⁷ Ob telefonisch oder schriftlich, die erste Kontaktaufnahme muss gründlich vorbereitet werden. Informationen über den zukünftigen Sponsor, sein Produkt, seine Unternehmensphilosophie und seine bisherigen Sponsoraktivitäten sollten im Vorfeld eingeholt werden. Ratsam ist in jedem Fall, die für das Sponsoring verantwortliche Person anzurufen, Bescheid zu geben, das ein Sponsoringangebot geschickt wird und das später noch einmal nachgefasst wird, um einen Termin zu vereinbaren oder gleich zu erfahren, ob die

¹²⁷ vgl.: REIFSTECK, Handbuch Lesungen und Literaturveranstaltungen, 2005, S. 112

Anfrage abgelehnt wird. Die Konzeptbeschreibung des Projektes sollte immer folgende Punkte beinhalten:

- Schirmherren
- Erwartete Besucherresonanz
- Zielgruppenbeschreibung und –analyse
- Regionale Reichweite der Veranstaltung
- Medienpartner
- Geladene Gäste
- Konzeption für Werbemaßnahmen und Öffentlichkeitsarbeit
- Kosten- und Finanzierungsplan
- Erwünschte Leistung des Sponsors
- Dokumentation bisheriger Projekte¹²⁸

Die meisten Firmen der Region beteiligen sich gerne durch einen dezenten Sponsoringhinweis an (kulturellen) Veranstaltungen. Gerade in Kleinstädten ist das Sponsoring von Projekten effektiver als teure Werbemaßnahmen.

Für die Bibliothek als gesponserte Einrichtung gilt grundsätzlich, das Sponsoringvorhaben mit den Verantwortlichen der Kommune abzusprechen und unter Umständen auch schriftlich zu fixieren. In der Regel kann die Bibliothek über zusätzliche Einnahmen frei verfügen. Eine Vereinbarung mit den Trägern sollte dennoch getroffen werden, um zu vergewissern, dass die Einnahmen nicht abgegeben oder vom Bibliotheksetat abgezogen werden. Auch die Anbringung von Sponsorenlogos auf Werbemitteln muss mit der Stadt besprochen werden.¹²⁹

3.2 Was kann die Bibliothek Waldmühle ihren Sponsoren bieten?

Der Name des entsprechenden Sponsors kann auf allen erstellten Werbemitteln abgedruckt werden, auf Plakaten, Straßenbannern, Handzetteln, Eintrittskarten, Pressemitteilung, etc. Der Sponsor kann auch ein bestimmtes Kontingent an Eintrittskarten erhalten, für Geschäftsfreunde, Kunden oder einem Gewinnspiel. Die Erwähnung des Sponsors auf der Eröffnungsrede wird ebenfalls angeboten. Das Angebot ist vielseitig und kann durch kreative Ideen von beiden Seiten ständig erweitert werden.

¹²⁸ vgl.: REIFSTECK, Handbuch Lesungen und Literaturveranstaltungen, 2005, S. 110 ff

¹²⁹ vgl.: MEHMETI, Sponsoring für öffentliche Bibliotheken, 2003, S. 7

Die gemeinsame Präsentation der Veranstaltung durch ein Printmedium lässt hier noch weiteren Spielraum für Leistung und Gegenleistung. In der Regel präsentieren sich größere Kulturveranstaltungen häufig gemeinsam mit einem Fernseh-, Radio- oder einem Printmedium. Da die Böhme Zeitung im Kreis- Soltau Fallingbostal mit einer täglichen Auflage von 13.000 Auflagen und Anzeigebältern mit 41.000 Auflagen ein lokal stark verbreitetes Printmedium ist, ist eine Partnerschaft zwischen Zeitung und Bibliothek auch hier durchaus denkbar. In der Konkurrenz der Medienlandschaft müssen auch die Zeitungen inzwischen Imagewerbung für sich selbst betreiben. Aus diesem Grund sollte der Böhme Zeitung eine mögliche Partnerschaft von Seiten der Bibliothek als Veranstalter angeboten werden. Die Böhme Zeitung könnte unter anderem als Mediensponsor der Kulturnacht auftreten, die diese mit kostenlosen Anzeigen oder Programmheften in den Ausgaben unterstützt. Im Gegenzug profitiert die Zeitung vom Kulturimage und gewinnt das Kulturpublikum für sich. Alle Leistungen sollten in Form eines Kooperationsvertrages festgehalten werden.

3.3 Folgende Leistungen der Böhme Zeitung sind denkbar:

- Kostenlose Anzeigeflächen
- Vorberichterstattung
- Kostenlose Erstellung von Anzeigen
- Erstellung einer Zeitungsbeilage mit dem Veranstaltungsprogramm
- Umfangreiche Sonderbeilagen
- Eigene Veranstaltungsbeiträge der Medienpartner zum Gesamtprogramm
- Journalisten übernehmen die Moderation einzelner Veranstaltungen
- Kostennachlass bei der Herstellung von Werbemitteln in der Zeitungsdruckerei

3.4 Folgende Leistungen der Bibliothek sind denkbar:

- Positiver Imagetransfer einer innovativen Veranstaltung
- Kostenlose Abbildung des Logos im Flyer oder Programmheft

- Logo- Abdruck und Nennung auf Plakaten und in allen gestalteten Anzeigen
- Plakate und Banner können am Veranstaltungsort aufgehängt werden
- Aufstellung eines Promotionstandes
- Freikartenkontingent für Leser und Gewinnspiele

Hinweis

Der potentielle Mediensponsor sollte bereits im frühen Konzeptstadium angesprochen werden. Die Entscheidung einer Beteiligung kann unter Umständen Wochen dauern und den Projektablauf verzögern. Eine offene Programmplanung vermittelt den Fachredakteuren das Gefühl in die Gestaltung des Programms mit einbezogen zu werden und gibt ihnen nicht das Gefühl, vor vollendeten Tatsachen zu stehen. Außerdem benötigen die Veranstaltungsbeiträge des Sponsors ebenfalls eine gewisse Vorbereitungszeit.¹³⁰ Die folgende Abbildung zeigt ein für die Soltauer Kulturnacht erstelltes Sponsorenansprechen.

3.5 Der Sponsoringvertrag

Die Ausübung der eigentlichen Sponsorentätigkeit ist im Prinzip für jeden möglich. Grundsätzlich steht es auch jedem frei Sponsoringvereinbarungen abzuschließen. Die Grundlagen des Sponsoring sind im BGB festgeschrieben.

Der Sponsoringvertrag gibt der Bibliothek als Sponsor die Möglichkeit, das Projekt in finanzieller Hinsicht zu planen. Er gibt Sicherheit, regelt die Zusammenarbeit und ist darüber hinaus ein Zeichen von Professionalität. Wenn es um finanzielle Abmachungen geht, ist ein Sponsoringvertrag besonders wichtig. Im Folgenden werden zwei Sponsoringverträge aufgeführt.

Abb. 25: Beispiel eines Sponsoringansprechens für die Kulturnacht

¹³⁰ vgl.: REIFSTECK, Handbuch Lesungen und Literatur Veranstaltungen, 2005, S. 142

Bibliothek Waldmühle
Mühlenweg 4
29614 Soltau
Tel.: 05191/ 50 05
Fax.: 05191/ 97 82 2

bibliothek_waldmuehle_soltau@t-online.de



Name und Adresse des Sponsors

Die 1. Soltauer Kulturnacht – Sind Sie dabei?

Sehr geehrt(e) (Ansprechpartner),

am Samstag, den 26.07.2009 findet in Soltau die 1. Soltauer Kulturnacht statt. Diese wird von der Bibliothek Waldmühle veranstaltet und steht unter dem Motto „Kultur aus der Region – für die Region“. Die Bibliothek wird sich auf diesem Ereignis mit einem unterhaltenden Programm präsentieren, das einen Querschnitt des vielseitigen künstlerischen Schaffens in der Region Lüneburger Heide zeigt. Durch die Zusammenarbeit mit vielen Einrichtungen der Stadt erwartet die Besucher der Kulturnacht ein abwechslungsreiches Veranstaltungsprogramm mit Performance, Kunstausstellungen, Lesungen, Live-Musik und vielem mehr. Die Bibliothek Waldmühle wird sich auf dieser Veranstaltung mit vier von insgesamt zehn Veranstaltungspunkten präsentieren und damit zeigen, dass auch hier bei uns eine reichhaltige und vitale Kunst- und Kulturszene vorhanden ist.

Wir freuen uns, wenn Sie mit dabei sind und uns bei einer erfolgreichen Veranstaltung unterstützen. Mit Ihrer Unterstützung setzen Sie ein glaubwürdiges Zeichen in Ihrer Heimatregion Soltau - Fallingbostal und beweisen Ihr Engagement für Kunst und Kultur.

Die Veranstaltung bietet eine exklusive Werbeplattform für die (Name des Unternehmens); Sie können sich und Ihrer Werbebotschaft eine exklusive Werbeumgebung schaffen.

Da der Bibliothek Waldmühle nur ein sehr begrenztes Budget zu Verfügung steht, möchten wir Sie höflichst bitten zu prüfen, ob die (Name des Unternehmens) das Projekt entweder mit finanziellen Leistungen unterstützen kann oder auch durch die Bereitstellung von Ressourcen.

Folgende Leistungen können Sie im Gegenzug von uns erwarten:

- Sie können den Titel „Offizieller Sponsor“ in Ihren firmeninternen und –externen Kommunikationsmitteln verwenden
- Den Abdruck Ihres Logos auf allen Foldern und Broschüren zur Veranstaltung
- Den Abdruck Ihres Logos auf der Homepage und die Verlinkung zum Unternehmenswebauftritt
- Den Abdruck des Logos auf Bannern vor oder in der Bibliothek
- Den Hinweis auf Ihre Funktion als Sponsor in allen Pressemitteilungen der Bibliothek

Für Rückfragen stehen wir Ihnen selbstverständlich jederzeit zu Verfügung. Darüber hinaus beantworten wir auch gerne in einem persönlichen Gespräch alle Ihre Fragen bezüglich des Projekts und der Kooperation.

Ihre Ansprechpartner(in) ist:

Name/ Adresse

Quelle: Erstellt in Anlehnung an FREY, Sponsoring. Ein Leitfaden für die Praxis, 2007, S. 77 ff

Abb.26: Bausteine für einen Kultursponsoring Vertrag/ Hauptsponsor

Vertrag

Die Firma..., vertreten durch...(nachfolgenden Sponsor genannt) und die Bibliothek Waldmühle, vertreten durch...(nachfolgend genannt), schließen folgenden Sponsoring-Vertrag.

1. Das Projekt

Der Sponsor übernimmt das Patronat über die Veranstaltung der Kulturnacht, die von der Bibliothek Waldmühle konzipiert und realisiert wird. Die Einzelheiten des Veranstaltungskonzeptes sind festgehalten im beiliegenden Projektpapier, das integrierender Bestandteil dieses Vertrages ist.

Die Bibliothek verpflichtet sich, die Veranstaltung bis zum...zu realisieren. Die Eröffnung der Veranstaltung ist vorgesehen per.... Die Veranstaltung findet von 18:00 – 01:30 Uhr statt.

2. Die Leistungen des Sponsors

Der Sponsor unterstützt die Veranstaltung als Hauptsponsor mit einem Betrag von Euro..., zahlbar in drei Tranchen von je Euro... wie folgt:

Bei Vertragsunterzeichnung Euro...

Bei Abschluss der Projektarbeiten Euro...

Bei der Eröffnung Euro...

Der Sponsor verpflichtet sich, die Bibliothek in folgender Weise zu unterstützen:

Durch Übernahme der graphischen Gestaltungsarbeiten an Plakat, Prospekt, Katalog und Einladungskarten.

Durch Stellung einer Kommunikationskraft, die die Bibliothek bei der Umsetzung der Presse- und Promotionsmaßnahmen unterstützt und zwar für den Zeitraum von...bis...

Durch Stellung von Schaufensterflächen in angemessenen Rahmen in den Filialen des Sponsors.

3. Die Leistung der Bibliothek

Die Bibliothek gewährt dem Sponsor Branchenexklusivität.

Die Bibliothek verpflichtet sich den Sponsor in allen Pressemitteilungen zu erwähnen.

Die Bibliothek räumt einem Sprecher des Sponsors die Möglichkeit ein, an der Eröffnungspressekonferenz ein kurzes Statement abzugeben.

Die Bibliothek räumt dem Sponsor das Recht ein, der Pressemappe zur Veranstaltungseröffnung einen PR-Text von maximal zwei Seiten Länge beizulegen.

Die Bibliothek verpflichtet sich, in seine Kommunikationsmaßnahmen Name und Logo des Sponsors wie folgt einzusetzen.

in...Punkt Schrift auf dem Plakat B4 der Bibliothek

in...Punkt Schrift auf dem Prospekt der Veranstaltung

in...Punkt Schrift auf den Einladungen an Ehrengäste

in...Punkt Schrift auf den Bannern und Transparenten der Bibliothek

in...Punkt Schrift in den Veranstaltungsanzeigen

in...Punkt Schrift auf der Präsentation der Veranstaltung im Internet

4. Besondere Bestimmungen

Sponsor und Bibliothek vereinbaren, die Kriterien der Erfolgskontrolle gemeinsam zu erarbeiten und die Evaluation spätestens einen Monat nach der Veranstaltung gemeinsam durchzuführen.

Dieser Sponsoring-Vertrag tritt am...in Kraft. Er erlischt einen Monat nach Ablauf der Veranstaltung, spätestens aber zum...

Werden durch Änderungen in der Veranstaltungskonzeption einzelne Teile dieses Vertrages hinfällig, so ist der Vertrag als Ganzes davon nicht betroffen.

Gerichtstand ist...Es gilt das Recht der Bundesregierung Deutschland.

Der Vertrag wird in zwei Ausfertigungen erstellt, eine für den Sponsor und eine für die Bibliothek.

..., den...

(Der Sponsor)

..., den...

(Die Bibliothek)

Quelle: vgl.: FREY, Sponsoring. Der Leitfaden für die Praxis, 2007, S.176 f

Abb. 27: Muster Sponsoringvertrag

SPONSORINGVERTRAG

Zwischen der Bibliothek Waldmühle, vertreten durch...(nachfolgend Leitung genannt)
Mühlenweg 14, 29614 Soltau

und

Firmenname des Sponsors, vertreten durch...(nachfolgend Sponsor genannt)
Anschrift

§ 1

Die Vertragspartner vereinbaren zum Zwecke des Sponsoring nachfolgende Leistung/en auf
Gegenseitigkeit:

Vertragspartner II stellt zur Förderung von Vertragspartner I zweckgebundene finanzielle Mittel
zur Verfügung. Im Gegenzug verpflichtet sich Vertragspartner I den/das Firmennamen/Firmenlogo an
geeigneter Stelle gut sichtbar zu platzieren und/oder in geeigneter Weise zu erwähnen (Werbung).
Näheres regelt § 3.

§ 2

Ausgeschlossen ist Werbung folgenden Inhalts:

Werbung, die gegen rechtliche Bestimmungen verstößt
Werbung, die das Ansehen und die Würde der öffentlichen Verwaltung und des Staates verletzt
Werbung mit parteipolitischem Inhalt, insbesondere Wahlwerbung
Werbung, die durch ihren Inhalt oder ihre Aufmachung gegen die guten Sitten verstößt
Werbung für Nikotin, Alkohol und andere Suchtmittel

§ 3

Vertragspartner II überweist bis zum Vertragspartner I einen Geldbetrag in Höhe
von EUR (in Worten) auf das Konto Nr.
....., Bank, BLZ,
unter Angabe des Zweckbindungsvermerks: zur Verwendung.....

Vertragspartner I verpflichtet sich im Gegenzug folgende Werbung für Vertragspartner II in den Räu-
men der Bibliothek/ a.a. Ort

.....
für die

Dauer:..... zu gewährleisten.

§ 4

Die für die vereinbarte Werbemaßnahme benötigten Materialien, Abbildungen, Software, Träger etc
werden auf Kosten des Vertragspartner II Vertragspartner I rechtzeitig i.S. des § 3 zur Verfügung
gestellt.

§ 5

Die Vertragspartner I überlassenen Werbemittel dürfen nur zu dem in diesem Vertrag vereinbarten
Zweck verwandt werden. Weitere oder andere Nutzungen bedürfen der vorherigen Zustimmung des
Vertragspartner II.

§ 6

Es besteht Einvernehmen zwischen den Vertragspartnern, dass durch die Verwendung der überlas-
senen Werbemittel auf, an oder in Produkten/ Eigentum von Vertragspartner I Vertragspartner II keine
Rechte an den Produkten/ Eigentum, insbesondere Urheber- und/oder Wettbewerbsrechte erwirbt.

§ 7

Vertragspartner I übernimmt keine Gewähr für den Werbeerfolg. Die Haftung durch Vertragspartner I für Verlust oder Schäden jeglicher Art an den zur Verfügung gestellten Werbemitteln, soweit diese nicht grob fahrlässig oder vorsätzlich durch Beschäftigte des Vertragspartners I verursacht werden, ist ausgeschlossen.

§ 8

Dieser Vertrag kann jederzeit ohne Einhaltung einer Frist im beiderseitigen Einvernehmen aufgehoben werden. Das Recht zur ordentlichen Kündigung durch Vertragspartner II ist nur unter Wahrung einer Frist von vor dem gesponserten Ereignis möglich, soweit Vertragspartner I noch keine vertraglichen Bindungen im Vertrauen auf diesen Vertrag eingegangen ist. Das Recht zur außerordentlichen Kündigung bleibt davon unberührt.

§ 9

Sollten in dem Vertrag eine oder mehrere Bestimmungen aus tatsächlichen oder rechtlichen Gründen unwirksam sein oder werden, so wird die Wirksamkeit der übrigen Vertragsbestimmungen hierdurch nicht berührt. Die Vertragsparteien verpflichten sich vielmehr, die unwirksamen Bestimmungen durch eine dem wirtschaftlichen Erfolg möglichst gleichkommende Regelung zu ersetzen.

§ 10

Nebenabreden sind nicht geschlossen. Die Aufhebung, Änderung oder Ergänzung des Vertrages bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Kündigungserklärungen haben der jeweils anderen Vertragspartei zumindest mit eingeschriebenem Brief zuzugehen.

§ 11

Der Vertrag tritt mit Unterzeichnung in Kraft.

§ 12

Gerichtsstand ist (Sitz der Bibliothek)

..., den...
Vertragspartner I
II

..., den...
Vertragspartner

4. Öffentlichkeitsarbeit und Werbung

- „Tue Gutes und rede darüber“ -

Mit steigender Konkurrenz durch andere Kultur- und Freizeitanbieter gibt es auch für Bibliotheken einen stark zunehmenden Bedarf an professioneller Öffentlichkeitsarbeit. Nur wer Profil zeigt und in der Öffentlichkeit positiv auf sich aufmerksam macht, hat Chancen auf Anerkennung und Erfolg. Ob die Bibliothek in ihrer Stadt auf dem Kultur- und Freizeitmarkt wahrgenommen wird, entscheidet maßgeblich ihre Öffentlichkeitsarbeit.

Darüber hinaus hat die PR¹³¹- Arbeit für die Veranstaltung der Kulturnacht die Aufgabe zwischen künstlerischer Produktion, Förderern und Publikum zu vermitteln sowie die Bekanntheit und Partizipation von Kultur, Kunst und Literatur in der Gesellschaft zu erhöhen und zu festigen.¹³²

Die Bibliothek Waldmühle konnte sich in Soltau bisher durch ein ansprechendes und abwechslungsreiches Veranstaltungsangebot in der Öffentlichkeit als Kultur- und Kommunikationszentrum fest etablieren. Durch zahlreiche Veranstaltungen, Fachvorträge, Lesungen und spezielle Angebot für Kinder verfügt die Bibliothek über einen festen Kundenstamm, der sich jährlich kontinuierlich erweitert. Das Lesecafé, die Leseterrasse, der Familienbereich mit Literatur zu Schwangerschaft, Kind, Erziehung, Gesundheit, etc. sowie der gute Kontakt zur lokalen Presse, verhalfen der Bibliothek zu einem positiven Image in ihrer Gemeinschaft. Mit 3.804 aktiven Nutzern und über 35.000 Medien ist die Bibliothek Waldmühle durchaus eine etablierte Einrichtung für Bildung und Unterhaltung bei der lokalen Bevölkerung und der Stadt Soltau.

Die Veranstaltung der Kulturnacht kann nicht ausschließlich als Werbung für die Bibliothek gesehen werden, sondern als Teil der Öffentlichkeitsarbeit für die geworben werden muss. Die Projektarbeit der Bibliothek hat nicht in erster Linie den Publikumserfolg der einzelnen Veranstaltung im Blick, sondern vielmehr die langfristige und dauerhafte Kundengewinnung durch ein positives Bild der Institution in der Öffentlichkeitsarbeit. Eingebunden in eine konsequente Öffentlichkeitsarbeit wird die Veranstaltung zur Kulturnacht von vielen Menschen positiv wahrgenommen, auch von denen, die noch nie eine Veranstaltung der Bibliothek besucht haben. Unter dem Gesichtspunkt der PR-Arbeit und der Imagepflege müssen daher alle Maßnahmen der Werbung für die Kulturnacht getroffen werden.¹³³

¹³¹ PR: Originärer Begriff der Öffentlichkeitsarbeit. vgl: MANDEL, Public Relations für Kunst und Kultur, S. 3

¹³² vgl.: MANDEL, Public Relations für Kunst und Kultur in Handbuch Kulturmanagement, 2005, S. 3 H 3.1

¹³³ vgl.: REIFSTECK, Handbuch Lesungen und Literaturveranstaltungen, 2005, S. 112

Sobald der genaue Veranstaltungstermin tatsächlich feststeht sollte umgehend mit der Werbung begonnen werden. Dies hat zum einen den Vorteil, dass die Veranstaltung bereits frühzeitig in die Öffentlichkeit getragen wird und zum anderen können so in der Planungsfrühphase noch weitere Anregungen eines interessierten Publikums aufgegriffen und bei der Planung berücksichtigt werden. Je näher sich das Projekt der Realisierung nähert, desto intensiver muss die Werbung für die Veranstaltung erfolgen.¹³⁴

4.1 Die Medienauswahl

Die Möglichkeiten für aktive Werbung sind besonders vielfältig und können ständig durch neue, ganz eigene kreative Maßnahmen ergänzt werden. Alle Medien und Werbemittel können nicht einfach verwendet werden, es muss eine gut strukturierte Medienauswahl getroffen werden.

In dieser ersten Phase der Werbeplanung ist eine gründliche Analyse der spezifischen Identität, des Images und der zentralen Zielgruppe der eigentlichen Veranstaltung notwendig.¹³⁵

Situationsanalyse: Die Veranstaltungsarbeit ist ein Schwerpunkt der Bibliotheksarbeit in der Waldmühle. Interessante und abwechslungsreiche Veranstaltungen öffnen die Bibliothek nicht nur für Stammnutzer, sondern auch für neue Benutzer und zeigen die Vielseitigkeit der Bibliothek. Besonders die Veranstaltungen für Kinder und Jugendliche durch Leseclubs, Internetveranstaltungen und Bilderbuchkinos verweisen auf eine besonders hohe Bereitschaft. Auch die angebotenen Lesungen und Fachvorträge für Erwachsene finden guten Zuspruch. Lediglich lyrische Lesungen mit anspruchsvollen Texten wurden weniger gut besucht. Die Resonanz war bisher durchaus erfreulich und bestärkt das Personal der Waldmühle in ihrer Veranstaltungsarbeit.

Zielanalyse: Ziel der Veranstaltung zur Kulturnacht ist es, nach Möglichkeit eine möglichst große Benutzergruppe anzusprechen.

Durch eine gelungene Veranstaltung kann die Bibliothek ein positives Bild ihrer Arbeit vermitteln und ihr Image gezielt beeinflussen. Adressaten der Kulturnacht sind die Benutzer der Waldmühle, die Einwohner der Stadt und der weiteren Umgebung

¹³⁴ vgl.: KLEIN, Regionales Kulturmanagement in Handbuch Kulturpolitik, 1999, S. 17

¹³⁵ vgl.: MANDEL, Public Relations für Kunst und Kultur in Handbuch Kulturmanagement, 2005, S. 3 H3.1

aber auch die Vertreter der Kommune, wie der Bürgermeister, der Gemeinde-/ Stadtrat, der Kulturausschuss, die Verwaltung, die regional kooperierenden Einrichtungen, Mitarbeiter, Schulen und die Redakteure der Lokalpresse.

Medienauswahl: Die bisherigen Werbemaßnahmen der Bibliothek Waldmühle befassten sich in der Regel ausschließlich mit der Erstellung von Werbematerialien zu Lesungen, Fachvorträgen und Veranstaltungen für Kinder. Die erstellten Werbemaßnahmen sprachen auf Grund ihres Programms und ihrer Verteilung nur bestimmte Teilöffentlichkeiten an, vor allem aber aktive Bibliotheksnutzer. Die Veranstaltung zur 1. Soltauer Kulturnacht und die damit verbundenen Werbemaßnahmen sollen einen möglichst breiten Teil der regionalen Öffentlichkeit erreichen. Auch potentielle Nutzer der Bibliothek müssen sich angesprochen fühlen und auf die Veranstaltung aufmerksam gemacht werden. Da sich die Kulturnacht ausschließlich auf den regionalen Bereich stützt, sollte auch nur in der Region Soltau- Fallingbostal für diesen geworben werden. Welche Werbemittel für die Veranstaltung die Bibliothek und für die Stadt geeignet sind, wird im Folgenden beschrieben.

4.2 Die Werbemedien

Erst nach einer geeigneten Medienauswahl kann die tatsächliche Umsetzung beginnen, bei der es auf punktgenaues Timing ebenso wie auf zuverlässiges, kontinuierliches Arbeiten ankommt. Welche und wie viele Werbemittel eingesetzt werden müssen, lässt sich nicht pauschal festlegen.¹³⁶ Allerdings gibt es eine Auswahl von Veranstaltungswerbungen die auch als „klassisch“ oder als Basismedien bezeichnet werden können. Auch unkonventionelle Werbeformen sind besonders in der Kulturwerbung, wo größere Publikumskreise erreicht werden, besonders gefragt.¹³⁷ Bei der Gestaltung des Werbematerials sollte ein eindeutiger Eyecatcher, der sowohl zur Region, als auch zum spezifischen Thema der Veranstaltung passt hergestellt werden. Dies bedeutet, der Titel des Projektes sollte auch die graphische Umsetzung des Werbematerials bestimmen. Besonders wichtig ist hier, dass alle beteiligten Einrichtungen auf ein graphisches Grundmuster in Schriftwahl, Farbgebung, etc. eingeschworen werden, damit sich insgesamt eine optische Corporate Identity herstellt.¹³⁸ Im Folgenden werden Werbeformen- und mittel vorgestellt, die für die Veranstaltung der Kulturnacht in Frage kommen.

¹³⁶ vgl.: MANDEL, Public Relations für Kunst und Kultur, in Handbuch Kulturmanagement, 2005, S. 8 H 3.1

¹³⁷ vgl.: REIFSTECK, Handbuch Lesungen und Literaturveranstaltungen, 2005, S.128

¹³⁸ vgl.: KLEIN, Regionales Kulturmanagement, in Handbuch Kulturpolitik, 1999 S. 17 f

4.2.1 Der Flyer

Ein Flyer, der die bevorstehende Programmveranstaltung ankündigt, ist für die Kulturnacht ein zentrales Werbemittel. Das mobile Medium ist kleinformatig, meistens DIN A4, handlich, preiswert und schnell zu verbreiten, besonders bei aktuellen Ankündigungen von Einzelveranstaltungen. Im Gegensatz zu Prospekten und Broschüren für Großveranstaltungen können Flyer im Schnelldruckverfahren hergestellt werden. Sie sind meist mehrseitig oder gefalzt, um auch umfangreich über die Veranstaltung zu informieren. Die Gestaltung eines Flyers sollte jedoch immer auch in Zusammenarbeit mit Fachleuten erfolgen.¹³⁹ Eine hinreichende Zahl von Flyern sollte an Vorverkaufskassen und anderen öffentlichen Einrichtungen der Stadt ausgelegt werden. Bei der Verteilung sollten kostenlose Verteiler der Stadt oder großer Sponsoren berücksichtigt werden.

4.2.1.1 Kriterien für die Erstellung eines Flyers

- Übersichtlichkeit
- Handlichkeit, an DIN A4 orientierte Größe, die sich auch für den Versand und die Verteilung in Flyerständen eignet
- Verständliche Informationen über den Inhalt der Veranstaltung, die auf motivierende Weise darstellen, was den Besucher erwartet
- Ausgewogenen Text- Bild- Verhältnisse
- Vollständige Daten zu Beginn der Veranstaltung, Veranstaltungsorte, Künstler, Lesung, Teilnehmer
- Vollständige Service-Information: Preise im Vorverkauf und an der Abendkasse, Kassen-Telefonnummern, Anschreiben der Vorverkaufsstellen¹⁴⁰

4.2.2 Der Programm - Flyer

Flyer, die die bevorstehende Kulturveranstaltung ankündigen, sollten für die Bewerbung der Kulturnacht ein zentrales PR-Mittel sein. Eine hinreichende Anzahl von

¹³⁹ vgl.: REIFSTECK, Handbuch Lesungen und Literaturveranstaltungen, 2005, S. 128

¹⁴⁰ vgl.: MANDEL, Marketing, Presse und Öffentlichkeitsarbeit in Handbuch Kulturmanagement, 2005, S. 11

Programm - Flyern sollte an allen Vorverkaufsstellen und anderen Kulturinstitutionen oder öffentlichen Einrichtungen zum Auslegen verteilt werden. Die folgende Abbildung zeigt ein Flyerentwurf der Soltauer Kulturnacht.¹⁴¹

Abb. 28 : Programm-Flyer außen

Fahrplan

Bibliothek	18:30	19:15	20:00	20:45	21:30	22:10	22:55	23:40
Stadtpark	18:35	19:20	20:05	20:50	21:35	22:15	23:00	23:45
Gymnasium	18:40	19:25	20:10	20:55	21:40	22:20	23:05	23:50
Alte Reithalle	18:45	19:30	20:15	21:00	21:45	22:25	23:10	23:55
Brauhaus	18:50	19:35	20:20	21:05	21:50	22:30	23:15	00:00
Hauptschule	18:55	19:40	20:25	21:10	21:55	22:35	23:20	00:05
Museum	19:00	19:45	20:30	21:15	22:00	22:40	23:25	00:10
Atelier	19:05	19:50	20:35	21:20	22:05	22:45	23:30	00:15
Villa im Park	19:10	19:55	20:40	21:25	22:10	22:50	23:35	00:20

Eintritt und Vorverkauf

Tickets für die Kulturnacht, gibt es in allen teilnehmenden Einrichtungen sowie in den Buchhandlungen Hornbostel und Schütte und in der Touristikinformation Soltau.
 Erwachsene 0,00 EUR
 Jzgendliche 0,00 EUR

Damit das Auto an diesem Abend zu Hause bleiben kann, ist während der Kulturnacht ein Shuttlebus für Sie eingerichtet.

Das Team der Bibliothek Waldmühle wünscht Ihnen eine tolle
 1. Soltauer Kulturnacht

1. Soltauer Kulturnacht
 Kultur aus der Region-
 für die Region

26.Juli.2009 ab 18 Uhr

Quelle: Eigener graphischer Entwurf

Abb.29 : Programm-Flyer innen

¹⁴¹ vgl.: MANDEL, Public Relations für Kunst und Kultur in Handbuch Kulturmanagement, 2005, S. 10 H 3.1

Kultur aus der Region - für die Region		
Station1: Lesungen in der Waldmühle Station2: Kunst in der Alten Reithalle Station3: Varieté in der Hauptschule Station4: Comedy im Park Station5: Museum Soltau Station6: Offene Ateliers Station7: Musik im Park Station8: Fotokunst in Breidings Villa Station9: Kochshow im Brauhaus Station10: Kunst im Gymnasium	Programm: 18:00 Eröffnung der Kulturnacht Lesungen in der Bibliothek 18:30-19:15 Autor, Werk 20:00-20:45 Autor, Werk 21:30-22:10 Autor, Werk 22:55-23:40 Autor, Werk Comedy im Park 18:35-19:20 Künstler, Programm 20:05-20:50 Künstler, Programm 21:35-22:15 Künstler, Programm 23:00-23:45 Künstler, Programm Kochshow im Brauhaus 18:50-19:30 Koch, Gericht 20:15-21:00 Koch, Gericht 21:45-22:35 Koch, Gericht 23:10-23:55 Koch, Gericht Kunst im Gymnasium Vernissage der Lesitgungskurse Kunst	Varieté in der Hauptschule 19:00-20:20 Jahrmarkt der Träume 20:25-21:10 Jahrmarkt der Träume 21:55-22:35 Jahrmarkt der Träume Literarische Ausstellung in der Waldmühle 18:00-23:30 Regionale Künstler in der Alten Reithalle 18:00-24:00 Fotokunst „Gesichter der Stadt“ in Breidings Alter Villa 19:00-24:00 Regionale Maler Ausstellung im Stadtmuseum 19:00-24:00 Geöffnete Ateliers 18:00-24:00

Quelle: Eigener graphischer Entwurf

4.2.3 Das Plakat

Das Plakat zählt für fast alle Veranstalter im Kulturbereich zu den Hauptwerbeträgern. Plakate erregen Aufmerksamkeit, machen neugierig, zeigen Präsenz in der Öffentlichkeit und mobilisieren bereits informierte potenzielle Besucher. Allerdings reichen sie nicht ausschließlich als alleiniges Informations- und Werbemedium aus, sondern haben vielmehr unterstützende Wirkung. Gerade bei Kleinkunstveranstaltungen entsteht der erste Kontakt in der Regel über Plakatwerbung, der dann durch nähere Informationen vertieft wird. Plakate sollten ein prägnantes Bildmotiv enthalten sowie Kurzinformationen zu Titel, Ort und Zeit. Das wichtigste muss schnell erfassbar sein, in eineinhalb bis zwei Sekunden. Die Plakate müssen immer wieder gesehen werden, um langfristig zu wirken. Die Plakate für die Kulturnacht sollten an allen Veranstaltungspunkten aufgehängt werden, bei allen teilnehmenden Partnern, in Filialen von Sponsoren, in Einrichtungen der Stadt, in Schaukästen, an Vorverkaufsstellen und an anderen Institutionen mit ähnlichen Zielgruppen.

Für die Plakatwerbung anlässlich der Kulturnacht spricht:

- Plakate erreichen auch ein Publikum, das nicht gezielt nach Informationen sucht, da sie zufällig und spontan wahrgenommen werden.
- Plakate erreichen breit gestreute Bevölkerungskreise
- Plakate lassen sich in der Verbreitung gut steuern
- Plakate erzielen bei einer ansprechenden Gestaltung eine hohe Aufmerksamkeit
- Plakate wirken kurzfristig und erinnern an bereits getroffene Entscheidungen¹⁴²
-

Das Plakat verfügt über bestimmte Grundelemente, in denen die Funktion gleichbleibend zum Ausdruck kommt: Einfachheit, Verständlichkeit, Übersichtlichkeit, Überraschungseffekt, Originalität sowie optische Nah- und Fernwirkung. Das Plakat zielt bei der kommerziellen Produktwerbung auf einen hohen Aufmerksamkeits- und Wiedererkennungswert.¹⁴³

Abb. 30: Beispiel: Plakat der 1.Soltauer Kulturnacht

¹⁴² vgl.: REIFSTECK, Handbuch Lesungen und Literaturveranstaltungen, 2005, S. 129 f

¹⁴³ vgl.: FAULSTICH, Grundwissen Öffentlichkeitsarbeit, 2007, S. 179 f



Quelle: Erstellt von Janine Schulthes, Mikado-Media, Schneverdingen

Abb. 31: Weitere Plakatentwürfe zur Kulturnacht

Bibliothek Waldmühle

1. Soltauer Kultur Nacht

Kultur aus der Region - für die Region

Samsatg, 26.7.2009 ab 18 Uhr

Station01: Lesungen in der Bibliothek
 Station02: Kunst in der Reithalle
 Station03: Varieté in der Hauptschule
 Station04: Kunst im Gymnasium
 Station05: Ausstellung im Museum
 Station06: Fotokunst in der Alten Villa
 Station07: Comedy im Park
 Station08: Offene Ateliere
 Station08: Kochshow im Brauhaus
 Station09: Musik im Park

1. Soltauer Kultur Nacht

Kultur aus der Region - für die Region

Samstag, 26.07.2009

Station01: Lesungen in der Bibliothek
 Station02: Kunst in der Reithalle
 Station03: Varieté in der Hauptschule
 Station04: Kunst im Gymnasium
 Station05: Ausstellung im Museum
 Station06: Fotokunst in der Alten Villa
 Station07: Comedy im Park
 Station08: Offene Ateliere
 Station08: Kochshow im Brauhaus
 Station09: Musik im Park

Bibliothek Waldmühle

1. Soltauer Kultur Nacht

Kultur aus der Region - für die Region

Samstag, 26.07.2009

Station01: Lesungen in der Bibliothek
 Station02: Kunst in der Reithalle
 Station03: Varieté in der Hauptschule
 Station04: Kunst im Gymnasium
 Station05: Ausstellung im Museum
 Station06: Fotokunst in der Alten Villa
 Station07: Comedy im Park
 Station08: Offene Ateliere
 Station08: Kochshow im Brauhaus
 Station09: Musik im Park

1. Soltauer Kultur Nacht

Kultur aus der Region - für die Region

Station01: Lesungen in der Bibliothek
 Station02: Kunst in der Reithalle
 Station03: Varieté in der Hauptschule
 Station04: Kunst im Gymnasium
 Station05: Ausstellung im Museum
 Station06: Fotokunst in der Alten Villa
 Station07: Comedy im Park
 Station08: Offene Ateliere
 Station08: Kochshow im Brauhaus
 Station09: Musik im Park

Samstag, 26.07.2009
Beginn 18 Uhr
Bibliothek Waldmühle

Quelle: Eigener graphische Entwürfe/ Foto unter: <http://www.swm.de>

4.2.4 Anzeigen

Auch wenn Anzeigen in Printmedien meistens relativ kostspielig sind, haben diese dennoch den Vorteil, dass sie aufgrund Ihres Vertriebes in einem Medium auch die potenzielle Gesamtleerschaft dieses Mediums erreichen. Eine Anzeige hat gegenüber einem Plakat den Vorteil, dass sie länger und effektiver wahrgenommen wird. Anzeigen in Zeitungen werden in der Regel nur zu besonderen, meist einmaligen Anlässen verwendet. Dabei kann die Anzeige auch in einem Veranstaltungsmagazin für den Landkreis geschaltet werden.¹⁴⁴

Folgende Printmedien kommen für die Kulturnacht in Frage:

- Heide Kurier Soltau, erscheint Sonntags und Mittwochs, 44.000 Auflagen
- Mittwoch Aktuell, Anzeigenblatt, 29.000 Exemplare
- Böhme Zeitung Soltau, täglich, 13.000 Exemplare
- Walsroder Zeitung, täglich, 12.000 Exemplare
- Das Grüne Blatt, Anzeigenblatt, 12.000 Exemplare
- Blick, kostenloses Stadtmagazin, erscheint monatlich, 12.000 Exemplare

In einem gewissen Umfang sind auch Verlage bereit, sich an den Anzeigekosten zu beteiligen.

Für die Anzeigenwerbung anlässlich der Kulturnacht spricht:

- Kurzfristiger aktueller Einsatz
- Große Reichweite innerhalb Soltaus und der Region
- Nahezu alle Bevölkerungsgruppen werden erreicht
- Lokalzeitungen verfügen über eine hohe Akzeptanz und Glaubwürdigkeit bei ihren Lesern.¹⁴⁵

4.2.5 Internet

¹⁴⁴ vgl.: MANDEL, Marketing, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Handbuch Kulturmanagement 2005, S. 12

¹⁴⁵ vgl.: REIFSTECK, Handbuch Lesungen und Literaturveranstaltungen, 2005, S. 131 f

Eine eigene Website ist für jede Kulturinstitution unumgänglich. Auch wenn die Homepage der Bibliothek Waldmühle nicht besonders gut ausgebaut ist, sollte bei einer Veranstaltung dieser Größe nicht auf das Marketinginstrument Internet verzichtet werden. Das Medium Internet besticht durch viele Vorteile:

- Informationen können zu jeder Tages- und Nachtzeit abgerufen werden
- Das Internet kann bereits weit im Vorfeld über die anstehende Veranstaltung informieren
- Programmänderungen können schnell kommuniziert werden
- Bequeme Kontaktaufnahme bei Fragen¹⁴⁶

Folgende Kriterien sollten bei der Konzeption einer Website beachtet werden:

- Übereinstimmung der Website mit dem Corporate Identity und dem Corporate Design der Bibliothek
- Übersichtlichkeit, Informationen auf das Wesentliche reduziert
- Aktualität
- Kontaktmöglichkeit für Feedback und Nutzerbefragung

4.2.6 Die Postkarte

Eine Postkarte als Werbeträger ist nicht nur ein Informationsmedium, sondern vor allem ein Assoziationsträger, eine Erinnerungshilfe. Die Postkarte als Werbemittel wird auch als Souvenir gesehen, die zudem einen konkreten Nutzen erfüllt. Am ehesten gelingt dies durch ein ansprechendes Foto in Verbindung mit einem originellen Slogan. Auf der Rückseite befinden sich wichtige Daten zur Veranstaltung sowie ausreichend Platz, um sie als Memo zu nutzen oder tatsächlich zu verschicken. Die Postkarte als Werbemittel erlangt einen stetig wachsenden Wert in der Werbung, sie liegen in eigens dafür in Kneipen, Cafés und Restaurants aufgestellten Boxen aus.¹⁴⁷

Abb. 32: Beispiel einer Werbepostkarte für die Kulturnacht Soltau

¹⁴⁶ vgl.: REIFSTECK, Handbuch Lesungen und Literaturveranstaltungen, 2005, S. 128 f

¹⁴⁷ vgl.: MANDEL, Marketing, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, in Handbuch Kulturmanagement, 2005, S. 11

Front- und Rückansicht

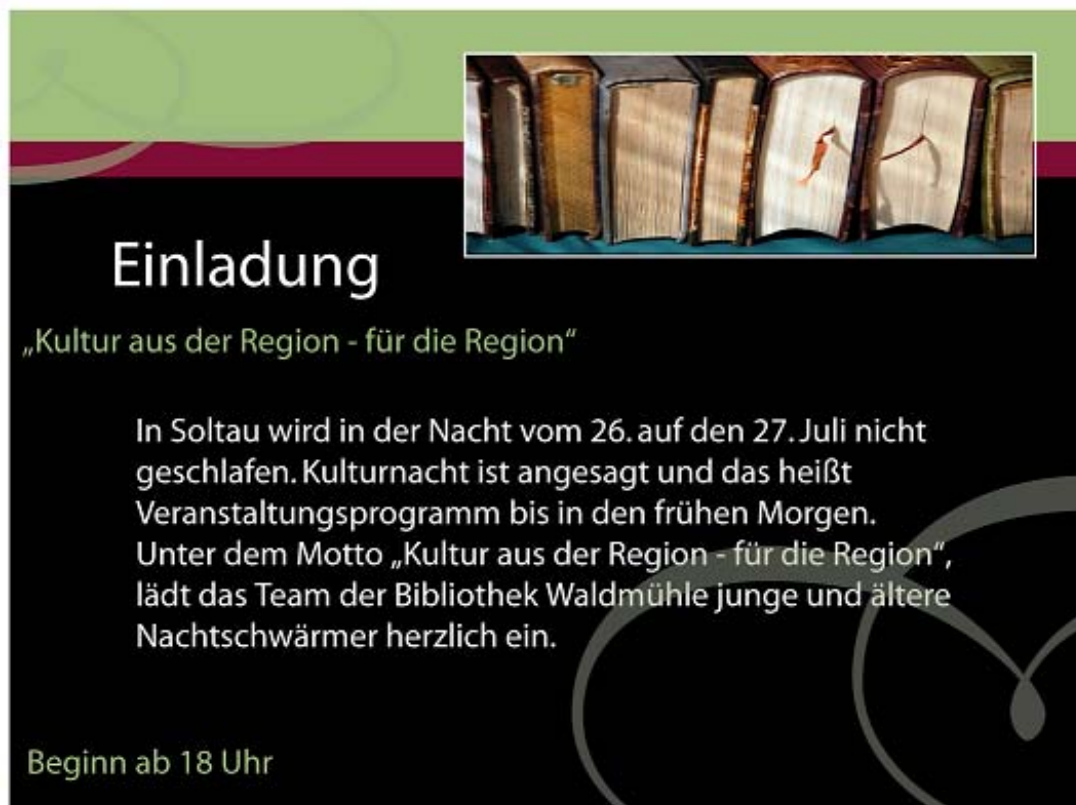


Quelle: Eigener graphischer Entwurf

4.2.7 Newsletter

Eine schnelle und kostengünstige Information per E-Mail ist der Newsletter. Er ist weit weniger persönlich als das Einladungsschreiben, dafür aber sehr preiswert. Der Newsletter kann unter anderem auch tagesaktuell zu Veranstaltungsterminen informieren, wie beispielsweise der Ausfall einer Veranstaltung, spontane Sonderveranstaltungen oder Informationen zum Kartenvorverkauf. Im Gegensatz zu gedruckten Anschreiben besteht hier die Möglichkeit der Kontaktaufnahme.¹⁴⁸

Abb. 33: Beispiel eines Newsletters für die 1. Soltauer Kulturnacht



Quelle: Eigener graphischer Entwurf

4.2.8 Einladungsschreiben

Das Einladungsschreiben ist neben der Mundpropaganda die gezielteste und persönlichste Form der Veranstaltungswerbung. Es sollte aber unbedingt darauf geachtet werden, deutlich auf den Eintrittspreis zu verweisen, um eventuelle Missverständnisse vorab zu vermeiden. Eine Einladungskarte kann unter Umständen mit einer Ehrenkarte verwechselt werden und dieses kann zu peinlichen Missverständnissen führen. Eine beigefügte Antwortkarte wird dem Schreiben beigefügt. Der Versandzeitpunkt liegt etwa zwei bis drei Wochen vor dem Ereignis. Bei Veranstaltungen

¹⁴⁸ vgl.: REIFSTECK, Handbuch Lesungen und Literaturveranstaltungen, 2005, S. 131

gen dieser Größe mit einem breiten Zielpublikum ist es ratsam, die Einladungen ausschließlich an Multiplikatoren aus dem Kulturleben, der lokalen Prominenz und Vertreter der Stadt, sowie Vereinen und Verbänden zukommen zu lassen.

4.3 Unterstützende Werbemittel

Im Folgenden werden weitere, eher unkonventionelle Werbemittel vorgestellt, die allerdings ausschließlich sinnvoll in Verbindung mit den Basis-Werbemitteln eingesetzt werden können.

4.3.1 Eintrittskarten

Für die Veranstaltung der Kulturnacht lohnt sich der Druck spezieller Eintrittskarten. Die Rückseite der Karte kann als Werbeplattform für die Sponsoren und Förderer der Kulturnacht genutzt werden.

Abb. 34: Beispiel einer Eintrittskarte für die Kulturnacht



Quelle: Eigener graphischer Entwurf

4.3.2 Schriftbänder

Sind auffällige Werbeträger und sollten bereits Monate vor Beginn der Veranstaltung an allen Ortseingängen befestigt werden. Auch an oder vor der Bibliothek sollte ein Banner aufgehängt werden, um auf die anstehende Kulturnacht aufmerksam zu machen. Insgesamt führen sechs wichtige Strassen nach Soltau:

- Winsener Strasse
- Lüneburger Strasse
- Celler Strasse
- Berg Strasse
- Harburger Strasse
- Walsroder Strasse

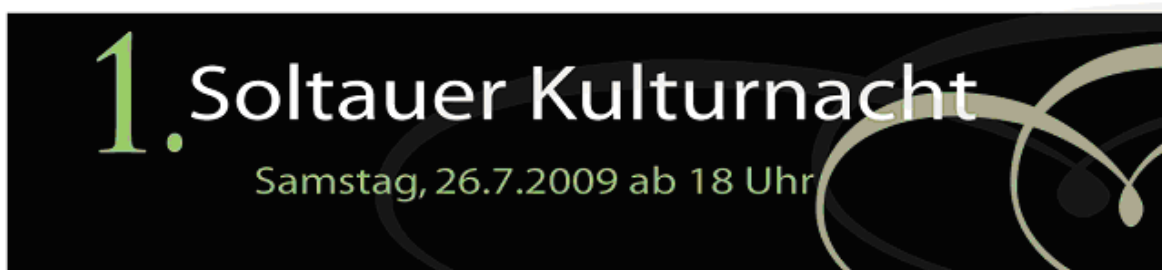
Mit dem Banner für die Bibliothek beläuft sich die Summe der Schriftbänder auf insgesamt sieben. Als Trägermaterial für die Banner wird reißfester Kunststoff verwendet, welcher entweder durch einen seitlichen Holsaum oder durch Ösen an den Rändern befestigt wird. Die Banner sind wasserfest, abwaschbar, einseitig und vierfarbig bedruckt. Der günstigste Anbieter für Werbebanner ist im Internet unter www.werbebanner24.de zu finden. Dieser Anbieter verfügt über einen Preisrechner, über den es möglich ist eine individuelle Auflage zu kalkulieren und diese anschließend auch zu bestellen. Die Lieferzeit beträgt vier bis fünf Werktage.

Tab. 14: Preisliste/ Straßenbanner

Firma	Größe	Preis/qm	Einzelpreis	Gesamtpreis 7 Stück
www.werbebanner24.de	5m x 1m	17,00 €	85,00 €	595,00 €

Kontakt unter: www.werbebanner24.de

Abb. 35: Beispiele Straßenbanner für die Kulturnacht



Quelle: Eigener graphischer Entwurf

4.3.3 Kinowerbung

Das Gloria Kino in Soltau ist das einzige Kino der Stadt und hat somit eine Monopolstellung. Es ist ein Normalkino, beziehungsweise Multiplexkino mit einem breit gefächerten Programm mit aktuellen publikumswirksamen Spielfilmen. Neben diversen Werbefilmen großer Unternehmen wie Marlboro, BILD und Mercedes Benz laufen auch Spots und Dias von Restaurants, Firmen und Geschäften aus der Umgebung. Kinospots und Werbefilme mit einer Länge von bis zu 60 Sekunden sind hier eher die Ausnahme. Der Aufwand für ein kleines Unternehmen, das ausschließlich kurz auf sich aufmerksam machen möchte, ist einfach zu groß. Regionale Einrichtungen verwenden hier häufig Diapositive in unterschiedlichen Formaten mit einer Dauer von 10 Sekunden. Verwendet werden aber auch Ton- Dias mit einer Länge von 20 Sekunden und Dias auf Film. Für die Bibliothek wäre die Produktion eines eigens erstellten Kinospots nicht nur extrem zeitaufwendig, sondern auch mit einem hohen Kostenaufwand verbunden. Daher empfiehlt sich hier die Kinowerbung durch ein Diapositiv, welches stumm aber auch vertont gezeigt werden kann. Die reinen Schaltkosten sind hier relativ gering, entscheidend sind die Produktionskosten. Da die Werbung für die Kulturnacht durch Flyer, Plakate, Banner und Pressearbeit unterstützt wird, ist die Kinowerbung hier nicht entscheidend aber dennoch ein Eyecatcher. So sollte in jedem Fall das Plakat der Kulturnacht für 20 Sekunden eingeblendet werden, um das Publikum kurz zu informieren und Neugierde zu wecken. Außerdem ist die Kinowerbung für die Bibliothek Waldmühle bereits etwas ganz Neues und wird viele Besucher überraschen. Da bereits im Punkt Finanzierung. Sponsoring auf das Gloria Kino verwiesen wird, könnten die Werbekosten oder zumindest ein Teil der Kosten vom Kino übernommen werden.¹⁴⁹

Standzeit:	Stummes Dia/ Dia auf Film (DaF) ca. 10 Sekunden Tönendes Dia/ Dia auf Film (DaF) ca. 20 Sekunden
Mindestberechnung:	1. Monat
Tonträger:	Bei Tondiaschaltungen müssen die Aufträge bis zum 10. des Vormonats zugeschickt werden. Der Tontext sollte 20 Sekunden nicht überschreiten.

Preise und Bedingungen gibt es auf Anfrage über das Gloria Kino in Soltau.¹⁵⁰

¹⁴⁹ vgl.: REIFSTECK, Handbuch Lesungen und Literaturveranstaltungen, 2005, S. 133 f

¹⁵⁰ vgl.: <http://www.hirsch-kinowerbung.de/agb.htm>

4.3.4 Lesezeichen

Lesezeichen sind ein nettes Präsent von Buchhandlungen und Bibliotheken. Dazu sollte beispielsweise das Layout der Kulturnacht- Postkarte verwendet werden. Auf der Rückseite befinden sich allgemeine Informationen zu der Veranstaltung und zu dem Programm. Die Lesezeichen sollten in den Buchhandlungen Schütte und Hornbostel, als auch in der Bibliothek als Give- Aways an die Kunden verteilt werden.

Abb. 36: Beispiel Lesezeichen Front- und Rückansicht



Quelle: Eigener graphischer Entwurf

4.3.5 Rundfunkwerbung

In der Regel ist Radiowerbung allein aus Kostengründen auch bei größeren Veranstaltungen nicht möglich. Auch wenn einige Tarife recht günstig erscheinen, ist ein einzelner Radiospot absolut sinnlos. Eine nachhaltige Wirkung ist nur durch eine regelmäßige Wiederholung zu erreichen. Maßgeblich für den Erfolg von Radiospots sind auch die Sendezeiten. Auch wenn die finanzielle Lage der Bibliothek keine Werbespots über das Radio zulässt, so wird dieser Aspekt trotzdem aufgegriffen. Denn möglichen Sponsoren kann die Radiowerbung mit Erwähnung ihres Firmennamens durchaus vorgeschlagen werden. Radio Antenne sendet in der Region Soltau, Zeven, Rotenburg (Wümme), Achim, Visselhövede, Soltau, Schneverdingen, Verden, Walsrode und Hodenhagen mit einem Gesamthörererkreis von 280.000 Hörern, 77.000 davon hören täglich Radio Antenne. Neben den klassischen Formen werden auch individuelle Kommunikationskonzepte angeboten. So könnte ein einziger Werbespot in Verbindung mit einem Gewinnspiel wesentlich effektiver sein als 10 Wiederholungen ein und desselben Spots. Der Gewinner könnte für sich und seine Familie Karten für die Kulturnacht gewinnen.¹⁵¹

Abb. 37: Preisliste für die Region Soltau

Lokale Trailer 2008

Stunde	Montag–Freitag		Samstag		Sonntag	
	20 Sek.	30 Sek.	20 Sek.	30 Sek.	20 Sek.	30 Sek.
05-06	40,00 €	60,00 €	40,00 €	60,00 €	40,00 €	60,00 €
06-07	110,00 €	165,00 €	60,00 €	90,00 €	60,00 €	90,00 €
07-08	140,00 €	210,00 €	80,00 €	120,00 €	70,00 €	105,00 €
08-09	140,00 €	210,00 €	120,00 €	180,00 €	90,00 €	135,00 €
09-10	140,00 €	210,00 €	120,00 €	180,00 €	100,00 €	150,00 €
10-11	100,00 €	150,00 €	140,00 €	210,00 €	90,00 €	135,00 €
11-12	80,00 €	120,00 €	120,00 €	180,00 €	80,00 €	120,00 €
12-13	90,00 €	135,00 €	90,00 €	135,00 €	70,00 €	105,00 €
13-14	90,00 €	135,00 €	70,00 €	105,00 €	60,00 €	90,00 €
14-15	80,00 €	120,00 €	70,00 €	105,00 €	60,00 €	90,00 €
15-16	80,00 €	120,00 €	70,00 €	105,00 €	60,00 €	90,00 €
16-17	80,00 €	120,00 €	70,00 €	105,00 €	50,00 €	75,00 €
17-18	70,00 €	105,00 €	70,00 €	105,00 €	50,00 €	75,00 €
18-19	40,00 €	60,00 €	40,00 €	60,00 €	40,00 €	60,00 €
19-20	40,00 €	60,00 €	40,00 €	60,00 €	40,00 €	60,00 €
20-21	40,00 €	60,00 €	40,00 €	60,00 €	40,00 €	60,00 €
21-22	40,00 €	60,00 €	40,00 €	60,00 €	40,00 €	60,00 €
22-23	40,00 €	60,00 €	40,00 €	60,00 €	40,00 €	60,00 €
23-05	40,00 €	60,00 €	40,00 €	60,00 €	40,00 €	60,00 €
☉ 6-18	100,00 €	150,00 €	90,00 €	135,00 €	70,00 €	105,00 €

Quelle: <http://www.mediadaten.antenne.com/>

¹⁵¹ vgl.: REIFSTECK. Handbuch Lesungen und Literaturveranstaltungen, 2005, S. 135

4.3.6 Schaukästen und Schaufenster

Die Schaukästen der Bibliothek sollte bereit mehrere Wochen vor Beginn der Kulturnacht mit Plakaten, Literatur und Ausstellungsstücken themenbezogen dekoriert werden. Ein ansprechend gestalteter Schaukasten am Eingangsbereich kann das Interesse der Bibliotheksnutzer durchaus wecken. Auch die Schaukästen der lokalen Buchhändler, Sponsoren und Vorverkaufsstellen sollten ansprechend mit Werbe- und Dekorationsmaterial gestaltet werden. Dekoration, Fotos von den Autoren und Displays sind über den Verlag des Autors als Leihgabe zu erhalten.

4.3.7 T-Shirts

Bei geringem finanziellem Budget können T-Shirts lediglich für das Personal hergestellt werden. Jeder Mitarbeiter erhält vier Wochen vor Beginn zwei T-Shirts mit dem Aufdruck der Kulturnacht, welche dann zu Werbezwecken während der Arbeitszeit getragen werden.

Da die Veranstaltung Kunst aus der Region für die Region zeigt, sollte dementsprechend nicht nur in der Stadt Soltau für die Kulturnacht geworben werden. Insgesamt befinden sich zwölf kreisangehörige Städte, Gemeinden und Samtgemeinden um Soltau, mit rd. 142.404 Einwohnern. Nicht alle Städte sollten berücksichtigt werden, der südliche Teil ab Walsrode, Rethem, Schwarmstedt und Ahlden ist wesentlich entfernter und wird deshalb nicht berücksichtigt. (Siehe folgende Karte)

Abb.38: Kreisangehörige Städte und Gemeinden des Kreises Soltau Fallingbostel



Quelle: <http://www.soltau-fallingbostel.de/index.htm?baum>

4.4 Herstellung und Vertrieb eigener Werbemittel

Da im Sinne der Veranstaltung ein breites Publikum, nämlich Bewohner der Region, angesprochen werden sollen, wird die Werbung sowohl inhaltlich als auch formal nicht nur auf eine einzelne Zielgruppe zugeschnitten. Sicher kann man den ortsansässigen Kunst- und Literaturliebhaber als Zielgruppe beschreiben, doch sind sowohl Junge, Junggebliebene, Ältere, Senioren, Kunstfreunde, Literaturfreunde, etc. einfach alle Einwohner der Stadt zur Kulturnacht eingeladen. Um sich an alle relevanten Gruppen zu wenden, sollte im Sinne der Kommunikationsstrategie beziehungsweise der Werbestrategie gehandelt werden. Dabei ist es hier ratsamer den Schwerpunkt auf Inserate in lokalen Zeitungen und das Verteilen von Plakaten und Handzetteln zu legen, als ausschließlich in Fachzeitschriften zu inserieren. Durch Kostenvoranschläge von regionalen Druckereien, Copyshops und online Druckereien zeigte sich, dass die online Druckerei flyeralarm GmbH der günstigste Anbieter für häufig genutzte Druckprodukte ist. Die folgende Tabelle zeigt eine Preisübersicht für die relevanten Werbeträger.

Tab. 15: Preisübersicht der Werbeträger

Produkt	Format	Stückzahl	Preis
Flyer	Din A6/ 135g	2.500	38,56 €
Faltblatt	Din A7/ 8 Seiten	2.500	89,87 €
Plakate	DIN A1/ 100g	250	136,37 €
Postkarten	DIN A6/ 300g	1000	42,00 €
Eintrittskarten	DIN A7 perforiert	25.000	89,87 €

Quelle: Tabelle erstellt in Anlehnung an www.flyeralarm.com

5. Presse und Medienarbeit

Pressearbeit ist eine der preiswertesten Formen, um eine Veranstaltung einer breiten Öffentlichkeit bekannt zu machen. Was nicht in die Medien kommt, gelang auch nicht in das Bewusstsein der Leser und Zuschauer. Auf dem heutigen Massenmarkt von Freizeitaktivitäten bleiben Einrichtungen mit kulturellem Aspekt gar nichts anderes übrig, als sinnvolle Werbung zu betreiben. Eine gute Presse ist nicht nur kostengünstig, sondern auch glaubwürdiger als Anzeigen und nach der Mundpropaganda die beste Werbung. Pressearbeit erreicht die Menschen ganz direkt und ist damit eine effektive Möglichkeit Kulturpublikum zu gewinnen und zu halten. Presseberichte wecken Interesse auch für Neues, wie etwa die geplante Soltauer Kulturnacht. Hier bieten die lokalen Medien Raum, Ziele und Erfolge zu kommunizieren, aber auch Rückmeldungen zu sammeln.¹⁵² Doch führt die Pressearbeit nicht immer auch automatisch zum Erfolg.¹⁵³

„80 Prozent der Meldungen aus dem Kulturbereich landen nach einer Studie aus dem Frühjahr 2006 im Redaktionspapierkorb. Gründe sind vor allem falsche Adressaten und überlange Texte. Aber auch unprofessionelle Ansprechpartner oder Einheitstexte für unterschiedliche Medien schmälern die Aussichten auf Veröffentlichung.“¹⁵⁴ Mit professioneller Pressearbeit erleichtert man den Redakteuren ihre Arbeit und erhöht die eigenen Chancen, gedruckt zu werden. Im Konkreten bedeutet dieses die richtigen Ansprechpartner kennen, den Reaktionsschluss zu berücksichti-

¹⁵² vgl.: RAABE VERLAG, Kultur- und Medien, Profi-Tipps für den erfolgreichen Umgang mit Journalisten, 2006, S.4

¹⁵³ vgl.: REIFSTECK, Handbuch Lesungen und Literarische Veranstaltungen, 2005, S. 138

¹⁵⁴ RAABE VERLAG, Kultur- und Medien, Profi-Tipps für den erfolgreichen Umgang mit Journalisten, 2006, S. 4

gen und als fester Ansprechpartner für die Lokalzeitung rund um die Uhr zur Verfügung zu stehen.¹⁵⁵

5.1 Die Nachrichtenfaktoren

Was sich in irgendeiner Form vom Alltäglichen abhebt, neu und außergewöhnlich ist oder aber für Leser direkte Auswirkungen hat, ist auch berichtenswert. Zwei Nachrichtenfaktoren sollte jede Pressemitteilung erfüllen:

Aktualität: Es interessieren Ereignisse die die Leser in Kürze erwarten oder aber die gerade erst stattgefunden haben. Vierzehn Tage nach der Veranstaltung über diese zu berichten ist völlig uninteressant.

Nähe: Eine Nachricht ist besonders Interessant, wenn diese einen räumlichen Bezug zum Verbreitungsgebiet der Zeitung hat. Die Bewohner der Stadt Soltau haben einen unmittelbaren Bezug zu diesem Ereignis.

Fortschritt: Die Veranstaltung der 1. Soltauer Kulturnacht ist einzigartig und so noch nie da gewesen.

Prominenz: Bekannte Autoren der Region lesen aus ihren Werken. Der Bürgermeister der Stadt liest.

Human interest, Gefühl: Unbekannte Künstler und Künstler mit Behinderung stellen ihre Werke aus.

5.2 Der Pressekontakt

Um Pressearbeit effektiv und effizient nutzen zu können bedarf es, wie bei allen Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit, einer langfristigen und kontinuierlichen Kontaktpflege zu den lokalen Zeitungen. Zu einer verlässlichen Vertrauensbasis gehört auch die persönliche Betreuung des zuständigen Redakteurs. Da die Veranstaltung zur Kulturnacht ein einmaliges Ereignis ist, kann die Pressemitteilung auch persönlich bei dem entsprechenden Redakteur abgegeben werden. So können Zusatz- und Hintergrundinformationen gegeben werden und noch einmal persönlich zur Veranstaltung eingeladen werden. Auch kleine und dezente Geschenke sind gern gesehen. Give-Aways der Kulturnacht sind nette Aufmerksamkeiten und werden als positive Zeichen der Wertschätzung und Anerkennung registriert.

¹⁵⁵RAABE VERLAG, Kultur- und Medien, Profi-Tipps für den erfolgreichen Umgang mit Journalisten, 2006, S. 4

Da mehrere Tageszeitungen über die Veranstaltungen berichten sollen, sollten dementsprechend auch alle Medien gleich behandelt werden. Es dürfen keine Exklusivinformationen an bestimmte Redakteure gehen, sondern alle Pressemitteilungen müssen immer am gleichen Tag an alle Medien verschickt werden.

5.3 Die Pressestelle

Um Journalisten schnelle und kompetente Antworten zu liefern, müssen Zuständigkeiten in der Pressearbeit klar geregelt werden. Die Zusammenarbeit mit den Medien sollte sich in der Regel auf eine Person beschränken sowie einen Stellvertreter.

5.4 Die Medien

Die Kulturnacht ist für den Landkreis Soltau- Fallingb. ein herausragendes Ereignis. Jedoch interessiert dieses Ereignis ausschließlich die Menschen dieser Region und ist somit für überregionale Wochenzeitungen und Magazine weit weniger interessant. Aus diesem Grund bezieht sich die Pressearbeit für die Soltauer Kulturnacht ausschließlich auf lokale Zeitungen und Magazine.

5.5 Die lokalen Tageszeitungen

Die Soltauer Kulturnacht ist nur für das regionale Publikum von Bedeutung. Im Mittelpunkt der Pressearbeit sollte daher die intensive Zusammenarbeit mit den örtlichen und regionalen Medien stehen. Lokalzeitungen erreichen eine hohe Anzahl von Haushalten und genießen überdurchschnittlich hohe Glaubwürdigkeit. Durch die räumliche Nähe lässt sich der Kontakt schnell herstellen.

Tab.16: Kontakt Lokalzeitungen

Name	Ansprechpartner	Adresse	Telefon	E-Mail
Böhme Zeitung Soltau	Jörg Jung	Harburger Str.63, 29614 Soltau	05191/ 80 81 35	j.jung@boehme-zeitung.de
Heide Kurier Soltau	Eberhard Fritz	Postfach 1352, 29614 Soltau	05191/ 98 32 0	redaktion@heide-kurier.de

Walsroder Zeitung	Eckard Schultz	Postfach 1520, 29655 Walsrode	05161/ 60 05 0	redaktion@wz.net.de
----------------------	----------------	----------------------------------	----------------	---------------------

Quelle: Eigene Erstellung

5.6 Das Stadtmagazin

Der Blickpunkt ist das monatlich erscheinende Stadtmagazin für Soltau, Schneverdingen und Walsrode, mit einem Veranstaltungskalender für den gesamten Monat. Online werden kommende Veranstaltungen bereits wesentlich früher angekündigt.¹⁵⁶

Tab. 17: Kontakt Stadtmagazin

Name	Ansprechpartner	Adresse	Telefon	E-Mail
Blickpunkt	Ralf Roecker	Verdener Str.8, 29640 Schneverdingen	06193- 97 43 83	info@micado- medie.com
Sofa Magazin	Corinna Kruse-Roth	Postfach 3849, 30038 Han- nover	0511- 12 41 71 8	kruse@lvh.de

Quelle: Eigene Erstellung

5.7 Die Pressemitteilung

Jede Pressemitteilung muss eine klare Botschaft und eine Handlungsaufforderung für die Medien geben. Es muss deutlich erkennbar sein, was genau man von den Medien möchte. Aus der Pressemitteilung muss deutlich erkennbar sein, dass die Bibliothek zu einer Kulturnacht einlädt.

Ein Presstext sollte in der Regel drei zentrale Kriterien erfüllen:

1. Das Schreiben muss Interesse wecken durch den Aufbau
2. Die Inhalte müssen verständlich sein
3. Alle Fakten müssen korrekt und vollständig dargestellt werden

Die äußere Form ist eher schlicht zu halten. Jedoch ist auf ein sauberes und korrektes Erscheinungsbild zu achten. Eine Pressemitteilung wird nur auf weißem Papier im Format DIN A4, einseitig und nicht handschriftlich beschrieben.¹⁵⁷ Der Inhalt ist kurz und knapp darzulegen und sollte alle relevanten Informationen über die Veranstaltung und das Programm enthalten. Die Mitteilung sollte die klassischen „W“-Fragen beantworten und Fakten gemäß ihrer Wichtigkeit darstellen. Um ein einheitliches Bild zu wahren, sollte die Mitteilung durch Titel und Zwischenüberschriften strukturiert werden. Auch das Logo, die Adresse der Bibliothek, der Kartenvorverkauf

¹⁵⁶ vgl.: REIFSTECK. Handbuch Lesungen und Literaturveranstaltungen, 2005, S. 138 ff

¹⁵⁷ vgl.: REIFSTECK. Handbuch Lesungen und Literaturveranstaltungen, 2005, S. 150 f

und der zuständige Ansprechpartner sind elementare Bestandteile der Pressemitteilung.

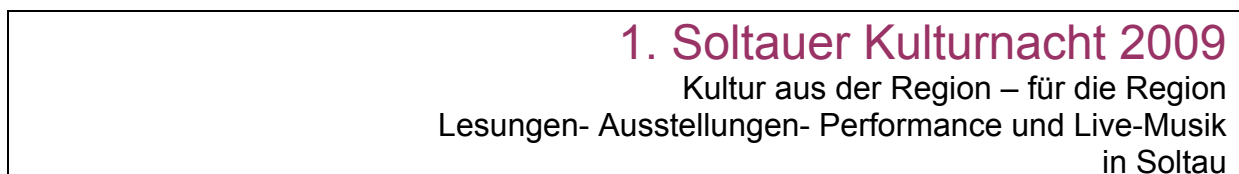
5.7.1 Die Regel für den Inhalt einer Pressemitteilung:

- Informationsgehalt (Was, Wann, Wer, Wo, Wie, Warum)
- Das Wichtigste an den Anfang
- Nicht länger als zwei Seiten
- Aktualität (Was ist neu? Warum ist es von öffentlichem Interesse?)
- Verständigkeit (Keine Hintergrundinformationen voraussetzen, Fachtermini vermeiden)
- Glaubwürdigkeit (Superlative vermeiden)¹⁵⁸
- Der Information Leben geben durch die Nennung von Namen, durch Zitate und durch eine genaue Terminierung
- Lokalen Bezug schaffen¹⁵⁹

Ein kurzes Begleitschreiben gibt der Pressemitteilung eine persönliche Note und schafft Sympathie. Mit einer persönlichen Begrüßung, einigen freundlichen Worten sowie Zusatzinformationen über Künstlerbiografien schafft man einen starken atmosphärischen Eindruck und hebt sich von anderen Massenmitteilungen ab.

Presstexte sollten nie unaufgefordert per E-Mail versandt werden, sondern immer auf dem üblichen Postweg. Faxe sind oftmals schlecht leserlich und landen daher schnell im Papierkorb. Trotzdem sollt in der Mitteilung darauf verwiesen werden, Texte und Fotos per E-Mail zuzusenden oder auf die Download Möglichkeit der Homepage.¹⁶⁰

Abb. 39: Beispiel Pressemitteilung „1. Soltauer Kulturnacht“



¹⁵⁸ vgl.: MANDEL, Marketing, Presse und Öffentlichkeitsarbeit in Handbuch Kulturmanagement, 2005, S. 20

¹⁵⁹ vgl.: PAULI, Leitfaden für die Pressearbeit. Anregungen, Beispiele, Checklisten, 2004, S. 83

¹⁶⁰ vgl.: REIFSTECK. Handbuch Lesungen und Literaturveranstaltungen, 2005, S. 150 f

1. Soltauer Kulturnacht 200

Lesungen, Ausstellungen, Performance und Live-Musik
Am Samstag, 26.07.2009 von 18.00 Uhr bis 01.30 Uhr

In der Nacht vom 26. auf den 27. Juli 2009 lockt die Bibliothek Waldmühle in Soltau von 18.00 Uhr bis mindestens 03.00 Uhr früh mit einem attraktiven Programm zur „1. Soltauer Kulturnacht“. Viele Einrichtungen in der Stadt Soltau beteiligen sich an dem Ereignis mit interessanten und eigenwilligen Veranstaltungen für junge und ältere Nachtschwärmer.

Das Motto: Kultur aus der Region – für die Region

An insgesamt 10 Veranstaltungsorten zeigen örtlich und regional bekannte Künstler ausgewählte Vorführungen aus den Bereichen Literatur, darstellende Kunst, und Schauspiel.

So zeigt die Bibliothek Waldmühle eine Ausstellung literarischer Werke aus der Lüneburger Heide und bietet für jung und alt unterschiedliche Lesungen regionaler Autoren. Auch das Stadtmuseum und einige Ateliers sind nur einige der Stationen, die in der Kulturnacht ihre Türen öffnen und zum Zuhören, Betrachten, Staunen und Verweilen einladen.

In den Gemäuern des Gymnasiums veranstalten Schüler des Leistungskurses Kunst eine ausgefallene Vernissage mit eigenen Werken. In der Alten Reithalle zeigen unzählige Künstler der Region ihre Skulpturen und Gebilde. Im Brauhaus Soltau veranstaltet Sternekoch „Name“ eine Kochshow mit regionalen Spezialitäten und der Showpalast der Hauptschule Soltau stellt sein neuestes Variété „Jahrmarkt der Träume“ vor. Ein besonderer Veranstaltungspunkt erwartet die Besucher in der ansonsten für die Öffentlichkeit unzugänglichen Alten Villa im Röderspark. Der regional bekannte Fotograf „Name“ zeigt in einer Diashow gesammelte Werke der Region und Gesichtern der Stadt. Auch der Stadtpark lockt Besucher mit witzigem Impro-Theater und Comedy.

Zum Abschied der Kulturnacht erwartet die Besucher ein Abschlussfest mit Musik und Bands der Gegend sowie kulinarische Köstlichkeiten und Erfrischungen.

Damit die Besucher der Soltauer Kulturnacht auf ihr Auto verzichten können, fahren zwischen 18.00 und 24.00 Uhr Shuttlebusse zwischen den einzelnen Veranstaltungspunkten. Das Ticket kostet Preis Euro (Vergünstigung). Es berechtigt zum Eintritt bei allen Veranstaltungen und gilt als Fahrschein für den Shuttlebus. Die Karten sind im Vorverkauf bei (Einrichtungen) erhältlich sowie in der Bibliothek Waldmühle. Ein Programmheft zur Kulturnacht mit ausführlicher Beschreibung sämtlicher Veranstaltungen und einem Fahrplan der Shuttlebuslinien liegt ab sofort öffentlich aus.

Veranstalter: Das Team der Bibliothek Waldmühle

Ansprechpartner: Name

Adresse: Bibliothek Waldmühle
Mühlenweg 4
29614 Soltau

Tel.: 05191/ 50 05
Fax.:05191/ 97 82 2

E-Mail: bibliothek_waldmuehle_soltau@t-online.de

Weitere Informationen unter www.soltau.de

Quelle: Erstellt nach FRANK, Handbuch Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, 2004, S. 148 ff

5.8 Das Pressefoto

Fotos in Zeitungen wecken spontane Aufmerksamkeit und werden in der Regel vor dem Text wahrgenommen. Besondere Aufmerksamkeit erreichen Fotos von Menschen, da sie Emotionen auslösen. Auch die Ankündigung der Kulturnacht sollte nicht auf diesen wichtigen Blickfang verzichten. Pressefotos der geladenen Autoren werden kostenlos vom entsprechenden Verlag gestellt. Leider tragen viele Fotos inzwischen einen Aufdruck, der auf ein Fotohonorar verweist und somit für die Zeitung nicht mehr kostenlos ist. Diese Kosten werden nur in den seltensten Fällen von den Zeitungen übernommen, deshalb sollten bei der Beschaffung von Pressefotos drei wichtige Tipps berücksichtigt werden:

1. Welche Fotowünsche hat die entsprechende Zeitung? Farbe, Schwarz/Weiß, ein bestimmtes Format, als Abzug oder Datenersatz
2. Immer mehrere Bilder zur Auswahl anbieten
3. Die Fotos nicht auf der Rückseite beschriften

Als Pressefotos für die Kulturnacht dienen auch Bilder von einzelnen geladenen Künstlern und Theatergruppen, Fotos vom Veranstaltungsteam und Bilder von Vorbereitungsarbeiten der Teilnehmer.¹⁶¹

Weitere Motive könnten sein:

- Der Sternekoch
- Die Autoren
- Die vortragenden Persönlichkeiten der Stadt
- Die Leiter der Bibliothek
- Das Team der Kulturnacht
- Der Leistungskurs Kunst des Gymnasiums
- Der Showpalast

¹⁶¹ vgl.: REIFSTECK, Handbuch Lesungen und literarische Veranstaltungen, 2005, S. 154 f

- Besondere Werke der Künstler
- Die Vorbereitungen in der alten Villa

Auch hier sind kreative Ideen gefragt. So kann zum Beispiel ein Foto in Verbindung mit dem Flyer oder dem Plakat der Kulturnacht das Interesse des Lesers wecken und er wird dadurch Plakate in der Stadt wieder erkennen und zuordnen können.

5.9 Pressegespräch und Pressekonferenz

Ohne Frage ist die Pressekonferenz die effektivste Form, eine große Menge an Journalisten umfassend über eine Veranstaltung zu informieren, doch ist die Durchführung einer Pressekonferenz auch mit einem großen zeitlichen und kostenmäßigen Aufwand für die Bibliothek verbunden. Da die Veranstaltung der Kulturnacht nur ein regionales Publikum erreicht, ist die Durchführung einer Pressekonferenz wahrscheinlich unnötig. Es gibt nur eine überschaubare Menge an Journalisten, die für die wenigen Zeitungen im Umkreis tätig sind. Daher empfiehlt sich hier das Pressegespräch mit einer Teilnehmerzahl von fünf bis zehn Journalisten.

Das Gespräch mit der Presse gehört ebenfalls zu den klassischen Instrumenten der Öffentlichkeitsarbeit ist aber eher vertraulicher Natur. Der direkte Dialog des Pressegesprächs kann Verständnis wecken und Vertrauen schaffen. Da die Leitung der Bibliothek und die Vertreter der lokalen Presse bereits seit Jahren zusammenarbeiten, sollte das Gespräch auch in der Bibliothek stattfinden, in einem von dem Tagesgeschäft abgeschirmten, ruhigen Raum, in dem Kaffee, Tee und kalte Getränke angeboten werden. Der Termin für das Gespräch sollte innerhalb der Woche liegen, an einem Dienstag, Mittwoch oder Donnerstag, und am Vormittag (11:00 Uhr) oder Nachmittag (15:00 Uhr) beginnen. Die lokalen Journalisten sollten bereits zwei bis drei Wochen vorher schriftliche eingeladen werden sowie zwei bis drei Tage vor Beginn des Gesprächs noch einmal erinnert werden.

Abb. 40: Textvorschlag: Einladung zum Pressegespräch

Einladung zum Pressegespräch



Sehr geehrte(r) _____

Die Leiterinnen der Bibliothek Waldmühle, Frau Anika Lüdemann und Frau Ulrike Hennings sowie das Veranstaltungsteam der Kulturnacht, laden

am Tag, Datum, Uhrzeit

zu einem Pressegespräch in die Bibliothek Waldmühle ein.

Anlass dieses Gespräches ist die kommende Veranstaltung der 1. Soltauer Kulturnacht. Unter dem Motto „Kultur aus der Region – für die Region“ zeigt die Veranstaltung kulturelle Vielfalt ohne Hektik und Enge.

Über Ihr Kommen würden wir uns sehr freuen.

Freundliche Grüße aus der Waldmühle

(Unterschrift)

Adressaten, die sich zwei Wochen nach Erhalt des Einladungsschreibens noch nicht gemeldet haben, werden noch einmal telefonisch auf den Termin hingewiesen.¹⁶²

5.10 Dokumentation und Evaluation

Die Öffentlichkeitsarbeit endet nicht mit dem Projekt sondern mit der nachbereitenden Dokumentation der Veranstaltung. Zu jeder Pressearbeit gehört auch die Doku-

¹⁶² vgl.: <http://www.online-marketing-praxis.de/tipps/artikel/pr3.php3>

mentation, Evaluation und die Präsentation der Arbeitsergebnisse. Sämtliche Veröffentlichungen zu und über die Kulturnacht müssen recherchiert und archiviert werden. Nur so können die eingeholten Informationen als Chance gesehen werden die eigene Arbeit zu optimieren. Außerdem dienen die Berichte auch als ein Nachweis des Erfolges gegenüber Sponsoren und Partnern. Am Ende der Veranstaltung sollten diese ebenfalls eine Dokumentationsmappe erhalten mit allen Fakten und Presse Rezensionen.

6. Veranstaltungsorganisation

Die Veranstaltung zur 1. Kulturnacht in Soltau ist für die Bibliothek als Veranstalter eine großartige Aufgabe, jedoch muss dieses Kulturereignis bis ins kleinste Detail geplant, vorbereitet und später dann auch durchgeführt werden. Oft sind es Kleinigkeiten, die den Erfolg der Veranstaltung nachhaltig gefährden können. Da an den Vorbereitungsarbeiten mehrere Personen und auch Einrichtungen teilnehmen, ist es besonders wichtig schon frühzeitig Kompetenzen und Verantwortlichkeiten zu klären und festzulegen. Dies geschieht am effektivsten in der Erstellung eines genauen Zeit- und Ablaufplans, in dem Termine mit ihren einzelnen Teilaufgaben festgelegt werden.

6.1 Die Veranstaltungsräume

Das Konzept der Kulturnacht sieht die Bespielung von zehn Veranstaltungspunkten vor. Davon sind die Alte Villa, die Alte Reithalle, der Stadtpark und die Räumlichkeiten der Waldmühle von der Bibliothek als Veranstalter zu organisieren und auszustatten. Für die übrigen Veranstaltungspunkte sind die entsprechenden Teilnehmer selbst verantwortlich. Diese müssen ebenfalls einen eigenen Zeitplan erstellen, der mit der Bibliothek als übergeordneter Veranstalter ständig abgeglichen werden muss.

Folgende Checkliste sollte zu jedem Veranstaltungspunkt aufgestellt und abgearbeitete werden:

Abb. 41: Checkliste für Veranstaltungsräume- und Technik

Lesung/ Ausstellung in der Bibliothek

Langfristige Vorbereitung tag

- Raum für die Lesung auswählen
- Raum für die Ausstellung auswählen
- Ausstattung überprüfen
 - Bühne und Bühnentechnik
 - Raumaufteilung
 - Nebenraum für die Autoren

 - Bestuhlung, Zahl der Sitzplätze
 - Tontechnik, Akustik
 - Klimatisierung, Lüftung
 - Licht, Verdunklung
 - Garderobe, Toiletten
- Genehmigungen und Versammlungsstättenverordnung beachten
- Bestuhlung und Tischplan festlegen
- Ausstellungstische, Leihgaben besorgen (in Schulen nachfragen)
- Technisches Personal einteilen und Veranstaltungsablauf besprechen:
 - Hausmeister
 - Bühnenhelfer
 - Tontechnik
 - Garderobe
 - Gästeempfang
 - Pressebetreuung
 - Abendkasse
 - Einlasskontrolle
 - Feuerwache, Sanitäter
 - Aufräumarbeiten

Vorbereitung am Veranstaltung-

- Bühne, Raum dekorieren
- Stühle und Tische aufstellen
- Plätze für Gäste, Presse und Ehrengäste reservieren
- Lesepult dekorieren, ausleuchten
- Getränke für den Autor bereitstellen
- Bücher- und Signiertisch aufstellen und mit Firmensignet dekorieren
- Abendkasse vorbereiten: Wechselgeld, Kasse, Tisch, Eintrittskarten
- Raumtechnik kontrollieren
Belüftung, Licht, Tonanlage

Abb. 42: Checkliste für die Veranstaltung im Stadtpark

Theater/ Comedy im Stadtpark

Langfristige Vorbereitung tag

- Geeigneten Platz im Park auswählen
- Sondergenehmigungen einholen
- Kontakt mit den entsprechenden Behörden aufnehmen
- Mobile Bühnentechnik und Bedienungspersonal buchen
- Ausstattung überprüfen
 - Bühne und Bühnentechnik
 - Stromanschlüsse verlegen
 - Bestuhlung, Zahl der Sitzplätze
 - Tontechnik, Akustik

Vorbereitung am Veranstaltungs-

- Stühle und Tische aufstellen
- Plätze für Ehrengäste reservieren
- Getränke für die Schauspieler bereitstellen
- Abendkasse vorbereiten: Wechselgeld, Kasse, Tisch, Eintrittskarten
- Technik kontrollieren:
Licht- und Tonanlage

- Lichttechnik
- Sanitäre Einrichtungen besorgen
- Genehmigungen und Versammlungsstättenverordnung beachten
- Bestuhlungsplan festlegen
- Technisches Personal einteilen und Veranstaltungsablauf besprechen:
 - Hausmeister
 - Bühnenhelfer
 - Tontechnik
 - Pressebetreuung
 - Abendkasse
 - Einlasskontrolle
 - Feuerwache, Sanitäter
 - Aufräumarbeiten
- Ist die Akustik ausreichend?
- Zeltverleih vormerken, Ersatz bei schlechtem Wetter
- Gastronomiebetrieb für Getränkestand beauftragen

Abb. 43: Checkliste für die Ausstellung in der Alten Reithalle und die Diashow in der Alten Villa

Diashow/ Ausstellung in der Alten Villa und in der Alten Reithalle

Langfristige Vorbereitungen tag

- Kostenlose Nutzung der Räume durch Kooperation mit Veranstaltungspartnern?
- Ausstattung besorgen:
 - Tontechnik, Akustik
 - Beamer
 - Leinwand
 - Musikanlage
 - Vorhänge
 - Ausstellungstische, Podeste
 - Beleuchtung, Lichttechnik
 - Toiletten
- Genehmigungen und Versammlungsstättenverordnung beachten
- Raum reservieren, Mietvertrag abschließen
- Bestuhlungs- und Tischplan festlegen
- Raumaufteilung für die einzelnen Künstler festlegen
- Stühle und Tische (Leihgabe Schule)
- Personal einteilen und Ablauf besprechen:
 - Techniker
 - Aufbauhelfer
 - Beleuchtung
 - Tontechnik

Vorbereitungen am Veranstaltungstag

- Räume aufteilen und dekorieren
- Stühle und Tische aufstellen
- Trennvorhänge aufhängen
- Leinwand/ Beamer aufstellen
- Getränke für die Künstler
- Abendkasse vorbereiten: Wechselgeld, Eintrittskarten, Kasse
- Raumtechnik kontrollieren: Licht, Belüftung, Tonanlage, Beamer

- Pressebetreuung
- Abendkasse
- Einlasskontrolle
- Feuerwache, Sanitäter
- Aufräumarbeiten

Gastronomiebetrieb beauftragen, Theke innerhalb der Räumlichkeiten

6.2 Die Technische Ausstattung für:

6.2.1 Bühne für die Lesung

Eine kleine Bühne, aber auch ein Podest von 70-80 cm Höhe ist ausreichend für die Autorenlesung in der Bibliothek. Dabei sollte die Raumaufteilung so gewählt werden, dass der Autor beim Betreten und Verlassen der Bühne nicht ständig das Publikum durchqueren muss. Die Bühne sollte für den Autor durch einen Hinterbühnenzugang erreichbar sein. Sollte der Künstlervertrag keine Angaben zum Aufbau der Bühne haben sind auch hier kreative Ideen zur Beschaffung gefragt. So kann die Bühne beispielsweise bei einer Tonverleih- Firma gegen Bezahlung gemietet werden oder aber man bittet städtische Kultureinrichtungen um eine Leihgabe. Eine weitere Beschaffungsmaßnahme wäre die Berufsbildende Schule (BBS) – Soltau. Die Schulform BGJ- Holz könnte um Mithilfe an der Kulturnacht gebeten werden und eine eigens für die Bibliothek konzipierte Bühne anfertigen. Als Gegenleistung gibt es beispielsweise freien Eintritt für die Kulturnacht. Die Bühne für die Veranstaltung im Stadtpark sollte aufgrund ihrer Größe und ihrer technischen Ausstattung von einer professionellen Firma angemietet werden, welche sich auch um den Auf- und Abbau kümmert.

6.2.2 Leseputz

Das Leseputz für den Autor sollte in der Höhe verstellbar sein und Ablagefächer für Getränke und Manuskripte haben. Auch Kleinigkeiten, wie zum Beispiel das Nachfüllen der Getränke sind zu beachten.

6.2.3 Bestuhlung

Die Stühle für die Lesung sollten so aufgestellt werden, dass jeder Zuschauer ungehinderte Sicht zur Bühne hat. Die Bibliothek selbst verfügt über eine eigene Bestuh-

lung, die jedoch nicht ausreichend für alle Veranstaltungspunkte ist. Für weitere Stühle sollten die umliegenden Schulen um Leihgaben gebeten werden. Um die Bibliothek befinden sich fünf Schulen, zwei davon nehmen an der Kulturnacht teil. Da die Veranstaltung an einem Wochenende stattfindet, werden die Stühle von der Schule selbst nicht gebraucht und könnten so für zwei Tage ausgeliehen werden. Auch bei der Aufstellung der Stühle müssen Vorschriften der Versammlungsstättenverordnung berücksichtigt werden.

6.2.4 Nebenräume

Für die Autoren in der Bibliothek sollte ein ruhiger, nach Möglichkeit klimatisierter Aufenthaltsraum zur Verfügung stehen. Zur Ausstattung gehören Toiletten, bequemen Sitzmöglichkeiten und Getränke. Für die Zeit vor und nach der Lesung eignet sich besonders die Künstlerwohnung oberhalb der Bibliothek. Diese ist ausschließlich als Herberge für geladenen Künstler gedacht.

6.2.5 Tontechnik

Nicht alle Veranstaltungspunkte verfügen über eine fest installierte Tontechnik (PA-System). Für die Veranstaltung im Stadtpark und für die Diashow werden zwei PA-Systeme benötigt. Zu einem System gehören, Mischpult, Equalizer, Power Amp, Lautsprecher und Mikrofone. Die Anlagen müssen bei entsprechenden Firmen gemietet werden. Kostengünstig sind hier Firmen aus der Region. Insgesamt befinden sich zwei Firmen in unmittelbarer Nähe, die sowohl Einzelkomponenten, als auch komplette Ton- und Lichtsysteme sowie Fachpersonal, vermieten.

- Sound and Vision Engineering, Am Wasserturm 31b, 29223 Celle, Te.: 05141/ 93 09 31
- ISL Sound & Light Effects, Blücherstr.1, 29303 Bergen, Tel.:05142/ 41 20

6.2.6 Licht

Stimmungen können bewusst durch Licht erzeugt werden. Dabei können gezielt Farben im Corporate Design der Veranstaltung eingesetzt werden, um Stimmung

und Atmosphäre zu erzeugen. So individuell wie die Veranstaltung ist, sollte auch das Licht sein. Auf der Bühne im Stadtpark sollte eine Grundbeleuchtung verwendet werden, da sich hier Akteure frei bewegen. Das Lesepult in der Bibliothek sollte durch spezielle Scheinwerfer akzentuiert werden. Für die Veranstaltungspunkte sind konventionelle, preiswerte Scheinwerfer in der Regel ausreichend. Im Folgenden werden die für die Veranstaltung wichtigsten Scheinwerfertypen beschrieben:

- Fluter: Erzeugen gleichmäßiges Licht und sind besonders zum Ausleuchten von großen Flächen geeignet. Da in der Alten Villa und im Stadtpark kein (Saal)Licht vorhanden ist, eignet sich dieser Scheinwerfertyp besonders für das Grundlicht.
- PAR-Scheinwerfer: Mit PAR-Scheinwerfern können definierte Bereiche der Bühne ausgeleuchtet werden. Der Lichtkegel ist in Farbe und Größe definierbar und gilt als sehr preiswert. Besonders geeignet für den musikalischen Auftritt im Park.
- Linsenscheinwerfer: Dieser Scheinwerfer kann universell sowohl als gleichmäßige Beleuchtung, als auch zur Akzentuierung einzelner Bereiche verwendet werden.
- Verfolger: Verfolgerscheinwerfer werden eingesetzt um Akteure auf der Bühne mit dem Lichtkegel zu verfolgen. Dazu wird allerdings Fachpersonal benötigt, da der Scheinwerfer von Hand bedient werden muss.

Das Saallicht in der Bibliothek sollte so hell wie nötig gehalten werden, dass die Leser das Publikum erkennen können, aber Projektionen nicht gestört werden.¹⁶³

6.2.7 Personal

Für die Veranstaltung der Kulturnacht werden viele Helfer benötigt. Das Bibliothekspersonal muss um Fachpersonal und Hilfskräfte verstärkt werden. Dazu sollte in den öffentlichen Einrichtungen um Mithilfe gebeten werden, als auch in städtischen, ehrenamtlichen Vereinen, wie zum Beispiel der Kulturinitiative oder der Landjugend Soltau. Ein detaillierter Aufgaben- und Kompetenzverteilung ist hier ebenso wichtig, wie ein detaillierter Zeitplan.

6.2.8 Sanitäre Einrichtungen

¹⁶³ vgl.: SCHÄFER-MEHDI, Event-Marketing, 2006, S. 105 ff

Nicht alle Räumlichkeiten der Veranstaltung verfügen über ausreichend Toiletten, wie beispielsweise die Alte Villa und der Stadtpark. Toilettenwagen mit Personal können angemietet und in unmittelbarer Nähe der Veranstaltung abgestellt werden. Dabei kann die Miete für einen Toilettenwagen ganz entfallen, wenn jeder WC-Nutzer beispielsweise 0,20 EUR zahlt.

6.2.9 Dekoration

Für die Lesung und die Ausstellung in der Bibliothek sollten die Räume, die Ausstellungstische und die Autorenbühne dem Anlass gemäß geschmückt werden. Da Werke aus der Region Lüneburger Heide vor- und ausgestellt werden, sollte auch die Dekoration aus regionalen Elementen bestehen. Heidepflanzen als Leihgabe der lokalen Gärtnereien, alte Bienenkörbe des Imkervereins, Poster und Bilder des Touristikvereins sowie Leihgaben des Heimatvereins.¹⁶⁴ Gemäß dem Veranstaltungsthema sollten alle öffentlichen Räume der Bibliothek als Gesamtkunstwerk stilisiert werden.¹⁶⁵

7. Rechtsbestimmungen und Genehmigungen

Die Organisation zur Kulturnacht muss neben einem detaillierten Ablaufplan auch eine Menge von Rechtsbestimmungen und Genehmigungen beachten. Durch die verschiedenen Programmpunkte besuchen Gäste der Kulturnacht unter anderem auch Räumlichkeiten wie die Alte Villa, die in der Regel für die Öffentlichkeit nicht zugänglich ist. Die Besucher sind hier nicht ortskundig, vorgegebene Rettungswegen werden nicht sofort beachtet. Auch die Scheinwerfer und das technische Equipment der einzelnen Veranstaltungen bringen ein hohes Gefahrenpotential mit sich. Für diese besonderen Veranstaltungspunkte sollte bereits einige Monate vor Beginn der Veranstaltung entsprechende Behörden kontaktiert werden, um alle anfallenden Rechtsfragen zu klären. Für den Behördengang sind wichtige Informationen über die Veranstaltung notwendig. Es muss Auskunft über die Veranstaltungsorte, die Dauer, die Form und den Ablauf, die Besucherzahl, das Verkehrsaufkommen, beziehungsweise den Shuttlebus und über mögliche Belästigung der Anwohner gegeben werden.

¹⁶⁴ Informationen zu den einzelnen Vereinen unter: www.soltau.de

¹⁶⁵ vgl.: REIFSTECK, Lesungen und Literaturveranstaltungen, 2005, S. 201 f

Da für die Kulturnacht verschiedenen Veranstaltungsvorhaben geplant sind, müssen auch unterschiedliche Behörden/ Ämter angeschrieben werden.

Tab. 18: Rechtbestimmungen der einzelnen Veranstaltungsvorhaben

Veranstaltungsvorhaben	Behörde	Auflage
Durchführung Kulturnacht	Stadtverwaltung Soltau	Überprüfung der Auflagen durch die Behörde: - Aufstellung von Toiletten - Abschließung einer Haftpflichtversicherung - Einsatz von Ordnungspersonal - Kennzeichnung von No-tausgängen - Müllbeseitigung, Reinigung - Brandschutzwache - Beleuchtung von Veranstaltungsgeländen im Freien
Aufstellung von Zelten	Stadtverwaltung Soltau Staatliches Baumanagement Lüneburger Heide	Information an das Baumanagement Abnahme durch die Stadt
Veranstaltung auf öffentlichen Plätzen	Straßenverkehrsamt	Genehmigung durch das Straßenverkehrsamt
OpenAir und Musikveranstaltungen	Stadtverwaltung Soltau	Beantragung bei der Stadtverwaltung
Verkürzung oder Aufhebung der Sperrstunde	Stadtverwaltung	Erlaubnis einholen
Ausschank von Getränken und zubereiteten Speisen	Stadtverwaltung	Gaststättengesetz
Verteilung v. Speisen	Gesundheitsamt	Bescheinigung

Quelle: REIFSTECK, Lesungen und Literaturveranstaltungen, 2005, S. 210

7.1 Die Versammlungsstättenverordnung

Die Versammlungsstättenverordnung beinhaltet die Ausstattung und die Sicherheitsbestimmungen von Veranstaltungsräumen. Mit der Regelung von 2005 wurde

eine bundeseinheitliche Regelung geschaffen, die von den einzelnen Bundesländern in geltendes Recht umgesetzt wird. Genaue Vorschriften für die jeweilige Veranstaltungsstätte erhält man auf der Homepage der Versammlungsstättenverordnung unter Downloads, [vstätt- Niedersachsen:](http://www.versammlungsstaettenverordnung.de/vstaettv_neu/bundeslaender/downloads/NIEDERS/NVSTaettVO.pdf) http://www.versammlungsstaettenverordnung.de/vstaettv_neu/bundeslaender/downloads/NIEDERS/NVSTaettVO.pdf¹⁶⁶

7.2 Versicherungen für die Bibliothek als Veranstalter

Die Veranstaltungspflichtversicherung schützt vor Regressansprüchen von Besuchern, die durch das Verschulden des Veranstalters körperlichen oder finanziellen Schaden davontragen. Eine nicht ausreichend beleuchtete Stufe, eine Stolperfalle, ausgelöst durch ein herumliegendes Kabel, eine Bank, die umkippt, etc. Die Liste der Unfallursachen ist bei Veranstaltungen dieser Größe lang. Auch Schäden an gemieteten Gebäuden durch Veranstaltungen können versichert werden. Im Internet können Preise der Anbieter verglichen werden und kostenlose Angebote per Email eingeholt werden.¹⁶⁷

Zu den üblichen Inventar- und Personenversicherungen für die Bibliothek kommen weitere Versicherungen für die angemieteten Räumlichkeiten dazu. Für die Anmietung der Alten Reithalle und der Villa im Park ist eine Veranstalter Haftpflicht, für Personen- und Sachschäden zwingend erforderlich. Für die Durchführung der Kulturnacht sollte auch eine Veranstalter- Gruppenunfallversicherung abgeschlossen werden, die sowohl Besucher, als auch Mitarbeiter versichert. Ratsam ist auch der Abschluss einer Ausfallversicherung. Sollte die Veranstaltung durch Schadensereignisse, die außerhalb der Kontrollmöglichkeiten des Versicherungsnehmers liegen zum vorzeitigen Abbruch oder Ausfall kommen, wird dies von der Versicherung übernommen. Durch gesonderte Vereinbarungen kann auch der Abbruch der Veranstaltung durch schlechtes Wetter oder durch den fehlenden Auftritt eines Künstlers mitversichert werden. Folgende Versicherungen für die Veranstaltung sind unbedingt abzuschließen:

¹⁶⁶

http://www.versammlungsstaettenverordnung.de/vstaettv_neu/bundeslaender/downloads/NIEDERS/NVSTaettVO.pdf

¹⁶⁷ vgl.: TERBRACK, Projekt- und Veranstaltungsmanagement, in Handbuch Kulturmanagement, 2005, S. 19 ff

- Veranstalterhaftpflicht für Personenschäden, Sachschäden, Vermögensschäden, Leistungsschäden, Tätigkeitsschäden, für Schäden an gemieteten Gebäuden durch Brand oder Explosion.
- Veranstalter- Gruppenunfallversicherung
- Ausfallversicherung
- Kurzfristige Elektronikversicherung für geliehenes technisches Equipment
- Versicherung für Mietsachschäden

7.3 Sicherheitswachdienst und Brandsicherheitswache

Ob für die geplante Veranstaltung ein Rettungsdienst beziehungsweise ein Sanitäter und eine Brandsicherheitswache nötig sein wird entscheidet das zuständige Ordnungsamt in Bad Fallingbostal auf Grundlage einer Reihe von gesetzlichen Bestimmungen.

Die Teilnahme von Prominenten mit Sicherheitsstufe setzt immer den Einsatz eines Sanitäterdienstes voraus. Eine Brandsicherheitswache muss unter anderem immer dann anwesend sein, wenn erhöhte Brandgefahr besteht, zum Beispiel durch Schmiedearbeit der Künstler und Feueraufführungen der Artisten, oder aber wenn im Falle eines Brandes eine größere Anzahl von Menschen gefährdet sein würden. Ob eine Brandsicherheitswache erforderlich ist legt der Brandschutzprüfer der örtlichen Feuerwehr fest. Ortsbrandmeister der Stadt Soltau ist Herr Heiko Brunkhorst. Diesbezüglich sollte man die Freiwillige Feuerwehr Soltau bitten regulär jede Großveranstaltung zu begleiten.

8. Die Organisation des Projektablaufs

Zunächst geht es in der Organisation des Projektablaufes um die nach Möglichkeit geschickte Teilung der Gesamtaufgabe durch eine entsprechende Aufgabenanalyse. Hier wird festgelegt was genau im Einzelnen zu tun ist. Anschließend erfolgt in einem zweiten Schritt die geordnete Zusammenführung der einzelnen Aktivitäten und Leistungsprozesse. Dabei besitzt der Begriff Organisation im alltäglichen wie im wissenschaftlichen Sprachgebrauch eine Doppeldeutung. „Zum einen bezeichnet man damit einen Prozess des Organisierens, und meint damit die Durchführung im Sinne der „Organisation eines Festivals“[...] In diesem Sinne meint Organisation als Tätigkeit ein planmäßiges, systematisches und dabei möglichst effizientes Vorgehen.

Dieses effiziente Vorgehen führt für gewöhnlich zu entsprechenden (dauerhaften) Strukturen und Institutionen. „Untersucht man den Organisationsvorgang näher, so zeigt sich sehr schnell, dass es im Kern darum geht, Regelungen zu schaffen: Regeln zur Festlegung der Aufgabenverteilung, Regeln der Koordination, Verfahrensrichtlinien, bei der Bearbeitung von Vorgängen, Beschwerdewegen, Kompetenzabgrenzungen, Weisungsrechte, Unterschriftsbefugnis usw.[...]“¹⁶⁸

8.1 Ablauf- und Aufbauorganisation

Mit dem Ziel der Realisierung der Veranstaltung muss das ausübende Projektteam zunächst unter dem Aspekt der Ablauforganisation das Gesamtprojekt in Teilprojekte gliedern, um dann die einzelnen durchzuführenden Teilaufgaben in eine logische Abfolge zu bringen. Die dadurch entstandenen Arbeitspakete können dann nacheinander beziehungsweise parallel verarbeitet werden.¹⁶⁹ Als Arbeitspakete werden klar definierbare Teilaufgaben eines Projektes bezeichnet, für die eine weitere Untergliederung nicht mehr sinnvoll wäre. Im Gegensatz zu funktionalen Terminen, wie etwa der Liefertermin für die Veranstaltungsprospekte, stellen Arbeitspakete eine Aufgabe im Sinne von „Arbeit“ dar. Dabei können Arbeitspakete sowohl die Arbeit einer einzelnen Person als auch einer Personengruppe umfassen.¹⁷⁰

Die Aufbauorganisation ist dagegen auf Dauer angelegt und stellt die organisatorischen Strukturen bereit, die in einem Betrieb für die ständige Wahrnehmung von Aufgaben erforderlich sind. Die Grundlage der Aufbauorganisation ist die Definition von Arbeitsplätzen, die zu sinnvollen Abteilungen beziehungsweise Teams zusammengefasst werden. Die folgende Graphik verdeutlicht, welche Aufgaben auf das Projektteam zukommen und wer für die Durchführung der Aufgaben verantwortlich ist.¹⁷¹

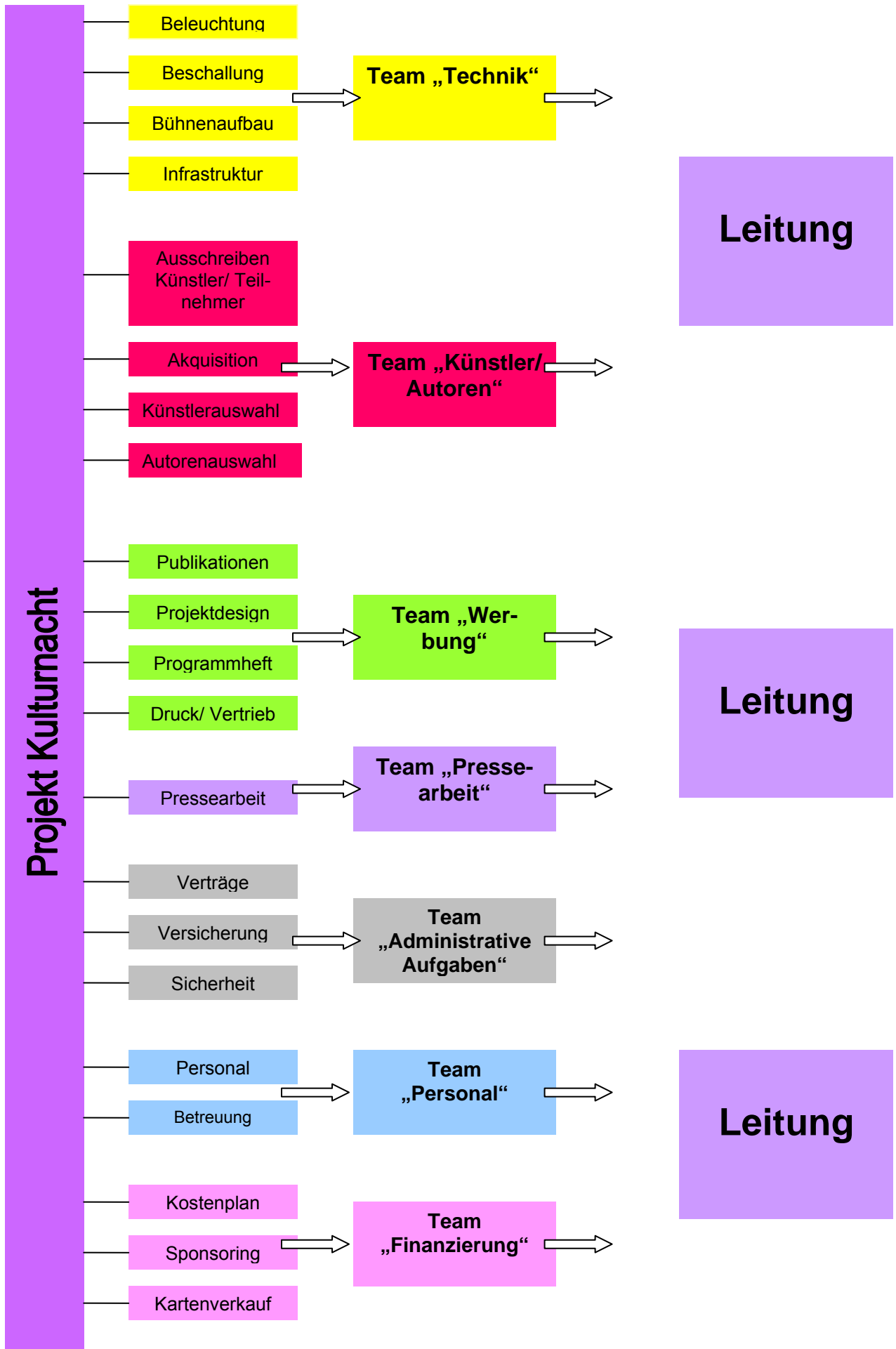
Abb. 44: Ablauf- und Aufbauorganisation

¹⁶⁸ vgl.: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 84

¹⁶⁹ vgl.: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 85

¹⁷⁰ vgl.: HEINRICHS, Kulturmanagement. Eine praxisorientierte Einführung, 1999, S. 181

¹⁷¹ vgl.: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 85 f



Quelle: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S.86

Die Gesamtaufgabe "Projekt Kulturnacht" wird dabei zunächst in viele Pakete von Arbeitsschritten zerlegt. Diese einzelnen Teilaufgaben werden dann den verantwortlichen Teams/ Personen zugeordnet, die diese zu erledigen haben.

8.2 Der Projektstrukturplan

Nach der Differenzierung eines Arbeitsprozesses in Arbeitspakete folgt zwangsläufig im nächsten Schritt die Koordinierung der aufgestellten Arbeitspakete. Diese Koordinierung wird als Projektstrukturplan bezeichnet. Dieser Plan fasst die Arbeitspakete zu Gruppen von Teilaufgaben und Hauptaufgaben zusammen und legt damit fest, was genau zu tun ist. Dabei werden aus dem Plan weder hierarchische Strukturen noch zeitlichen Abfolgen ersichtlich. Lediglich Zusammenhänge und sachliche Abhängigkeiten werden aufgezeigt.¹⁷²

Das Gesamtprojekt „Kulturnacht“ wird im Folgenden an einem groben Projektstrukturplan in weitere Teilaufgaben aufgegliedert. Die Teilprojekte des Plans bilden hier die einzelnen Stationen der Kulturnacht.

Abb. 45: Grober Projektstrukturplan 1. Soltauer Kulturnacht

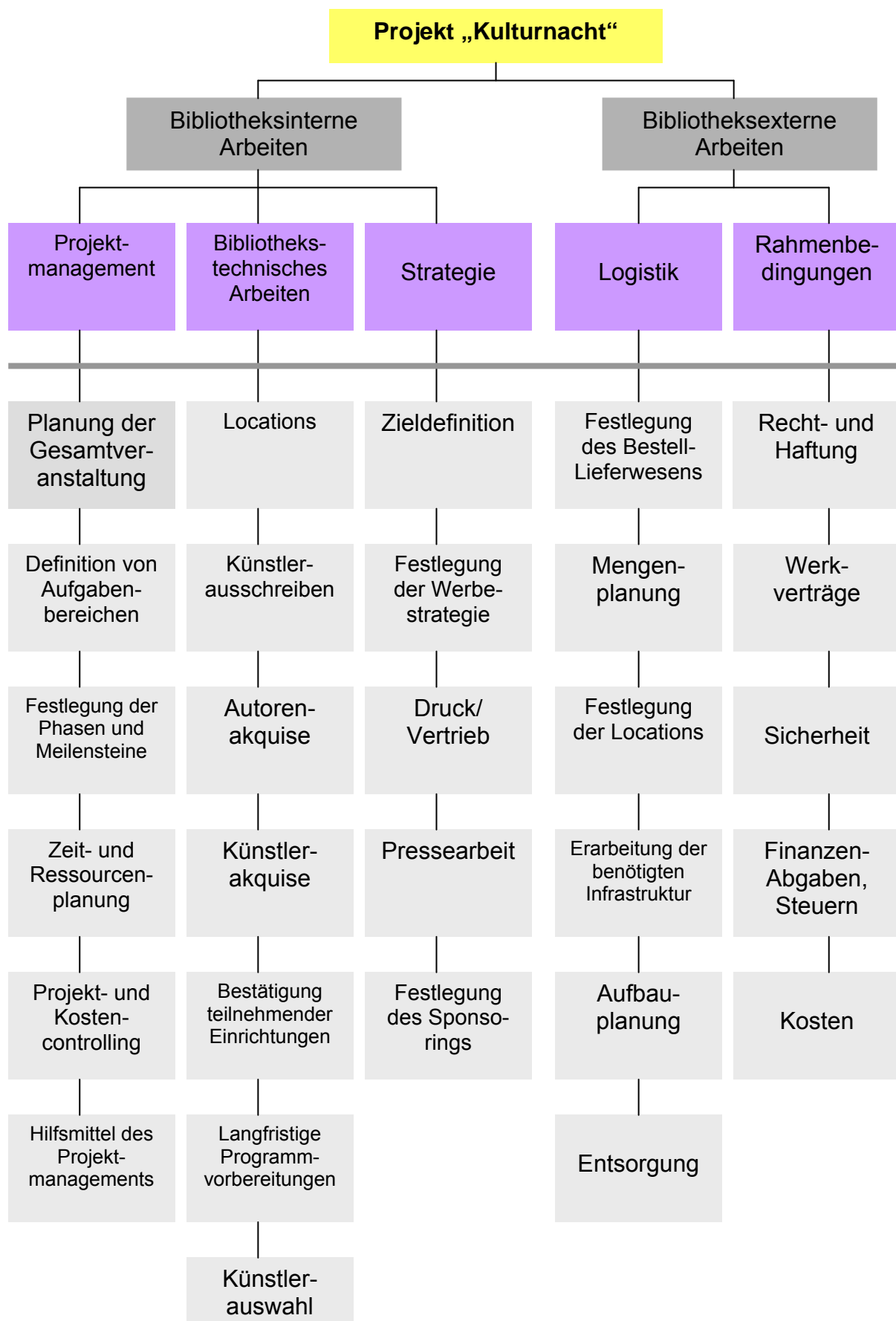


Quelle: Erstellt in Anlehnung an KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 87

¹⁷² vgl.: HEINRICHS, Kulturmanagement. Ein praxisorientierte Einführung, 1999, S. 184

Um eine so komplexe Aufgabe wie die Planung und die Durchführung der Kultur-
nacht zu bewältigen muss das ganze Projekt sowohl nach organisatorischen als
auch inhaltlichen Gesichtspunkten gegliedert werden. Um die innere Struktur des
Projekt es zu verdeutlichen wird nun ein weiterer differenzierter Projektstrukturplan
erstellt.

Abb.46: Projektstrukturplan der Kulturnacht



Quelle: Erstellt in Anlehnung an HOLZBAUER, Eventmanagement, 2005, S. 169 f

Der Projektstrukturplan in seiner vollständigen Form dient aber nicht nur der Strukturierung sondern bildet auch die Zusammenstellung des Projektteams für die Ablaufplanung sowie für den Kosten- und Finanzierungsplan.¹⁷³ Im Folgenden werden die einzelnen Teilaufgaben des Projektstrukturplans in weitere Teilaufgaben untergliedert. Damit das Projekt im Ganzen realisiert werden kann, erfolgt die Gliederung nach Verrichtungen beziehungsweise Funktionen.

Tab.19 : Gliederung des Projektstrukturplans TA 1: Projektmanagement

TA 1.1 Planung der Gesamtveranstaltung		TA 1.2 Definition von Aufgabenbereichen	
Nr.	Arbeitspaket:	Nr.	Arbeitspaket:
1.	Konzept überarbeiten	1	Leistungsanforderungen definieren
2.	Antrag zur Durchführung stellen	2	Projektstrukturplan erstellen
3.	Projektgenehmigung einholen/ Träger	3	Teilaufgaben in Tabellen bringen
4.	Machbarkeitsanalyse	4	Gliederung nach Funktionen
5.	Projektbeginn festlegen	5	Arbeitspakete erstellen/ einteilen
6.	Termin der Veranstaltung festlegen	6	Verantwortliche bestimmen
7.	Budgetrahmen festlegen		
8.	Veranstaltungsorte überprüfen		
9.	Projektteam bestimmen		
10.	Projektleiter festlegen		
11.	Wissen aus vergleichbaren Projekten einholen		
12.	Erstansatz Projektstrukturplan		
13.	Standards der Projektarbeit kommunizieren		
TA 1.3 Festlegung der Meilensteine		TA 1.4 Zeit- und Ressourcenplanung	
Nr.	Arbeitspaket:	Nr.	Arbeitspaket:
1	Wesentliche Termine festsetzen	1	Aufwandsschätzung erstellen
2	Visualisierung der zeitlichen Abläufe Erstellung eines detaillierten Balkendiagramms	2	Angebotskalkulationen erstellen Festlegung und Planung der Räumlichkeiten
3	Meilensteine festlegen	3	Festlegung des Finanziellen Limit
4	Projektteam über zeitl. Abfolge informieren	4	Planung der Finanziellen Mittel
5	Anlegung eines Projektstatusberichts	5	Mengenmäßige Planung von Arbeitskräften
6		6	Planung der benötigten Hilfsmittel
		7	Planung des zeitlichen Ablaufes
		8	
TA 1.5 Projekt und Kostencontrolling		TA 1.6 Hilfsmittel des Projektmanagements	
Nr.	Arbeitspaket	Nr.	Arbeitspaket
1	Checklisten erstellen	1	Ständige Aktualisierung und Überprüfung des Projektablaufes unter Anwendung der Hilfsmittel des Projektmanagements
2	Erstellung und Pflege der Kostenschätzung		
3	Erstellung und Pflege der Terminplanung		
4	Aktualisierung einer Risikoanalyse		
5	Fortlaufende Kontrolle der Kosten		
6	Identifizierung von Abweichungen		
7	Zwischenberichte erstellen		
8	Projektziele überwachen		

¹⁷³ vgl.: HEINRICHS, Kulturmanagement. Eine praxisorientierte Einführung, 1999, S. 187 f

Tab.20: Gliederung des Projektstrukturplans TA 2:Bibliothekstechnische

Arbeiten

TA 2.1 Locations	
Nr.	Arbeitspaket
1	Locations auswählen
2	Verfügbarkeit überprüfen
3	Raumnutzungsvertrag abschließen
4	Raumplan erstellen
5	Vorhandene Infrastruktur prüfen
6	Ausstattungsliste anfertigen
7	Bestuhlungsplan erstellen
8	Dekoration
9	Bedingung für die Raumüberlassung klären
10	Raumaufteilung festlegen

TA 2.2 Teilnehmerschreibung	
Nr.	Arbeitspaket
1	Erstellung der Ausschreibung
2	Anfang/ Ende der Bewerbungsfrist festlegen
3	Teilnehmerbedingungen erstellen
4	Ausschreibung veröffentlichen/ inserieren
5	Bewerbungsformulare online stellen

TA 2.3 Autorenakquise	
Nr.	Arbeitspaket
1	Auswahlkriterien festlegen
2	Autoren akquirieren
3	Autoren auswählen
4	Kontakt herstellen
5	Veranstaltungstermin vereinbaren
6	Honorar und Kosten vereinbaren
7	Titel vereinbaren
8	Veranstaltungsdauer-, form-, ablauf besprechen
9	Absprachen schriftlich, vertraglich fixieren
10	Leseexemplar beim Verlag anfordern
11	Informationsmaterial vom Verlag anfordern
12	Pressefotos bei Verlag bestellen
13	Hotel buchen/ Künstlerwohnung herrichten
14	Autor alle wichtigen Daten zusenden
15	Fototermin und Pressegespräche abstimmen
16	Backstageraum zur Verfügung stellen
17	Honorare/ Reisekosten bereit halten/ überweisen
18	Pressespiegel an den Autor/ Verlag schicken

TA 2.4 Künstlerakquise	
Nr.	Arbeitspaket
1	Bewerbungen sammeln
2	Auswahlkriterien festlegen
3	Ab Einsendeschluss Material auswerten
4	Künstler auf Veranstaltungspunkte verteilen
5	Künstler benachrichtigen

TA 2.5 Bestätigung Teilnehmer	
Nr.	Arbeitspaket
1	Einrichtungen Veranstaltungskonzept zusenden
2	Teilnahme anbieten
3	Anmeldeformular zusenden
4	Wenn nötig vertragliche Einigung
5	Veranstaltungsablauf absprechen
6	Termin für den genauen Ablaufplan festlegen
7	Ablaufpläne abgleichen/ Programm festlegen
8	Werbematerial anfordern
9	Ständige Aktualisierung
10	Eintrittskarten/ Programmhefte zusenden

TA 2.6: Langfristige Vorbereitungen	
Nr.	Arbeitspakete
1	Programm bei den Trägern durchsetzen
2	Genehmigungen einholen
3	Auflagen der Stadt klären
4	Gymnasium Konzept vorstellen
5	Zusage des Gymnasiums einholen
6	Ausstellung im Museum/ Termin festlegen
7	Fotografen engagieren

TA 2.6 Auswahl Actors	
Nr.	Arbeitspaket
1	Koch engagieren
2	Musiker engagieren
3	Persönlichkeiten der Stadt engagieren
4	Comedians engagieren

Tab.21 : Gliederung des Projektstrukturplans TA 3: Strategie

TA 3.1 Zieldefinition		TA 3.2 Festlegung der Werbestrategie	
Nr.	Arbeitspaket	Nr.	Arbeitspaket
1	Projektziele festlegen	1	Medienauswahl
2	Zielgruppen definieren	2	Erstellung des Layouts/ Veränderung
3	Zielerreichung überprüfen	3	Texte verfassen
		4	Unterstützende Werbemittel planen
		5	Mengenplanung
		6	Einladungsschreiben verfassen
TA 3.3 Druck und Vertrieb		TA 3.4 Pressearbeit	
Nr.	Arbeitspaket	Nr.	Arbeitspaket
1	Druckereien und Preise akquirieren	1	Presseverteiler zusammestellen
2	Kostenvoranschlag einholen	2	Ausschreibung an Presse versenden
3	Druckauftrag erteilen	3	Pressemeldung schreiben
4	Vertrieb planen	4	An lokale Zeitungen und Stadtmagazine versenden
		5	Einladung zum Pressegespräch schreiben
		6	und an Journalisten versenden
		7	Unterlagen für Pressegespräch vervielfältigen
		8	Räumlichkeit für Pressegespräch herrichten
		9	Rückmeldung der Journalisten prüfen
		10	Nachfassen
		11	Durchführung des Pressegesprächs
TA 3.5 Festlegung des Sponsorings			
Nr.	Arbeitspaket		
1	Sponsoring festlegen		
2	Potentielle Sponsoren akquirieren		
3	Sponsorenanfrage verfassen		
4	An Unternehmen versenden		
5	Kontaktaufnahme/ Nachfassen		
6	Sponsoringabsprache		
7	Sponsorenvertrag aufsetzen		
8	Vertrag zusenden		
9	Übersendung des Firmenlogos		
10	Weitergabe des Logos an die Werbung		

Tab. 22: Gliederung des Projektstrukturplans TA 4: Logistik

TA 4.1 Festlegung des Bestell-/Lieferservices		TA 4.2 Mengenplanung	
Nr.	Arbeitspaket	Nr.	Arbeitspaket
1	Lieferungstermin vereinbaren für:	1	Mengenplanung für:
2	Bühne	2	Bestuhlung
3	Lichtanlage	3	Ausstellungsmöbel
4	Tonanlagen	4	Werbemittel
5	Terminabsprache für Anlieferung der Exponate	5	Eintrittskarten
6	Catering bestellen	6	Ermittlung des sekundären Bedarfs
TA 4.3 Festlegung der Locations		TA 4.4 Infastruktur	
Nr.	Arbeitspaket	Nr.	Arbeitspaket
1	Erstellung der Raumverteilungspläne	1	Soll-Ist Abgleich der Räume und Plätze
2	Erstellung Bestuhlungsplan	2	Einzelne Auflistung zu jeder Location
3	Dekoration festlegen	3	Stromanschlüsse überprüfen/ verlegen

4	Requisiten besorgen
---	---------------------

4	Wasserversorgung überprüfen/ verlegen
5	Toilettenwagen mieten
6	Licht überprüfen
7	Notausgänge kennzeichnen
8	Bushaltestellen ausweisen
9	Erschließung

TA 4.5 Entsorgung

Nr.	Arbeitspaket
1	Reinigung der Plätze und Räume
2	Müllentsorgung
3	Wasse/ Abwasser
4	Aufstellen zusätzlicher Mülleimer

Tab.23: Gliederung des Projektstrukturplans TA 5: Rahmenbedingungen

TA 5.1 Recht und Haftung

Nr.	Arbeitspaket
1	Zusatzversicherungen abschließen
2	Veranstalterhaftpflicht
3	Kurzfristige Elektroversicherung
4	Veranstaltungsausfall
5	Kurzfristige Unfallversicherung
6	Kurzfristige Krankenversicherung

TA 5.2 Abgaben/ Steuern

Nr.	Arbeitspaket
1	Umsatzsteuer
2	Künstlersozialabgabe
3	VG-Wort
4	GEMA

TA 5.3 Sicherheit

Nr.	Arbeitspaket
1	Einhaltung von Flucht- und Rettungswegen
2	Anwesenit des vorgeschriebenen Personals
3	Einweisung des Personals
4	Einhaltung der Vorschriften bei der Technik

8.3 Das ausführende Projektteam

Nach dem Erstellen des Projektstrukturplans ist ein den erforderlichen Kompetenzen entsprechendes Projektteam zusammenzustellen sowie ein Projektleiter zu wählen. Da die Bibliothek Waldmühle insgesamt über acht Personalstellen verfügt wird das Projektteam hier sicherlich aus der kompletten Belegschaft bestehen. Dabei müssen alle Teammitglieder eine hohe Einsatzbereitschaft und Teamfähigkeit mitbringen. In der Praxis werden die Projektmitarbeiter entweder aus dem laufenden Betrieb ausgegliedert oder aber über einen Werkvertrag zusätzlich eingestellt. Da die Bibliothek Waldmühle als mittelständige Stadtbibliothek keine der acht Stellen für einen für die Projektphase andauernden Zeitraum ausgliedern kann und für die Projektplanung auch keine weiteren Stellen befristet besetzen kann, ist die Konzeption der Veranstaltung auf ein Jahr ausgelegt. Die Planung und Organisation der Veranstaltung auf ein Jahr festzulegen hat den Vorteil, dass das Bibliothekspersonal so in der Lage ist, das zusätzlich anfallende Arbeitspensum zu bewältigen.

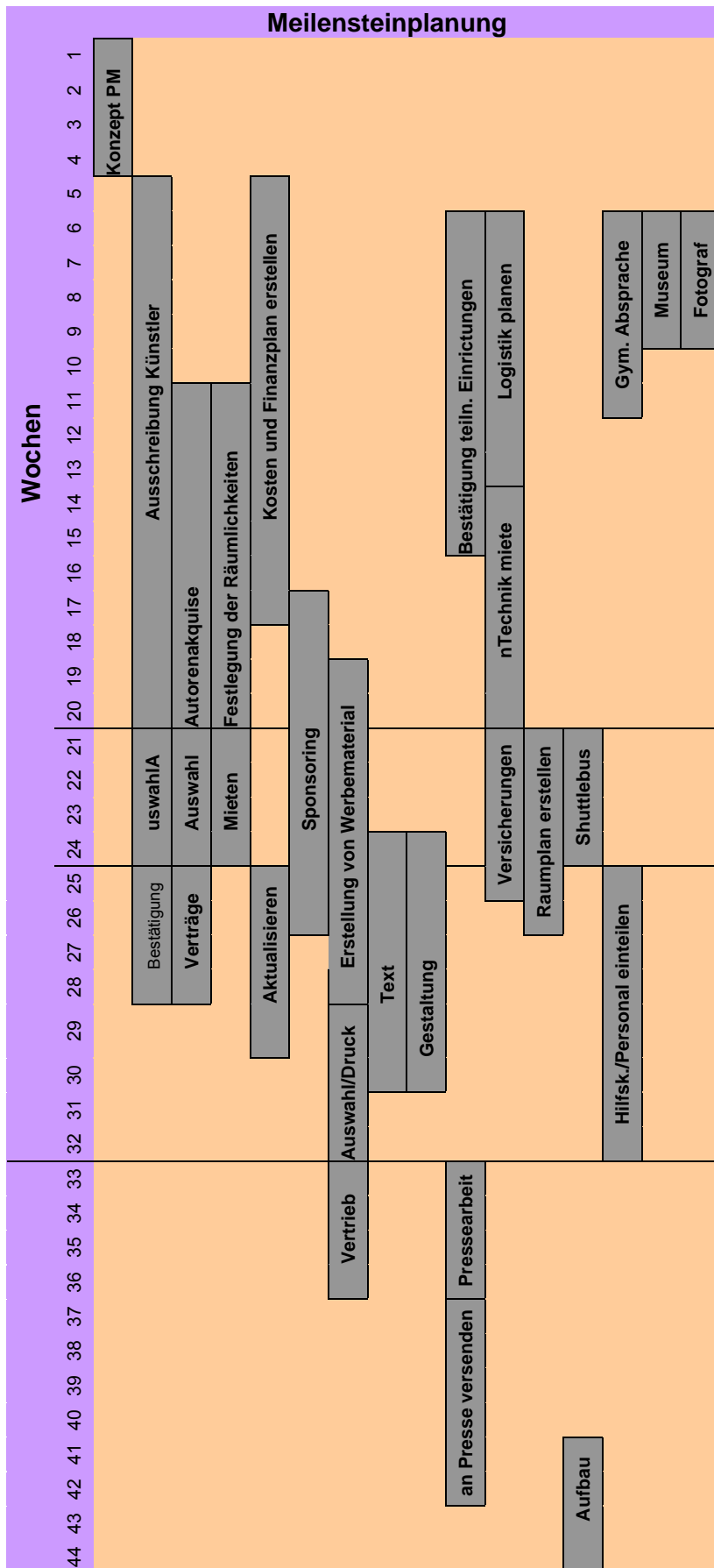
8.4 Die Ablaufplanung

Das Projekt der Kulturnacht ist im Wesentlichen durch eine zeitliche Komponente bestimmt, das bedeutet, sie ist ausgerichtet auf einen festen Projektendtermin. Denn am Ende der Projektarbeit steht eine vertragliche Verbindung mit Künstlern und Autoren, die keine terminliche Verschiebung erlaubt. Folglich kann die Zeitplanung, die im Projektmanagement allgemein als Ablaufplanung bezeichnet wird, in einem Balkendiagramm dargestellt werden. Das Balkendiagramm ist die einfachste Technik der Ablaufplanung, sie beschränkt sich allein auf die Darstellung von Arbeitspaketen in zeitlichen Blöcken im Rahmen des Projektverlaufs.¹⁷⁴ Im Folgenden wurde die erstellte Vorgangsliste in einem Balkendiagramm umgesetzt, um visuell die Vorgänge und ihre Abhängigkeiten voneinander darzustellen. Dabei werden in die senkrechte Achse die zu erledigen Vorgänge eingetragen und auf der waagerechten Achse die dafür benötigte Dauer in Wochen.¹⁷⁵

¹⁷⁴ vgl.: HEINRICHS, Kulturmanagement. Eine praxisorientierte Einführung, 1999, S. 187 f

¹⁷⁵ vgl.: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 162

Abb. 47: Das Balkendiagramm



Quelle: Erstellt in Anlehnung an KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S. 163

8.5 Der Finanzierungsplan

Öffentliche Kulturarbeit findet in der Regel in einem klar definierten kommunalen Handlungsrahmen statt. Damit ist gleichzeitig auch ein finanzieller Handlungsrahmen vorgegeben. Hinzu können allerdings noch Zuschüsse, Sponsoren- und Werbege-lder kommen sowie Einnahmen aus dem Kartenverkauf. Die Beiträge für das Projekt werden in diesem Fall aus mehreren Quellen stammen. Dazu ist zunächst zu klären, was die Kommune beziehungsweise der Landkreis als Grundbetrag vorgibt. Hinzu können Zuschüsse aus dem Stiftungswesen oder aus dem Sponsoring kommen so- wie Eigeneinnahmen.

Auf der Ausgabenseite sind die verschiedenen Ausgabenpositionen zu kalkulieren. Ausgaben und Einnahmen sind sich in einem Finanzplan gegenüber zu stellen. Die- se Aufstellung muss ausgeglichen sein, daher darf nur soviel ausgegeben werden, als realistischerweise auch eingenommen wird. Hier empfiehlt es sich, bei den Aus- gaben einen Betrag von 10% als Sicherheitsreserve einzukalkulieren. Im Folgenden werden alle Einzelelemente des Kostenplans aufgelistet. Diese dienen dem entspre- chenden Projektteam „Finanzierung“ dann als Grundgerüst, um in einer ersten Pha- se eine Kalkulation der geschätzten Einzelelemente aufzuführen. Da die Summen zu Projektbeginn nur geschätzt werden können, sind diese im Fortlauf des Projektes fortzuschreiben und zu aktualisieren. Die bislang nur geschätzten Beträge sind dann in feste Ausgaben umzuschreiben.¹⁷⁶

Abb.48: Finanzierungsplan

1. Ermittlung der Gesamtkosten	
1.1 Personalkosten für Künstler (Beschäftigungsdauer/ monatliche Vergütung/ Stundensatz)	<input type="text"/>
Sachkosten für künstlerische Arbeit	<input type="text"/>
Personalkosten sonstige Mitarbeiter	<input type="text"/>
<input type="text"/>	

¹⁷⁶ vgl.: KLEIN, Regionales Kulturmanagement, 1999, S.14 ff in Handbuch: Kulturmanagement. Die Kunst Kultur zu ermöglichen

Verwaltungskosten	
- Kosten für Bürobedarf	
- Postgebühren	
- Mieten	
- Bewirtschaftungskosten	
1.5 Werbekosten	
1.6 Dokumentation	
Gesamtkosten:	
<hr/>	
2. Zusammensetzung des Eigenanteils	
2.1 Mittel aus eigenem Haushalt	
- Personalkosten	
- Sachkosten	
- Verwaltungskosten	
- Sonstiges	
2.2 Projekterlöse	
- Eintrittsgelder	
2.3 Weitere projektgebundene Zuschüsse	
- städtische Mittel	
- Landeszuschüsse	
- Sonstiges	
Summe Eigenmittel:	
<hr/>	
3. Ermittlung des Zuschusses	
Gesamtkosten:	

Quelle: erstellt in Anlehnung an KLEIN, Regionales Kulturmanagement, 1999, S. 14 f in Handbuch: Kulturmanagement. Die Kunst Kultur zu ermöglichen

Fazit

Das Konzept der vorliegenden Arbeit beinhaltet die Etablierung der Bibliothek Waldmühle, als feste Größe im städtischen kulturellen Netz der Stadt Soltau. Dabei wallt das Konzept zur 1. Soltauer Kulturnacht weit über den Rand des typischen Veranstaltungscharakters der Bibliothek hinaus.

Die Entwicklung der Kulturnacht wird hier als Bestandteil eines lebendigen Gemeindelebens verstanden, mit dem Ziel einen wesentlichen Beitrag zur Qualität des kommunalen Lebens zu leisten, um somit die Attraktivität und das Image der Bibliothek Waldmühle aufzuwerten. Die Durchführung der regionalen Veranstaltung soll somit viele Interessierte erreichen, die sicherlich nicht alle zu Lesern werden, jedoch durch die breit gefächerte Veranstaltung in Kontakt mit der Bibliothek treten. Die Nachfrage an kulturellen Freizeitangeboten steigt auch in den ländlichen Gebieten und veranlasst Bibliotheken sich im kulturellen Veranstaltungsbereich mehr zu zutrauen. Die vorliegende Arbeit zeigt, dass mit kreativen Ideen und einem professionell eingesetzten Projektmanagement, trotz finanzieller Einschränkungen, neue und attraktive Gestaltungs- und Handlungsspielräume eröffnet werden können. Die Veranstaltung der Kulturnacht durch die Bibliothek Waldmühle kann somit nicht nur als Förderung der institutionellen Kooperation der städtischen Einrichtungen gesehen werden, sondern auch als Vernetzung der Kulturschaffenden in der Region Lüneburger Heide.

Ein Zitat des römischen Philosophen Seneca besagt „Nicht weil es schwer ist, wagen wir es nicht, sondern weil wirs nicht wagen ist es schwer“.¹⁷⁷ Dieses Zitat kann auch auf die Veranstaltungsarbeit im öffentlichen Bibliothekswesen angewandt werden. Denn Veranstaltungen im größeren Stil sind auch in Bibliotheken trotz geringer finanzieller Ressourcen möglich, es bringt jedoch einen großen Zeit- und Planungsaufwand mit sich.

Auf individuelle Veranstaltungen zu verzichten bedeutet für die Bibliothek sich ihrer Verantwortung, nämlich das kulturelle Leben der Stadt zu bereichern, zu entziehen.

¹⁷⁷ GNANN, Reich ist wer Zeit hat, 2004

Literaturverzeichnis

- Baguley, 1999** 1. Baguley, Philip: Optimales Projektmanagement : strategische Planung, erfolgreiche Durchführung, effiziente Kontrolle / Philip Baguley. Übers.: Dorothee Köhler ; Jürgen Ulrich Lorenz. Im, The Institute of Management. - Niedernhausen/Ts. : Falken, 1999
- Behrens, 2007** Behrens-Schneider, Claudia:
Events und Veranstaltungen organisieren / Claudia Behrens-Schneider/Sabine Birven. - 2. Aufl.. - Heidelberg : Redline Wirtschaft, 2007
- Ewert, 1996** Handbuch Projektmanagement öffentliche Dienste : Grundlagen, Praxisbeispiele und Handlungsanleitungen für die Verwaltungsreform durch Projektarbeit / Ewert - Bremen ; Boston : Sachbuchverl. Kellner, 1996. - 287 S. : Ill., graph. Darst.
- Faulstich, 2001** Faulstich, Werner: Grundwissen Öffentlichkeitsarbeit / Werner Faulstich. - München : Fink, 2000. - 246 S.
- Frey, 2007** Bortoluzzi Dubach, Elisa: Sponsoring : der Leitfaden für die Praxis / Elisa Bortoluzzi Dubach ; Hansrudolf Frey. - 4., aktualisierte und erw. Aufl.. - Bern ; Stuttgart ; Wien : Haupt, 2007. - 303 S.
- Gnann, 2004** 1. Reich ist, wer Zeit hat [Elektronische Ressource] : die besten Zitate zu Management, Zeit und Geld / Tony Gnann. - Freiburg [Breisgau] ; Berlin ; München [i.e.] Planegg : Haufe-Mediengruppe, 2004

- Heinrichs, 1999** HEinrichs, Werner: Kulturmanagement : eine praxisorientierte Einführung / Werner Heinrichs. - 2., grundlegende überarb. Aufl.. - Darmstadt : Wiss. Buchges., 1999. - 214 S
- Henschel, 2004** 2. Henschel, Oliver: Lexikon Eventmanagement : Strategie, Kreativität, Logistik, Verwaltung / Oliver Henschel. - Berlin ; Wien ; Zürich : Beuth, 2004. – VII
- Klein, 2004** Klein, Armin: Projektmanagement für Kulturmanager / Armin Klein. - Wiesbaden : VS, Verl. für Sozialwiss., 2004
- Litdke, 2007** Litke, Hans-Dieter: Projektmanagement / Hans D. Litke ; Ilonka Kunow. - 5., überarb. Auflage. - Planegg/München : Haufe, 2006. - 126 S. : graph. Darst.
- Pauli, 2004** Pauli, Knut S.: Leitfaden für die Pressearbeit : Anregungen, Beispiele, Checklisten / von Knut S. Pauli. - Orig.-Ausg., 3., überarb. und aktualisierte Aufl.. - München : Dt. Taschenbuch-Verl., 2004
- Portny 2007** Portny, Stanley E.: Projektmanagement für Dummies : [halten Sie Ihre Projekte von Anfang an auf Kurs] / Stanley E. Portny. Übers. aus dem Amerikan. von Britta Kremke. - Weinheim : Wiley-VCH-Verl., 2007
- Raabe, 2005** Handbuch Kultur-Management : die Kunst, Kultur zu ermöglichen / Red.-Beratung: Peter Bendixen ... [Autoren: Ulrich Baer ...]. - Berlin : Raabe, Fachverl. für Öffentliche Verwaltung. - Losebl.-Ausg. ; 27 cm

- Raabe, 1999** Kulturmanagement & Kulturpolitik : die Kunst, Kultur zu ermöglichen / Hrsg.: Friedrich Loock ; Oliver Scheytt. - Berlin : Raabe, Fachverl. für Öffentliche Verwaltung. - Losebl.-Ausg
- Reifsteck, 2005** Reifsteck, Peter:
Handbuch Lesungen und Literaturveranstaltungen : Konzeption, Organisation, Öffentlichkeitsarbeit / Peter Reifsteck. - 3., aktualisierte, überarb. und erw. Aufl.. - Reutlingen : Reifsteck, 2005. - 208 S
- Schäfer-Mehdi, 2007** Schäfer-Mehdi, Stephan: Event-Marketing : Kommunikationsstrategie ; Konzeption und Umsetzung ; Dramaturgie und Inszenierung / Stephan Schäfer-Mehdi. - Berlin : Cornelsen, 2005
- Schulze,2005** Schulze, Dorothea-Katharina:
Projektmanagement im Bibliothekswesen : dargestellt am Beispiel des Verbundes Öffentlicher Bibliotheken Berlins (VÖBB) / von Dorothea-Katharina Schulze. [Humboldt-Universität zu Berlin, Institut für Bibliothekswissenschaft].
- Berlin : Inst. für Bibliothekswiss., 2005. - 106 S.

■ Internetquellen

Absolut Arts. Contemporary Art. URL

http://www.absolutearts.com/portfolio3/m/mariolabogacki/Im_Rausch_der_Ewigkeit-1157007691t.jpg

Sichtungsdatum: 2007-11-04

Artgalerie Deutschland. Virtuelle Knstgalerie. URL

www.artgalerie-deutschland.de/LinkHitList/index.php

Sichtungsdatum: 2007-11-04

Bildnerische Werkstatt Wir. Rotenburger Behinderten Werke URL

<http://www.bildnerische-werkstatt.de>

Sichtungsdatum: 2007-11-07

Blickpunkt. Kulturnacht Braunschweig 2008. URL

http://www.braunschweig.de/veranstaltungen/blickpunkt_ki/2008-07_kulturnacht.html

Sichtungsdatum: 2008-02-01

GEMA. Gesellschaft für musikalische Aufführungen- und mechanische Vervielfältigungsrechte. URL.

www.gema.de

Sichtungsdatum: 2008-01-08

Kipp, Hu. Eisenplastiken und Malerei. URL

<http://www.stahl-lebt.de>

Sichtungsdatum: 2007-11-04

Kulturmarken. Kultursponsoring. URL

http://www.kulturmarken.de/index.php?option=com_content&task=view&id=281&Itemid=314

Sichtungsdatum: 2007-11-28

Kulturstiftung des Bundes: Kulturförderung. URL

<http://www.kulturstiftung-des-bundes.de>

Sichtungsdatum: 2007-12-09

Mediafon. Gastspielvertrag. URL

www.mediafon.com/tarife_vertraege.php3

Sichtungsdatum: 2008-02-20

Niedersächsische Sparkassenstiftung. Förderkonzeption der Niedersächsischen Sparkassenstiftung. URL

<http://www.nsk.de/nsks/portraet/foerderkonzeption/>

Sichtungsdatum: 2007-12-09

Projekt Magazin. Fachbegriffe verständlich und normgerecht erklärt. URL

http://www.projektmagazin.de/glossar/gl0046.html?pmSession=049ea4cfee6eec728b46c132d5_f1755d

Sichtungsdatum : 2007-10-24

Reichert, M.W. Bildhauerei und Malerei. URL

<http://www.kuenstlernet.com/vorlage%20animation%201.htm>

Sichtungsdatum: 2007-11-04

Schafranek, Dieter. Glaskunst. URL

<http://www.glaskunst-schafranek.de>

Sichtungsdatum: 2007-11-04

Sonnentau Campus. Kultur im Sonnentau. URL

<http://www.kunstimwasserturm.de/42821.html>

Sichtungsdatum: 2007-11-07

SP-Skulpturen. Atelier für Bildhauerei und Glaskunst. URL

<http://www.sp-skulpturen.de>

Sichtungsdatum: 2007-11-04

VG-Wort. Die Verwertungsgesellschaft Wort. URL

<http://www.vgwort.de/vortragsrecht.php>

Sichtungsdatum: 1007-11-09

Wieczorek, Kirsten. Hilfe Veranstaltungsarbeit. URL

www.fr.fachstelle.bib-bw.de/filez/Textdokumente_1/Hilfe!_Veranstaltungsarbeit.doc

Stand: 2002-03-01. – Sichtsungsdatum: 2007-11-07

Zehetmeyer, Elisabeth: Literatur Live! Ein Leitfaden für die Durchführung von Lesungen in Bibliotheken. URL:

http://www.biblio.at/medien/pdf/leitfaden_lesungen.pdf

Stand: 2005-02-01. – Sichtsungsdatum: 2007-12-01

Zingel, Harry: Grundzüge des Projektmanagements. URL

<http://www.zingel.de/pdf/10proj.pdf>

Sichtsungsdatum: 2007-10-08

Anhang 1

Zu Kapittel I Punkt 7.1 Die Konzeptphase

Kreativitätstechniken

Brainstorming

Über einen begrenzten Zeitraum werden beim Brainstorming in einer Gruppe Ideen und Schlagworte zu einem klar definierten Problem in die Runde geworfen. Im Anschluss werden die von einem Gruppenmitglied mitgeschriebenen Schlagworte und Ideen strukturiert und besprochen.

Beim Brainstorming sind folgende Regeln zu beachten:

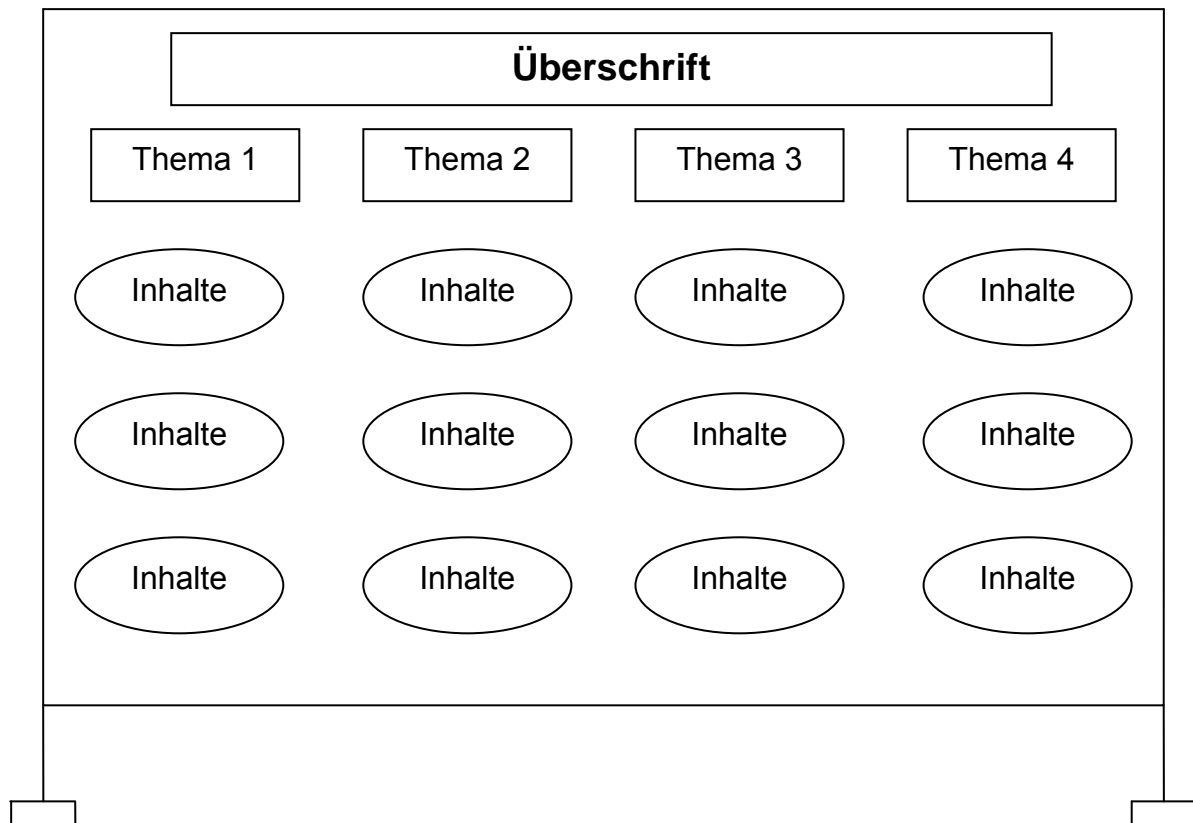
1. Es sollen möglichst viele Ideen in kurzer Zeit produziert werden. Die Quantität steht hierbei vor der Qualität.
2. Die Ideen und Schlagworte anderer Teilnehmer sollen aufgegriffen und weiterentwickelt werden.
3. Es dürfen keine Kritiken und Wertungen der Schlagworte innerhalb der Brainstorming- Phase erfolgen.
4. Die Gruppenmitglieder sollen ihren Phantasien freien Lauf lassen.
5. Erst im Anschlussgespräch sind Kommentare zu den Ideen und Schlagworten zugelassen.¹⁷⁸

Metaplan- Technik

Die Metaplan- Technik wird oftmals auch als schriftliches Pendant zum Brainstorming bezeichnet. Die Metaplan- Technik ist jedoch mehr als Brainstorming. Während mündliche Ideen innerhalb einer Gruppe geäußert und protokolliert werden, stehen bei der Metaplan- Technik die Erfassung der Ideen, die Visualisierung und die Strukturierung im Vordergrund. Jeder Teilnehmer schreibt seine Ideen auf Karten. Diese werden dann an eine Metaplan- Tafel gehängt, strukturiert und ergänzt. Die Metaplan- Technik sollte mit einem unabhängigen Moderator durchgeführt werden, der die Gruppe bei der objektiven Strukturierung und Diskussionsförderung unterstützt.¹⁷⁹

¹⁷⁸ vgl.: HENSCHHEL, Lexikon Eventmanagement, 2004, S. 51 f

¹⁷⁹ vgl.: HENSCHHEL, Lexikon Eventmanagement, 2004, S.150



Quelle: in Anlehnung, HENTSCHEL, Lexikon Eventmanagement, 2004, S.150

Brainwriting

²Das Brainwriting ist eine Modifikation des Brainstorming. Während beim Brainstorming die gegenseitige Stimulation innerhalb der Gruppe stark über das Sprechen und Hören der Begriffe erreicht wird, schreiben beim Brainwriting die Teilnehmer ihre Assoziationen selbst auf einen großen Bogen Papier. Bei größeren Teilnehmergruppen ist es empfehlenswert, das Papier nicht an einer Moderationstafel zu befestigen, sondern auf einem großen Tisch, so dass mehrere Personen gleichzeitig schreiben können.

Durch das Schreiben ist es möglich, mehrere unabhängige Assoziationsketten gleichzeitig durchzuführen, während beim Brainstorming die Gefahr besteht, dass der Lauteste den Gedankengang dominiert. Nachteil des Schreibens ist, dass nicht alle gleichzeitig alles wahrnehmen können.“¹⁸⁰

Delphi Methode

„Die Delphi Methode ist eigentlich eine Expertenbefragung; es kommt dabei nicht so sehr auf das assoziative Denken wie im Brainstorming an. Experten mit Sachkunde

¹⁸⁰ <http://projektmagazin.de/glossar/gl-0234.html?pmSession=96ec527705b11d4c272966b104d46d82>

aus unterschiedlichen Fachgebieten werden zu einem bestimmten Thema befragt; sie geben unabhängig voneinander ihre Einschätzungen ab. Emotionen sollen dabei durch Sachkunde ersetzt und Gruppendynamik durch Anonymität der Befragten erreicht werden. Nach der Auswahl geeigneter Experten werden diese mit identischen Fragen konfrontiert; die Befragung erfolgt schriftlich nach einem festgelegten Schema. Nach dieser ersten Befragungsrunde werden die Meinungen zu einem Zwischenergebnis konsolidiert. Dies wird in einer zweiten Befragungsrunde wieder den Beteiligten vorgelegt, die ihre Stellungnahme abgeben und ihre Meinung überprüfen. Der Vorgang wird wiederholt, bis sich eine hinreichend homogene Gruppenmeinung gebildet hat. Die Delphi-Methode ist relativ zeitaufwändig in ihrer Durchführung und der Dokumentation. Während das Brainstorming eher kreativitätsorientiert ist, ist die Delphi-Methode eher reduktionsorientiert, d.h. die eigene Meinung wird auf die Gruppenmeinung reduziert.“¹⁸¹

Morphologischer Kasten

„Diese Kreativitätsmethode eignet sich für die Aufgabenanalyse/-lösung. Das Problem wird in der linken Spalte einer Tabelle in verschiedene Einzelaspekte zerlegt. Die rechten Spalten werden mit Lösungsvorschlägen zu den Einzelaspekten versehen. Am Schluss können die Teilnehmer durch die Kombination der einzelnen Lösungsvorschläge die Gesamtlösung herausarbeiten. Gleichzeitig dient die Matrix als Protokoll aller Ergebnisse.“¹⁸²

¹⁸¹ vgl.: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004, S.51f

¹⁸² HENTSCHEL, Lexikon Projektmanagement, 2004, S.154

■ Anhang 2

Zu Kapittel I Punkt 6. Kosten und Finanzierung

Kostenarten

Hinsichtlich der einzelnen Kostenarten, die in einem Projekt anfallen, kann in folgende größere Gruppen differenziert werden:

➤ Personalkosten durch organisatorische / kulturmanageriale Leistungen:

- Dienstvertrag
- Arbeitsvertrag
- Werkvertrag
- Hilfskräfte

➤ Kosten durch künstlerische Leistungen:

- Honorare
- Gagen
- Künstlersozialabgaben
- Ausländersteuer
- Urheberabgaben
- Tantiemen
- Verwertungsrechte
- Leistungsschutzrechte

➤ Raumkosten

➤ Materialkosten:

- Büro- und Kommunikationskosten
- Reisekosten
- Werbekosten
- Versicherungen
- Risikozuschlag

Der Finanzierungsplan

Den zu erwartenden Kosten stehen ebenfalls planbare Erlöse gegenüber; diese sind in einem Erlös- bzw. Finanzierungsplan zusammenzufassen.

➤ Eigenerlöse

➤ Eigenerlöse durch Dienstleistungen und Waren

- werden durch den Verkauf von Dienstleistungen und Waren erzielt. Dienstleistungen in diesem Sinne sind beispielsweise Theateraufführungen, usw. für die bestimmte Eintritte beziehungsweise Gebühren erhoben werden. Aber auch Einnahmen durch Ausstellungskataloge, Tonträger, Programmhefte, Plakate, usw. die gegen Entgelt verkauft werden.

➤ Merchandising / Licensing

- Unter Merchandising versteht man im Kulturbetrieb die Verwertung identifikationsfähiger Produkte durch den Rechteinhaber zu Marketing- und Profitzwecken. Gemeint sind damit beispielsweise die Vermarktung und der Verkauf von Gegenständen, die mit dem Namen eines Künstlers oder einer Institution verbunden werden können.

➤ Einnahmen durch Öffentliche Zuwendungen

- Vollfinanzierung: Im Rahmen der Vollfinanzierung werden alle mit einem bestimmten Projekt verbundene Kosten vom Zuwendungsgeber übernommen.
- Teilfinanzierung: Hier übernimmt der öffentliche Zuwendungsgeber nur einen Teil der zu erwartenden Kosten.

➤ Drittmittel von Privater Seite

- Hier engagiert sich der jeweilige Geldgeber für ein spezielles Angebot. Unter einer Spende versteht man hier die private Zuwendung eines Mäzens, die in der Regel zwar an eine klare Zweckbindung, an ein ganz bestimmtes Projekt, im Gegensatz zum Sponsoring aber nicht an eine bestimmte Gegenleis-

tung gebunden ist. Dabei kann zwischen Geld-, Sach- und Aufwandsspenden unterschieden werden.

- Geldspenden: können in unbegrenzter Höhe geleistet werden; lediglich für die steuerliche Begünstigung gibt es Höchstgrenzen.
- Sachspende: können Wirtschaftsgüter aller Art sein. Dazu ist erforderlich, dass der Spender dem Begünstigten das Eigentum an der Sache verschafft und die Sache einem gemeinnützigen Zweck dient.
- Aufwandsspende: wenn bestimmte Nutzungen und Leistungen normalerweise entgeltlich erbracht werden, im Rahmen der Projektspende aber auf den rechtswirksam entstandenen Vergütungs- und Aufwendungsersatzanspruch verzichtet wird.

➤ Einnahmen durch Sponsoring

- Unter Sponsoring versteht man die Unterstützung von Einrichtungen, Projekten oder Personen durch Finanz- oder Sachmittel eines Unternehmens. Im Gegensatz zum Mäzen, erwartet der Sponsor eine Gegenleistung zur Unterstützung seiner eigenen unternehmerischen Ziele.

➤ Einnahmen durch Fund raising

- Als Fund raising im Sinne eines gezielten „Spendenmarketings“ bezeichnet man im Deutschen das systematische und professionelle Sammeln von Spenden für eine bestimmte kulturelle Einrichtungen oder Aufgabe.

➤ Public- Private- Partnership

- In dieser relevanten neuen Form der Kooperation zwischen öffentlichen und privaten Institutionen steht der Gedanke im Vordergrund, das Sponsoring stärker mit Elementen des Mäzenatentums zu verbinden. Daher verzichtet das einzelne sponsernde Wirtschaftsunternehmen auf entsprechende Sponsorenaktionen; vielmehr bindet man mehrere privatwirt-

schaftliche Unternehmensformen mit öffentlichen Partnern in eine Finanz- Pool ein.

➤ Finanzierung durch Stiftungen

- Auch Stiftungen finanzieren häufig Projekte. Von besonderem Interesse sind hier Stiftungen im Rechtssinne. Zu unterscheiden ist hier zwischen Privaten Stiftungen und öffentlichen Stiftungen.¹⁸³
-

Anhang 3

¹⁸³ vgl.: KLEIN, Projektmanagement für Kulturmanager, 2004. S. 182 ff

Zu Kapittel II Punkt 10.1 Abb. 19: Beispiel Gastspielvertrag

Allgemeine Geschäftsbedingungen zum Gastspielvertrag (Anlage zum Gastspielvertrag)

1. Inhalt

Gegenstand des Gastspielvertrages sowie der AGB sind die Vorbereitung und Durchführung der/des Auftritte/s des Künstlers.

2. Honorar / Gage

2.1 Der Gastspielvertrag gilt als Rechnung.

2.2 Die Gage und die Nebenkosten regelt der Vertrag.

2.3 Die Gage und die Nebenkosten sind mit der Beendigung der Darbietung fällig.

2.4 Die Gage und die Nebenkosten sind gesondert auszuweisen.

2.5 Anfallende GEMA-Gebühren trägt der Veranstalter. Der Künstler stellt eine GEMA-Liste zur Verfügung.

2.6 Abschläge am Honorar (gleich welcher Art) sind nicht zulässig.

2.7 Bei Zahlungsverzug werden Zinsen in Höhe von 8% über dem jeweiligen Basiszinsatz der Deutschen

Bundesbank berechnet.

3. Schadenersatz / Haftung

3.1 Erfüllt der Veranstalter seine Pflichten aus diesem Vertrag nicht oder nicht rechtzeitig, darf der Künstler vom Vertrag zurücktreten oder einen Ersatzauftritt verlangen. Der Künstler behält seinen vollen Anspruch auf Zahlung des Honorars und der entstandenen Nebenkosten bei Vorliegen der gesetzlichen oder vertraglichen Voraussetzungen, wenn der Veranstalter seine Pflichtverletzung zu vertreten hat oder es zu keiner Vereinbarung über einen Ersatztermin kommt. Der Veranstalter hat in diesem Fall die Vertragserfüllung zu beweisen.

3.2 Führt höhere Gewalt zum Ausfall der Veranstaltung, werden beide Vertragspartner von ihrer Leistungspflicht befreit. Als höhere Gewalt gelten z.B. Erkrankungen eines Künstlers, Streiks im Transportwesen, kriegerische Ereignisse, Naturkatastrophen u.ä.

3.3 Ist der Künstler aus wichtigem Grund (Unfall, Krankheit) nicht in der Lage, den Auftritt durchzuführen,

ist der Veranstalter unverzüglich davon in Kenntnis zu setzen.

3.4 Erfüllt der Künstler ohne wichtigen Grund seine Verpflichtungen aus diesem Vertrag nicht, wird er schadenersatzpflichtig.

3.5 Vertragliche und gesetzliche Ersatzansprüche des Veranstalters gegenüber dem Künstler bei Schäden, die durch leichte Fahrlässigkeit des Künstlers bedingt sind, werden auf die Höhe des vereinbarten Honorars beschränkt.

3.6 Der Veranstalter haftet für Diebstahl und Beschädigung von Eigentum des Künstlers während der Lagerung in der/den Spielstätte/n während der Auftritte

3.7 Kommt es zu Vorfällen, die eine Durchführung der Veranstaltung für den Künstler unzumutbar machen (z.B. nachhaltige Störungen durch Besucher, technische Störungen), ist der Künstler zum Abbruch der Veranstaltung berechtigt, behält jedoch den vollen Honorar- und Kostenerstattungsanspruch nach Ziffer 3.1.

4. Urheber- und Leistungsschutzrechte

4.1 Video- und Tonaufzeichnungen auf Datenträger (gleich welcher Art) sind nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung gestattet. Bei Zuwiderhandlung ist der Künstler berechtigt, die Darbietung seines Programms nicht vorzunehmen bzw. abzubrechen. Der Künstler behält in diesem Fall seinen vollen Honorar- und Kostenerstattungsanspruch nach Ziffer 3.1.

4.2 Kurze Aufzeichnungen bzw. Liveübertragungen durch Rundfunk und Fernsehen, die der üblichen aktuellen Information der Öffentlichkeit dienen (weniger als 3 Minuten), sind nach vorheriger Absprache gestattet.

4.3 Der Künstler gewährleistet, über die entsprechenden Rechte am Stück zu verfügen.

4.4 Der Künstler unterliegt weder in der Programmgestaltung noch in der künstlerischen Darbietung Weisungen des Veranstalters. Zusätzliche Programmpunkte oder Auftritte Dritter während der gleichen Veranstaltung bedürfen der vorherigen Zustimmung des Künstlers.

5. Randbedingungen, die vom Veranstalter zu gewährleisten sind.

5.1 Der Veranstalter hat die branchenüblichen Vorbereitungen zu treffen und insbesondere die technischen, organisatorischen und räumlichen Voraussetzungen für die Veranstaltungsfähigkeit zu schaffen. Er veranlasst die sorgfältige Erfüllung des Technischen Beiblattes (Bühnenanweisung) des Programms.

5.2 Der Veranstalter hat alle erforderlichen Sicherheitsvorkehrungen zu treffen und schließt adäquate Versicherungen ab.

5.3 Falls diese Bedingungen nicht eingehalten werden, gilt Ziffer 3.1 AGB.

6. Werbung

Der Veranstalter verpflichtet sich, die Darbietung mit den ihm zur Verfügung stehenden (üblichen) Werbeträgern, wie z.B. Presse, Rundfunk, Fernsehen oder sonstigen Publikationen anzukündigen.

7. Teilnichtigkeit

Sollten einzelne Bedingungen ganz oder teilweise unwirksam sein, so bleiben die übrigen davon unberührt. Unwirksame Bedingungen werden

n durch solche ersetzt, die dem Zweck des Vertrages unter angemessener Wahrung der beiderseitigen Interessen am nächsten kommen.

8. Änderungen und Nebenabreden zum Vertrag

Änderungen, Ergänzungen und mündliche Nebenabreden zum Vertrag werden erst durch schriftliche Bestätigung verbindlich.

9. Datenschutz

Der Vertragspartner wird darauf hingewiesen, dass die im Zusammenhang mit der Durchführung des Programms erhobenen Daten gespeichert werden (§ 26 BDSchG).

10. Gerichtsstand

Für alle Rechtsstreitigkeiten aus diesem Vertrag gilt, sofern nichts anderes vereinbart wurde, der gesetzliche Gerichtsstand. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland.
