

Ratgeber



UNSER
REMSCHIED
UNSERE FESTE

Ratgeber für Veranstalter



WWW.REMSCHIED.DE

**„Ein Plan ist nichts,
Planung ist alles!“**

Dwight D. Eisenhower

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation	5
1.1	Zielsetzung	5
1.2	Konzeption	5
2	Planung	6
2.1	Meilensteine	6
2.2	Personal	6
2.3	Budget	6
2.4	Location	7
2.5	Energieversorgung und Abfallwirtschaft	8
3	Ordnungsbehörden und Veranstaltungsrecht	9
3.1	Genehmigungen	9
3.2	Sicherheit bei Veranstaltungen	10
3.3	Sicherheitskonzept Großveranstaltungen	10
3.4	Haftung und Versicherungen	10
4	Rahmenprogramm	11
4.1	Programmfestlegung	11
4.2	Ablaufgestaltung	11
4.3	GEMA - Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte	12
4.4	Künstlersozialversicherungsgesetz (KSVG)	12
4.5	Ausländersteuer (nach §§ 49 ff. EStG)	12
5	Öffentlichkeitsarbeit/Marketing	13
5.1	Werbung	13
5.2	Printmedien	14
5.3	Medienpräsenz	15
5.4	Nachbereitung	15
6	Checklisten	16
6.1	Übersichten, Tabellen, Softwarelösungen	16
6.2	Fact-Sheet	16
6.3	Planung, Organisation, Durchführung	17
6.4	Budget	19

VORWORT

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Veranstalter,

Veranstalter von Events müssen heute mehr denn je
Multitalent sein:

Sie müssen zahlreiche Entscheidungen treffen, eine Reihe von
Gesetzen und Vorschriften beachten und vor allen Dingen die
Finanzierung sicherstellen. Der Veranstaltungsratgeber soll Sie
auf diesem manchmal stressigen, aber immer spannenden
Weg unterstützen.

Es gibt eine Vielzahl von Veranstaltungsarten und -formen,
auf die natürlich im Einzelfall nicht eingegangen werden kann.
Der Ratgeber für Veranstalter soll Sie jedoch über einige
entscheidende Aspekte informieren.

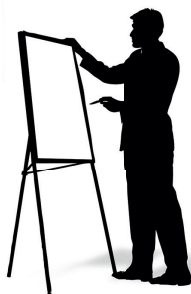
Neben dem grundsätzlichen Leitfaden finden Sie in dieser
Broschüre auch eine Sammlung von Kontaktadressen der
Personen, die Ihnen bei der Umsetzung Ihrer Veranstaltung
helfen können. Ergänzungen und Antragsformulare stehen
Ihnen auch online auf www.remscheid.de zur Verfügung!

Der Ratgeber soll Ihnen eine Hilfestellung sein und Sie
hoffentlich darin bestärken, Ihr Vorhaben zu realisieren
und unsere Stadt aktiv mitzugestalten.

Machen Sie Ihre Veranstaltung zum Event und Ihr Event
zum Erfolg!

Viel Freude und Erfolg bei der Umsetzung Ihrer kreativen
Ideen!

Ziel
Planung
Entscheidung
Durchführung
Kontrolle



1 Ausgangssituation

1.1 Zielsetzung

Originalität und Erfindungsreichtum machen jedes Event einzigartig. Doch vor allem Anderen muss die Kernidee des Events definiert und einige Fragen in einer detaillierten Abstimmung geklärt werden:



- ❧ Welches **Ziel** wird verfolgt?
Verkaufs-, kultur- oder jugendförderndes Projekt?
Image-, Bekanntheitsgrad- oder Attraktivitätssteigerung?
 - ❧ **Format**, Umfang und Qualität des Projekts?
Art und Schwerpunkt der Veranstaltung?
Ein- oder mehrtägig?
 - ❧ Wer ist die **Zielgruppe**? Sollen Einwohner, Besucher, Kunden, Dienstleister oder Mitarbeiter angesprochen werden? Anzahl der Gäste/ Teilnehmer? Anreise? Übernachtung?
 - ❧ Ist der **Kosten-, Sach- und Zeitaufwand** realisierbar?
Budget und Refinanzierung? Inhalte? Wunschtermine und mögliche Kollisionen mit anderen Veranstaltungen?
- ! Gehen Sie dabei nach dem SMART-Prinzip vor: Ihre Zielsetzung sollte spezifisch, messbar, attraktiv, realistisch und terminiert sein.

1.2 Konzeption

Die vordefinierten Ziele werden in einem Konzept festgehalten. Es bildet die Basis für zukünftige Entscheidungen, Maßnahmen zur Umsetzung und strategisches Vorgehen.

Die konzeptionellen Überlegungen beinhalten:

- ❧ **Anlass** und Motto der Veranstaltung
- ❧ **Personal-/Budgetplanung**: Teamzusammenstellung, Aufgabenzuweisung anhand zeitlicher und personeller Ressourcen, Einzelkostenermittlung, Gagen, vertragliche Verpflichtungen
- ❧ **Locationplanung**: Raum, Bühne, Tische, Catering, Dekoration etc.
- ❧ **Aktionen**: Musik, Live-Acts, Künstler, Moderatoren, Redner etc.
- ❧ **Einsatz von Medien**: Veranstaltungs- und Präsentationstechnik, Video, Multi-Media etc.
- ❧ **Vermarktungsstrategie**: Werbemittel, Werbeträger, Marketingmaßnahmen
- ❧ **Sicherheitskonzept**: Besucherströme, Sicherheitsdienst, örtliche Rettungs-/Einsatzkräfte etc.

! Soll Ihr Event zum Ereignis werden, machen Sie es zu einem Erlebnis für Ihre Besucher!

2 Planung

2.1 Meilensteine

Der Erfolg eines Events ist häufig abhängig von detaillierter Planung. Die Zielsetzung sollte nicht aus dem Blickfeld geraten und der Organisationsfortschritt ständig anhand der während der Konzeptionsphase festgelegten Meilensteine kontrolliert werden.

 Im Zuge der rasanten Entwicklung unserer digitalen Welt, hat das Thema **Datenschutz** eine große Bedeutung. Halten Sie bei all Ihren Aktivitäten die Datenschutzbestimmungen insbesondere gegen den Missbrauch und die Weitergabe personenbezogener Daten ein!

2.2 Personal

Bauen Sie sich einen Pool von Mitstreitern und Verbündeten auf. Ohne ein gutes Team nützt die beste Planung und das - wenn auch eher selten - großzügigste Budget nichts!

-  Richten Sie sich bei Größe, Zusammensetzung und **Organisation des Teams** nach dem Größenaufwand der Veranstaltung.
-  **Delegieren Sie Aufgaben** entsprechend der Kompetenzen und zeitlichen Verfügbarkeit.
-  Bewahren Sie Ruhe, wenn mal nicht alles nach Plan läuft, denn es gibt kaum ein Projekt, bei dem nicht **improvisiert und unter Zeitdruck** gearbeitet werden muss.

2.3 Budget

Das zur Verfügung stehende Budget einer Veranstaltung ist der Leitfaden für alle zu treffenden Entscheidungen während der gesamten Planungsphase eines Projektes. Holen Sie zur Vergleichbarkeit Kostenangebote mehrerer Dienstleister für einzelne Posten ein. Planen Sie einen Puffer für unerwartete Situationen ein und kalkulieren Sie das Budget möglichst realistisch und genau. Legen Sie die Refinanzierung Ihres Events bspw. durch Eigenanteile, Beiträge Dritter, Spenden/ Förderung, Sponsoring oder Einnahmen aus Eintrittsgeldern fest und verschaffen Sie sich einen Kostenüberblick mittels Bildung von verschiedenen Kostengruppen:

-  **Location:** Miete, Versicherungen, Nebenkosten, Deko, Sanitäreinrichtungen, Catering etc.
-  **Technik:** Licht, Ton, Bühnenbau, Produktion, Effekte, Kommunikation
-  **Transport:** Parkgebühren, Reisekosten, Shuttle-Service, Lieferungen
-  **Personal:** Projektleitung, Projektteam, Aushilfen, Technik, Catering, Sicherheitsdienst, Reinigungs- und Servicepersonal etc.

- 🧩 **Programm:** Künstler, Musiker, Moderatoren, Eventmodule
- 🧩 **Genehmigungskosten:** Sondernutzungserlaubnis nach StVo, GastG, LImSchG etc.
- 🧩 **Sonderaufwendungen:** GEMA, Künstlersozialkasse, Steuerpflicht, Versicherungen etc.
- 🧩 **Werbung/Öffentlichkeitsarbeit:** Grafik, Druck, Versand, Aushang etc.

2.4 Location

Eine der wichtigsten Entscheidungen ist die Wahl der Location: Ein Wintersportgelände im Sommer und eine idyllische See-promenade im Winter rufen zweifelsfrei Erstaunen hervor. Aber was ist realisierbar und zielgerecht? Entscheidungskriterien hierfür können sein:

- 🧩 **Indoor** oder **outdoor**?
- 🧩 **Größe** für die zu erwartende Teilnehmerzahl sowie die **Raumaufteilung** adäquat?
- 🧩 **Backstageräume, Garderoben** und ausreichend **Toiletten** verfügbar?

! Auf Einhaltung der Bestimmungen der Sonderbau-verordnung/SBauVo achten!

- 🧩 Benötigte **Anschlüsse** für Telefon und Fax, Strom, Frisch- und Abwasser vorhanden?
- 🧩 Einhaltung von **Brandschutzbestimmungen** und **Notausgangsregelungen** (SBauVo)
- 🧩 **Infrastruktur** ausreichend? Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln möglich? Parkplätze auf dem Gelände oder in unmittelbarer Nähe vorhanden und kostenfrei? Anlieferung sowie Auf- und Abbauarbeiten problemlos möglich?

🧩 **Bühne:** Standort, Bühnenbild und Größe?

🧩 **Technik:** Raumakustik, Tontechnik und Lichtdesign, Projektions- und Aufzeichnungstechnik, Standorte für Ton- und Lichtmischpult etc.

! Beim Einsatz von Technik sollte vorab eine Generalprobe durchgeführt werden, um defekte Geräte auszutauschen und eventuelle Komplikationen oder Verzögerungen zu vermeiden.

🧩 **Catering:** Externer Lieferant oder Betreiber der Location? Empfangsgetränk, Menü, Buffet oder Fingerfood? Künstler- und Teamcatering?

! Achten Sie beim Catering unbedingt auf Optik, Qualität und Quantität sowie einen reibungslosen Ablauf mit ausreichend Personal und ohne lange Wartezeiten.

🧩 **Mobiliar** Sitz-, Steh- und/oder Buffettische? Bestuhlung und Barhocker? Deko und Blumen?

 **Beschilderung:** Anfahrt, Ein- und Ausgänge, Fluchtwege, Toiletten, Garderobe etc.

 **Logistik:** Einlasskontrolle, Sicherheitsdienst, Nachtwache etc.

 Denken Sie neben dem wichtigen Equipment (Location, Bühne, Licht-/Tontechnik, Akteure etc.) auch an Kleinigkeiten wie Kassensystem und Wechselgeld, Gästelisten und Hotelreservierungen, VIP-Mangement, Reinigung und Müllentsorgung, Abstimmung möglicher Getränke-rechte bei Indoor-Locations, eventuell Einrichtung von Raucherräumen, Wegweiser und Kommunikationsstruktur.

Besichtigen Sie nach Möglichkeit mehrere Locations und optionieren Sie diese rechtzeitig. Vereinbaren Sie vor der Veranstaltung einen Abnahmetermin beim zuständigen Bauordnungsamt, wenn Sie fliegende Bauten ab 75m² errichten oder ein Genehmigungsverfahren voraus gegangen ist. Für Veranstaltungen bereits zugelassene Locations sind im Normalfall nach den Richtlinien der SBauVo ausgestattet. Ist die Location ursprünglich für eine andere Nutzung gedacht, muss ein Antrag auf temporäre Nutzungsänderung sechs Monate vorab beim Bauordnungsamt gestellt werden.

Fachdienst Bauordnung und Bauleitplanung

Ludwigstr. 14 • 42853 Remscheid

Tel.: 02191 16-2424 • Fax: 02191 16-3367

bauordnungsamt@remscheid.de • www.remscheid.de

2.5 Energieversorgung und Abfallwirtschaft

Der Stromanschluss erfolgt direkt über den Versorgungsträger oder über ein autorisiertes Unternehmen, das mit der Verlegung von Stromleitungen beauftragt werden muss. Für den Trinkwasseranschluss informiert die EWR GmbH über Möglichkeiten/Voraussetzungen und unterstützt Sie bei der Umsetzung. Gleichzeitig muss das Abwasser sachgemäß eingeleitet werden.

Bei Veranstaltungen auf öffentlichen Flächen gilt Veranstaltungsmüll gemäß der städtischen Satzung als Hausmüll und darf nur über den öffentlich-rechtlichen Entsorger beseitigt werden. Hierzu dienen Veranstaltungssäcke, die direkt von den TBR (Technische Betriebe Remscheid) bezogen werden können. Die kostenlose Abfuhr der befüllten und bereitgestellten Müllsäcke ist im Vorfeld bei den TBR anzumelden. Bringen Sie verwertbare Abfälle zu Recyclinghöfen und informieren Sie sich vor allem in Bezug auf besonderen Müll wie Schadstoffe, Tierabfälle oder Schrott bei den Spezialisten vor Ort!

 Sollten für Ihre Veranstaltung vom Ordnungsamt Verkehrsschilder für Absperrungen, Parkregelungen oder besondere Verkehrsführung angeordnet sein, können Sie diese gegen Gebühr ebenfalls bei den TBR ausleihen.

Technische Betriebe Remscheid

Nordstr. 48 • 42853 Remscheid

Tel.: 02191 16-2840 • Fax: 02191 16-2710

info@tbr-info.de • www.tbr-info.de

EWK GmbH

Neuenkamper Str. 81-87 • 42855 Remscheid

Tel.: 0800 0164164 (kostenlos) • Fax: 02191 16-5201

info@ewk-gmbh.de • www.ewk-remscheid.de

3 Ordnungsbehörden und Veranstaltungsrecht

3.1 Genehmigungen

Öffentlich zugängliche Veranstaltungen sind grundsätzlich genehmigungspflichtig und müssen drei Monate im Vorfeld beim Fachdienst für Bürger, Sicherheit und Ordnung angemeldet werden:

- ✚ **Straßenverkehrsrechtliche Erlaubnis** nach § 29 Abs. 2 StVO (gleichzeitig **Sondernutzungserlaubnis** nach §§ 18, 21 Straßen- und Wegegesetz NRW) für den Fall, dass die Veranstaltung auf öffentlicher Verkehrsfläche stattfindet (bei Erteilung der Erlaubnis nach § 29 Abs. 2 StVO: **Anordnung der notwendigen Beschilderung** nach § 45 StVO)
- ✚ **Erlaubnis nach dem Gaststättengesetz** (§ 12 GastG) bei Ausschank alkoholischer Getränke
- ✚ **Erlaubnis nach dem Landesimmissionsschutz** (§ 10 Abs. 4 LImSchG) bei Musikwiedergabe und Musikaufführungen
- ✚ Erlaubnis zur **Anbringung von Plakaten** an städtischen Beleuchtungsmasten nach dem Straßen- und Wegegesetz (§§ 18 und 19 StrWG NRW)
- ✚ Das **Abbrennen eines Feuerwerks** bedarf einer Erlaubnis auf Antrag eines Pyrotechnikers
- ✚ **Errichtung Fliegender Bauten** (Zelte o. ä.) entsprechend der Richtlinie über den Bau und Betrieb Fliegender Bauten (FIBauR)
- ✚ Bestimmte Veranstaltungen (wie Spezialmärkte, Jahrmärkte, Messen, Ausstellungen, Volksfeste) bedürfen einer Festsetzung nach der **Gewerbeordnung** (§ 55 e Abs. 2, §§ 68 und 69 GewO)
- ✚ Lassen Sie sich von den Ansprechpartnern vor Ort beraten. Achten Sie bei der Bewirtung Ihrer Gäste auf die Einhaltung des **Jugendschutzgesetzes** (JuSchG), die **Hygienevorschriften** der Ordnungsbehörde und gültige **Gesundheitszeugnisse** des eingesetzten Personals!



Bei nachweisbarer **Gemeinnützigkeit** besteht in einigen Fällen die Möglichkeit der Freistellung von

Sondernutzungsgebühren. Stimmen Sie Ihren Fall explizit mit der Ordnungsbehörde ab!

Fachdienst Bürger, Sicherheit und Ordnung

Elberfelder Str. 32-36 • 42853 Remscheid

Tel.: 02191 16-00 • Fax: 02191 16-3261

ordnungsamt@remscheid.de • www.remscheid.de

3.2 Sicherheit bei Veranstaltungen

Veranstalter müssen vor allem dafür Sorge tragen, dass die Sicherheit für Teilnehmer und Besucher gewährleistet ist. Als Faustregel gilt: Das Verhältnis von eingesetzter Sicherheitskraft zu Besucherzahl sollte in etwa bei 1:100 liegen. Im Rahmen des Genehmigungsverfahrens für Veranstaltungen im öffentlichen Verkehrsraum in Remscheid werden von der ausstellenden Behörde automatisch Polizei und Feuerwehr über die Veranstaltung informiert und um Stellungnahme zu im Einzelfall notwendigen Sicherheitsmaßnahmen gebeten. Diese finden sich in der ausgestellten Genehmigung wieder und können bei Bedarf jederzeit nachgelesen werden. Für Veranstalter bedeutet dies: Antragsformular (erhältlich beim Fachdienst Bürger, Sicherheit und Ordnung oder auf www.remscheid.de) mit den wesentlichen Eckdaten ausfüllen und bei der zuständigen Ordnungsbehörde einreichen. Hier wird man auch bei Rückfragen zur Umsetzung der Sicherheitsmaßnahmen beraten.

3.3 Sicherheitskonzept Großveranstaltungen

Bei Großveranstaltungen ist die Fertigung eines Sicherheitskonzeptes obligatorisch und die Antragsstellung mindestens drei Monate im Vorfeld erforderlich. Das Sicherheitskonzept muss mindestens beinhalten:

- 🧩 **Beschreibung:** Titel, Genre, Zeitraum, Ort
- 🧩 **Dimension:** Flächennutzung, Infrastruktur, Zielgruppenanalyse
- 🧩 **Organisation:** Veranstalter, Erreichbarkeiten, Haftpflichtversicherung
- 🧩 **Pläne:** Aufbau, Flucht- & Rettungswege, Sanitäts- und Rettungsdienst, Verkehrslenkung, Bewirtung, Ver- und Entsorgung
- 🧩 **Sicherheitsdienst:** Anzahl, Positionen, Aufgaben, taktische Ziele
- 🧩 **Gefährdungsanalyse:** erwartetes Besucherverhalten, Notfallszenarien, Schutzziele

3.4 Haftung und Versicherungen

Wer etwas veranstaltet, aufbaut oder betreibt, der ist auch verantwortlich. Der erkältete Leadsänger, der Besucher mit

Gipsbein, die Kamera mit zerbeultem Objektiv, der plötzliche Wolkenbruch bei einem Open-Air-Konzert: Ein **gutes Sicherheitskonzept** und eine **solide Absicherung** Ihres Projektes nehmen finanziellen Schäden das Risiko. Erkundigen Sie sich bei Versicherern über die zahlreichen Möglichkeiten der Absicherung, die speziell auf Ihre Bedürfnisse abgestimmt sind.

4 Rahmenprogramm

4.1 Programmfestlegung

Das Rahmenprogramm ist oft entscheidend für den Erfolg einer Veranstaltung. Bei der Entwicklung des Rahmenprogramms sollte daher immer das Gesamtkonzept mit den Vorstellungen von einer gelungenen Inszenierung in Zusammenhang gebracht werden.

- ❧ Soll das Rahmenprogramm unter einem bestimmten Motto stehen?
- ❧ Soll es die Teilnehmer zum Mitmachen animieren oder eher im Hintergrund geschehen?
- ❧ Welche Akteure (Moderatoren, Redner, Schauspieler, Tänzer, Sänger etc.) vermitteln die Kernbotschaft und passen in den Veranstaltungsrahmen?

Ist eine Grundidee entstanden, müssen im nächsten Schritt Künstler engagiert werden. Eine Reihe von Onlineportalen bieten umfassende Datenbanken mit Kontaktdaten von Künstlern und Vermittlungsagenturen. Für einen optimalen Preisvergleich ist es immer sinnvoll, mehrere Künstler um ein Angebot zu bitten, Demomaterial anzufordern und erst dann eine Entscheidung zu fällen. Danach folgen die Detailabstimmungen:

- ❧ Ist der Einsatz von Medien und Technik notwendig?
- ❧ Bringt der Künstler benötigtes Equipment evtl. selbst mit?
- ❧ Wie hoch sind Gagen, Reisekosten, Nebenkosten, Spesen?
- ❧ Vertragsmodalitäten und Vertragsgestaltung
- ❧ Kostenermittlung für GEMA, KSVG, EStG

4.2 Ablaufgestaltung

Für unerwartete Zwischenfälle sollte ein Alternativprogramm ausgearbeitet werden, damit im Bedarfsfall auf einen "Plan B" zurückgegriffen werden kann. Die Erstellung einer Bühnenanweisung (chronologischer Zeitplan für Begrüßung, Catering, Showeinlagen, etc.) kann für einen reibungslosen Ablauf am Veranstaltungstag hilfreich sein und sollte allen Akteuren (inkl. Künstlerbetreuern und Helfern) zur Verfügung gestellt werden, um Überschneidungen oder ungeplante Pausen zu vermeiden. Halten Sie die Veranstaltung in Bildern durch einen Mitarbeiter oder professionellen Fotografen fest.

4.3 GEMA - Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte

Die öffentliche Musikwiedergabe jeglicher Art muss im Vorfeld unaufgefordert bei der GEMA angemeldet werden. Diese erhebt eine Gebühr und entlohnt Musikschafter nach einem Verteilungsschlüssel für die Nutzung Ihrer Werke. Die Bemessung erfolgt unter anderem anhand folgender Faktoren:

- ✚ Fassungsvermögen der Location
- ✚ Höchstes Eintrittsgeld pro Person
- ✚ Zeitlicher Rahmen
- ✚ Art der Veranstaltung
- ✚ Art der Wiedergabe

GEMA

Bayreuther Str. 37 • 10787 Berlin
Tel.: 030 58858999 • Fax: 030 21292795
kontakt@gema.de • www.gema.de

4.4 Künstlersozialversicherungsgesetz (KSVG)

Die Künstlersozialversicherung ermöglicht freien Künstlern und Publizisten sozialen Schutz in der Kranken-, Pflege- und Rentenversicherung. Die Abgabe für Verwerter richtet sich nach der Nettogage des Künstlers und beträgt im Jahr 2019 rund 4,2%. Zahlungspflichtig sind Verwerter, wenn sie regelmäßig oder mindestens vier Mal im Jahr Künstler engagieren. Ob in Ihrem konkreten Fall eine Künstlersozialabgabe zu leisten ist, erfahren Sie bei der Künstlersozialkasse.

Künstlersozialkasse

Gökerstr. 14 • 26384 Wilhelmshaven
Tel.: 04421 9734051500 • Fax: 04421 7543-5062
auskunft@kuenstlersozialkasse.de • www.kuenstlersozialkasse.de

4.5 Ausländersteuer (nach §§ 49 ff. EStG)

Im Ausland lebende Künstler und Sportler sind verpflichtet, auf die in Deutschland erzielten Einnahmen Einkommensteuer zu zahlen. Ab einer Bruttogage von 250,00 € pro Kopf müssen Veranstalter die Steuer von der Künstlergage einbehalten und an das Finanzamt nach dem Lohnsteuerabzugsverfahren abführen (Fristablauf: sieben Kalenderjahre). Erkundigen Sie sich gegebenenfalls beim zuständigen Finanzamt.

Finanzamt Remscheid

Wupperstr. 10 • 42897 Remscheid
Tel.: 02191 961-0 • Fax: 0800 10092675126
www.finanzamt-remscheid.de

5 Öffentlichkeitsarbeit/Marketing

5.1 Werbung

Machen Sie auf Ihr Projekt aufmerksam und sprechen Sie Ihre Besucher direkt an. Das Bewerben der Veranstaltung ist ein unentbehrliches Instrument auf dem Weg zum Ziel. Gehen Sie bei Ihren gestalterischen Überlegungen nach den Werbegrundsätzen vor: Ihre Werbung muss klar und leicht verständlich sein, sachlich richtig informieren und nicht täuschen oder irreführen. Sorgen Sie für eine Wirksamkeit Ihrer Werbeaussage (bspw. durch originelle und prägnante Farben, Texte und Bilder) und verlieren Sie die Wirtschaftlichkeit Ihrer Maßnahmen nicht aus den Augen (angemessenes Verhältnis der Kosten zum Werbeerfolg).

- ✚ Legen Sie ein prägnantes Werbekonzept fest.
- ✚ Erstellen Sie ggf. Einladungen und versenden diese zielgruppengerecht.
- ✚ Verfassen Sie Presstexte und laden Sie zur Pressekonferenz ein.
- ✚ Lassen Sie Printmedien (Plakate, Flyer, Broschüren oder Banner) entwerfen und streuen Sie diese weit-räumig und vor allem an die bereits im Vorfeld definierte Zielgruppe.

Bei allen Werbemaßnahmen ist unbedingt darauf zu achten nur solche Bilder zu verwenden, die der Urheber für Ihre Werbezwecke freigegeben hat. Denn: Urheber von Werken, Literatur, Wissenschaft und Kunst genießen einen besonderen Schutz ihrer Werke nach dem **Urheberrechtsgesetz** (UrhG).

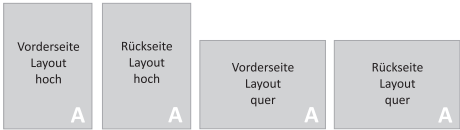
In der Regel können Sie die Rechte auch käuflich erwerben. Allerdings müssen Sie auch hier beachten: Der Urheber legt fest, wie sein Werk verwendet werden darf.



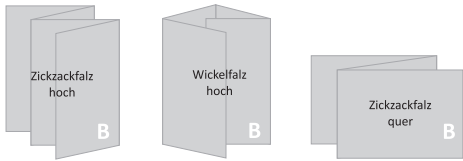
5.2 Printmedien

Denken Sie bei der Verteilung bzw. dem Aushang Ihrer Printmedien auf öffentlichen Flächen daran, im Vorfeld erforderliche Genehmigungen einzuholen. Auf privaten Grundstücken ist die ausdrückliche Zustimmung des Eigentümers/Besitzers unbedingt erforderlich. Unter unzähligen Möglichkeiten sind folgende Formate die häufigste Werbeform:

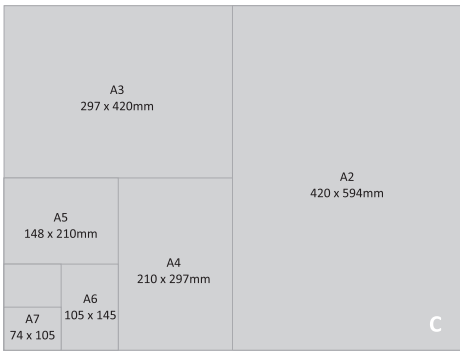
A: Flyer 4/4-farbig (beidseitiger Druck)



B: Folder 4/4-farbig (beidseitiger Druck)



C: Plakat 4/0-farbig (einseitiger Druck) DIN-Normen



Achten Sie bei allen Werbemaßnahmen auf die Einhaltung des Gesetzes gegen den unlauteren **Wettbewerb (UWG)**.

5.3 Medienpräsenz

Verzichten Sie nicht auf eine **Internetpräsenz** und einen Newsletter. Wenn es im Rahmen des Budgets liegt, schalten Sie zusätzlich **Anzeigen** und (Radio-) **Spots**. Durch eine gute Öffentlichkeitsarbeit können Sie viel erreichen! Es gibt etliche **Internetportale**, die es gestatten, in eigener Sache Werbung zu machen. Versenden Sie ein **Pressemailing** mit allen Informationen (Text, Logo, Bilder, Kontakt, Weblink) an lokale, regionale und ggf. überregionale Zeitungen, Radiosender, Zeitschriften und Online-Terminatenbanken. Prüfen Sie Ihren Eintrag nach der Veröffentlichung und vergessen Sie nicht den Online-Redaktionen Ihre Änderungen, Ergänzungen oder Absagen jederzeit durch zu geben – nur so bleibt Ihr Online-Eintrag stets aktuell!

- ! **Onlineplattformen** wie bspw. www.remscheid-live.de haben ein breit gefächertes Netzwerk aufgebaut. Hier wird Ihr Termin mit nur einem Eintrag automatisch an Kooperationspartner, Radiosender, Zeitungen und Eventportale weiter geleitet und erscheint zudem im städtischen Portal auf www.remscheid.de.
- ! Entwickeln und pflegen Sie Einträge in sozialen Netzwerken wie Twitter, Facebook, Snapchat und Instagram! Mit **Social Media** erreichen Sie online große Aufmerksamkeit für Ihr Projekt!

5.4 Nachbereitung

Zur Nachbereitung gehört hauptsächlich die Abrechnung anhand der Rechnungsein- und -ausgänge (Gewinn und Verlust). Durch Dankschreiben sowie Versenden von Fotos oder Videomitschnitten bleibt man bei den Teilnehmern, Kunden und Besuchern in guter Erinnerung. Für zukünftige Projekte ist es sinnvoll, Bilanz zu ziehen: Kritik, Festhalten von Verbesserungsvorschlägen, Dokumentation der Zielerreichung und Auswertung von Fragebögen, die von Teilnehmern, Gästen oder Mitarbeitern ausgefüllt werden und ein realistisches Gesamtbild wiedergeben.

- ! Nachhaltigkeit kann neben einer guten Organisation und einem damit verbundenen positiven Eindruck zusätzlich durch Give-Aways (kleine Präsente) erreicht werden.



6 Checklisten

6.1 Übersichten, Tabellen, Softwarelösungen

Es gibt keine Patentlösung für die optimale Checkliste, die detaillierteste Ablaufplanung und die exakteste Budgetübersicht. Zahlreiche Anbieter von Softwarelösungen erleichtern die Planungen und das fortwährende Controlling maßgeblich. Deren Anschaffung ist allerdings auch mit Kosten verbunden. Daher sollen die nachfolgenden Checklisten nur eine Idee zu Ihrer individuellen Planung sein, die Sie entsprechend den Besonderheiten Ihres Vorhabens adaptieren, ergänzen oder kürzen können.

6.2 Fact-Sheet

EVENT	DATUM	LOCATION
-------	-------	----------

1. Ausgangssituation

Endformat:		Zielgruppe:	
Ziel/Idee:		Motto/Strategie:	

2. Verantwortlichkeiten

Gesamtverantwortung:	
Federführung:	
Team (Zuständigkeiten, Erreichbarkeit):	
Kontakte (Lieferanten, Dienstleister, Künstler etc.):	



6.3 Planung, Organisation, Durchführung

EVENT	DATUM	LOCATION
-------	-------	----------

1. Location

	Spätester Termin	Verantwortlich	Bearbeitungsstand/ Bemerkungen	
Statik (Höchstbelastung, Lagepläne)			Erledigt!	☒
Größe (Anzahl Gäste, Atmosphäre, Image)			Erledigt!	☒
Räume (Sanitär- anlagen, Garderoben etc.)			in Bearbeitung	☐
Ver-/Entsorgung (Wasser, Strom, Müll)			OFFEN	☐
Brandschutz, Notausgänge				☐
Infrastruktur (ÖPNV, Parken, Lieferungen)				☐
Bühne (Standort, Bühnenbild, Größe)				☐
Technik (Akustik, Licht, Ton, Multi-Media)				☐
Catering (Gäste-, Künstler-/Teamcatering)				☐
Möbiliar (Bestuhlung, Tische, Deko)				☐
Beschilderung (Ein-/ Ausgänge, WC etc.)				☐
Logistik (Einlass- kontrolle, Security etc.)				☐

2. Ordnungsbehörden

	Spätester Termin	Verantwortlich	Bearbeitungsstand/ Bemerkungen	
Genehmigungen beantragen				☐
Sicherheits- konzept erstellen				☐
Versicherungen abschließen				☐



3. Rahmenprogram

	Spätester Termin	Verantwortlich	Bearbeitungsstand/ Bemerkungen	
Motto				☐
Akteure (Künstler, Moderatoren, Redner)				☐
Equipment für Darbietungen				☐
Verträge (Vertrags- gestaltung, Modalitäten)				☐
Sonderaufwen- dungen (GEMA etc.)				☐
Ablaufpläne (Bühne, Technik, Catering)				☐

4. Öffentlichkeitsarbeit

	Spätester Termin	Verantwortlich	Bearbeitungsstand/ Bemerkungen	
Motto				☐
Printmedien				☐
Werbemittel- verteilung				☐
Einladungen (Erstellung, Versendung)				☐
Presse (Pressemappen, Pressekonferenz)				☐
Vermarktung (Anzeigen, Spots etc.)				☐

5. Durchführung

	Spätester Termin	Verantwortlich	Bearbeitungsstand/ Bemerkungen	
Helfer (Künstlerbetreuer, Techniker etc)				☐
Generalprobe (Alternativen einplanen)				☐
Dokumentation (Fotos, Videos etc.)				☐
Abrechnung (Übersicht, Controlling)				☐
Nachbereitung (Auswertung, Dank etc.)				☐

6.4 Budget

EVENT	DATUM	LOCATION
-------	-------	----------

Einnahmen

Kostenpunkt	netto	Mwst.	brutto	
Eigenanteil	0,00 €	0,00 €	0,00 €	☒
Sponsoring	0,00 €	0,00 €	0,00 €	☐
Eintrittsgelder	0,00 €	0,00 €	0,00 €	☐
etc.	0,00 €	0,00 €	0,00 €	☐
	0,00 €	0,00 €	0,00 €	☐

Ausgaben

Kostenpunkt	netto	Mwst.	brutto	
Location	0,00 €	0,00 €	0,00 €	☒
Technik	0,00 €	0,00 €	0,00 €	☐
Personal	0,00 €	0,00 €	0,00 €	☐
Rahmenprogramm	0,00 €	0,00 €	0,00 €	☐
Genehmigungen	0,00 €	0,00 €	0,00 €	☐
Sonderaufwendungen	0,00 €	0,00 €	0,00 €	☐
Werbung	0,00 €	0,00 €	0,00 €	☐
etc.	0,00 €	0,00 €	0,00 €	☐
	0,00 €	0,00 €	0,00 €	☐

Ergebnisrechnung

Kostenpunkt	netto	Mwst.	brutto	
Einnahmen	0,00 €	0,00 €	0,00 €	☐
Ausgaben	0,00 €	0,00 €	0,00 €	☐
	0,00 €	0,00 €	0,00 €	☒

UNSER REMSCHIED

UNSERE FESTE

Unser Remscheid aktiv gestalten!
www.remscheid.de

Änderungen, Ergänzungen, Druckfehler oder Irrtümer vorbehalten.

Herausgeber:

STADT  REMSCHEID

Stadt Remscheid

Der Oberbürgermeister

Alleestr. 6-8, 1. OG

42853 Remscheid

Stadtmarketing

Telefon: 02191 16-2937

E-Mail: stadtmarketing@remscheid.de

www.remscheid.de

