

# Netzwerk treffen

Leitfaden

Liebe Teilnehmerinnen und Teilnehmer an *Aktion Klima!*,

## Inhaltsverzeichnis

Am Anfang steht das Ziel .....	3
Zielgruppe .....	4
Den Grundstein legen .....	4
Einladungsmanagement .....	5
Kalkulation .....	6
Organisation .....	6
Dramaturgie .....	6
<i>Speed-Dating</i> .....	7
<i>World-Cafe</i> .....	7
<i>Zahnrad</i> .....	8
Braucht es eine Moderation? .....	8
Begleitformate .....	9
<i>Projektmarkt/Kooperationsbörse</i> .....	9
<i>Blog</i> .....	9
Durchführung .....	9
Nachhaltiges Veranstaltungsmanagement .....	10
Dokumentation .....	10
Nachbereitung .....	11
Weiterführende Literatur .....	11
Muster-Kalkulation .....	12
Muster-Checkliste .....	14



mit diesem Handbuch möchten wir Sie animieren, Ihre Klimaschutzaktivitäten in die Öffentlichkeit zu tragen, Gleichgesinnte und Unterstützer zu finden und so ein immer größeres Netzwerk von Klimaschützerinnen und -schützern aufzubauen. Veranstaltungen sind ein geeignetes Mittel, Anliegen und Ideen bekannt zu machen. Sie bilden den Anfang eines Weges, auf dem ungewöhnliche Ideen in die Tat umgesetzt werden. Deshalb stellen wir Ihnen hiermit einen Leitfaden zur Organisation und Umsetzung solcher Veranstaltungen zur Verfügung.

Vielleicht haben Sie davon gelesen oder waren selbst vor Ort: Anfang 2011 haben *Aktion Klima!* und das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) Lehrkräfte, Schülerinnen und Schüler aus ganz Deutschland zur 2. BMU-Umweltbildungskonferenz nach Berlin eingeladen. Unter dem Titel „Raus aus der Schule und rein in die Kommune“ lag der Fokus der Veranstaltung ganz auf dem Thema Vernetzung. Die 2. BMU-Umweltbildungskonferenz dient im folgenden Leitfaden als Beispiel für die Planung und Durchführung und gibt Ihnen Hinweise auf etwaige Chancen und Stolpersteine.

Wir hoffen, Ihnen viele Anregungen in Bezug auf mögliche Kooperationspartner und Vernetzungsmöglichkeiten Ihrer Klimaschutzprojekte innerhalb und außerhalb der Schule geben zu können. Wir würden uns freuen, wenn wir Sie mit diesem Leitfaden ermutigen, selbst eine (Netzwerk)veranstaltung in Ihrer Kommune durchzuführen, und wir sind natürlich neugierig, welche Erfahrungen Sie machen. Wir freuen uns schon jetzt über Ihre Berichte.

Viel Erfolg mit Ihrer Netzwerkveranstaltung!

Ihr Klima-Team des BildungsCent e.V.



# Leitfaden zur Organisation von Netzwerkveranstaltungen

## Am Anfang steht das Ziel

Die entscheidende Frage, die Sie sich am Anfang einer jeden Veranstaltungsplanung stellen sollten ist: Was will ich erreichen? bzw. Was sind unsere Ziele?

Es lohnt sich, dieses Thema in der Planungsgruppe ausführlich zu diskutieren und die Ergebnisse festzuhalten. Klare Ziele sind das Fundament der weiteren Planung. Auf den Zielvorstellungen baut die Veranstaltungsdramaturgie auf, nach ihnen richtet sich die Einladungsstrategie und schließlich sind es die klaren Ziele, die eine Veranstaltung messbar machen. Haben wir erreicht, was wir erwartet haben oder haben wir unser Ziel verfehlt?

*Ziel der 2. BMU-Umweltbildungskonferenz war es, die Teilnehmenden zu motivieren, ihre Klimaschutzaktivitäten in das kommunale Umfeld zu tragen. Dazu luden wir unterschiedliche kommunale Akteure ein, die als Impulsgeber mit den Teilnehmenden in den Austausch traten. Gemeinsam sollten erste konkrete Umsetzungsmöglichkeiten entwickelt werden.*

Sie können mit einer Netzwerkveranstaltung zu Klimaschutzprojekten unterschiedliche Ziele verfolgen. Einige wollen wir hier beispielhaft nennen:

1. Sie sind auf der Suche nach neuen Kooperationspartnern und wollen Ihr Projekt vorstellen und gemeinsam über eine Zusammenarbeit diskutieren.
2. Sie möchten erfahren, welche Projekte in Ihrem lokalen Umfeld zum Thema Klimaschutz bereits umgesetzt werden oder geplant sind, um möglicherweise Synergien zu schaffen.
3. Sie möchten Ihr Projekt einer breiten Öffentlichkeit vorstellen und die Aufmerksamkeit der Bürgerinnen und Bürger und der Presse auf Ihre Klimaschutzmaßnahmen lenken.

„Das Wichtigste ist die Öffnung hin zu anderen Menschen im Schulbetrieb. Menschen, die in einem Fach wirkliche Experten sind, werden von den Schülern ganz anders wahrgenommen. Schüler und Lehrer können so gemeinsam Neues lernen“, fasste Ulrike Kegler von der Montessori Schule Potsdam im Rahmen des KlimaPolitischen Salons noch einmal das aus ihrer Sicht übergeordnete Ziel für Schulen zusammen.



Die wachsende Bedeutung wechselseitiger Vernetzung betonte auch Harald Welzer im Rahmen der 2. BMU-Umweltbildungskonferenz. Er wies auf den mit dem Klimawandel einhergehenden Kulturwandel hin und plädierte dafür, Netzwerke als „Möglichkeitenräume für Veränderungen“ zu nutzen. Überlegen Sie strategisch, wer zu so einem Netzwerk in Ihrer Kommune gehören könnte. Denkbare Netzwerkpartner für Schulen sind die unterschiedlichsten Akteure einer Kommune. Im Rahmen der 2. BMU-Umweltbildungskonferenz brachten wir exemplarisch Vertreterinnen und Vertreter aus verschiedenen kommunalen Bereichen zusammen: die Mitarbeiterin einer Bank, den Leiter einer Volkshochschule und den einer Umweltschutzinitiative, die Leiterin einer Jugendfreizeiteinrichtung, einen Journalisten, eine Bürgermeisterin und einen städtischen Leiter des Fachbereichs Bildung. Darüber hinaus können in der Kommune ansässige Unternehmen, Stiftungen und Vereine geeignete Partner für Ihre Schule sein, um das eigene Projekt weiterzuentwickeln und sich mit Hilfe anderer Perspektiven neue Ideen zu holen.

Sind die Ziele abgesteckt und klar formuliert, sollten Sie prüfen, ob in Ihrer Kommune eine solche Veranstaltung bereits geplant ist oder eine ähnliche Veranstaltung gerade erst stattgefunden hat. Hilfreich sind dabei neben der Internetrecherche die Informationen der Stadtverwaltung, die in der Regel einen Veranstaltungskalender führt, oder andere lokale Medien. Hier lohnt ein Anruf.

## Zielgruppe

Wenn Sie wissen, was genau Sie mit Ihrer Veranstaltung erreichen wollen, ist meistens auch schon klar, wen Sie erreichen möchten. Dennoch sollten Sie sich die Mühe machen und aufschreiben, welches die Personenkreise sind, die Sie einladen möchten und wie Sie diese erreichen. Daraus ergibt sich in der Regel auch schnell Größe und Umfang einer Veranstaltung. So früh wie möglich zu wissen, wie viele Personen ungefähr erwartet werden, ist für die weitere inhaltliche Planung und vor allem auch für die Kalkulation wichtig.

*Für die 2. BMU-Umweltbildungskonferenz ergab sich die Zielgruppe aus dem Programm Aktion Klima!. Da sich die 1. BMU-Umweltbildungskonferenz ausschließlich an Lehrerinnen und Lehrer richtete, war es dieses Mal unser Ziel, möglichst viele Schülerinnen und Schüler einzuladen. Hierbei mussten wir uns nun die Frage stellen, in welchem zahlenmäßigen Verhältnis Lehrer- und Schülerschaft zueinander stehen sollten.*

## Den Grundstein legen

Nachdem klar ist, welche Ziele Sie mit Ihrer Veranstaltung erreichen möchten und wen Sie durch die Vernetzungsveranstaltung ansprechen wollen, ist zu überlegen, wann der passende Zeitpunkt ist, die Veranstaltung durchzuführen und welche Dauer diese haben soll. Dabei gilt: Planen Sie nicht zu knapp! Zum einen geraten Sie unter Druck, möglichst schnell möglichst viel auf die Beine zu stellen, zum anderen sind kurzfristige Termine für viele potentielle Teilnehmerinnen und Teilnehmer nicht zu realisieren. Ein halbes Jahr Vorbereitungszeit ist in der Regel ausreichend.

*Für die 2. BMU-Umweltbildungskonferenz hatten wir einen Vorlauf von drei Monaten, das führte allerdings dazu, dass es schwierig wurde, Referentinnen und Referenten für die Teilnahme zu gewinnen, da viele aus terminlichen Gründen absagen mussten.*

Achten Sie bei der zeitlichen Planung Ihrer Veranstaltung darauf, dass es nicht zu Terminkollisionen kommt. Brückentage oder Ferienzeiten, feste Termine des Stadtrates oder andere Großveranstaltungen in Ihrer Kommune sollten Sie ausklammern. Ob sich ein Wochenende eignet, hängt stark von der Zielgruppe ab und vom Zeitfenster, das Sie für die Veranstaltung einplanen. Eine Abendveranstaltung beispielsweise sollten Sie nicht auf das Wochenende legen. Am besten ist es, Sie hören sich bei anderen Veranstaltern Ihrer Kommune um.

Ebenfalls sollten Sie zu diesem Zeitpunkt festlegen, welchen Zeitrahmen die Veranstaltung haben soll. Veranstaltungen sind immer zu kurz, das zeigt die Erfahrung. Das angebotene Zeitfenster muss realistisch sein, denn die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sollten diese Veranstaltung gut in Ihren Alltag integrieren können.

Für eine reine Informationsveranstaltung zum Kennenlernen und ersten Austausch bietet sich ein Vormittag in der Woche an. Wenn Sie frühzeitig anfragen, sollten die oben genannten Zielgruppen, die Interesse an dem Thema haben, einen Termin einrichten können.

Wenn Sie sich gerne intensiver mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern auseinandersetzen möchten, weil Sie im Rahmen der Veranstaltung Ihr Klimaschutzprojekt vielleicht schon weiter-



entwickeln wollen, dann sollten Sie mehr Zeit einplanen. Möglicherweise lässt sich eine solche Veranstaltung bei Ihnen in die Projektwoche der Schule integrieren und Sie können einen ganzen Schultag einplanen. Hören Sie sich zuvor aber bei Ihrer potentiellen Zielgruppe um, ob es Tage und Zeiträume gibt, die sich nicht eignen. Aber bedenken Sie auch: jeden werden Sie nicht erreichen können.

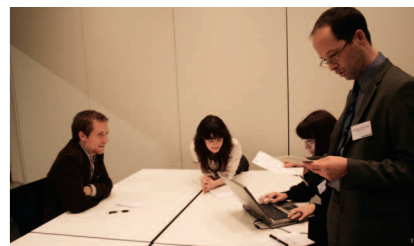
## Einladungsmanagement

Auch wenn das Programm noch nicht steht, sollten Sie mit dem Einladungsmanagement starten. Nachdem Sie Ziele, Zielgruppe und Termin bestimmt haben, können Sie einen kurzen Text verfassen, aus dem die zentralen Punkte hervorgehen, und der deutlich macht, warum es sich lohnt, an der Veranstaltung teilzunehmen. Stellen Sie dabei Ihre Schule und Ihr Klimaschutzprojekt kurz vor, damit die Leserin oder der Leser weiß, wer einlädt und formulieren Sie die Ziele der Veranstaltung. Anhand der Zielgruppendefinition sollte ein Verteiler erstellt werden, der alle relevanten Kontaktdaten enthält. Versuchen Sie, möglichst viele direkte Ansprechpersonen zu definieren, also nicht nur Institutionen anzusprechen, sondern direkt die für Ihr Anliegen zuständigen Menschen. Starten Sie erst einmal mit einer sogenannten „save the date“-Mail. Geben Sie Ort, Datum und Inhalt der Veranstaltung bekannt. Mit dieser Mail sollte auch bereits eine Möglichkeit angeboten werden, sich anzumelden. Eine Person aus der Planungsgruppe sollte für die Einladungen verantwortlich und für Fragen der Interessierten erreichbar sein.



Sobald das Programm steht, können Sie ein erneutes Mailing an Ihren Verteiler und an die angemeldeten Teilnehmerinnen und Teilnehmer schicken, in dem Sie das Programm anhängen. Zusätzlich bietet es sich an, Partner zu bitten, die Veranstaltung zu bewerben. Bitten Sie die Stadtverwaltung, den Termin in den städtischen Veranstaltungskalender aufzunehmen. Wollen Sie eine breite Öffentlichkeit erreichen, sprechen Sie Ihre Lokalpresse an und bitten Sie darum, den Termin zu kommunizieren. Nutzen Sie zur Erstellung der Pressemeldung den „Leitfaden Kommunikation“. Diesen finden Sie unter: <http://klima.bildungscent.de> oder gedruckt anbei im Klimahandbuch

Gehen Sie bei der Planung der Personenzahl nicht davon aus, dass auch wirklich alle kommen, die sich anmelden. Im Veranstaltungsmanagement rechnet man mit einer sogenannten No-show-Quote von 20–30% der Angemeldeten, die am Tag der Veranstaltung nicht erscheinen. Mit anderen Worten: Überbuchen Sie die Veranstaltung ruhig ein wenig. Ziehen Sie bei der Planung, beispielsweise des Caterings oder der Stuhlanzahl, diese No-show-Quote wieder ab. Außerdem sollten Sie eine Erinnerungsmail einplanen. Eine Woche vor der Veranstaltung senden Sie eine Mail mit Termin und Ort an die angemeldeten Teilnehmerinnen und Teilnehmer und bitten diese abzusagen, falls sie trotz Anmeldung nicht teilnehmen können. So können Sie die No-show-Quote reduzieren.



*Für den KlimaPolitischen Salon hatten wir beispielsweise eine No-show-Quote von 33%. 3% sagten ihre Teilnahme nach der Erinnerungsmail ab.*

	A	B	C	D	E	F
1						
2						
3						
4						

## Kalkulation

Bevor nun inhaltlich und organisatorisch weitergeplant werden kann, sollten Sie eine Kalkulation aufstellen. Diese sollte alle denkbaren Kosten enthalten.

Überlegen Sie sich, welche Kosten möglicherweise durch die Unterstützung kommunaler Akteure entfallen oder sich reduzieren lassen. Gibt es im Ort ein Restaurant oder einen Metzger, das oder der das Catering übernehmen könnte? Sollten Sie in Ihrer Schule keinen Raum finden, könnte man vielleicht in Räumen der Stadt, der Kirche oder Vereinsheimen tagen. Kann der örtliche Copyshop die Vervielfältigung des Programms übernehmen? Was kann Ihre Schule zur Veranstaltung beitragen?

Falls Ihr vorhandenes Budget nicht reicht, versuchen Sie Sponsoren zu finden. Unternehmen oder Banken, denen das Thema am Herzen liegt, könnten möglicherweise helfen.

Wenn Sie potentielle Sponsoren ansprechen, ist es manchmal sinnvoll, die Möglichkeit anzubieten das Firmenlogo zu integrieren oder dem Partner die Gelegenheit zu geben, sich anderweitig auf der Veranstaltung zu präsentieren.

## Organisation

Nachdem die Rahmenbedingungen geklärt sind, sollten erste organisatorische Grundlagen gelegt werden. Dazu gehört ein Projektzeitplan. Er enthält alles, was es im Rahmen einer Veranstaltung zu tun gibt und wer wofür verantwortlich ist. Nehmen Sie sich ausreichend Zeit, um möglichst alle Aspekte der Veranstaltung zu berücksichtigen. Eine gut durchdachte Veranstaltungsplanung erleichtert Ihnen die praktische Durchführung.

## Dramaturgie

Wenn die Veranstaltung nun ein sicheres Fundament hat, Ziele und Zielgruppe feststehen, die Kalkulation stimmt, Partner gefunden sind und die erste Save-the-date-Mail versendet wurde, geht es in die detaillierte inhaltliche Planung. Es gibt zahlreiche Formate für Veranstaltungen, von reinen Vortragsveranstaltungen über Diskussionsrunden bis hin zu beteiligungsorientierten Methoden.

*Auf der 2. BMU-Umweltbildungskonferenz wollten wir die Teilnehmenden durch lebendiges und methodisches Zusammenspiel verschiedener kognitiver wie partizipativer und interaktiver Formate und Veranstaltungselemente motivieren, möglichst viele und unterschiedliche Ideen und Möglichkeiten für den Klimaschutz zu generieren. Wichtig war uns dabei, dass es mit der Veranstaltung gelingt, die bestehenden Rollen aufzubrechen und durch Dialog und Austausch untereinander neue Sichtweisen, Erkenntnisse und Handlungsimpulse zu entwickeln.*

Schauen Sie sich Ihre Ziele und die Zielgruppe an und versuchen Sie sich vorzustellen, was die Probleme in der Diskussion miteinander sein könnten. Versuchen Sie kreative Lösungen dafür zu finden.



Im Folgenden zeigen wir Ihnen exemplarisch einige Formate und Methoden. Darüber hinaus finden Sie in der Literaturliste weitere Formatideen für Ihre Veranstaltung.

## Speed-Dating

– schnelles Format, eignet sich zum Kennenlernen –



Das Speed-Dating sorgt dafür, dass sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer erst einmal „beschnuppern“. Es soll die Atmosphäre auflockern und in einem möglichst kurzen Zeitfenster möglichst viele Teilnehmerinnen und Teilnehmer ins Gespräch bringen. Man bittet die Teilnehmenden sich in Gruppen von maximal sechs Personen aufzuteilen und an einem bestimmten Ort Platz zu nehmen. Dort liegt eine Frage aus, die jeder in der Runde beantworten soll. Die Fragen sollten auf persönliche Interessen abzielen und einfach gehalten sein, beispielsweise „Wie heißen Sie?“, „Woher kommen Sie?“, „Wie sind Sie angereist?“ oder „Warum sind Sie hier?“. Nach kurzer Zeit (drei bis maximal sieben Minuten) wechselt die Zusammensetzung, die Teilnehmenden suchen sich neue Gesprächspartner und einen Ort mit einer neuen Frage. Die Methode ist sehr variabel: Es muss beispielsweise nicht jeder an jedem Tisch gewesen sein.

**Zeitraumen:** Gesamtdauer variabel, je Gesprächsrunde 3–7 Minuten

**Teilnehmerzahl:** max. 80 Personen

- Sie benötigen:**
- Vorbereitete Fragen für jeden Ort des Austausches
  - Eine entsprechende Anzahl an Orten für die Zusammenkunft der Gruppen, z. B. Stehtische
  - Eine Person, die die Zeit im Blick hält

## World-Café

– offene Methode, eignet sich zum Austausch auf Augenhöhe –

Die offene Methode des World-Cafés bietet einen Rahmen zum informellen aber dennoch konzentrierten Austausch. Auf den mit Getränken und Keksen oder kleinen Snacks bestückten Tischen liegen Karten mit zwei bis drei unterschiedlichen Fragen, die von den acht bis zehn Tischgästen diskutiert werden. Die Tischbesetzungen wechseln nach etwa 30 Minuten. An den Tischen sitzt außerdem jeweils eine Person als sogenannter „Host“, der den Tisch nicht wechselt. Diese Tisch-Gastgeber moderieren die Gespräche, indem sie auf die vorgegebenen Fragen verweisen und diese gegebenenfalls wiederholen oder darauf zurückführen. Sie geben keinen Input und sollten sich auch mit eigenen Informationen sowie mit Positionierungen zurückhalten. Sie informieren darüber hinaus neu ankommende Teilnehmerinnen und Teilnehmer über den jeweiligen Diskussionsstand. Sie sollen außerdem die Aussagen der Tisch-Teilnehmenden schriftlich notieren. An jedem Tisch sollten bis zu drei Leitfragen ausliegen, diese können an jedem Tisch dieselben sein, sie können aber auch unterschiedlich sein, dies hängt vom Thema ab.



*Im Rahmen der 2. BMU-Umweltbildungskonferenz waren die von uns eingeladenen kommunalen Vertreterinnen und Vertreter die jeweiligen Tisch-Gastgeber. Die Gäste aus den Schulen wechselten drei Mal den Tisch.*



- Zeitraumen:** Gesamtdauer variabel, je Gesprächsrunde etwa 30 Minuten vorsehen
- Teilnehmerzahl:** 20 Personen mindestens, nach oben sind dem Format keine Grenzen gesetzt
- Sie benötigen:**
- Die entsprechende Anzahl großer Tische
  - Leitfragen für die Diskussion
  - Einen Host für jeden Tisch
  - Ein Flipchart für jeden Tisch und entsprechend Stifte

## Zahnrad

– schnelles Format, als Austausch unter den Teilnehmenden geeignet –

Das Zahnrad kann genutzt werden, um die Teilnehmenden ins Gespräch zu bringen. Man kann es sowohl an den Anfang setzen, um Erwartungen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer untereinander auszutauschen oder man setzt es an das Ende einer Veranstaltung, um die Ergebnisse der Veranstaltung auszutauschen. Beim Zahnrad bildet man zwei Stuhlkreise, einen inneren und einen äußeren mit gleich vielen Stühlen, entsprechend der Anzahl der Teilnehmenden. Die Stühle stehen sich gegenüber, sodass sich die Teilnehmenden anschauen. Der Moderator stellt eine Frage: „Was hat Ihnen an der Veranstaltung besonders gut gefallen?“ Nach drei Minuten rutscht der innere oder äußere Kreis die von der Moderation angesagte Stuhlzahl weiter und es folgt die nächste Frage: „Was haben Sie heute vermisst?“

- Zeitraumen:** Insgesamt 30 Minuten, intuitiv entscheiden, wann das Format ausgereizt ist
- Teilnehmerzahl:** 20 Personen mindestens, nach oben sind dem Format keine Grenzen gesetzt, allerdings wird es räumlich schwierig, die entsprechende Anzahl der Stühle in Kreise zu stellen
- Sie benötigen:** Vorbereitete Fragen

Es gibt noch zahlreiche weitere partizipative Formate, die man wählen kann: *Szenario Building*, *Pecha Kucha*, *Fishbowl* sind nur einige davon. In der weiterführenden Literaturliste finden Sie einige der genannten. Die hier beschriebenen Formate zielen auf eine rege Beteiligung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer ab. Wollen Sie eher Inhalte vermitteln oder Dinge präsentieren, bieten sich *Vortragsformate*, *Podiumsdiskussionen* oder *moderierte Workshops* an. Die Formate richten sich immer nach den Inhalten, die Ihnen im Rahmen Ihrer Veranstaltung wichtig sind. Wir empfehlen Ihnen, einen möglichst guten Methodenmix zu wählen, dabei aber nicht zu übertreiben. Lassen Sie sich lieber mehr Zeit für die einzelnen Formate, als möglichst viele auszuprobieren. Und gönnen Sie Ihren Teilnehmerinnen und Teilnehmern ausreichend Möglichkeiten zu verschlafen und mit anderen ins Gespräch zu kommen. Einer Kaffeepause bei Veranstaltungen bis 100 Personen sollte mindestens eine Stunde, einer Mittagspause mindestens anderthalb Stunden Zeit eingeräumt werden.

## Braucht es eine Moderation?

Eine Frage ist an dieser Stelle noch nicht geklärt: Brauchen Sie eine Moderatorin oder einen Moderator? Dazu sollten Sie sich gut überlegen, was Sie erwarten. Wenn dies Aufgaben sind, die Sie sich selber zutrauen, spricht nichts dagegen, dass Sie die Moderation selbst übernehmen. Wenn Sie allerdings am Veranstaltungstag noch für andere Dinge zuständig sind oder sich inhaltlich einbringen wollen, versuchen Sie eine Moderatorin oder einen Moderator für die Ver-

anstaltung zu gewinnen. Vielleicht kann eine Kollegin oder ein Kollege dies übernehmen. Oder aber Sie fragen bei Ihrer Lokalzeitung eine Mitarbeiterin oder einen Mitarbeiter, die oder der sich für das Thema Klimaschutz interessiert.

Sollten Sie mit einer Moderation arbeiten, empfiehlt sich ein Vorbereitungsgespräch. Stellen Sie dar, welche Erwartungen Sie an die Veranstaltung und die Moderationsleistung haben. Versuchen Sie dem Moderator eine genaue Vorstellung vom Publikum zu geben und machen Sie auf Probleme in der Diskussion aufmerksam, falls Sie welche befürchten.

## Begleitformate

Im Rahmen Ihrer Veranstaltung kann es sinnvoll sein begleitende Angebote zu integrieren. Hier sind der Phantasie keine Grenzen gesetzt.

**Projektmarkt / Kooperationsbörsen:** Möglicherweise gibt es in Ihrer Kommune schon einige Aktivitäten zum Klimaschutz. Um diese sichtbar zu machen und eine Vernetzung zu erleichtern, könnten Sie einen Projektmarkt anbieten. Der Projektmarkt ermöglicht es den Beteiligten, sich einer interessierten Öffentlichkeit zu präsentieren und kommunale Akteure kennenzulernen. Meist braucht es nicht viel für einen Projektmarkt. Bieten Sie eine Standardausstattung, wie einen Tisch und einen Stuhl an. Sollten sich beispielsweise Unternehmen präsentieren, haben diese meistens eigene kleine Messestände, die sie zu solchen Anlässen mitbringen. Sie müssen lediglich die Anmeldungen für den Projektmarkt aufnehmen und die Standverteilung übernehmen. Sprechen Sie gezielt Einrichtungen und Unternehmen an, ob sie sich vorstellen wollen.

Das Format eignet sich vor allem, wenn es sich um Ihre erste Veranstaltung handelt und Sie sich und den Teilnehmenden einen Überblick über interessante Klimaschutzprojekte in Ihrer Kommune ermöglichen möchten.



**Blog:** Neben den klassischen Dokumentationsformen wie Fotografie, Film und schriftliche Dokumentation könnten Sie in einem eigens für die Veranstaltung gestalteten Blog die Ergebnisse der Diskussionen der Veranstaltung festhalten. Dazu benötigen Sie jemanden, der einen solchen Blog programmieren kann. Fragen Sie Ihre Schülerinnen und Schüler; viele wissen, wie man so etwas macht. Außerdem sollte jemand aus dem Planungsteam für die Redaktion zuständig sein. Eingestellt werden kann auf einem Blog fast alles. Sie können die Konferenzthemen darstellen, Fotos und Videos hochladen, Reden und Grußworte einstellen. Optimalerweise ermöglichen Sie über öffentlich zugängliche Rechner am Veranstaltungsort das Bloggen vor Ort. So können die Teilnehmenden ihre Eindrücke direkt posten.

Wenn Sie alle Veranstaltungsteile zusammengestellt haben, können Sie das Programm mit zeitlichen Abläufen erstellen. Dieses sollten Sie regelmäßig anpassen und bei entscheidenden Änderungen Ihrem Verteiler zustellen.

## Durchführung

Am Tag der Veranstaltung planen Sie reichlich Zeit ein, um sich am Veranstaltungsort vorzubereiten. Jedem aus dem Vorbereitungsteam kommt eine Aufgabe zu, die Sie möglichst im Vorfeld geklärt haben und optimalerweise in einem sogenannten Regieplan festgehalten haben. Jemand aus dem Team sollte die zentrale Ansprechpartnerin oder der zentrale Ansprechpartner für Fragen oder Probleme sein.



Sie sollten möglichst einen Anmeldetisch einrichten, an dem die Ankommenen die Möglichkeit haben, das aktuelle Programm und ein Namensschild zu erhalten. Nicht Angemeldete sollten sich mit ihren Kontaktdaten in eine vorbereitete Liste eintragen, sodass Sie diese für nachfolgende Aktivitäten haben. Gehen Sie am Tag der Veranstaltung noch einmal mit allen Akteuren den Ablauf durch, sodass allen klar ist, wer was zu welcher Zeit machen wird. Sinnvoll ist es auch im Vorfeld zu klären, wer im Zweifelsfall Entscheidungen trifft, falls unerwartete Dinge passieren.

## Nachhaltiges Veranstaltungsmanagement

Nachhaltiges Veranstaltungsmanagement bietet die perfekte Gelegenheit, mit gutem Beispiel voranzugehen. Mit einer Veranstaltung, die nach den Kriterien der Nachhaltigkeit geplant und durchgeführt ist, zeigen die Veranstalter nicht nur Verantwortung, sondern profitieren selber direkt durch das Konzept. Denn in erster Linie geht es bei einem nachhaltigen Veranstaltungsmanagement um die Vermeidung umweltbelastender Faktoren und das Einsparen von Ressourcen. Dies hat oftmals einen direkten und vor allem positiven Effekt auf das Budget. Versuchen Sie Papier zu sparen, indem Sie sich gut überlegen, ob Sie diesen oder jenen Ausdruck wirklich brauchen. Fragen Sie Ihren Caterer, ob er regionale Produkte aus ökologischem Anbau anbieten kann.

*Im Rahmen der 2. BMU-Umweltbildungskonferenz haben wir die Kriterien eines nachhaltigen Veranstaltungsmanagements berücksichtigt. Wir haben einen Veranstaltungsort gewählt, bei dem Umwelt- und Klimaschutz wesentlicher Bestandteil der Unternehmensphilosophie und des Unternehmenshandelns ist. Darüber hinaus haben wir auf die Ausgabe von Teilnehmermappen verzichtet und so viel Papier gespart. Bei der Auswahl des Caterings haben wir auf regionale Produkte aus ökologischem Anbau gesetzt.*

## Dokumentation

Es empfiehlt sich auf jeden Fall die Veranstaltung gut zu dokumentieren. Betrauen Sie eine Person des Planungsteams mit der Aufgabe des Fotografen. So erhalten Sie schönes Material, das Sie zur weiteren Verbreitung und zur Dokumentation Ihrer Aktionen nutzen können. Beispielsweise können Sie im Nachgang Ihrer Veranstaltung der Presse nicht nur einen spannenden Bericht sondern auch gute Fotos liefern. Vielleicht haben Sie an Ihrer Schule auch eine Schülerzeitung, sodass Sie diese Aufgabe an interessierte Schülerinnen und Schüler übertragen können. Aus den Berichten und Fotos können Sie auch eine Elterninformation gestalten. Eltern können sich als wertvolle Kooperationspartner erweisen und sind in der Regel sehr an den Aktivitäten der Schule interessiert.

Holen Sie vor der Veranstaltung, wenn möglich, eine Einwilligung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer ein, um Fotos oder Videos der Veranstaltung bedenkenlos verwenden zu können. Denn grundsätzlich kann jede Person selbst bestimmen, ob und welche Abbildungen in der Öffentlichkeit gezeigt werden. Nur in Ausnahmefällen ist eine zustimmungsfreie Nutzung von Personenfotos zulässig.

## Nachbereitung

Die Veranstaltung ist vorbei, die Projektarbeit jedoch nicht. Nun gilt es die Veranstaltung auszuwerten. Wie viele Teilnehmerinnen und Teilnehmer hatten sich angemeldet und wie viele sind tatsächlich gekommen? Welche Ergebnisse konnten erzielt werden? Gibt es neue Erkenntnisse? Vergleichen Sie die Ergebnisse mit den Zielen, die Sie am Anfang der Projektplanung bestimmt haben. Tauschen Sie sich darüber aus, was gut lief, was nicht so gut lief und was Sie beim



nächsten Mal besser machen können. Wenn Sie die Veranstaltung ausgewertet haben, können Sie die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sowie die lokale Presse über die Ergebnisse informieren. Vergessen Sie nicht ein Dankschreiben an alle Unterstützer der Veranstaltung zu schicken. Die Abrechnung bildet den Schlusspunkt. Übertragen Sie die realen Kosten in Ihre Kalkulation, das gibt Ihnen die Möglichkeit den Überblick zu behalten und hilft bei der Kalkulation der nächsten Veranstaltung.

## Weiterführende Literatur

„Großgruppenveranstaltungen in der politischen Bildung. Konzepte und Methodenüberblick Gestaltung und Moderation in der Praxis“

Herausgeber: Bundeszentrale für politische Bildung

Erscheinungsdatum: 24.03.2006

Bestellnummer: 2545

"Spezifische Partizipationsmethoden"

<http://www.kinderpolitik.de/methodendatenbank/funktionen/methode.php?action=syssearch&step=1&Typ=11> (Stand Januar 2012)

UBA: Umweltfreundliche Veranstaltungen

<http://www.umweltdaten.de/publikationen/fpdf-l/4059.pdf>



# Anhänge

## Kalkulation

Kostenpositionen	Erläuterungen	Anzahl	Einzelpositionen	Zwischensumme netto	Zwischensumme brutto	Tag der Auszahlung	Auszahlungsbetrag
1. Veranstaltungsort	Mietkosten Technikmiete Mobiliarmiete						
2. Verpflegung	Verpflegung Getränke Imbiss, Snacks, Erfrischungen						
3. Dekoration	Catering Tischwäsche Geschirr Blumen						
4. Werbematerial	Bilder, Poster, Aufsteller Tagungsunterlagen Programm Namensschilder Kopier-/Druckkosten Versandkosten						
5. Gebühren und Abgaben	Pressemappe Werbeanzeige Einladungen Druck Banner Druck Flyer Fotorechte Verteilkosten GEMA Versicherungen Genehmigungen (z.B. bei der Stadt)						
6. Organisationskosten	Porto Telefon Büromaterial Pinnwände Stifte Flipcharts Moderationskoffer						

8. Honorare	Referierende Moderation Künstler Fotograf Technik Garderobenpersonal Servicepersonal Reinigungskräfte Sonstige Hilfskräfte						
9. Reisekosten	Referenten						
10. Übernachtungskosten	Übernachtung Frühstück Dokumentation Dankschreiben						
11. Nachbereitungskosten							

Diese Kalkulation enthält nicht alle relevanten Kosten, die bei einer Veranstaltungsplanung entstehen können. Ergänzen Sie Ihre eigene Kalkulation entsprechend. Mit jeder Veranstaltung, die Sie umsetzen, werden Sie geschickter in der Planung.








## Checkliste

	Erläuterung	verantwortlich	fällig am	Status		
				in Planung	in Arbeit / erledigt	
12–6 Monate vor der Veranstaltung	1. Projekttreffen	Verständigung über Ziele, Zielgruppe und Art der Veranstaltung (Netzwerkveranstaltung, Vortrag, Filmvorführung, Elternabend, Kindertheater, Ausstellung etc.) Terminfindung				
	Kalkulation aufstellen					
	Einladungskreis definieren	Datenbank erstellen				
	Anfrage Kooperationen					
	Anfrage Künstler / Referenten					
	Raumfrage klären	eigene Räumlichkeiten oder Räumlichkeiten mieten, Raumbegehung				
	Webseite	Informationen einstellen Einrichten Anmeldemöglichkeit – regelmäßiges Update der Anmeldezahlen				
	1. Save-the-Date-Mailing					
	2. Projekttreffen	Programmentwicklung Entwicklung Regieplan				
	3. Projekttreffen	Status Programm				
	Einholung Angebote	Caterer Technik				
5–2 Monate vor der Veranstaltung	Programmgestaltung					
	Ablauf- / Regieplan erstellen					
	Gestaltung von Werbematerial	Flyer, Poster, Handzettel, Einladungen				
	Druck von Flyern, Postern und Handzetteln					
	Verteilung der Flyer, Poster					
	Anreisemodalitäten klären	Hotel buchen				
	Einladungen versenden	eventuell mit dem Programm				
	Raumcheck durchführen	Raumkonzept erstellen (Bühne, Podium, Leinwand, Tischanordnung etc.) Zufahrten, Fluchtwege, Fahrstühle etc. klären Parkplätze reservieren Garderoberäume klären Technikbedarf klären Tische oder Pinnwände für Infostände				
	1 Monat vor der Veranstaltung	Pressemeldung abfassen und an Zeitung versenden				
		Tagungsmappe vorbereiten				
		Druck des Programms				
Fotograf bestellen						
Presseeinladung versenden		eventuell Informationen zu einem VIP-Gast mitsenden				
Hausmeister informieren		Schließung der Räume sichern aller Beteiligten				
Telefonliste erstellen						
Gastgeschenke						
Ablauf- / Regieplan verteilen						
Gästeliste / Teilnehmerliste drucken						
Dekoration des Veranstaltungsraumes						
Aufbau						
Technikprobe						
letzte Ablaufkontrolle der Verantwortlichen						
letztes Briefing der Beteiligten						
Registrierung der Teilnehmer						
Abbau und Aufräumen						
Pressemitteilung						
Protokolle / Berichte						
Dankeschreiben						
Abrechnung						
Presseartikel sammeln						
Teilnehmerliste auswerten	Datenbank erweitern					
Nachbesprechung mit dem Projektteam	Planungsbeginn rechtzeitig Verlauf der Veranstaltung planmäßig Qualität der Referate Teilnehmerauswertung Auswertung der Formate Gesamturteil Learnings für die nächste Veranstaltung					

14 Tage vorher	Pressemeldung abfassen und an Zeitung versenden				
	Tagungsmappe vorbereiten				
	Druck des Programms				
	Fotograf bestellen				
5–4 Tage vor der Veranstaltung	Presseeinladung versenden	eventuell Informationen zu einem VIP-Gast mitsenden			
	Hausmeister informieren	Schließung der Räume sichern aller Beteiligten			
	Telefonliste erstellen				
	Gastgeschenke				
1 Tag vor der Veranstaltung	Ablauf- / Regieplan verteilen				
	Gästeliste / Teilnehmerliste drucken				
	Dekoration des Veranstaltungsraumes				
	Aufbau				
Veranstaltungstag	Technikprobe				
	letzte Ablaufkontrolle der Verantwortlichen				
	letztes Briefing der Beteiligten				
	Registrierung der Teilnehmer				
Nachbereitung	Abbau und Aufräumen				
	Pressemitteilung				
	Protokolle / Berichte				
	Dankeschreiben				
	Abrechnung				
	Presseartikel sammeln				
	Teilnehmerliste auswerten	Datenbank erweitern			
	Nachbesprechung mit dem Projektteam	Planungsbeginn rechtzeitig Verlauf der Veranstaltung planmäßig Qualität der Referate Teilnehmerauswertung Auswertung der Formate Gesamturteil Learnings für die nächste Veranstaltung			



-  Kommunikation Leitfaden
-  Netzwerktreffen Leitfaden
-  KlimaRallye
-  Klimaschutzprojekte aus Schülersicht
-  Klimaschutzaktionen Formen, Tipps & Hinweise

gefördert von:



Bundesministerium  
für Umwelt, Naturschutz  
und Reaktorsicherheit



DIE BMU  
KLIMASCHUTZ-  
INITIATIVE



www.bmu.de/bildungsservice

durchgeführt von:



zu finden auf:



<http://klima.bildungscnt.de>