



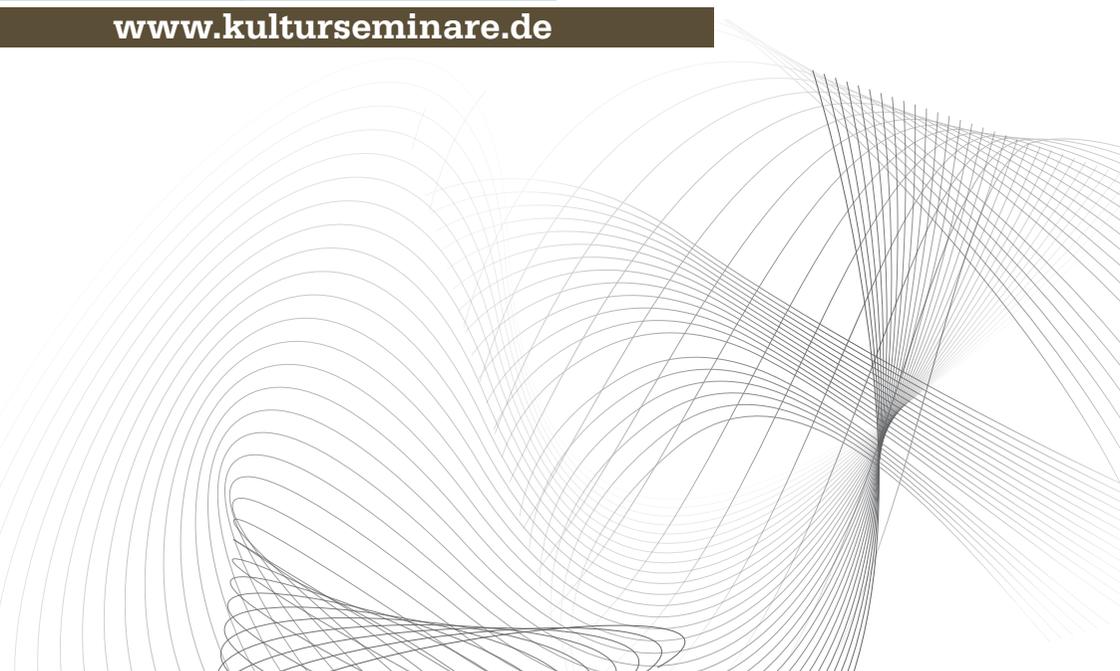
KULTURBÜRO
Rheinland-Pfalz

Kultur & Management

Seminarprogramm 2016

2. Halbjahr

www.kulturseminare.de



Liebe Leserinnen und Leser,

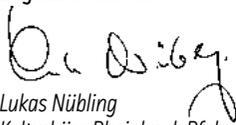
nun haben Sie unser Seminarprogramm »Kultur & Management« des zweiten Halbjahres 2016 vor sich.

Unser Programm richtet sich an Mitarbeiter/innen, die in der Kulturvermittlung oder im Organisations-, Verwaltungs- und Managementbereich von Kultureinrichtungen tätig sind bzw. in das Berufsfeld Kultur einsteigen wollen – an Kulturzentren, -ämter, -büros, -vereine, -initiativen, Theater, Orchester, Festivalveranstalter, Kleinkunsthöhlen ... Genauso interessant ist es aber auch für Künstler. Wir haben einige Seminare, die sich an diese Zielgruppe richten. Viele Themen – gerade im Rhetorik-Bereich – sind natürlich für alle Kulturschaffenden geeignet.

Ohne finanzielle Unterstützung und Kooperationspartner vor Ort würde nichts laufen. In erster Linie bedanken wir uns natürlich beim rheinland-pfälzischen Kulturministerium, das uns seit Jahren unterstützt. Außerdem unterstützt uns die LAKS Baden-Württemberg. Sie wird weiterhin vor Ort in ihren Einrichtungen die Seminare kompetent betreuen.

Nachdem wir über fünf Jahre die Preise stabil gehalten haben, müssen wir nun der allgemeinen Entwicklung folgen und die Gebühr je Seminartag um 10,- € erhöhen. Wir hoffen natürlich, dass dies für Sie tragbar ist.

Ansonsten wünschen wir uns, dass Sie genügend interessante Seminarthemen finden und wir Sie weiterhin so zahlreich bei uns begrüßen dürfen.



Lukas Nübling
Kulturbüro Rheinland-Pfalz
Geschäftsführer

Seminarübersicht 2016, 2. Halbjahr

- > **»Kreatives Europa fördert Kultur – aber wie?«**
Di. 13. September, Koblenz
- > **Changemanagement in Kultureinrichtungen**
Mi. 14. September, Lahnstein
- > **Aus Besuchern Stammkunden machen**
Do. 15. September, Koblenz
- > **Bildbearbeitung mit Adobe Photoshop**
Di./Mi. 20./21. September, Neuwied-Engers
- > **Das »kleine 1 x 1« des Zuwendungsrechts**
Do. 22. September, Lahnstein
- > **Öffentliche Kulturförderung**
Di. 27. September, Koblenz
- > **Erfolgsstrategien für mentale Fitness**
Mi. 28. September, Koblenz
- > **Social Media Marketing**
Do. 29. September, Mainz
- > **Sponsoring kompakt**
Di. 04. Oktober, Mainz
- > **Pressetexte II**
Mi./Do. 05./06. Oktober, Neuwied-Engers
- > **Strategien der Öffentlichkeitsarbeit**
Di. 11. Oktober, Karlsruhe
- > **Förderanträge erfolgversprechend gestalten**
Di. 18. Oktober, Pforzheim
- > **E-Mails gekonnt formulieren und professionell organisieren**
Di. 25. Oktober, Koblenz
- > **Grafik: Layout und Gestaltung mit Adobe Indesign**
Mi./Do. 26./27. Oktober, Koblenz
- > **Junge Zielgruppen im Web erreichen**
Mi. 02. November, Mainz
- > **Vertragsgestaltung**
Do. 03. November, Mainz
- > **Stimme und Rhetorik II**
Di. 08. November, Pforzheim
- > **Akquise leicht gemacht**
Do. 10. November, Mainz
- > **Sicherheit auf Open-Air Veranstaltungen**
Di. 15. November, Karlsruhe
- > **Erfolgreich mit dem Chef kommunizieren**
Mi./Do. 16./17. November, Koblenz
- > **Projektmanagement kompakt**
Di. 22. November, Koblenz
- > **Methodenmarathon – 42 Spiele und Übungen mit Gruppen**
Mi./Do. 23./24. November, Koblenz
- > **Das Kulturmarketingkonzept**
Di. 29. November, Pforzheim

Kreatives Europa fördert Kultur – aber wie?

Seminar mit Trainingsworkshop

KREATIVES EUROPA heißt das aktuelle Förderprogramm der EU für den Kultur- und Kreativsektor. Das Seminar befasst sich mit dessen Teilprogramm KULTUR, das vor allem darauf ausgerichtet ist, im europäischen Kontext zusammen zu arbeiten, dabei die Professionalisierung der Kulturschaffenden und deren Mobilität zu unterstützen, sowie neue Publikumsschichten zu erschließen. Grenzüberschreitende, möglichst innovative Kooperationsprojekte bilden das Kernstück des Teilprogramms KULTUR und stehen dementsprechend hinsichtlich Zielen, Förderkriterien und Antragsverfahren im Fokus des Seminars.

Inhalte

- » KREATIVES EUROPA – Teilprogramm KULTUR: Ziele, Prioritäten, Förderbereiche, Vergabekriterien, Antragstellung, Auswahlprozess, Projektbeispiele
- » Zum besseren Verständnis der Förderkriterien: Einblick in den kulturpolitischen Hintergrund der EU-Kulturförderung
- » Tipps zur Projektpartnersuche und Antragstellung
- » Alternative bzw. ergänzende Fördermöglichkeiten
- » Fragen und Antworten
- » Praktischer Workshop in Arbeitsgruppen: Auf Grundlage des zuvor Gelernten entstehen exemplarische Projektkonzepte für das EU-Programm KULTUR. Anschließend wird geübt, diese mit Blick auf die Programmprioritäten knapp und überzeugend zu präsentieren. Gemeinsame Diskussion und Bewertung im Plenum.

Zielgruppe

Das Seminar richtet sich an Einsteiger und solche, die ihre Kenntnisse aktualisieren bzw. vertiefen wollen. Auch wenn nur Organisationen und Einrichtungen antragsberechtigt sind, profitieren vom Seminar auch einzelne Kulturakteure aller Sparten (Ausnahme: reine Filmbranche) sowie Multiplikatoren, z.B. aus Beratungsbüros und aus der Verwaltung.



Sabine Bornemann

Creative Europe Desk KULTUR (vormals CCP)

www.ccp-deutschland.de

Di. 13. September, 10 – 17 Uhr

Koblenz, Medienladen

Kosten: 90 € inkl. Arbeitsmaterialien. Max. 20 Teilnehmer/innen.

Kultureinrichtungen laufen Gefahr, dass sie mit dem Weggang eines langjährigen Mitarbeiters nicht nur einen geschätzten Menschen, sondern auch viel Erfahrungswissen verlieren. Es stellt sich somit die Frage, wie eine Wissensweitergabe optimal gestaltet werden kann. Wie sieht die Kunst des Aufhörens und Weitergebens aus? Für die einzelnen Akteure, die in eine neue Lebensphase eintreten, und für die Organisation ist dieser Wechsel oftmals mit vielen Herausforderungen behaftet. Changemanagement hat also zwei Ebenen: die Ebene der Organisation und die Ebene des Individuums, das in eine persönliche neue Lebensphase eintritt.

Schwerpunkt dieses Seminares wird die Ebene der Organisation sein. Wie kann das Wissen systematisch in der Organisation verankert werden? Welche Methoden gibt es, das Erfahrungswissen der Akteure zu erfassen und nutzbar zu machen? Anhand der Wissensstafette wird die Wissensweitergabe individuell reflektiert und praktisch gestaltet.

Am Nachmittag werden wir auch kurz auf die Ebene des Individuums eingehen.

In diesem Seminar erhalten Sie einen Überblick über die möglichen Instrumente des Changemanagements. Das Changemanagement an und für sich geschieht prozesshaft über einen längeren Zeitraum in Ihrem Betrieb.

Inhalte

- » Formulierung von Wissenszielen zur »Weitergabe«
- » Ausarbeitung eines systematischen Wissenstransfers in der Organisation (Wissensstafette) und die dazugehörige Begleitung
- » Begleitung des individuellen Prozesses des »Aufhörens«



Agnes Wörner

Selbstständige Organisationsberaterin, Trainerin, Coach, Dozentin an der ZEW Universität Hannover und FHDW Hannover

Mi. 14. September, 10 – 17 Uhr

Lahnstein, Kulturbüro Rheinland-Pfalz

90 € inkl. Arbeitsmaterialien. Max. 16 Teilnehmer/innen.

Aus Besuchern Stammkunden machen

»Damit Sie gerne wiederkommen ...« Besucher finden und binden

Für Philip Kotler, einen der führenden Marketingexperten, war das Bild des »Jägers« die gültige Metapher für das Marketing des 20. Jahrhunderts; im 21. Jahrhundert sei es dagegen das des »Gärtners«, der seine Kundenbeziehungen hegt und pflegt. Und darum wird es auch zukünftig im Kulturmarketing gehen: sorgfältig und nachhaltig die Beziehungen zu den Besuchern pflegen, um so dauerhaft die Existenz des eigenen Kulturbetriebs zu sichern. Dabei geht es nicht nur um die finanzielle Absicherung, sondern vor allem um die kulturpolitische Legitimation: nur die Kultureinrichtung, die langfristig und stabil Besucher hat, wird in Zukunft Bestand haben. Grundkenntnisse des Kulturmarketing, z. B. durch das Seminar »Grundlagen des Kulturmarketing« des Referenten, durch die praktische Tätigkeit oder durch einschlägige Literatur, sind sinnvoll.

Inhalte

- » Vorteile der Besucherbindung
- » Von der Besucherorientierung zur Besucherbindung
- » Beschwerdemanagement
- » »Kulturmarken« als Instrument der Besucherbindung
- » Traditionelle Instrumente der Besucherbindung: Abonnement, Besucherorganisationen, Fördervereine
- » Innovative Instrumente der Besucherbindung: Besucherkarten, Besucherclubs, Memberships



Prof. Dr. Armin Klein

Professor für Kulturmanagement und Kulturwissenschaften in Ludwigsburg, viele Jahre Kulturreferent und Autor des Buches »Starke Marken im Kulturbetrieb« sowie zahlreicher Standardwerke zum Kulturmanagement

Do, 15. September 10 – 17 Uhr
Koblenz, Medienladen

Kosten: 90 € inkl. Arbeitsmaterialien. Max. 24 Teilnehmer/innen.

Bildbearbeitung mit Adobe Photoshop CC (Creative Cloud)

Wenn das Foto wenig taugt ...

Wenn Sie Fotos für Artikel, Pressearbeit, Webauftritte, soziale Medien, Präsentationen oder Unternehmensbroschüren nutzen wollen und dieses in bestmöglicher Qualität, so ist eine professionelle Aufbereitung nur mit den Methoden moderner Bildbearbeitung zu bewerkstelligen. In diesem Seminar werden Ihnen die Grundlagen und wichtigsten Techniken der Bildbearbeitung mit der neuesten Photoshop-Version vermittelt. Es richtet sich an Teilnehmer mit keinen oder geringen Vorkenntnissen. Sie lernen anhand von Übungen, Ihre Fotos zu bearbeiten. Sie erhalten Grundkenntnisse über die wichtigsten Funktionen und Werkzeuge von »Adobe Photoshop«. Sie bearbeiten selbst mitgebrachte digitale Fotos mit Hilfe des Referenten. Sie erhalten einen Überblick über Bildgrößen, Druckauflösungen und Dateiformate. Sie sind in der Lage, nach dem Kurs das Gelernte sofort praktisch umzusetzen.

Das Seminar bietet Ihnen die Möglichkeit, Adobe Photoshop auf Ihrem eigenen Rechner kennen zu lernen. Zu diesem Zweck sollten Sie Ihren Laptop mitbringen, auf dem das Programm installiert ist. Falls Sie nicht sofort ein Photoshop Abo abschließen wollen, können Sie sich eine Demoversion installieren, die 30 Tage wie eine Vollversion funktioniert. Dies ist ganz leicht und wird im Vorfeld des Seminars erklärt. Sie haben in dieser Zeit dann die Möglichkeit, die Seminarinhalte weiter zu vertiefen, ohne sofort eine Kaufentscheidung treffen zu müssen.

Inhalte

- » Digitale Bilder – Auflösung, Formate, Farbräume
- » Grundfunktionen von Photoshop
- » Einfache Bildoptimierung von problematischen Fotos
- » Bildoptimierung mit der Tonwertkorrektur
- » Bilder richtig schärfen
- » Ebenentechnik und Schrifteinbindung
- » Fotomontagen mit Text auf Bild
- » Projektbezogene Aufgaben wie CD-Cover, Plakat, Postkarte, Visitenkarte
- » Retuschen, Bildmanipulationen, Beseitigung von Bildfehlern
- » Bildaufbereitung für das Internet
- » Bildbetextung nach dem IPTC-Standard

Bildbearbeitung mit Adobe Photoshop CC (Creative Cloud)

Wenn das Foto wenig taugt ...

Hinweis

Die meisten Inhalte sind auch mit Adobe Photoshop Elements und GIMP realisierbar. Auf Wunsch kann dies im Seminar angesprochen und gezeigt werden. Alle Teilnehmer erhalten eine Seminar-Daten-DVD mit Software, zahlreichen Informationen und Übungsmaterial.



Bernd Beuermann

Journalist, Fotograf, Medienberater
Foto- und Softwaretrainer
www.beuermann.de

Di./Mi. 20./21. September, Di. 10 – Mi. 16 Uhr
Neuwied-Engers, Landesmusikakademie

180 € inkl. Arbeitsmaterialien zzgl. 80 € Einzelzimmer/Verpflegung.
Max. 14 Teilnehmer/innen.

Das »kleine 1 x 1« des Zuwendungsrechts

Systematische Einführung in das rheinland-pfälzische Zuwendungsrecht

Freie Kulturveranstalter und Kulturschaffende stehen als »Allrounder« vor vielfältigen Herausforderungen: neben einer guten inhaltlich-programmatischen Planung und der Vermarktung des Angebotes ist die Finanzierung eines Kulturprojektes wesentliche Voraussetzung für dessen Gelingen. Wer dabei öffentliche Förderungen, z.B. Landesförderungen, nutzt, muss viel im Kleinteiligen wissen. Denn nur wer im Zyklus von Antrag bis Verwendungsnachweis gut informiert ist, vermeidet nach Beendigung eines Projektes ein böses Erwachen in Form von möglichen Rückforderungen.

Im Seminar werden auf systematische Weise haushalts- und verfahrensrechtliche Basiskennnisse zum Antrags-, Bewilligungs-, Abwicklungs- und Prüfungsverfahren bei finanziellen Förderungsmaßnahmen (Projektförderung) vermittelt. Die Strukturen des Zuwendungsrechts von Rheinland-Pfalz werden dabei erläutert.

Das Seminar richtet sich an Kulturschaffende, die insbesondere Maßnahmen der Projektförderungen im Bereich der Freien Kulturszene (Freie Theater, Musikgruppen, soziokulturellen Einrichtungen etc.) in **Rheinland-Pfalz** durchführen oder beabsichtigen, dies zu tun.

Inhalte

- » Antrag stellen
- » Bewilligung / Ablehnung erhalten
- » Mittel abrufen
- » Verwendung der Fördermittel nachweisen
- » Strategien zur Vermeidung von Rückforderungen des Landes



Thomas Esper

Referent für Kulturförderung bei der Aufsichts- und Dienstleistungsdirektion Trier

Do. 22. September, 10 – 16 Uhr
Lahnstein, Kulturbüro Rheinland-Pfalz

Kostenfrei inkl. Arbeitsmaterialien. Max. 16 Teilnehmer/innen.

Trotz zunehmender finanzieller Engpässe und der Diskussion um Einsparungen in der Kultur bedeutet Kulturförderung in Deutschland immer noch öffentliche Kulturförderung; die private Kulturförderung schlägt nur mit rund 8% zu Buche. Allerdings durchschauen die wenigsten Kulturschaffenden das Dickicht der Förderinstrumentarien einschließlich der oft umständlichen Antragsverfahren und Verwaltungsvorschriften. In Zeiten knapper Kassen wird es immer wichtiger, überzeugende Argumente zu finden, warum wir öffentliche Gelder – sprich Steuergelder – für unsere Arbeit beanspruchen.

Zuerst beschäftigen wir uns daher mit den Grundlagen öffentlicher Kulturförderung und entwickeln Argumentationsstränge für Ihre praktische Arbeit. Danach folgt ein ausführlicher Überblick über die öffentlichen Förderprogramme der Kommunen, der Länder (Schwerpunkt Rheinland-Pfalz) und des Bundes. Die Förderung aus EU-Mitteln wird nur kurz angesprochen; dafür gibt es ein eigenständiges Seminar. Daneben werden aber auch öffentlich-rechtliche Sondertöpfe, wie Fonds und Stiftungen, vorgestellt. Ein besonderes Augenmerk gilt der »Kulturellen Bildung«, die bei Bund und Ländern im Moment oben auf der Agenda steht; hier beschäftigen wir uns mit den aktuellen Förderprogrammen.

Inhalte

- » Grundlagen öffentlicher Kulturförderung; hilfreiche Argumente
- » Förderarten, Finanzierungsformen
- » Antragstellung, Bewilligungsbescheid, Haushaltsvorschriften
- » Projektbuchführung und Verwendungsnachweis
- » Öffentliche Förderprogramme: Kommune, Land (Schwerpunkt Rheinland-Pfalz), Bund
- » Sonderprogramme, Fonds und öffentlich-rechtliche Stiftungen
- » Kostenplan, Kostenarten, Kostenkalkulation
- » Finanzierungsplan: Eigenmittel, Eigenleistung, Drittmittel
- » Einnahmen- und Ertragsschätzung



Stephan Bock

Kulturmanager, Kulturberater, Supervisor (DGSv), Trainer, Coach; Autor zahlreicher Fachbeiträge zum Thema »Kulturmanagement«

Di. 27. September, 10 – 17 Uhr
Koblenz, Medienladen

90 € inkl. Arbeitsmaterialien. Max. 24 Teilnehmer/innen.

In Beruf und Alltag müssen wir uns ständig auf Neues einstellen und schnell wechselnde, komplexe Aufgaben meistern. Da ist mentale Fitness gefragt – insbesondere die Fähigkeit, sich zu konzentrieren, effektive Merk-, Lern- und Arbeitsstrategien anzuwenden und mit den eigenen Energien zu haushalten. Glücklicherweise liebt unser Gehirn neue Herausforderungen und Abwechslung. Es belohnt uns mit positiven Gefühlen, wenn wir die Fähigkeiten nutzen, die in uns stecken.

Erfahren und erleben Sie, wie es Ihnen gelingt,

- » Ihre Konzentration und Kreativität zu steigern, sich Informationen unterschiedlichster Art mit fast spielerischer Leichtigkeit zu merken
- » Stichpunkte für Vorträge und Reden präsent zu haben
- » auch in stressigen Situationen den Überblick zu bewahren
- » bei der täglichen Informationsflut das Wesentliche zu erfassen
- » sich zwischendurch auch immer wieder zu entspannen

Eine abwechslungsreiche, praxisbezogene Seminargestaltung unter Berücksichtigung neuester wissenschaftlicher Erkenntnisse, Spaß und Erfolgserlebnisse motivieren Sie, die Strategien und Techniken sofort im (beruflichen) Alltag umzusetzen. Sie erhalten ein umfangreiches Set von Übungsmaterialien, um auch nach dem Seminar »am Ball zu bleiben«.

Inhalte

- » Mentales Aktivierungstraining
- » Wirkungsvolle, leicht zu erlernende Merkstrategien
- » Gehirnfreundliche Lern- und Arbeitstechniken
- » Kurze Bewegungs- und Entspannungsübungen
- » Tipps für mehr Power, Achtsamkeit und Gelassenheit



Christiane Matern

Dipl.-Pädagogin, Dipl.-Übersetzerin, lizenzierte Trainerin für Mentale Aktivierung und Relaxation sowie Lern- und Gedächtnistrainerin (Gesellschaft für Gehirntraining)

Mi. 28. September, 10 – 17 Uhr
Koblenz, Medienladen

90 € inkl. Arbeitsmaterialien. Max. 14 Teilnehmer/innen.

Social Media wie Facebook, Twitter & Co bieten vielseitige Möglichkeiten, mit den verschiedensten Menschen auf der ganzen Welt zu kommunizieren. Gerade für Kulturbetriebe bietet sich so die Möglichkeit, das eigene Angebot weitreichend bekannt zu machen. Dabei kommt es insbesondere auf die zielgruppengerechte Ansprache an. Während im Offline-Marketing Zielgruppen hauptsächlich nach sozio-ökonomischen Faktoren ausgewählt wurden, funktioniert diese Strategie im Internet nur mittelfristig. Sich ständig wandelnde Kommunikationsplattformen ziehen ein kontinuierlich neues Publikum an. Als Organisation ist es deshalb besonders wichtig, die eigenen Organisationswerte zu kommunizieren und die Organisationsidentität im Social Web zu pflegen. Ziel dieses Kurses ist es, sich intensiv mit der eigenen Marketingstrategie auseinanderzusetzen bzw. grundsätzliche Überlegungen anzustellen, falls noch keine Strategie vorhanden ist. Dazu lernen Sie innerhalb des Workshops verschiedene Tools und Methoden kennen, wie Sie als Organisation erfolgreich im Social Web kommunizieren. Darüber hinaus lernen Sie anhand von Fallbeispielen, welche Methoden im Social Web besonders vielversprechend sind.

Inhalte

- » Einführung in das Social Media Marketing
- » Methoden & Tools für das erfolgreiche Marketing im Social Web
- » Individuelle Ansprache Ihrer Zielgruppe
- » Branding: Wie präsentiere ich meine Organisation im Internet?
- » Best practices, Austausch, ggf. Gruppenarbeit



Andrea Nienhaus

Kommunikationsdesignerin und Dozentin

www.andreanienhaus.de

Do. 29. September, 10 – 17 Uhr
Mainz, Erbacher Hof

100 € inkl. Arbeitsmaterialien und Mittagessen. Max. 24 Teilnehmer/innen.

Sponsoring kompakt

Vom Bittsteller zum Geschäftspartner

Kulturinstitutionen, Vereine und Veranstalter, die in der Akquisition von Sponsoren erfolgreich sind, wissen worauf es ankommt: Sponsoring als Marketinginstrument für Unternehmen begreifen und dementsprechend klare Angebote für potenzielle Sponsoren schaffen. Im Tagesseminar »Sponsoring kompakt« erhalten die Teilnehmer einen Überblick über die Erfolgsfaktoren von Sponsoring-Angeboten, die für Unternehmen von Interesse sind, und wie Sie systematisch anhand von neun Schritten die Akquisition von Sponsoren betreiben können. Anhand von Praxisbeispielen aus den verschiedenen Kultur- und Sponsoring-Bereichen erarbeiten Sie die Grundlagen für Sponsoring-Konzepte, die Ihnen helfen, potenzielle Sponsoren anzusprechen und für Ihre Projekte zu gewinnen.

Inhalte:

- » Erfolgsfaktoren im Sponsoring (Zielgruppen, Gegenleistungen, interessante Konzepte für Unternehmen)
- » Sponsoring als Marketinginstrument für Unternehmen
- » 9 Schritte in der systematischen Akquisition von Sponsoren



Patrick Seitter

Referent für professionelles Sponsoring-Management; Akquise, Bewertung, Aktivierung und professionelles Management von Sponsoring & Event-Projekten sind dabei sein Spezialgebiet; Projektleiter bei der ESB Europäische Sponsoring-Börse
www.esb-online.com

Di. 04. Oktober, 10 – 17 Uhr
Mainz, Erbacher Hof

100 € inkl. Arbeitsmaterialien und Mittagessen. Max. 24 Teilnehmer/innen.

Dieses zweitägige Seminar beinhaltet eine kurze Wiederholung und eine deutliche Erweiterung des Seminars »Presstexte I« (Frühjahr 2016). Über die grundsätzliche Pressearbeit hinaus wird ausführlich besprochen, wie solide Berichterstattung aussehen kann, wenn die ortsansässigen Medien keinen Journalisten geschickt haben. Neben dem Umgang mit Redaktionen wird auch die Arbeit für eigene Medien besprochen. Es wird gezeigt, wie klar und prägnant getextet wird. Wer also für die eigene Vereinszeitschrift oder das Intranet schreibt, bekommt in diesem Seminar wichtige Hinweise für journalistisch und stilistisch gute Texte. Die Kursteilnehmer schreiben unter Anleitung Texte, die gemeinsam analysiert werden.

Anfänger, die mit der Pressearbeit noch nicht vertraut sind und »Presstexte I« besucht haben, erhalten mit den beiden Seminaren einen Crashkurs »Einführung in die Pressearbeit«, der ihnen eine tragfähige Grundlage für erfolgreiche Pressearbeit vermittelt. Mitarbeiter von Vereinen und Institutionen, die schon über ein wenig Erfahrung verfügen, können auch ohne Besuch des Seminars »Presstexte I« teilnehmen.

Inhalte

- » Welche journalistische Textsorte für welchen Zweck?
- » Die Zusammenarbeit mit Redaktionen
- » Informationen sammeln, gewichten, portionieren, formulieren
- » Der wirksame Anfang: die besten Einstiege
- » Überschriften und Kurztexte
- » Texte über Menschen: das Porträt
- » Interessante Antworten durch gute Fragen



Günter Gleim

Journalist und Autor; Ausbilder von Journalisten; Ressortleitung bei Tageszeitung und Reporter für Print und Rundfunk; Chefredakteur Magazin »mrlife«

Mi./Do. 05./06. Oktober, Mi. 10 – Do. 16 Uhr

Neuwied-Engers, Landesmusikakademie

**Kosten: 180 € inkl. Arbeitsmaterialien zzgl. 80 € Einzelzimmer/Verpflegung.
Max. 14 Teilnehmer/innen.**

Texten, fotografieren, videografieren, bloggen, Zeitung, Radio, Fernsehen, Internet, Druckmedien, Projektfilme – Presseverantwortliche sollen heute über entsprechendes Know-how verfügen, um diese vielfältigen Presse-Instrumentarien einsetzen zu können. Damit sind die Voraussetzungen gesichert für das Eigentliche: Pressearbeit im Sinne von Beziehungsarbeit zum Publikum, zu Käufern oder Nutzern, zur Politik, zu privaten wie öffentlichen Geldgebern, zu Meinungsmachern und Multiplikatoren, zu eigenen Mitarbeitern oder Vereinsmitgliedern. Diese Beziehungsarbeit ist gleichzusetzen mit der Überzeugungsarbeit für das eigene Produkt, die eigene Idee, die eigene Konzeption und ist entscheidend für die Positionierung gegenüber der Konkurrenz und den Zugang zu Förderungen im öffentlichen wie privaten Raum. Der Erfolg der Überzeugungsarbeit basiert auf einem konsequent umgesetzten Strategie-Konzept, das bei der Analyse beginnt und der Erfolgskontrolle endet. Das Seminar bietet eine Einführung in dieses Strategie-Konzept, zeigt exemplarisch, worauf es bei der PR-Arbeit ankommt und erarbeitet mit den Teilnehmern individuelle Kommunikationswege, wie man durch und mit Kunst und Kultur das gesellschaftliche Leben mitbestimmt. So ist es Teil der Kurskonzeption, dass jeder Teilnehmer sein PR-Ziel definiert und Beispiele seiner PR-Tätigkeit im Kurs vorstellt.

Inhalte

- » Kommunikationspolitik – Grundlagen
- » Medienbeobachtung und Marktanalyse
- » PR-Strategie-Entwurf
- » Profilbildung durch Kommunikation intern – extern
- » Leistungsmerkmal »Homepage«
- » Social Media – Chancen und Grenzen
- » Wirkungskontrolle, Evaluation
- » Auf den Punkt gebracht – praktische Medien- und Pressearbeit



Christiane Franke

Freiberufliche Kulturjournalistin, Autorin, Redakteurin eines Musikfachmagazins; Projektleiterin der Bayerischen Landeskoordinierungsstelle Musik; Pressesprecherin des Bayerischen Musikrats; Dozentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Di. 11. Oktober, 10 – 17 Uhr
Karlsruhe, Tollhaus

Kosten: 90 € inkl. Arbeitsmaterialien. Max. 20 Teilnehmer/innen.

Förderanträge erfolgversprechend gestalten

»Leider müssen wir Ihnen mitteilen ...«

Statistisch betrachtet kommen im Schnitt auf einen bewilligten Antrag rund fünf Ablehnungsbescheide, und diese meist auch ohne Begründung, so dass man im Dunkeln tappt, was man falsch gemacht hat.

Die Förderinstitutionen stehen vor dem Problem, die große Antragsfülle mit den ihnen zur Verfügung stehenden Mitteln zu bedienen. Formfehler, wie Überschreitung des Antragsschlusses, Unstimmigkeiten im Kosten- und Finanzierungsplan, nicht antragsfähige Rechtsform oder nicht erfüllte Förderkriterien, bieten die Gelegenheit, einen großen Teil der Anträge schon im Vorfeld auszusortieren.

Das schwierigste ist jedoch, die Geldgeber von der Förderungswürdigkeit unseres Vorhabens inhaltlich zu überzeugen. Und das auf begrenztem Raum, in dem sowohl die übergreifenden Ziele wie ihre praktische Umsetzung deutlich werden müssen. An best-practice-Beispielen verschiedener Förderinstitutionen wird deutlich, worauf es ankommt.

In dem Seminar beschäftigen wir uns – neben der Frage: »Was will der Geldgeber von uns hören?« – auch mit der Logik der Anträge, ihrem Aufbau und ihren Besonderheiten, vor allem im »Kleingedruckten«. Details technischer Art, wie Antragstellung, Finanzplanung, Buchführung und Verwendungsnachweis, ergänzen das Seminar. Dieses lebt natürlich von Ihren praktischen Beispielen; bringen Sie bitte daher abgelehnte Anträge wie auch Antragsentwürfe für geplante Projekte mit.

Inhalte

- » Der Antrag: Motive, Anforderungen, Aufbau
- » Was wollen Geldgeber hören? Was wollen Geldgeber nicht hören?
- » Formfehler vermeiden
- » Überzeugende Sprache – Ziele, Aktivitäten, Selbstdarstellung
- » Chancen erhöhen – begleitende Maßnahmen
- » Best practice-Beispiele
- » Der Vorgang: Antragstellung, Finanzplanung, Bewilligungsbescheid, Buchführung und Verwendungsnachweis; Fristen



Stephan Bock

Kulturmanager, Kulturberater, Supervisor (DGSv), Trainer, Coach; Autor zahlreicher Fachbeiträge zum Thema »Kulturmanagement«

Di. 18. Oktober, 10 – 17 Uhr
Pforzheim, Kulturhaus Osterfeld

Kosten: 90 € inkl. Arbeitsmaterialien. Max. 20 Teilnehmer/innen.

E-Mails gekonnt formulieren und professionell organisieren

Die E-Mail ist Ihre persönliche Visitenkarte

Der Austausch via E-Mail ist informell geworden, doch: Die Geschäftspost ist eine Visitenkarte der Firma. Wer dort viele Fehler macht, dem wird die fachliche Kompetenz abgesprochen. Viele Mitarbeiter haben nicht die Zeit, über Formulierungen und Formalien nachzudenken. Auf Rechtschreibung und Tippfehler wird weniger geachtet. Aber: E-Mails sind Geschäftsbriefen gleichgestellt und können einer Aufbewahrungsfrist unterliegen. Stellen Sie sich vor, sie wird in einigen Jahren noch einmal vom Empfänger gelesen.

Durch die E-Mail-Flut kommen Sie nicht mehr zu Ihrer eigentlichen Arbeit. Hier erhalten Sie Tipps, wie Sie Ihre E-Mail-Flut beherrschen und die Post professionell organisieren und archivieren.

Der Schwerpunkt des Seminars liegt bei der inhaltlichen Gestaltung. Jeder Teilnehmer erhält von der Trainerin ein Feedback zu seiner im Seminar formulierten E-Mail. Der Teil »organisieren und archivieren« nimmt ca. 1 Stunde in Anspruch. Es handelt sich nicht um einen PC-Kurs - es gibt aber einige Tipps zu Outlook.

Sie lernen:

- » wie Sie treffend und zielorientiert formulieren
- » wie Sie sich kurz und trotzdem höflich ausdrücken
- » wie Sie Ihren Sprachstil entrümpeln und zeitgemäß formulieren
- » wie Sie Ihre Geschäftspartner korrekt anreden
- » die E-Mail-Flut beherrschen
- » professionelles Archivieren und Organisieren der E-Mails
- » die aktuellen Regeln der Rechtschreibreform in Kürze

Inhalt

- » **Auch für E-Mails gibt es DIN-Regeln**
- » **Fesseln Sie Ihre Leser**
Vier Verständlichmacher – die »10 Gebote« einer professionell aufgebauten E-Mail
- » **Von A bis Z**
Die richtige Anrede – die aussagekräftige Betreffzeile – ein guter Anfang – positiv und empfängerorientiert formulieren – ein schöner Schluss – Zusammenfassung: das Kiss-Prinzip
- » **Sorgen Sie für eine gute Übersicht**
Mit den 4 Ks zur kundenorientieren und verständlichen E-Mail
Formulieren Sie freundlich, konkret und modern
- » **So halten Sie Ihre Leser bei Laune: Verständliches Deutsch**
Abkürzungen – Fremdwörter – Anglizismen – Synonyme – etwas Grammatik

E-Mails gekonnt formulieren und professionell organisieren

Die E-Mail ist Ihre persönliche Visitenkarte

» Auch E-Mails sind Werbebriefe

So wird Ihre E-Mail gelesen – Was steht zwischen den Zeilen – Sprechen Sie den Leser mit allen Sinnen an – Wirkungsvoller Aufbau einer E-Mail

» Was mache ich mit ungeliebten E-Mails?

Umgang mit Beschwerden

» E-Mails professionell organisieren und archivieren

E-Mails effizient nutzen – Umgang mit der E-Mail-Flut
Ordnerstruktur für E-Mails aufbauen und dadurch den Posteingang leer bekommen

» Allerlei Nützliches

Short-Mails – Internationale Mails – Abwesenheitsnotizen – Fettnäpfchen und Netikette – Dialog mit sich selbst – Checkliste – Webadressen

» Die Rechtschreibreform – in Kürze



Gabriele Krischel

Unternehmenstrainerin, Coach, Mitautorin des
»Handbuch Sekretariat und Office Management«
www.krischel-kommunikation.de

Di. 25. Oktober, 10 – 17 Uhr
Koblenz, Medienladen

Kosten: 95 € inkl. Arbeitsmaterialien. Max. 12 Teilnehmer/innen.

Die klassischen Kommunikationsmedien wie Handzettel, Programmheft und Flyer werden heute fast ausnahmslos am Computer erstellt. Mit Microsoft Word kommt man da schnell an seine Grenzen. Kompliziertere Layouts werden gerne an externe Grafiker gegeben. Dabei hat man die Anschaffungskosten professioneller Layoutprogramme schnell raus, wenn man sich die Kosten für den externen Grafiker sparen kann. Ebenso sind heute die Mitarbeiter von Pressestellen und im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit neben der inhaltlichen Konzeption dieser Broschüren oftmals auch gefordert, diese an ihrem Computer selbst zu gestalten.

Das Seminar vermittelt das Grundwissen in der Gestaltung, dem Layout und der Herstellung druckreifer Dateien. Das gängigste Layoutprogramm auf dem Markt ist hierbei Adobe Indesign, das in einzelnen Schritten mit all seinen Möglichkeiten vorgestellt wird. Neben diesen technischen Aspekten wird in dem Seminar auch ein Einblick in die wichtigsten Gestaltungskriterien solcher Drucksachen gegeben.

Das Seminar bietet Ihnen die Möglichkeit, Adobe Indesign auf Ihrem eigenen Rechner kennenzulernen. Zu diesem Zweck sollten Sie Ihren Laptop mitbringen, auf dem eine Demoversion von Indesign installiert ist. Dies ist ganz leicht und wird im Vorfeld des Seminars erklärt. Diese Demoversion funktioniert einige Wochen wie eine Vollversion, ohne dass Sie sofort eine Kaufentscheidung treffen müssen. Das Seminar hilft auch dabei, die richtige Version und Kaufoption von Indesign herauszufinden. Es besteht auch die Möglichkeit, eigene Objekte auf ihre Gestaltung und ihren Dateiaufbau überprüfen zu lassen. Bitte entsprechendes Material mitbringen.

Inhalte

- » Einführung in das Layout mit Adobe Indesign
- » Typografie und die richtige Arbeit mit Schriften
- » Bilder und Farben in der Computergestaltung
- » Technische Grundlagen des Desktop Publishing
- » Vom Arbeitsplatz zur Druckerei – worauf muss ich achten?



Hans Peter Janisch

Selbständiger Kommunikationsdesigner und Berater der Zeitungswirtschaft, zahlreiche Neugestaltungen von Zeitungen und im Bereich Corporate Publishing im In- und Ausland
www.pressedesign.de

Mi./Do. 26./27. Oktober, Mi. 10 – Do. 16 Uhr

Koblenz, Sportschule Oberwerth

Kosten: 180 € inkl. Arbeitsmaterialien zzgl. 80 € Einzelzimmer/Verpflegung.
Max. 14 Teilnehmer/innen.

Junge Zielgruppen im Web erreichen

Welche Tools sind denn nun die Richtigen?

Im Zeitalter des Social Media stehen wir vor der Herausforderung, dass die jüngere Generation unterschiedliche Kommunikationskanäle – zum Teil auch in Zyklen – nutzt. Nachdem wir mühsam, in welcher Form auch immer, unseren Facebook-Auftritt gestaltet haben, stellt sich schon die Frage, ob Facebook nicht langsam »out« ist. Müssen wir jetzt auch »bei WhatsApp« sein? Und was ist mit Instagram? Und Snapchat? Müssen wir diese Tools in unserer Kommunikation als Organisation berücksichtigen? Wenn ja, wie machen wir das? Wie können wir diese Tools sinnvoll nutzen, im Rahmen unserer personellen und zeitlichen Ressourcen als Organisation? Um jüngere Zielgruppen in der Kommunikation zu erreichen, ist es wichtig, neben ihren Interessen ihr digitales Kommunikationsverhalten gut zu kennen.

In dem Seminar werden wir uns das Medienverhalten von Jugendlichen und jungen Erwachsenen genauer anschauen und überprüfen, in wieweit Ihre Organisation dies bereits berücksichtigt und wo noch Verbesserungsbedarf besteht. Wir werden uns einige Tools genauer anschauen, um zu verstehen, ob und wie sie gut für Ihre Online-Kommunikation eingesetzt werden können. Darüberhinaus werden wir gemeinsam herausarbeiten, welche Themen und Anlässe Ihrer Organisation sich für jüngere Zielgruppen besonders eignen und wie sie so kommuniziert werden können, dass Jugendliche und junge Erwachsene sich auch davon angesprochen fühlen.

Inhalte

- » Medienverhalten junger Zielgruppen
- » Beliebte Tools und Apps
- » Methoden für das erfolgreiche Marketing für junge Zielgruppen im Web
- » Zielgruppengerechte Ansprache
- » Themen für junge Erwachsene interessant machen
- » Best Practices, Austausch, ggf. Gruppenarbeit



Andrea Nienhaus

Kommunikationsdesignerin und Dozentin

www.andreanienhaus.de

Mi. 02. November, 10 – 17 Uhr

Mainz, Erbacher Hof

100 € inkl. Arbeitsmaterialien und Mittagessen. Max. 24 Teilnehmer/innen.

Der Alltag des Kulturbetriebs wird stark von Vertragsbeziehungen geprägt: Dazu gehören Verträge mit Vermietern von Veranstaltungsflächen, Verträge mit mitwirkenden Künstlern, Verträge mit Agenturen. Diese rechtlichen Beziehungen beurteilen sich nach den allgemeinen Regeln des Bürgerlichen Rechts.

Das Gesetz überlässt es den Beteiligten, durch Vertragsgestaltung eine den jeweiligen Bedürfnissen entsprechende Regelung herzustellen. Dabei gewährt es teils größere, teils engere Spielräume. Viel hängt von der Durchsetzungskraft einer Seite in den Vertragsverhandlungen ab. Mit dem Vertrag werden nicht nur Leistungsdaten (zum Beispiel Aufführungstermine und Honorare) festgesetzt, sondern auch Risiken und Haftungsfragen (zum Beispiel der Ausfall der Veranstaltung wegen technischen Defektes im gemieteten Bühnenraum) zugeordnet. Im Seminar werden Regelungsprobleme und Vertragsmuster für die unterschiedlichen Situationen und Fälle erörtert.

Inhalte

- » Grundfragen zur Vertragsgestaltung: Identifikation der Beteiligten, Leistungsbeschreibung und Nebenbestimmungen. Handlungsfreiheit bei vorbereiteten Klauseln und bei Individualvereinbarung.
- » Wechselseitige Verantwortlichkeit für ordnungsgemäße Abwicklung einer Saal- oder Freiflächenmiete.
- » Interessenausgleich im Vertrag mit dem Mitwirkenden (z. B. Schauspieler, Musiker), insbesondere betreffend Leistungsstörungen und Auflösung (freier Mitwirkendenvertrag, nicht Arbeitsvertrag).
- » Gewinnung des Mitwirkenden durch eine Agentur: bloße Vermittlung oder Eigenleistung der Agentur? Haftung für Unregelmäßigkeiten.



Prof. Dr. iur. utr. Christoph Becker

Universität Augsburg

Autor diverser Bücher und Fachbeiträge zum Thema Vertragsrecht

Do. 03. November, 10 – 17 Uhr
Mainz, Jugendhaus Don Bosco

100 € inkl. Arbeitsmaterialien und Mittagessen. Max. 18 Teilnehmer/innen.

Stimme und Rhetorik II

Ein Aufbaukurs für Erfahrene Sprecher und Absolventen von »Stimme und Rhetorik I«

Auf mehrfachen Wunsch der Absolventen von »Stimme und Rhetorik I« findet erstmalig ein Aufbaukurs statt. Das Seminar eignet sich außerdem hervorragend für Menschen mit Präsentationserfahrung, die ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten gerne verbessern möchten. Nach einer kurzen Wiederholung der Inhalte aus »Stimme und Rhetorik I« geht es ans Eingemachte. Der körperliche Aspekt des Phänomens Stimme wird in den Fokus gerückt, wodurch der Zusammenhang von Stimmklang und Körpersprache deutlich und erfahrbar wird.

Durch die reduzierte Teilnehmerzahl wird individuelles Arbeiten ermöglicht. Jeder bekommt die Gelegenheit, eine Kurzpräsentation zu halten und ein persönliches Feedback des Trainers zu bekommen.

Inhalte

- » Stärkung der Stimmresonanz nach Jurij Vasiljev
- » Kurzpräsentationen der Teilnehmenden mit persönlichem Feedback des Trainers
- » Emotionen durch Stimme erkennen und erfolgreich übermitteln



Eugen Gerein

Schauspieler, Trainer, Personality Coach, Magister der Germanistik und Slavistik; Lehrbeauftragter am Institut für Sprechkunst und Kommunikation an der MH Stuttgart; Kooperationspartner bei der Unternehmensberatung Goll Consulting GmbH in Köln
www.gerein.eu

Di. 08. November, 10 – 17 Uhr
Pforzheim, Kulturhaus Osterfeld

Kosten: 90 € inkl. Arbeitsmaterialien. Max. 14 Teilnehmer/innen.

Akquise leicht gemacht

Was tun bei Auftragsebbe?

Soll man mündlich oder schriftlich an einen Veranstalter herantreten? Gibt es gute Zeiten zum Telefonieren? Wann nenne ich am besten meinen Preis? Welche Marketinginstrumente sind besonders geeignet, Veranstalter anzusprechen?

Allein das Wort »Akquise« ruft bei den allermeisten Künstlern und kreativen Freiberuflern einen Schauer hervor, sofort assoziiert man Telefonmarketing, Kaltakquise und Klinkenputzen.

Doch der Erfolg eines Selbstständigen hängt maßgeblich damit zusammen, immer genügend Kunden und Aufträge zu haben und aktive Kundengewinnung zu betreiben. Es gibt heute sehr viele Wege, wie Sie neue Kunden oder Aufträge gewinnen können. In dem Workshop erwarten Sie praktische Übungen, Kreativitätstechniken, Raum für eigene Ideen und Zeit für Austausch.

Ich bringe Sie dazu, Kundengewinnung positiv zu betrachten und Ihre eigene authentische Weise zu entwickeln. Denn: Akquise macht Spaß, wenn man das tut, was zu einem passt! Und, selber Tun ist immer besser, als zu warten, ob sich etwas tut.

Inhalte

- » Methoden der Kundengewinnung
- » Kundenbeziehung und Wunschkunde
- » Gesprächsleitfaden entwerfen
- » Akquise-Pyramide
- » Hürden bei der Kundengewinnung
- » Selbstanalyse – mein Angebot auf den Punkt bringen
- » Aktive Kundengewinnung – mit Leichtigkeit in die Umsetzung = TUN



Nicole Ruppert

Selbstständige Kulturmanagerin, Coach und Trainerin mit langjähriger Erfahrung in der Vermarktung von Künstlern und Ensembles

www.kulturbuero.info · www.creative-career.de

Do. 10. November, 10 – 17 Uhr

Mainz, Jugendhaus Don Bosco

Kosten: 100 € inkl. Arbeitsmaterialien und Mittagessen.

Max. 15 Teilnehmer/innen.

Die Sicherheit von Veranstaltungen steht heute mehr denn je im Fokus des öffentlichen Interesses. Jede Veranstaltung sollte nur noch mit belastbaren Sicherheitskonzepten durchgeführt werden. Besonders wenn es sich dabei um Aktionen im öffentlichen Raum handelt, sind die damit verbundenen Aufgaben für die Veranstalter umfangreicher und anspruchsvoller geworden. Die allgemeine Sicherheit der Besucher und Gäste ist dabei genauso wichtig, wie das Wissen über Verantwortlichkeiten und Haftungspflichten des Veranstalters. Daher sollte die Erstellung von Gefährdungsbeurteilungen und Sicherheitskonzepten weniger als notwendiges Übel, sondern vielmehr als professionelles Risikomanagement gesehen werden, das hilft, bestehende Gefahren sichtbar zu machen und frühzeitig zu entschärfen.

Inhalte

- » Woran muss ich (im Vorfeld) denken, wenn ich eine Veranstaltung sicher durchführen möchte (Standortwahl, Parksituation, Infrastruktur, Lärmschutz, ...)
- » Erforderliche Genehmigungsverfahren
- » Qualifikation der Dienstleister und verantwortlichen Organisatoren (Veranstaltungsleiter / Technischer Leiter)
- » Alltagsprobleme bei Events (Besucherlenkung, Wetter, Material)
- » Entstehung kritischer Situationen
- » Rechtl. Grundlagen der Veranstaltungsplanung (MVersStVO, Baurecht)
- » Gefährdungsanalyse
- » Aufbau und Inhalt eines Sicherheitskonzeptes
- » Polizei, Feuerwehr, Rettungsdienst, Ordnungsbehörde, Sicherheitsdienst und Veranstalter (Aufgaben / Blickwinkel)
- » Risikofaktor Mensch
- » Koordinierungsgremium / Krisenteam



Thomas Severin

Dipl. Verwaltungswirt,
Geschäftsführer der PeineMarketing GmbH

Di. 15. November, 10 – 17 Uhr
Karlsruhe, Tollhaus

Kosten: 90 € inkl. Arbeitsmaterialien. Max. 20 Teilnehmer/innen.

Erfolgreich mit dem Chef kommunizieren

Wie Sie Ihre Interessen wirkungsvoll vertreten

Mitarbeiterführung – ja klar, das ist Ihre alltägliche Aufgabe. Aber ist es auch möglich, den eigenen Chef zu führen? Wenn er Ihnen zu wenig Anerkennung zollt, Sie grundlos kritisiert, Ihnen die nötige Unterstützung nicht zukommen lässt, Ihre Bemühungen gar sabotiert, Ihre Freiräume beschneidet, einfach kein guter Chef ist? Oft ist Resignation die Folge: »Da ist nichts zu machen!«, »Mit dem ist einfach nicht zu reden!«. Wenn wir allerdings davon ausgehen, dass zu einem Problem immer zwei gehören, dass wir uns gegenseitig beeinflussen, dann gibt es auch Möglichkeiten, nach oben zu beeinflussen, auch den Chef zu »führen«. Und damit wollen wir uns in den zwei Tagen – ausgehend von Ihren Erfahrungen – in Theorie und Praxis beschäftigen.

Inhalte

- » Sandwich-Feedback
- » Chef-Typen und typgerechte Kommunikation
- » Nutzenargumentation
- » Mentale Schutzstrategien
- » Kollegiale Beratung



Katharina Markert

Coach und Trainerin für Rhetorik, Präsentation, Selbst- und Stressmanagement. Erfahrungen in den Bereichen Gruppendynamik, Psychodrama, nlp-Practitioner, Qi Gong, Meditation
www.cif-berlin.de

Mi./Do 16./17. November, Mi. 10 – Do. 16 Uhr

Koblenz, Sportschule Oberwerth

*Kosten: 180 € inkl. Arbeitsmaterialien zzgl. 80 € Einzelzimmer/Verpflegung.
Max. 14 Teilnehmer/innen.*

Planung, Ablauf und Finanzierung zeitlich befristeter Projekte – ob großes Festival oder kleine Veranstaltung – unterscheiden sich wesentlich von den Abläufen in der Alltagsarbeit und erfordern daher eigene Methoden und ein eigenes Management. Sie sind komplexer, es gibt mehr zu beachten, und der Überblick geht leicht verloren. Unter Belastung und Zeitdruck schleichen sich dabei schnell kleine Fehler ein, die große Auswirkungen nach sich ziehen können. Da hat man eine tolle Idee für ein Projekt, alle sind begeistert, und dann hapert es bei der Umsetzung: Absprachen werden nicht eingehalten, die Kosten laufen aus dem Ruder, man kommt in Zeitstress und Personalnot, die Sponsoren erinnern sich nicht mehr an einstige Zusagen, die Zulieferer halten ihre Termine nicht ein, und die Öffentlichkeit nimmt keine Notiz von dem Projekt.

Es gibt keine Garantie für den Erfolg eines Projektes, aber etliche hilfreiche und praxiserprobte Tools für die Projektplanung und Prozesssteuerung – von der Etablierung einer Aufbau- und Ablauforganisation mit entsprechenden Kommunikationsstrukturen über das Zeitmanagement, den Personal- und Ressourcen-Einsatz, das Marketing, die Finanzplanung und die Vertragsgestaltung bis hin zu Hindernis- und Risikoanalysen.

In dem Seminar werden wir die wichtigsten davon kennen- und anwenden lernen; es ist praxisnah und lebt von den Erfahrungen und Fragen der Teilnehmer/innen.

Inhalte

- » Von der Idee zum Konzept
- » Projektplanungsschritte
- » Methoden der Projektarbeit, u.a. Kreativitätstechniken
- » Ablauforganisation: Netzplan und Balkendiagramm
- » Zeitmanagement: Zeitplanung, Prioritätenbildung
- » Teammanagement: Information, Kommunikation, Motivation, Delegation
- » Hindernisanalyse und Konfliktmanagement
- » Projektfinanzierung
- » Projektpräsentation



Stephan Bock

Kulturberater, Supervisor (DGSv), Trainer, Coach;
Autor zahlreicher Fachbeiträge zum Thema »Kulturmanagement«

Di. 22. November, 10 – 17 Uhr

Koblenz, Medienladen

Kosten: 90 € inkl. Arbeitsmaterialien. Max. 24 Teilnehmer/innen.

Methodenmarathon – 42 Spiele und Übungen mit Gruppen

Der Methodeninput für Gruppenleiter/innen, Pädagogen/innen und Berater/innen

Methoden, die spielerisch und trotzdem mit großer Effektivität Gruppenprozesse begleiten, sind auch in der Kulturarbeit zunehmend gefragt; nicht nur in der Bildungsarbeit mit Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen, sondern auch für eigene Teamprozesse.

Statt 42 Kilometer zu laufen, werden wir uns mit 42 Übungen und Spielen für die Arbeit mit Gruppen und Teams befassen. Die Zusammensetzung der Spiele erfolgt aus unterschiedlichen pädagogischen Fachbereichen und verschiedenen beraterischen Verfahren. Die Teilnehmer/innen erlernen vielfältige Methoden und werden in ihrer Leiter/innenrolle gestärkt. Diese Fortbildung ist stark handlungsorientiert und lässt die Teilnehmer/innen in verschiedenen Settings unterschiedliche Facetten der Arbeit mit Gruppen kennenlernen. Zwischen den vielen praktischen Sequenzen können Fragestellungen der Teilnehmenden zur Pädagogik und Gruppendynamik bearbeitet werden.

Die Trainings- und Lernsituation baut auf gegenseitigem Respekt bei gleichzeitiger Bereitschaft zu selbstreflexivem Handeln auf. Wir können natürlich keine Garantie dafür übernehmen, dass Ihnen keine der Übungen bereits bekannt ist, aber wir garantieren Ihnen Spaß beim Erlernen neuer Methoden.

Inhalte

- » Kennenlernen
- » Warming-ups
- » Wahrnehmung
- » Interaktion/Kooperation
- » Gruppendynamik
- » Teamentwicklung
- » Feedback und Reflexion



Erwin Germscheid

Freiberuflicher Supervisor (DGSv), Dipl.-Sozialpädagoge, Konfrontationspädagoge, Erlebnispädagoge, Karate-Lehrer (DKV), Gendertrainer, Zertifizierte Weiterbildung D.I.P. München (Provokativer Stil®), EMDR-Coach (PAPB-Akademie); brainlog®-Coach, Diplom-Mentaltrainer (DGMT), Ausbildung in Gestaltarbeit (emo-logos berlin)

Mi./Do. 23./24. November, Mi. 10 – Do. 16 Uhr

Koblenz, Sportschule Oberwerth

180 € inkl. Arbeitsmaterialien zzgl. 80 € Einzelzimmer/Verpflegung.
Max. 14 Teilnehmer/innen.

Das Kulturmarketingkonzept

Mit strategischem Kulturmarketing zum Erfolg

Das Seminar entwickelt ein strategisches Kulturmarketingkonzept für kleinere und mittlere Kulturbetriebe. In den letzten Jahren hat sich ein ständig expandierender Kulturmarkt entwickelt, auf dem sich öffentliche Kulturanbieter längst der ständig zunehmenden Konkurrenz privat-kommerzieller und privatgemeinnütziger Kulturbetriebe gegenübersehen. Der Nachfrager, der »Kulturkunde«, hat längst die Wahl – und er wählt zunehmend selbstbewusster und kritischer. Wer als kultureller Anbieter in der »Erlebnisgesellschaft« (Schulze) bestehen will, ist deshalb auf entsprechende langfristige Marketingstrategien angewiesen: Er muss seine Besucher kennen und sein Angebot entsprechend positionieren.

Kulturmarketing wird hier als Marketing-Management-Prozess begriffen, dessen Ziel es ist, nicht nur zu reagieren, sondern im Sinne eines strategischen Marketings eigene Potentiale zur Nutzung langfristiger Entwicklungen aufzubauen. Den Teilnehmer/innen wird ein schrittweise aufgebautes Marketingkonzept vorgeschlagen, das sie sofort umsetzen können.

Inhalte

- » Was verstehen wir unter Kulturmarketing?
- » Was ist »Strategisches Kulturmarketing«?
- » Der Kulturmarketing-Managementprozess
- » Das wirkungsvolle Mission-Statement und die Vision
- » Die sorgfältige Analyse
- » Klare Ziele, durchdachte Strategien
- » Sorgfältiger Einsatz der Marketinginstrumente
- » Begleitendes Controlling und Abschlusskontrolle



Prof. Dr. Armin Klein

Professor für Kulturmanagement und Kulturwissenschaften in Ludwigsburg, viele Jahre Kulturreferent und Autor des Buches »Starke Marken im Kulturbetrieb« sowie zahlreicher Standardwerke zum Kulturmanagement

Di. 29. November, 10 – 17 Uhr
Pforzheim, Kulturhaus Osterfeld

Kosten: 90 € inkl. Arbeitsmaterialien. Max. 20 Teilnehmer/innen.

Veranstalter

Kulturbüro Rheinland-Pfalz der LAG Soziokultur & Kulturpädagogik e. V.
Koblenzer Straße 38
56112 Lahnstein
Tel. 0 26 21 / 6 23 15-0
Fax 0 26 21 / 6 23 15-55
info@kulturbuero-rlp.de
www.kulturbuero-rlp.de
www.kulturseminare.de

Mitglied in anderes lernen Rhein-Hunsrück e. V.

In Kooperation mit der Landesarbeitsgemeinschaft der Kulturinitiativen und Soziokulturellen Zentren in Baden-Württemberg e. V., www.laks-bw.de

Kosten, Zeiten, Rabatte

Eintägige Seminare

jeweils 10 – 17 Uhr; Kursgebühr 90,- bis 100,- € inkl. Arbeitsmaterialien und Seminargetränke (je nach max. Teilnehmerzahl).

Zweitägige Seminare

jeweils 10 Uhr erster Seminartag bis 16 Uhr zweiter Seminartag
Kursgebühr 180 € inkl. Arbeitsmaterialien
Unterkunft in EZ/Vollverpflegung: 80 € (siehe jeweils bei den Seminaren)

Rabatte

Für Einrichtungen, die mehrere Mitarbeiter zu Seminaren entsenden, und Einzelpersonen bieten wir folgende Rabatte an:

4. – 6. Seminartag: 10 %

7. – 10. Seminartag: 15 %

ab dem 11. Seminartag: 20 %.

Bitte beachten Sie, dass sich die Rabatte auf Seminartage beziehen. Belegen Sie z. B. zwei Zweitagesseminare, so sind das bereits vier Seminartage; für den 4. Seminartag erhalten Sie dann 10 % Ermäßigung. – Keine Ermäßigung auf Unterbringung/Vollpension.

Anmeldung und Stornierung

Die Anmeldung erfolgt online oder schriftlich per E-Mail (oder Post oder Fax) bis spätestens 14 Tage vor Seminarbeginn. Da unsere Seminare oft ausgebucht sind, empfiehlt sich eine frühzeitige Anmeldung. Sie erhalten dann direkt eine Eingangsbestätigung; 14 Tage vor Seminarbeginn schicken wir Ihnen die Teilnahmebestätigung, Wegbeschreibung und Teilnehmerliste sowie eine Rechnung.

Da wir vertragliche Verpflichtungen gegenüber den Referenten und Veranstaltungsorten haben, sind folgende Stornierungsgebühren zu beachten:

Eintägige Seminare

bei Absagen ...

... innerhalb 14 Tagen vor Seminar 50 % der Kursgebühr

... vier Tage vorher oder bei Nichterscheinen 100 %.

Zweitägige Seminare

Hier müssen wir die Stornierungsfristen der Seminarhäuser weitergeben, d. h. folgende Stornogebühr bei Absage vor dem Seminar fällt an (die Prozentangaben beziehen sich auf Seminargebühr und Unterkunft in EZ/Vollverpflegung):

15 – 60 Tage: 15 %

5 – 14 Tage: 50 %

0 – 4 Tage oder Nichterscheinen: 100 %.

Ersatzteilnehmer/innen können gestellt werden.

Wenn sich zu wenige oder zu viele Teilnehmer/innen (Reihenfolge des Eingangs) angemeldet haben, erhalten Sie rechtzeitig, spätestens 14 Tage vor Seminarbeginn, eine Absage. Die Mindestteilnehmerzahl beträgt 8 Personen.

Bildungsurlaub & Lehrerfortbildung

Für die Veranstaltungen kann beim Arbeitgeber Bildungsurlaub im Rahmen des rheinland-pfälzischen und saarländischen Bildungsfreistellungsgesetzes beantragt werden. Arbeitnehmer/innen haben einen gesetzlichen Anspruch von 10 Tagen Bildungsurlaub innerhalb zwei Jahren. Voraussetzung für die Gewährung ist die Teilnahme an mindestens drei Seminartagen.

Baden-Württemberg hat kein Bildungsfreistellungsgesetz.

Die meisten Seminare sind vom Pädagogischen Landesinstitut für schulische Fortbildung des Landes Rheinland-Pfalz für in der schulischen und außerschulischen Kulturarbeit tätige Lehrer als Lehrerfort- und -weiterbildung anerkannt. Bitte informieren Sie sich bei uns, um welche Seminare es sich dabei handelt.

Warteliste, Zusatztermine

Sollte ein Seminar bereits ausgebucht sein, so können Sie sich unverbindlich auf die Warteliste setzen lassen. Bei Absage eines angemeldeten Teilnehmers besteht die Chance des Nachrückens.

Bei genügend Personen auf der Warteliste setzen wir auch Zusatztermine an.

Erinnerungsservice per E-Mail

Wir versenden einmal monatlich ein Rundmail und erinnern an unsere freien Seminartermine des Folgemonats. Außerdem publizieren wir über diesen Verteiler eventuelle Zusatztermine, die wir im Laufe des Jahres kurzfristig ansetzen. Wenn Sie von diesem Erinnerungsservice profitieren wollen, melden Sie sich zum Newsletter auf www.kulturseminare.de an.

Wir danken für die Förderung durch das Land Rheinland-Pfalz.



RheinlandPfalz

MINISTERIUM
FÜR BILDUNG, WISSENSCHAFT,
WEITERBILDUNG UND KULTUR