

Wegweiser Nr. 3

zum Handbuch „Frauen auf dem öffentlichen Parkett“, eFeF-Verlag
Herausgegeben vom Eidgenössischen Büro für die Gleichstellung von
Frau und Mann, Bern

Die Veranstaltung oder wie Sie Anlässe und Sitzungen erfolgreich gestalten

Von Tagungen, Podien und Meetings...

Die Querverweise zeigen, wo Sie im Handbuch weiterführende Informationen finden

Als Präsidentin Ihrer Frauenorganisation wollen Sie, daß Ihre jährliche Tagung ein voller Erfolg wird... Das Initiativkomitee „Für bessere Kinderbetreuungsmöglichkeiten“ will über die Initiative informieren... Ihr Hebammenverein wird 50 Jahre alt und will sein Jubiläum mit einer Feier würdigen... Als Mitglied der Arbeitsgruppe „Frau und Geschichte“ wollen Sie eine Veranstaltungsreihe zu den Vorkämpferinnen des Frauenstimmrechts realisieren... Der Abstimmungskampf für die Quoteninitiative soll mit einem rauschenden Fest beginnen... Die Sitzungen im Vorstand Ihres Umweltverbandes sind so frustrierend, daß immer mehr Mitglieder wegbleiben...

Gewußt wie...

vgl. Kap. 3
„Brave, Forsche und Freche: Orthodoxer und unorthodoxer Einfluß“
S. 69 ff.

Bei all diesen Veranstaltungen, Sitzungen und Anlässen stellt sich die Frage, wie Sie am geschicktesten vorgehen. Welche Veranstaltung paßt zu welchem Anlaß? Wegweiser Nr. 3 soll Ihnen zeigen, wie Sie und Ihre Organisation kleine und große, interne und externe Veranstaltungen erfolgreich konzipieren, planen, durchführen und auswerten können. Er führt Sie gleichzeitig durch das umfassende Handbuch „Frauen auf dem öffentlichen Parkett“.

Vor der Einladung gibt es viel zu denken und zu tun...

vgl. Kap. 8
„Checkliste: Versammlungen“
S. 203 f.

Egal ob es um die Durchführung einer Delegiertenversammlung, die Planung einer Tagung oder die Organisation einer Lesung mit einer interessanten Autorin geht, bevor Sie die Einladung verschicken, gilt es, mehrere Schritte zu bedenken, damit Ihr Anlaß wirklich ein Erfolg wird.

- ❶ Das Konzept
- ❷ Die Formen
- ❸ Die Planung
- ❹ Die Durchführung
- ❺ Die Auswertung

vgl. Kap. 11
„Anlässe aller Art“
S. 261 ff.

Erst wenn Sie sich über alle Schritte im klaren sind, können Sie mit den konkreten Vorbereitungsarbeiten beginnen. Zeit, die Sie hier investieren, sparen Sie später wieder ein.

vgl. Kap. 5 „Informationen beschaffen“
S. 130 ff.

1 Das Konzept

Vor jeder Veranstaltung stehen Überlegungen, wie Sie Ihr Anliegen, Ihre Ziele und Inhalte in welcher Form und für welches Publikum präsentieren wollen. Bevor Sie sich für die eine oder andere Veranstaltungsform entscheiden, sollten Sie sich also einige ganz konkrete Fragen stellen. Aus den Antworten ergibt sich dann das Veranstaltungskonzept für Ihren Anlaß, das die Grundlage für die konkrete Planung und Vorbereitung bildet.

Folgende Fragen helfen Ihnen dabei:

- **Veranstaltungsziel:** Welchen Zweck verfolgen wir mit der Veranstaltung? Geht es darum, auf ein Anliegen, eine Forderung hinzuweisen? Wollen wir die Leute informieren, unterhalten, weiterbilden, bei ihrer Meinungsbildung unterstützen oder gar zum Spenden animieren? Brauchen wir eine Problemlösungsgruppe, ein Diskussionsforum oder eine Entscheidung für unseren Verein? Wie lautet unser Anliegen, unsere Botschaft, die wir mit der Veranstaltung präsentieren wollen?
- **Zielpublikum:** Wen wollen wir mit der Veranstaltung ansprechen? Handelt es sich um einen internen oder einen externen Anlaß? Mit welchen Mitteln erreichen wir dieses Zielpublikum? Braucht es dafür Werbung?
- **Inhalt und Form:** Mit welchem Inhalt erreichen wir das Veranstaltungsziel am besten? Welche Veranstaltungsform paßt zum Inhalt, erreicht das Zielpublikum am besten und macht uns auch noch Spaß?
- **Aufwand und Ressourcen:** Mit wieviel Aufwand an Geld, Arbeit und anderen Ressourcen müssen wir rechnen bei der Durchführung der Veranstaltung? Wie ist das zu finanzieren? Reichen dazu unsere Kräfte? Mit wem könnten wir allenfalls zusammenspannen?

vgl. Kap. 4
„Die Basis-aufwärts-
Strategie: Den Druck
der Basis mobilisieren“
S. 122

vgl. Kap. 11
„Geld und Mittel be-
schaffen“
S. 240 ff.

2 Die Formen

Mit Veranstaltungen können Sie auf Ihre Anliegen aufmerksam machen, Inhalte und Informationen einerseits nach innen an die Mitglieder der eigenen Gruppe oder andererseits nach außen an die Öffentlichkeit vermitteln. Ihre Veranstaltung kann sich an ein bestimmtes Publikum wenden oder für die breite Masse sein. Je nach Konzept werden Sie sich für die eine oder andere Form entscheiden. Es gibt vielfältige Formen. Die häufigsten sind:

- **Die Informativen:** Dazu gehören Bildungsveranstaltungen, Standaktionen, Podiumsdiskussionen, Tagungen, Vortragsreihen, Workshops etc. Diese Veranstaltungsformen eignen sich besonders, wenn Sie Informationen unter die Leute bringen, Ihre Anliegen bekanntmachen, Argumente kontrovers diskutieren wollen.
- **Die Kulturellen:** Dazu gehören Lesungen, Benefizkonzerte, Feste und Feiern, Versteigerungen, Theater- und andere Aufführungen. Kulturelle Veranstaltungen schaffen Atmosphäre und geben Raum für Begegnungen. Wer eine solche Veranstaltung besucht, muss keine Farbe bekennen. Deshalb erreichen Sie mit kulturellen Veranstaltungen in der Regel Menschen einfacher als mit einer strikt politisch ausgerichteten Form. Zudem bleiben die Inhalte, die Sie mit Kunst und Kultur vermitteln, oft sehr viel nachhaltiger in Erinnerung als ein trockener Vortrag.

vgl. Kap. 10
„Aktionen oder: Die
Qual der Wahl“
S. 231 f.

vgl. Kap. 6
„Podiumsdiskus-
sionen“
S. 156 ff.

vgl. Kap. 9
„Direkte Öffentlich-
keitsarbeit“
S. 208 ff.

- **Die Formellen:** Dazu gehören alle Sitzungen und Versammlungen von Vereinen und Verbänden wie Mitglieder-, Delegierten- und Generalversammlungen sowie Vorstands- und Kommissionssitzungen etc. Sie finden statt zur Abwicklung der Vereinsgeschäfte. Hier werden Diskussionen geführt und oft auch Entscheidungen gefällt. Diese Veranstaltungen werden nach bestimmten Regeln durchgeführt, was nicht heißt, daß sie zwingend langweilig sein müssen.

3 Die Planung und Vorbereitung

Folgende Punkte helfen Ihnen, Veranstaltungen und größere Versammlungen zu planen und vorzubereiten. Denken Sie daran, daß lange vor dem Anlaß bestimmte Vorbereitungen gemacht werden müssen. Das gilt vor allem dann, wenn Sie kompetente Referentinnen, interessante Podiumsgäste, attraktive Veranstaltungsorte und viele TeilnehmerInnen brauchen. Stellen Sie sich in diesem Fall darauf ein, daß Sie Wochen und zum Teil Monate vor dem eigentlichen Termin gewisse Arbeiten erledigen und Vereinbarungen treffen müssen.

Folgende Punkte sollten Sie beachten:

- **Projektgruppe einsetzen:** Bestimmen Sie eine kleine Arbeitsgruppe, welche die Planung und Vorbereitung Ihres Anlasses verantwortlich durchführt. Geben Sie diesen Personen eine gewisse Verhandlungsfreiheit im Rahmen des Veranstaltungskonzeptes und des festgelegten Budgets. Es ist nämlich viel zu mühsam, jede organisatorische Kleinigkeit von einem Gremium absegnen zu lassen.
- **Organisatorisches planen:** Dazu gehört die Wahl eines geeigneten Datums und dessen frühzeitige Fixierung. Suchen Sie nach Daten, an denen nicht schon viele andere Anlässe stattfinden. Reservieren Sie auch rechtzeitig einen geeigneten Raum und zwar nie, ohne ihn selbst angeschaut zu haben. So ersparen Sie sich einigen Ärger. Definieren Sie vorher genau die infrastrukturellen Bedürfnisse. Muß der Raum über eine Mikrofonanlage oder andere Hilfsmittel verfügen, braucht es gar eine kleine Bühne?
- **Personen anfragen:** Welche kompetente Referentin, Autorin, Musikerin, Podiumsleiterin wollen Sie? Alle Personen, die Sie für eine erfolgreiche Veranstaltung gewinnen wollen, müssen frühzeitig angefragt werden. Sie haben meist einen vollen Terminkalender.
- **Einladung machen:** Definieren Sie frühzeitig, an wen Sie eine Einladung schicken und wie aufwendig diese grafisch gestaltet sein soll. Sparen Sie nicht am falschen Ort. Eine interessante Veranstaltung sollte auch mit einer entsprechenden Einladung versehen sein. Arbeiten Sie dabei mit Profis zusammen. Checken Sie abschließend genau, ob alle relevanten Informationen in der Einladung effektiv aufgeführt sind. Auch der Versand der Einladung muß frühzeitig erfolgen, damit die Leute das Datum reservieren können.

vgl. Kap. 4
„Die Schneeball-
Strategie: Das Beziehungsnetz aktivieren“
S. 121 f.

vgl. Kap. 5
„Informationen ziehen
neue Informationen
an“
S. 135

vgl. Kap. 7
„Das Verhandlungs-
gespräch“
S. 176 ff.

vgl. Kap. 9
„Checkliste: Medienin-
strumente“
S. 225 ff.

- **Orientierung der Medien:** Je öffentlicher die Veranstaltung, desto wichtiger ist die Öffentlichkeitsarbeit. Wie wollen Sie für den Anlaß werben? Kümmern Sie sich rechtzeitig auch um die Medienarbeit. Reicht es, wenn der Anlaß im Veranstaltungskalender der Lokalzeitung erwähnt wird? Oder wollen Sie, dass im Vorfeld darüber breit berichtet wird? Sollen MedienvertreterInnen an die Versammlung eingeladen werden? Oder wird nach der Sitzung nur ein Communiqué verschickt?
- **Diverses:** Oft liegt die Teufelin im Detail. Es ist ärgerlich, wenn eine Veranstaltung oder Versammlung durch Pannen gestört wird, die durch gute Vorbereitung hätten verhindert werden können. Entwickeln Sie deshalb eine auf Ihren Anlaß zugeschnittene Checkliste und benutzen Sie diese als regelmäßiges Planungsinstrument.

④ Die Durchführung

Eine gute und frühzeitige Planung und Vorbereitung erspart Ihnen den hektischen Streß kurz vor dem eigentlichen Anlaß. Bei der Durchführung selbst gibt es jedoch noch einige Punkte zu beachten:

- **Der Raumcheck:** Überprüfen Sie rechtzeitig vor Beginn, ob alles vorhanden ist: Sind die Geräte und Mikrofone funktionstüchtig, ist die Bestuhlung wie abgemacht eingerichtet, ist die Dekoration fertig installiert und sind alle benötigten Unterlagen da? Jetzt haben Sie noch Zeit, Vergessenes zu korrigieren.
- **Die Begrüßung:** Ein pünktlicher Beginn, eine freundliche Begrüßung sowie ein orientierender Überblick schaffen die Voraussetzungen für eine angenehme Atmosphäre.
- **Der Ablauf:** Das Drehbuch der Veranstaltung steht schon vor der Durchführung fest. Je nach Anlaß ist der Ablauf klar geregelt oder eher offen. Jetzt gilt es, den zeitlichen Ablauf einzuhalten. Uferlose oder ausfransende Versammlungen wirken immer demotivierend.
- **Der Abschluß:** Auch der Abschluß hängt natürlich sehr vom konkreten Anlaß ab. Auf jeden Fall sollten Sie die TeilnehmerInnen verabschieden und – falls erwünscht – mit weiteren Hinweisen versehen: Wo bekommen sie zusätzliche Informationen, wie können sie das Anliegen persönlich unterstützen, wo können sie spenden etc.

⑤ Die Auswertung

Auch wenn die Veranstaltung ein voller Erfolg war, gibt es meist auch nachher noch einiges zu tun. Zwei wichtige Fragen sollten nach dem Anlaß beantwortet werden:

- Was gibt es nach der Veranstaltung zu tun? Dazu gehören beispielsweise: Ausführen von Entscheidungen, Information über den Anlaß an andere, Information der Presse etc.
- Welche Lehren ziehen wir aus der Veranstaltung? Was war gut, was nicht, was müßten wir ein nächstes Mal anders machen?

Generell: So planen und leiten Sie Sitzungen

vgl. Kap. 8
„Die aktive Sitzungs-
teilnehmerin“
S. 183 ff.

Die Sitzung ist das häufigste Arbeitsinstrument zur Planung und Vorbereitung von Veranstaltungen. Viele Veranstaltungen selbst sind große Sitzungen. Viele Sitzungen und Veranstaltungsvorhaben scheitern bereits am Frust, den ineffiziente und unstrukturierte Sitzungen bei den TeilnehmerInnen hinterlassen. Das Rezept für erfolgreiche Sitzungen beinhaltet eine gute Vorbereitung aller Beteiligten, eine klare Leitung sowie das Engagement der Beteiligten. Vergessen Sie bei formellen Sitzungen wie Generalversammlungen u.a. nicht, die statutarischen Vorschriften zu beachten und einzuhalten. Das Vorgehen bei Sitzungen ist immer ähnlich:

vgl. Kap. 14
„Die Statuten“
S. 303

- **Die Sitzungsvorbereitung:** Dazu gehört die Verteilung der wichtigsten Aufgaben. Leitung, Protokoll, Fachreferate, wichtige InformationsträgerInnen müssen rechtzeitig einbezogen werden. Die Vorbereitung und das Strukturieren der Traktanden nach Inhalt, Reihenfolge und Prioritäten erleichtert die Sitzungseffizienz und läßt Raum für engagierte Diskussionen. Auch der Zeitrahmen muß geplant sein: Kontroverse Themen erfordern mehr Zeit. Als Faustregel gilt: Eine Sitzung sollte nicht länger als zwei Stunden dauern.
- **Ordnen der Themen:** Vor der Sitzung sollten Sie die Themen ordnen. Handelt es sich um eine Information, die diskussionslos mitgeteilt werden muß? Braucht es eine Ideensammlung oder eine Diskussion dazu? Muß eine Entscheidung getroffen und die Umsetzung eines Beschlusses geplant werden?
- **Die Sitzungsleitung:** Uferlose und ergebnislose Sitzungen sind der häufigste Grund dafür, daß viele Menschen über Sitzungsfrust klagen. Eine klare Leitung kann hier einiges tun. Wenn Sie eine Sitzung leiten, sind Sie nicht für die Ergebnisse, sondern für den Verlauf der Sitzung verantwortlich: Dazu gehören die Begrüßung, die Vorstellung von Gästen, die Einhaltung der Traktandenliste, das Leiten und Zusammenfassen von Diskussionen, die gerechte Worterteilung an TeilnehmerInnen, das Durchführen von Abstimmungen, die Besprechung des weiteren Vorgehens sowie die Schließung der Sitzung. Die Leitung moderiert und diskutiert inhaltlich nicht mit. Deshalb ist es auch sinnvoll, daß sich verschiedene Personen in der Leitung abwechseln. Leiten ist nicht einfach, viele Frauen scheuen sich davor. Doch mit etwas Übung ist schon manche Sitzungsleiterin an ihren Aufgaben gewachsen.

vgl. Kap. 8
„So planen Sie eine
Sitzung“
S. 198 f.

vgl. Kap. 8
„Die souveräne Sit-
zungsleiterin“
S. 197 ff.

vgl. Kap. 8
„Checkliste: Grund-
muster einer Sitzung“
S. 202

vgl. Kap. 8
„Sich als Frau Gehör
verschaffen“
S. 193 ff.

Zum Schluß der weiterführende Tip...

Sie wollen mehr wissen über wirkungsvolle Diskussionsstrategien in Gruppendiskussionen? Oder wie Sie für Ihre Anliegen die geeignete Aktions- oder Veranstaltungsform finden? Darauf und auf viele andere Fragen rund ums Thema Sitzungen, Veranstaltungen, Diskussionen und Aktionen finden Sie Antworten, Tips und Tricks im Handbuch „Frauen auf dem öffentlichen Parkett“. Sie können es auch für die Schulung Ihrer Mitglieder oder zur Verbesserung der Sitzungskultur in Ihrer Organisation benutzen. Sie erhalten es in Ihrer Buchhandlung.

vgl. Kap. 8
„So setzen Sie sich in
Männergremien
durch!“
S. 195 ff.