

GUTACHTEN

Ansprechpartnertagung Bonn 2019

Veranstaltungsplanung & -management

Workshop Nr. 3

Luna Rehberger

Lisa Ewert

Christoph Geib

BRF

Bundesverband
rechtswissenschaftlicher
Fachschaften e.V.

Inhaltsverzeichnis

A. Veranstaltungsplanung und -management in der Fachschaft	3
I. Grundvoraussetzungen	3
II. Konzept	3
III. Termin	4
1. Datum	4
2. Uhrzeit	4
IV. Werbung	4
1. Plakate und Flyer	5
2. Zeitungen	5
3. Social Media	5
4. Vorlesungen und Übungen	5
V. Kosten und Finanzierung	5
VI. Aufgabenverteilung	7
B. Arbeitsaufträge	7
Impressum	8

A. Veranstaltungsplanung und -management in der Fachschaft

I. Grundvoraussetzungen

Zur Planung und Durchführung von Veranstaltungen der Fachschaft sind einige Grundvoraussetzungen von essentieller Bedeutung. Dazu gehören zunächst ein motiviertes und engagiertes Fachschaftsteam oder zumindest mehrere Fachschaftsmitglieder, die dazu bereit sind, die Planung in die Hand zu nehmen. Außerdem bedarf es kreativer Ideen, welche Veranstaltungen umgesetzt werden könnten, um möglichst viele Studierende des Fachbereichs anzusprechen. Ziel der Fachschaftsveranstaltungen sollte es sein, den Studienalltag zu erleichtern und den Kontakt der Studierenden untereinander zu erweitern. Weiter bieten Veranstaltungen der Fachschaft einen Repräsentationseffekt, der zeigt, dass die Fachschaft sich aktiv für die Belange der Studierenden einsetzt. Dabei kommen verschiedene Veranstaltungstypen wie Vorträge, das Programm der O-Phase, Ausflüge, der Verkauf von Lehrbüchern von Studierende an Studierende und noch viele weitere in Betracht. Der Workshop selbst soll dem Vorstellen verschiedenster Veranstaltungen dienen, um einen Überblick über das bisherige Sammelsurium an bestehenden Veranstaltungen zu erhalten.

II. Konzept

Um die Ideen zu bündeln und daraus eine gelungene Veranstaltung entstehen zu lassen, ist ein entsprechendes Konzept erforderlich, welches alle relevanten Punkte für die tatsächliche Durchführung der Veranstaltung beinhaltet. Hierfür sollte man folgende Punkte (nicht abschließend) im Blick behalten:

- Welchem Anlass/ Zweck dient die Veranstaltung?
- Wie gestalten wir die Veranstaltung aus?
- Welche Ressourcen (Räumlichkeiten, Materialien, Geräte) benötigen wir?
- Anmeldungen/Absprachen mit der Universität, Hausmeister*in, Stadt oder anderen Behörden
- Wer macht was vor Ort; Aufgabenverteilung (z. B. Akquise von Referent*innen, Technik, Öffentlichkeitsarbeit, Moderation, Verpflegung)
- Ggf. Finanzierung

Zum besseren Verständnis ein Beispiel für ein mögliches Konzept. (Nur die wichtigsten Punkte werden erläutert, das Beispiel erfasst nicht abschließend alle Punkte)

Geplant wird ein Vortrag eines Anwalts oder einer Anwältin aus einer Großkanzlei. Diese*r soll z.B. den Studierenden von seiner*ihrer Tätigkeit als Volljurist*in berichten, um ihnen ein mögliches Berufsfeld nach ihrem Studium vorzustellen oder über ein aktuelles juristisches Thema berichten und Stellung dazu beziehen.

Zu aller erst muss hierfür ein Referent oder eine Referentin angeworben werden. Vereinfacht werden kann dieser Prozess durch Kontakte zu entsprechenden Referent*innen durch Fachschaftsmitglieder oder Professor*innen. Darauf folgt dann das Kontaktieren der potenziellen Referent*innen. Für die Finanzierung ist das Honorar sowie die Erstattung nötiger Aufwendungen zu beachten. Diese können oftmals durch Mittel des Fachbereichs beantragt und übernommen werden. Ebenfalls ist zu überlegen dem Referent*innen ein Präsent als Dank zu übergeben.

Für die Veranstaltung bedarf es eines Hörsaals oder einer anderen Räumlichkeit, die für einen Vortrag geeignet ist. Der Raum muss über die Universitätsverwaltung gebucht werden. Die Technik für eine Präsentation sowie Mikrofone ist meist im Hörsaal gegeben. Allerdings muss sich mit der Funktionsweise vertraut gemacht werden.

Vor Ort muss dann die Technik bereitgestellt sowie ggf. weiteres aufgebaut werden. Weiter ist eine Anmoderation und Begrüßung des*der Referent*in durch ein Fachschaftsmitglied notwendig.

Am Ende der Veranstaltung muss alles aufgeräumt und sauber hinterlassen werden.

III. Termin

1. Datum

Es gibt Zeiten, in denen es schlichtweg wenig sinnvoll ist, eine Veranstaltung auszurichten. Hierunter fallen zum Beispiel die Semesterferien. In diesen halten sich in den meisten Fällen deutlich weniger Studierende in der Hochschule auf als zur Vorlesungszeit. Der Pool an potentiellen Zuhörer*innen ist somit deutlich kleiner als zu anderen Zeitpunkten. Auch zu Beginn des Semesters, vor allem aber in der ersten Vorlesungswoche, ist es schwieriger, Kommiliton*innen für eine Veranstaltung zu begeistern. In dieser Zeit besteht regelmäßig ein sehr hohes Angebot an Veranstaltungen. Neben zahlreichen „Opening-Partys“ stellen sich häufig studentische Initiativen oder Vereine vor, um Studierende für ihre Arbeit zu begeistern. Bei Veranstaltungen am Ende eines Semesters, muss man sich im Klaren darüber sein, dass sich ein nicht geringer Teil der potentiellen Zuhörer*innen bereits in der Klausurenphase befindet und mögliche Adressaten von Fachschaftsveranstaltungen nur noch begrenzte bis gar keine zeitlichen Kapazitäten mehr haben. Optimal scheint es daher, die Mitte des Semesters als zeitlichen Rahmen für Veranstaltungen festzulegen. Schließlich ist zu beachten, dass im Sommer bei hohen Außentemperaturen tendenziell weniger Besucher*innen zu erwarten sind.

2. Uhrzeit

Grundsätzlich empfiehlt es sich, Veranstaltungen abends anzusetzen, wobei der Beginn der Veranstaltung nicht nach 20 Uhr erfolgen sollte. Hierdurch erhält der Großteil der Studierenden die Möglichkeit tatsächlich an der Veranstaltung teilzunehmen, ohne Lehrveranstaltungen missen zu müssen. Sollte man doch eine Veranstaltung auf den Mittag oder Morgen legen wollen, so scheint es angebracht, sich einen Überblick über die zur gewählten Zeit stattfindenden Lehrveranstaltungen zu verschaffen und abzuwägen, ob eine Durchführung der Veranstaltung zur Mittagszeit Sinn ergibt.

IV. Werbung

Wie kein anderer Faktor entscheidet die Qualität der Werbung über den Erfolg einer Veranstaltung. Somit stellt sich die Frage, durch welche Werbemaßnahmen ein möglichst großer Adressat*innenkreis angesprochen werden kann. Ratsam scheint es, sich zunächst einen Überblick über die verschiedenen Kanäle zu verschaffen, die zur Schaltung der Werbung genutzt werden können. Hierzu zählen üblicherweise neben Schwarzen Brettern und weiteren Flächen, die zum Aufhängen von Plakaten genutzt werden können, etwaige TV-Bildschirme, die regelmäßig über Veranstaltungen informieren, Social-Media-Accounts oder Vorlesungen. Wichtig bei allen Kanälen ist es, früh genug mit der Werbung zu beginnen. Bereits mehrere Wochen vor der Veranstaltung kann mit der „Save-the-Date-Methode“ für Aufmerksamkeit gesorgt werden. Interessierte bekommen dadurch, sobald Ort und Zeitpunkt der Veranstaltung feststehen, rechtzeitig die Möglichkeit, sich den Termin vorzumer-

ken. Zu diesem Zeitpunkt ist es noch nicht zwingend erforderlich, dass bereits alle Referent*innen oder alle Einzelheiten geklärt sind. Spätestens zwei Wochen vor Beginn der Veranstaltung sollte dann die jeweilige Werbung geschaltet werden.

1. Plakate und Flyer

Zu den klassischen Methoden zählt natürlich das Verteilen von Flyern und Plakaten. Hierbei ist es ratsam, ein eigens für diese Veranstaltung kreiertes Layout zu verwenden. Dieses sollte zunächst nicht zu viele Textelemente enthalten. Am Wichtigsten sind Art und Name der Veranstaltung, Ort, sowie Zeitpunkt (und ggf. die Namen der Referent*innen).

Das Design des Flyers oder Plakates sollte selbstverständlich optisch ansprechend und nicht mit zu vielen Informationen überfrachtet sein.

2. Zeitungen

An den meisten Hochschulen gibt es „Campus-Magazine“, welche über den Alltag an der Hochschule berichten. Bei der zuständigen Stelle der Redaktion kann nachgefragt werden, ob diese die Veranstaltung bewerben können und ob gegebenenfalls das Verfassen eines dazugehörigen Textes möglich wäre.

3. Social Media

Nicht wegzudenken sind Social Media-Posts zur Ankündigung der Veranstaltung. Über keinen anderen Kanal können in kürzerer Zeit viele Menschen erreicht werden. Dabei sollte man sich nicht auf einem herkömmlichen Post, der über die Veranstaltung informiert, ausruhen. Vielmehr gilt sicherzustellen, dass die Beiträge z.B. auf Facebook geteilt werden. Hilfreich kann es auch sein, in verschiedenen Posts etwaige Referent*innen der Veranstaltung vorzustellen. Einen Tag vor der Veranstaltung oder am Tag der Veranstaltung selbst empfiehlt es sich nochmal in der Instagram-Story auf die Veranstaltung hinzuweisen. Schließlich sollte daran gedacht werden, die Veranstaltung in den verschiedenen „Facebook-Jahrgangsgruppen“ zu teilen, sofern solche vorhanden sind.

4. Vorlesungen und Übungen

Hierfür ist es hilfreich, die Dozierenden der jeweiligen Vorlesungen oder Übungen vorher zu kontaktieren und sich zu erkundigen, ob diese möglicherweise zu Beginn der Lehrveranstaltung (Vorlesung, Übung, Tutorium...) 2-3 Minuten zur Bewerbung der Fachschaftsveranstaltung zur Verfügung stellen würden. Alternativ kann nachgefragt werden, ob eine Folie mit dem Bild der Fachschaftsveranstaltung aufgelegt werden kann.

V. Kosten und Finanzierung

Zusätzliche Kosten fallen meistens an. Um in diesen Fällen zu vermeiden, dass die Fachschaft die Kosten nicht decken kann und diese auf einzelne Personen zurückfallen, ist eine genaue Kostenkalkulation wichtig. Diese muss vor dem Event feststehen und mit dem*der zuständige*r Finanzler*in abgesprochen sein. Es bietet sich an, schon im Vorhinein anzufragen, welche Kosten von welchen universitären Stellen übernommen werden können. Die Strukturen bezüglich des Umgangs mit Finanzen an den verschiedenen Universitäten in

Deutschland variieren sehr. Somit ist eine Absprache wichtig, wer der*die richtige Ansprechpartner*in beispielsweise an der Fakultät oder dem AStA ist und welche Voraussetzungen für die Übernahme von Kosten zu erfüllen sind (z.B. entsprechender Beschluss des Fachschaftsrates, Stütz- und Bestätigungsbelege der Verwaltung). Beispielsweise werden An- und Reisekosten oft übernommen, Kosten für Präsente als Dankeschön für etwaige Gastredner*innen tendenziell weniger. Die Faustformel ist dabei: Ohne Kostenbeleg gibt es auch kein Geld.

Für eine gelungene Kostenkalkulation bietet es sich zudem an, schriftlich festzuhalten, welche Ausgaben anfallen und ob diese eventuell durch Einnahmen oder finanzielle Unterstützungen gedeckt werden können. Um die Kosten möglichst gering zu halten, sollten Angebote von verschiedenen Anbieter*innen für die diversen Kostenpunkte eingeholt werden.

Überdies kann ein Sponsoring in Betracht gezogen werden. Das Sponsoring von Veranstaltungen hängt sehr von der jeweiligen Art des Events ab. Meistens ist es einfacher, Sachspenden wie Stifte, Blöcke oder ähnliches zu erhalten, als Geldspenden zu bekommen. Für ein Get-Together bietet sich auch eine Anfrage bei Essenslokalitäten oder Getränkemarken an. Bei der Auswahl der Sponsor*innen ist Vorsicht geboten. So variiert die Zusammenarbeit mit Firmen oder Unternehmen von Fachschaft zu Fachschaft. Eventuell gibt es schon interne Richtlinien diesbezüglich oder eine Absprache zur Exklusivität mit einem Unternehmen. Daher sollte auf jeden Fall intern Rücksprache gehalten werden, bevor Sponsoren angeschrieben werden. Es kann sich zudem empfehlen, sich mit anderen Fachschaften abzusprechen oder aber auch mit dem BRF in Kontakt zu treten.

Ausgewählte Sponsoren des BRF als Beispiel:

Verlagsgruppen

- *Alpmann Schmidt Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG*
Der Alpmann Schmidt Verlag stellt für die Tagungen des BRF häufig eine finanzielle Förderung zur Verfügung und gewährt zudem kostenlose Exemplare der Ausbildungszeitschrift RÜ.
- *C. F. Müller GmbH*
Der C.F. Müller Verlag fördert die Tagungen häufig mit Geld- und Sachspenden.

Finanzdienstleister

- *MLP Finanzberatung SE*
MLP unterstützt den BRF finanziell und durch Sachspenden.

Karriereberatungs- und -förderungsinstitute

- *LegalCareers GmbH*
LegalCareers unterstützt den BRF auf jeder Tagung mit wiederverwendbaren Plastikbechern. Dieses Angebot gilt auch für alle Fachschaften.
- *E-fellows.net GmbH & Co. KG*
E-Fellows unterstützt den BRF mit Sachspenden (LL.M.-Buch oder Studienführer).
- *iurNetwork UG (iurastudent.de)*
iurastudent.de enthält eine Plattform für den BRF, auf der auch Fachschaftsveranstaltungen beworben werden können.

Getränkeanbieter

- *Capri Sun Vertriebs GmbH*
Capri Sun hat dem BRF bereits in der Vergangenheit für Tagungen Energydrinks gesponsort.

Interessenverbände

- *Deutscher Richterbund*
Der deutsche Richterbund hat Interesse an einer Zusammenarbeit mit dem BRF und einzelnen Fachschaften gezeigt, die sich jedoch weniger Sponsoring, sondern mehr auf Vorträge etc. bezieht).
- *Panda GmbH*
Mit Panda hat der BRF eine Social Media-Kooperation.

VI. Aufgabenverteilung

Wenn die Planung des Events steht, ist es nun wichtig, auch eine reibungslose Durchführung zu gewährleisten. Dafür ist eine gute und klare Aufgabenverteilung wichtig. So wird die Durchführung für alle Mitwirkenden angenehmer. Wer möchte schon als einzige*r aufräumen müssen oder Kästen voll Getränke zu zweit tragen? Es ist es gut in einem Treffen vor der Veranstaltung die Rollen klar einzuteilen, die Ansprechpartner*innen festzulegen und die Aufgaben zu erklären und dies protokolliert festzuhalten. Umso klarer dies kommuniziert wird, desto einfacher ist eine gelungene Durchführung des Events. Dazu sind vor allem die Rollen der jeweiligen Ansprechpartner*innen wichtig. Diese sollten besonders darauf achten, zum einen Aufgaben zu delegieren, um somit nicht als einzige durchführende Kraft tätig zu werden, und zum anderen einen Gesamtüberblick zu behalten. Wenn sich jede*r seiner/ihrer ihm/ihr zugeteilten Aufgabe bewusst ist und zudem auch stets weiß an wen er*sie sich bei etwaigen Fragen oder Problemen zu wenden hat, steht einem gelungenen Event nichts im Wege.

B. Arbeitsaufträge

1. Welche Probleme sind bei der Organisation von Veranstaltungen deiner Fachschaft aufgetreten und wie wurden diese gelöst?
2. Welche Veranstaltung deiner Fachschaft ist besonders erfolgreich? Erläutere das Konzept der Veranstaltung.

Impressum

Herausgeber

Bundesverband rechtswissenschaftlicher Fachschaften e.V.
c/o FSR Rechtswissenschaften der Universität Hamburg
Rothenbaumchaussee 33
20148 Hamburg

www.bundesfachschaft.de
info@bundesfachschaft.de

Text

Luna Rehberger
Lisa Ewert
Christoph Geib