



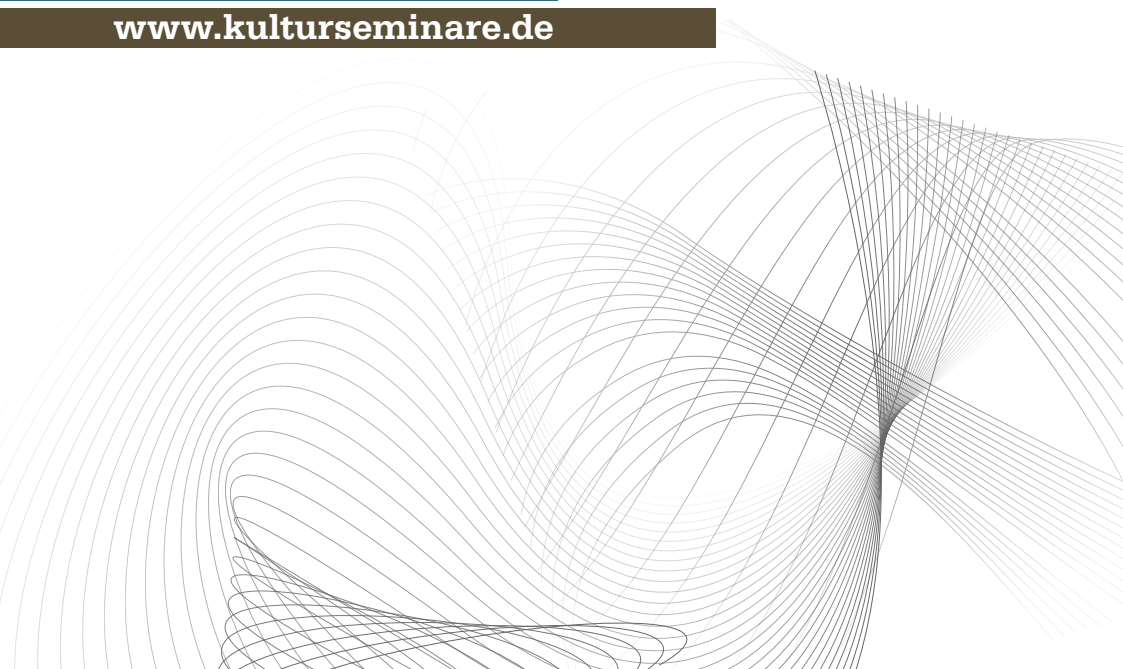
KULTURBÜRO
Rheinland-Pfalz

Kultur & Management

Seminarprogramm 2017

1. Halbjahr

www.kulturseminare.de



Liebe Leserinnen* und Leser*,

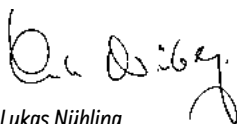
Sie halten unser Seminarprogramm »Kultur & Management« des ersten Halbjahres 2017 in den Händen.

Unser Programm richtet sich an Mitarbeiter, die in der Kulturvermittlung oder im Organisations-, Verwaltungs- und Managementbereich von Kultureinrichtungen – Kulturzentren, -ämter, -büros, -vereine, -initiativen, Theater, Orchester, Kleinkunsthöfen, Festivalveranstalter, ... – tätig sind bzw. in das Berufsfeld Kultur einsteigen wollen.

Genauso interessant ist es aber auch für Künstlerinnen. 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. Daneben unterstützt uns die LAKS Baden-Württemberg. Sie wird weiterhin vor Ort in ihren Einrichtungen die Seminare kompetent betreuen.

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

** Im Sinne des Gender-Mainstreamings wechseln wir weibliche und männliche Formen ab, und wünschen uns, dass sich Menschen aller Geschlechtsidentitäten angesprochen fühlen.*

Seminarübersicht 2017, 1. Halbjahr

- > **Grafik: Programmhefte und Flyer attraktiv gestalten**
Di. 21. Februar, Koblenz
- > **Künstler sein, das ist schon schwer – Lehrerin sein dagegen sehr!**
Mi. 22. Februar, Koblenz
- > **Sponsoring und Fundraising**
Di./Mi. 28. Februar/01. März, Koblenz
- > **Grundlagen der Veranstaltungstechnik**
Mo. 06. März, Pforzheim
- > **(Urheber-)Recht in der Öffentlichkeitsarbeit**
Mi. 08. März, Koblenz
- > **Grundlagen des Kulturmarketing**
Do. 09. März, Mainz
- > **Crowdfunding in der Kreativwirtschaft**
Di. 14. März, Koblenz
- > **Buchführung für Vereine**
Do. 16. März, Mainz
- > **Europa fördert Kultur – aber wie?**
Di. 21. März, Karlsruhe
- > **Zeit- und Selbstmanagement**
Mi./Do. 22./23. März, Neuwied-Engers
- > **Veranstaltungsmanagement von A-Z**
Di. 28. März, Pforzheim
- > **Pressetexte I**
Mi. 29. März, Koblenz
- > **Vertrag und Haftung bei Kulturveranstaltungen**
Di. 04. April, Karlsruhe
- > **Kulturpolitik**
Do. 06. April, Mainz
- > **Schlagfertigkeit und Intuition**
Mi. 26. April, Koblenz
- > **Small-Talk**
Do. 27. April, Koblenz
- > **Abgabepflichten im Kulturbetrieb**
Di. 02. Mai, Mainz
- > **Protokollführung**
Mi. 03. Mai, Mainz
- > **Fachtag Bundesverband Leseförderung »Vielfalt gestalten – Leseförderung als Stärkung der Selbstwirksamkeit«**
Do. 04. Mai, Mainz
- > **Social Media Marketing**
Di. 09. Mai, Koblenz
- > **Pressetexte I**
Mi. 10. Mai, Pforzheim
- > **Grafik: Layout und Gestaltung mit Adobe Indesign**
Di./Mi. 16./17. Mai, Neuwied-Engers
- > **Besucherbeforschung**
Do. 18. Mai, Koblenz
- > **Digitale Fotografie Basisseminar**
Di./Mi. 23./24. Mai, Koblenz

Der Erfolg einer Kultur-Veranstaltung wird auch von ihrer Bekanntmachung und Bewerbung beeinflusst. Dabei sind die Mittel zur Ankündigung sehr vielseitig – vom Handzettel, über den klassischen Flyer bis hin zum Programmheft ist im gedruckten Bereich alles möglich und im Zeitalter von Internet-Druckereien auch bezahlbar. Wurden in der Vergangenheit für das Design dieser Informationen oftmals Grafiker beschäftigt, so wird in Zeiten knapper Kassen auch hier auf den Euro geschaut und die Gestaltung gerne »inhouse« erledigt.

Dass ein solches Design nicht nur auf »Bauchgefühl« basieren muss, sondern messbar und bewertbar sein kann, wird in dem Seminar an vielen Beispielen anschaulich vermittelt. Die Teilnehmerinnen erlernen die grafische Sprache und Einschätzung ihrer eigenen Arbeiten.

Das Seminar wendet sich an alle, die mit der Publikation solcher Objekte beschäftigt sind und täglich vor die Aufgabe gestellt sind, diese Drucksachen nicht nur inhaltlich attraktiv zu gestalten. Angesprochen wird aber auch, wer nicht selbst gestalterisch tätig ist und die Arbeiten von externen Mitarbeitern oder Kolleginnen einkaufen und beurteilen muss.

Ein wichtiger Aspekt des Seminars ist auch die Möglichkeit, eigene Arbeiten auf ihre Gestaltung hin überprüfen zu lassen und mit dem Dozenten zu besprechen. Entsprechende Beispiele können gerne mitgebracht werden.

Inhalte

- » Gestaltungsgrundlagen zum Design von Drucksachen
- » Design ist messbar/Kriterien und Richtlinien
- » Über den richtigen Umgang mit Schriften
- » Effektive Text- und Bildkombinationen
- » Inhalte grafisch richtig kommunizieren



Hans Peter Janisch

Selbständiger Kommunikationsdesigner, Berater der Medienindustrie, Dozent und Referent; zahlreiche Gestaltungen von Zeitungen, Zeitschriften und im Bereich Corporate Publishing im In- und Ausland
www.pressedesign.de

Di. 21. Februar, 10 – 17 Uhr
Koblenz, Medienladen

90 € inkl. Arbeitsmaterialien, Teilnehmerzahl max. 20

Künstler sein, das ist schon schwer – Lehrerin sein dagegen sehr!

Pädagogische Kompetenzen für Kulturvermittlerinnen und andere Nicht-Pädagogen

Wenn wir mit Kindern und Jugendlichen arbeiten – ob als Externe in den Schulen oder in der kulturpädagogischen Arbeit in Einrichtungen – und nicht über eine Lehrer- oder pädagogische Ausbildung verfügen, sehen wir uns mit vielen neuen Fragen konfrontiert: Wie funktioniert erfolgreiches Lernen, wie gehe ich auf Kinder und Jugendliche zu, wie motiviere ich, wie gehe ich mit »schwierigen« Kindern und Jugendlichen und problematischen Situationen um? Fragen, an denen nicht selten sogar Pädagoginnen scheitern.

Nach einem kurzen Einblick in das Bildungssystem, in pädagogische Konzepte und die Grundzüge des Lernens geht es in praktischen Übungen anhand konkreter Beispiele um Motivation, Umgang mit Widerstand und Grenzen, »schwierigen« Kindern und Jugendlichen und kritischen Situationen. Dazu werden erprobte Kommunikationsmodelle und Konfliktlösungstechniken vorgestellt und eingeübt. Entscheidend sind aber weder das Setting noch die Methoden und Konzepte, sondern die Haltung der eigenen Person, die wir reflektieren. Da Sie alle selbst einmal die Schule besucht und Ihre persönlichen Erfahrungen gesammelt haben, sind Sie auch »Experten« für dieses Thema.

Inhalte

- » Wie funktioniert erfolgreiches Lernen?
- » Pädagogische Ansätze
- » Meine Haltung im Unterricht
- » Systemische Pädagogik
- » Die Funktion der Spiegelneuronen beim Lernen
- » Motivation
- » Schwierige Schülerinnen, schwierige Situationen



Stephan Bock

Stephan Bock, Dipl. Kulturmanager, Pädagoge und Supervisor (DGSv); nach Lehrer- und Schulleitertätigkeit seit über 25 Jahren selbstständig als Trainer, Supervisor, Team- und Organisationsentwickler in den Bereichen Kultur, Bildung und Soziales

Mi. 22. Februar, 10 – 17 Uhr
Koblenz, Medienladen

90 € inkl. Arbeitsmaterialien, Teilnehmerzahl max. 20

Dass es schwer ist, Kunst- und Kultureinrichtungen zu finanzieren und genug experimentellen Freiraum zu haben, liegt auf der Hand. Das Seminar »Die Quellen sprudeln lassen – für Kunst und Kultur« weist Kultureinrichtungen Wege auf, wie sich Projekte und die Einrichtungen neben den öffentlichen Zuschüssen weitere Quellen erschließen können.

Neben dem Aufzeigen von Methoden, wie man Stiftungen und Sponsoren für seine Ideen gewinnen kann, wird auch die Idee der Gründung einer eigenen Stiftung oder eines Stiftungsfonds skizziert. Den größten Anteil am Spendenkuchen bringen jedoch die Privatspender ein. Welche Voraussetzungen man erfüllen muss, um Privatspenderinnen oder auch Großspender zu gewinnen, wird einen weiteren Schwerpunkt im Seminar bilden. Tipps und Tricks für weitere Fundraisingmethoden runden das Seminar ab.

Inhalte

- » Die Chancen des Fundraising
- » Strategisches Kultursponsoring als feste Größe im Finanzierungsmix
- » Stiftungen gewinnen
- » Unabhängigkeit durch eigenes Kapital
- » Spender, Förderer, Mäzene – wo sind sie, wie kann ich sie für mich gewinnen
- » Weitere Fundraisingmethoden in Kürze



Christiane Steinmetz

Diplom-Theologin und Pfarrerin (z. A.); ausgebildete Fundraiserin (FA) an der Fundraising-Akademie; Geschäftsführerin und Inhaberin der Werkstatt für Fundraising; Geschäftsführerin des Stiftsguts Keysermühle Klingenstein; Vorsitzende der Bürgerstiftung Pfalz

www.fundraisingwerkstatt.de · www.stiftsgut-keysermuehle.de

Di./Mi. 28. Feb./01. März, Di. 10 bis Mi. 16 Uhr
Koblenz-Oberwerth, Sportschule

180 € inkl. Arbeitsmaterialien zzgl. 90 € Unterkunft im Einzelzimmer/Vollpension, Teilnehmerzahl max. 14

Kulturschaffende sind zumeist auch »Mädchen für alles«. Sie sitzen nicht nur hinterm Schreibtisch, sondern müssen auch bei den Veranstaltungen zugegen und mit technischen Fragen vertraut sein. Kaum ein Kabarettist, der nicht mindestens »ein Headset und 6 – 8 Theaterscheinwerfer« benötigt. Kaum eine Band, die ohne Monitormix auskommt. Und ein Publikum, dessen Erwartungen auf dem beruht, was es täglich in aufwändigen Fernsehshows sieht.

LED-Washes, Sub-Bässe, Ground-Support ...! Dürfen es noch ein paar kW mehr sein? Was aber ist für eine gute Veranstaltung in meinem Haus wichtig? Braucht die Künstlerin wirklich alles, was in ihrer Bühnenanweisung steht? Oder will da nur jemand allen Unwägbarkeiten vorgreifen, koste es, was es wolle?

Das Seminar soll die Teilnehmer befähigen, Bühnenanweisungen besser beurteilen zu können. Vermittelt wird dabei nicht nur ein Einblick in die gängigste Technik und deren Kosten, sondern auch in Abläufe und Strukturen, um Veranstaltungen stressfreier vorzubereiten und durchzuführen. Darüber hinaus wird auf die einschlägigen Sicherheitsvorschriften und die Anforderungen an das Personal (Stichwort »Bühnenfachkraft«) eingegangen.

Das Seminar richtet sich an Personen aus dem Veranstalterbereich, die mit technischen Begriffen (meist in Bühnenanweisungen) konfrontiert sind und nicht beurteilen können, was sich dahinter verbirgt bzw. was letztendlich wirklich notwendig ist (es richtet sich also nicht an Technikerinnen aus Einrichtungen).

Inhalte

- » Lichttechnik
- » Tontechnik
- » Bühnenanweisung
- » Haus-Rider
- » Unfallverhütungsvorschrift (DGUV Vorschrift 17)
- » Anforderungen an das Personal



Frank Willmann

Bühnen- und Beleuchtungsmeister, Technischer Leiter am Kulturhaus Osterfeld Pforzheim

Mo. 06. März, 10 – 17 Uhr
Pforzheim, Kulturhaus Osterfeld

90 € inkl. Arbeitsmaterialien, Teilnehmerzahl max. 20

(Urheber-)Recht in der Öffentlichkeitsarbeit

Du sollst dir (k)ein Bild machen ...

Mit dem »Mitmach-Internet« sehen sich die Verantwortlichen in Vereinen, Institutionen oder Projekten oftmals geradezu gefordert, für das eigene Anliegen Öffentlichkeit herzustellen, sei es durch den Hinweis auf Veranstaltungen, sei es durch Nachberichterstattung oder die gezielte Verbreitung von Branchennews. Doch wie sieht die aktuelle Gesetzeslage eigentlich konkret aus? Was ist erlaubt bei der Nutzung von Daten Dritter, was darf für eigene Anliegen genutzt, was kopiert, was herunter geladen, was geteilt werden? Dieses Seminar verschafft einen fundierten Überblick über die rechtlichen Prämissen bei der Nutzung von Bildern, Grafiken und Fotos, von fremden Texten, Musik oder Videos. Es geht um Fragen des Rechtsrahmens beim Verlinken, beim Bloggen und Posten, um Haftungsfragen und immer wieder um Handlungsansätze für all die, die im Rahmen professioneller Öffentlichkeitsarbeit schnell zu Ressourcen schonenden Lösungen kommen müssen. Fragen hinsichtlich der Entwicklung und Veröffentlichung von Printmedien (Faltblätter/Broschüren), der Pressearbeit im klassischen Sinne (Interviews, Presseerklärungen/-spiegel) sowie insbesondere der online Aktivitäten werden in den jeweiligen Bezügen besprochen, rechtliche Stolperfallen (Impressum!) aufgezeigt. Zum Abschluss werden noch datenschutzrechtliche Belange in den Blick genommen und konkrete Erfordernisse, wie insbesondere die Formulierung von Datenschutzerklärungen dargestellt. Die Teilnehmer sind eingeladen, eigene Fragestellungen aus dem Arbeitsalltag aktiv in das Geschehen einzubringen.

Inhalte

- » Grundlagen des Urheberrechts
- » Umgang mit Bildern, Fotografien und Grafiken
- » Fotografien von Veranstaltungen, Aufführungen etc., Persönlichkeitsrechte
- » Stock-Archiv-Bilder, Verletzung von Lizenzbedingungen
- » Umgang mit Texten, Videos, Musik, Verwertungsgesellschaften
- » Pressespiegel, Zeitungsberichte, Interviews
- » Impressum, zwingende Angaben, Verantwortlichkeiten
- » Haftung für Inhalte von Webseiten, Links, Werbeanzeigen, Fanbeiträge
- » Urheberrechtsverletzung, Abmahnung, Kosten, Abwehrstrategien
- » Datenschutz, Datenschutzerklärungen, insbesondere bei Social Media Plugins



Christian Korte

Rechtsanwalt, Sozialwissenschaftler, Berater, Referent zu Rechtsfragen der (Neuen) Medien
www.rechtgestalten.de

Mi. 08. März, 10 – 17 Uhr

Koblenz, Medienladen

90 € inkl. Arbeitsmaterialien, Teilnehmerzahl max. 24

Der durchschlagende Erfolg der seit Mitte der 70er Jahre mit viel Elan begonnenen, sog. »Neuen Kulturpolitik« mit ihrem Ziel einer »Kultur für alle« hat – paradoxerweise – zur Etablierung eines ständig expandierenden Kulturmarktes geführt, auf dem sich öffentliche Kulturanbieterinnen längst der ständig zunehmenden Konkurrenz privat-kommerzieller und privatgemeinnütziger Kulturbetriebe gegenübersehen. Der Nachfrager, der »Kulturkunde« hat z. B. als Theater-, als Konzert-, als Ausstellungsbesucher längst die Wahl – und er wählt, zunehmend selbstbewusster und kritischer. Wer als kulturelle Anbieterin in der »Erlebnisgesellschaft« (Schulze) bestehen will, ist auf entsprechende langfristige Marketingstrategien angewiesen: Er muss seine Kunden 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 Marketing eigene Potentiale zur Nutzung langfristiger Entwicklungen aufzubauen. Das Seminar befasst sich zunächst mit den Grundlagen des Kulturmarketings und geht ausführlich auf die einzelnen Schritte des Marketing-Management-Prozesses ein; anschließend werden diese Fragen vertieft und anhand der Marketing-Konzepte ausgewählter Kultureinrichtungen untersucht.

Inhalte

- » Marketing in Non-Profit-Kulturbetrieben
- » Was ist »Strategisches Kulturmarketing«?
- » Der Kulturmarketing-Managementprozess
- » Das wirkungsvolle Mission-Statement
- » 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 »Der exzellente Kulturbetrieb« sowie zahlreicher Standardwerke zum Kulturmanagement

Do. 09. März, 10 – 17 Uhr
Mainz, Erbacher Hof

100 € inkl. Arbeitsmaterialien und Mittagessen, Teilnehmerzahl max. 24

Crowdfunding in der Kreativwirtschaft

Funktionsweise, Umsetzung, Do's und Don'ts

Crowdfunding stellt eine interessante Alternative zur Finanzierung von Projekten und Existenzgründungen dar. Mit Crowdfunding bezeichnet man den Zugang zu Finanzierungsmitteln für Projekte, die Entwicklung von Produkten und die Umsetzung von Geschäftsideen mit Hilfe der Crowd. Gerade von kleinen und mittleren Unternehmen der Kreativwirtschaft und vor allem Soloselbständigen werden zukunftsorientierte Lösungen der Finanzierung zunehmend gefragt. Die Vorteile von Crowdfunding gehen weit über die Finanzierung im engeren Sinn hinaus. Crowdfunding kann, wenn richtig angewendet, auch als ein erfolgversprechender Marketing- und als (Vorverkaufs)Vertriebskanal eingesetzt werden. Projektinitiatoren erhalten zudem durch gute Kampagnen Aufmerksamkeit, können Netzwerke aufbauen und sich mit Projektunterstützenden austauschen. Für Kulturförderer bieten Crowdfunding-Plattformen als Sammelgefäße von Projektideen einen spannenden Einblick in neu lancierte Kulturprojekte. Und für Projektunterstützende besteht die Möglichkeit, sich mit Kulturschaffenden auszutauschen und Zugang zu Leistungen und Produkten aus der Kultur- und Kreativwirtschaft zu erhalten.

Inhalte

- » Was genau ist Crowdfunding
- » Arten des Crowdfunding
- » Aufbau einer Crowdfunding Kampagne
- » Do's und Don'ts für Kreative
- » Best Practice Beispiele



Anja Thonig

Beraterin für Crowdfunding-Projekte, Marketingmanagerin und Projektleiterin in verschiedenen Agenturen und der Crowdfunding Plattform VisionBakery
www.crowdfunding-berlin.com

Di. 14. März, 10 – 17 Uhr
Koblenz, Medienladen

90 € inkl. Arbeitsmaterialien, Teilnehmerzahl: max. 20

Gemeinnützige Vereine sind nicht grundsätzlich zur kaufmännischen (doppelten) Buchführung und Bilanzierung verpflichtet. Aber selbstverständlich müssen auch sie dem Finanzamt gegenüber Rechenschaft ablegen anhand einer »einfachen« Buchführung, der so genannten »Einnahme-Überschuss-Rechnung« (EÜR).

Das Seminar möchte Ihnen die Scheu vor dieser einfachen Form der Buchhaltung nehmen und Sie ermutigen, die Aufzeichnung Ihrer Einnahmen und Ausgaben selbst durchzuführen. Auch wenn Sie am Ende des Jahres zu Ihrer Absicherung und zur Erstellung des Abschlusses eine Steuerberaterin zu Hilfe nehmen, hat das eigene Buchen Ihrer monatlichen Zahlen den großen Vorteil, dass Sie sich regelmäßig und zeitnah!!! einen gewissen Überblick über die Lage des Vereins verschaffen. Dies ermöglicht finanziell fundierte Entscheidungen des Vorstandes, sichert die Zahlungsfähigkeit und hilft bei Schwierigkeiten besser zu reagieren und schneller Gegenmaßnahmen zu ergreifen (bevor das ‚berühmte‘ Kind in den Brunnen gefallen ist).

Inhalte

- » Rechenschafts-, Aufzeichnungs- und Buchführungspflichten
- » Die 4 Bereiche eines Vereins
- » Einnahme-Überschuss-Rechnung: die einfache Buchführung
- » Zufluss- und Abflussprinzip, Zurechnungsprinzip
- » Erfassen der Einnahmen und Ausgaben: Praktische Tipps
- » Behandlung der Umsatzsteuer
- » Anforderungen an Rechnungen und Quittungen
- » Anlagenverzeichnis, Abschreibung, geringwertige Wirtschaftsgüter
- » Bilanzierung: kurzer Einblick in das Prinzip der doppelten Buchführung
- » Vor- und Nachteile der beiden Systeme



Regina Jahn

Selbstständige Unternehmensberaterin und Dozentin mit langjähriger Erfahrung im Theater- und Veranstaltungsbereich, an der Schnittstelle Kultur und Wirtschaft, Kreation und Administration

Do. 16. März, 10 – 17 Uhr
Mainz, Erbacher Hof

100 € inkl. Arbeitsmaterialien und Mittagessen, Teilnehmerzahl max. 24

Eine umfassende und praxisnahe Einführung in das Thema EU-Kulturförderung. KREATIVES EUROPA heißt das aktuelle Förderprogramm der EU für den Kultur- und Kreativsektor. Grenzüberschreitende, möglichst innovative Kooperationsprojekte bilden das Kernstück des Teilprogramms KULTUR und stehen dementsprechend im Fokus des Seminars. Welche Ziele will die EU mit diesem Programm erreichen, welche Förderkriterien folgen daraus? Wie sollten die zu beantragenden Projekte konzipiert und präsentiert werden, um eine möglichst gute Aussicht auf Bewilligung zu haben? Welche anderen Förderschienen bieten sich alternativ bzw. zusätzlich an?

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

Inhalte

- » KREATIVES EUROPA – Teilprogramm KULTUR: Ziele, Prioritäten, Förderbereiche, Vergabekriterien, Antragstellung, Auswahlprozess, Projektbeispiele
- » Einblick in den kulturpolitischen Hintergrund der EU-Kulturförderung – zum besseren Verständnis der Förderkriterien
- » 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.



Sabine Bornemann

Creative Europe Desk KULTUR

www.creative-europe-desk.de

Di. 21. März, 10 – 17 Uhr
Karlsruhe, Tollhaus

90 € inkl. Arbeitsmaterialien; Teilnehmerzahl max. 20

Gerade im Kulturbetrieb gibt es für alles chronisch zu wenig Zeit. Wenn unter hohem Zeitdruck gleichzeitig an wichtigen Projekten gearbeitet werden muss, braucht man klare Strukturen, um dem Diktat der Dringlichkeit wirkungsvoll entgegensteuern zu können. Nur so schaffen Sie Raum, damit Sie Wichtiges durchdacht und ausgereift erledigen können. Ziel jeder Arbeitsorganisation ist es, die täglich anfallende Arbeit effektiver und zugleich stressfreier zu tun. Dazu werden einige leicht handhabbare Instrumente der Arbeitsorganisation vorgestellt, die allerdings Hebelwirkung haben: die A-L-P-E-N-Methode, die Bedeutung von Pufferzeiten, um schon in der Planungsphase Stress vorzubeugen; die vier Fragen, die Sie sich vor jeder Arbeit stellen sollten, Modelle der Prioritätensetzung. Voraussetzung für das Arbeiten mit Prioritäten sind klare Ziele. Wie Sie Ziele SMART formulieren und wie Sie einen flexiblen Umgang mit gesetzten Zielen pflegen, – auch das ist Inhalt dieses Seminars. Kurze Pausen dienen dazu, sich täglich neu auszurichten, besseren Zugang zu Intuition und Kreativität zu gewinnen und auch das »innere« Feuer am Brennen zu halten. Zeitmanagement in diesem Sinne praktiziert ist im wesentlichen Selbstmanagement.

Inhalte

- » Basics der Arbeitsorganisation
- » Der Charme der 1000 kleinen Dinge – Umgang mit Zeitfallen
- » Superbuch gegen Zettelwirtschaft
- » Die 6 Faktoren des Zeitverhaltens
- » Strategien gegen die Aufschieberitis
- » Ziele SMART formulieren
- » Modelle der Prioritätensetzung
- » Veränderungen wirkungsvoll initiieren: Ziel-Rahmen-Analyse
- » Das »innere« Feuer entfachen: Methoden der Selbstmotivation
- » Aktivierende Pausen: Power Napping



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. 22./23. März, Mi. 10 bis Do. 16 Uhr
Neuwied-Engers, Landesmusikakademie

180 € inkl. Arbeitsmaterialien zzgl. 90 € Einzelzimmer/Verpflegung,
Teilnehmerzahl max. 14

Dieses Seminar richtet sich sowohl an »Neulinge« wie auch »alte Hasen« im Veranstaltungsgeschäft. Erstere lernen im Vorfeld alle wesentlichen Aspekte kennen, die bei einer Veranstaltung zu berücksichtigen sind. Letztere können sich noch einmal vergewissern, ob sie auch tatsächlich nichts übersehen oder vergessen haben und welche – z. B. rechtlichen – Neuerungen es im Veranstaltungsgeschäft gibt. Ein besonderes Augenmerk wird auf Veranstaltungen in fremden Räumen oder open air – z. B. an besonderen Orten oder auf öffentlichen Straßen und Plätzen – gelegt. Hier ist wesentlich mehr zu beachten, als im »eigenen Haus«; die Haftungsfragen sind komplizierter, Sondererlaubnisse müssen eingeholt und mit Überraschungen muss gerechnet werden, weswegen ein gut funktionierendes Krisenmanagement unabdingbar ist. Im Gegensatz zum Seminar »Projektmanagement« geht es hier nicht um Planungstechniken, sondern um die alltäglichen kleinen Details des Veranstaltungsgeschäftes.

Um aus der Vielzahl der Themen Ihre relevanten zu behandeln, können Sie im Vorfeld des Seminars Ihre Fragen an das Kulturbüro mailen: info@kulturbuero-rlp.de

Inhalte

- » Planungsschritte
- » Personalplanung und -einsatz
- » Zeitmanagement
- » Finanzierung, Steuern und sonstige Abgaben (GEMA, KSA)
- » Infrastruktur, Veranstaltungstechnik
- » Veranstaltungsort, Versammlungsstättenverordnung
- » Haftung und Versicherung
- » Werbung/Öffentlichkeitsarbeit
- » Genehmigungen und Erlaubnisse
- » Krisenmanagement



Stephan Bock

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

Di. 28. März, 10 – 17 Uhr
Pforzheim, Kulturhaus Osterfeld

90 € inkl. Arbeitsmaterialien, Teilnehmerzahl max. 20

Wer die Öffentlichkeit wirksam über Veranstaltungen informieren will, muss wirksame Texte schreiben. Wirksame Texte informieren, sind gut lesbar und entsprechen journalistischen Regeln.

In dem Seminar wird gezeigt, wie Redaktionen mit Pressemitteilungen umgehen und welche Kriterien zur Veröffentlichung gemeinhin angelegt werden. Oft werden Pressemitteilungen beiseitegelegt, weil Text und Form der Pressemitteilung nicht stimmen und für den Redakteur »unnötige Arbeit« verursachen. Die Seminarteilnehmer lernen, welche Textsorten zu welchem Thema passen und wie sie handwerklich solide geschrieben werden. Die Seminare »Presstexte I« und »Presstexte II« (Herbst 2017) stellen zusammen einen Crashkurs »Einführung in die Pressearbeit« dar, mit dem Anfängerinnen, die mit der Pressearbeit noch nicht vertraut sind, eine tragfähige Grundlage bekommen.

Inhalte

- » Wie funktionieren Texte?
- » Die unterschiedlichen Darstellungsformen
- » Die Zusammenarbeit mit Redaktionen
- » Redigieren und Publizieren
- » Wortwahl und Aufbau
- » Wirksamkeit durch Präzision



Günter Gleim

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

Mi. 29. März, 10 – 17 Uhr
Koblenz, Medienladen

Kosten: 95 € inkl. Arbeitsmaterialien, Teilnehmerzahl max. 14

Ein Kulturveranstalter begibt sich in zahlreiche Geschäftsbeziehungen und übernimmt Haftungsrisiken: gegenüber Geldgebern, Lieferantinnen, Vermietern von Veranstaltungsräumen. Sie alle wollen ihre Ansprüche möglichst unberührt von organisatorischen Problemen und Missgeschicken bei der Durchführung der Veranstaltung wahrnehmen.

Was ist bei Unzuverlässigkeit des Lieferanten oder eines Dienstleisters zu tun? Was passiert bei Programmänderungen, örtlichen oder zeitlichen Verschiebungen, Umbesetzungen der Gruppen oder gar Ausfällen? Wie ist es mit Rückforderungen von Eintrittsgeldern, Sponsormitteln oder anderen Zuschüssen? Schließlich droht der Veranstalter die Verantwortlichkeit für Sach- oder Körperschäden, wenn z. B. ein Musikinstrument »verschwindet« oder jemand über ein Kabel stolpert und sich den Arm bricht.

Inhalte

- » Vertragliche und außervertragliche Verantwortlichkeit des Veranstalters
- » Die unzuverlässige Lieferantin
- » Das gestörte Engagement des Mitwirkenden (Ausfall, Verspätung oder geminderte Leistung des Mitwirkenden/Organisationsfehler des Veranstalters/Auseinandersetzung mit Agentinnen/Schädigung des Mitwirkenden)
- » Unzuverlässige oder nicht benötigte Helferinnen
- » Die Beziehung zu den Dienstleistern (z. B. schlechte Qualität von Ton- oder Lichttechnik/nachträgliche Verringerung des bestellten Leistungsumfangs)
- » Die Beziehung zum Vermieter der Veranstaltungsräume
- » Das unzufriedene Publikum (Erstattung von Eintrittsgeldern/Ersatz weiteren Aufwandes/Haftung für Unglücke)
- » Die enttäuschte Geldgeberin



Prof. Dr. Christoph Becker

Universität Augsburg
Autor diverser Bücher und Fachbeiträge zum
Thema Vertragsrecht

Di. 04. April, 10 – 17 Uhr
Karlsruhe, Tollhaus

Kosten: 90 € inkl. Arbeitsmaterialien, Teilnehmerzahl max. 20

Kulturbetriebe in Deutschland sind ganz wesentlich von der Kulturpolitik abhängig: wenn Städte, Gemeinden oder Bundesländer die Träger der Einrichtung sind, so sind sie ganz direkt von der Kulturpolitik abhängig. Aber auch wenn sie »frei« organisiert sind, sind sie sehr häufig auf Zuwendungen der öffentlichen Hand angewiesen und müssen deshalb nicht nur die Spielregeln kennen, sondern auch wissen, »wie das Spiel läuft«. Und auch die kommerziellen Kulturbetriebe können der (Kultur-)Politik nicht entfliehen, setzt diese doch wichtige Rahmenbedingungen (Urheberrecht, Steuerregelungen etc.). Nur wer sich auf dem Feld der Kulturpolitik auskennt, wird dort erfolgreich sein.

Wer also im kulturellen Feld arbeitet, tut gut daran, sich mit Zielen, Möglichkeiten und Mechanismen von Kulturpolitik auseinander zu setzen. Das Seminar wendet sich an Praktiker in den Städten und Gemeinden. Was verstehen wir unter »Kultur« im Zusammenhang von Kulturpolitik? Reduziert sich dies auf »Kunst-Politik«? Welche Konstellationen ergeben sich aus Kultur und Politik? Für was ist Kulturpolitik zuständig, für was nicht? Und wie ist dies alles institutionell geregelt? Wie sind die Kompetenzen zwischen den Ländern und Gemeinden und neuerdings auch des Bundes bzw. Europa geregelt? Wer darf was (und was nicht)? Da dieses alles – im Gegensatz zu anderen Handlungsfeldern der Politik – juristisch nur unscharf geregelt ist, kommt dem kulturtheoretischen Diskurs eine ganz besondere Bedeutung zu. Teilnehmerinnen können Fragen, die sie im Seminar behandelt sehen möchten, bis eine Woche vorher an den Referenten senden: klein.armin@t-online.de

Inhalte

- » Kultur, Politik, Kulturpolitik – was meinen die Begriffe?
- » Juristische, finanzielle und institutionelle Rahmenbedingungen
- » Kulturpolitische Zielvorstellungen
- » Handlungsebenen und Akteure der Kulturpolitik
- » Instrumente der Kulturpolitik



Prof. Dr. Armin Klein

Professor für Kulturmanagement und Kulturwissenschaften in Ludwigsburg, viele Jahre Kulturreferent und Autor des Buches »Kulturpolitik. Eine Einführung« sowie zahlreicher Standardwerke zum Kulturmanagement, Koautor des Buches »Der Kulturinfarkt«

Do. 06. April, 10 – 17 Uhr
Mainz, Erbacher Hof

100 € inkl. Arbeitsmaterialien und Mittagessen, Teilnehmerzahl max. 24

Schlagfertigkeit und Intuition

Die Kunst des situativen Handelns

Wir alle kennen Situationen, in denen wir schnell und intuitiv handeln müssen: sei es bei Lampenfieber, in kritischen oder verfahrenen Situationen oder bei Störungen. Schlagfertigkeit und Intuition sind aber auch gefragt bei der Gewinnung von Respekt und Vertrauen meiner Mitarbeiterinnen, Kollegen oder Vorgesetzten. Letztendlich steht die Frage dahinter, wie ich in meine ganz persönliche bestmögliche Wirkung in einer gegebenen Situation komme. Eine gute Vorbereitung ist wesentlich und dennoch müssen wir gegebenenfalls improvisieren können, d.h. situativ agieren und reagieren, intuitiv Lösungen entwickeln und anbieten und Rahmenbedingungen integrieren.

Unter »Schlagfertigkeit« versteht man in der Regel eine schnelle Reaktion auf eine empfundene Provokation mit dem Ziel, als Siegerin aus der Situation hervorzugehen. Dieses »Siegen« macht uns stark. Aus dem Wunsch heraus, schlagfertig zu sein, kann aber auch sehr schnell das Gegenteil erreicht werden. So bedeutet Schlagfertigkeit auch, sich Zeit zum Durchatmen zu gönnen und evtl. sogar nichts zu sagen. Sich eine Sammlung von Sprüchen anzulegen, ist definitiv der falsche Weg, denn entweder sie fallen uns im kritischen Moment nicht ein oder sie wirken deplatziert und peinlich. Um schlagfertig zu reagieren, benötigen wir eine gute energetische Präsenz sowie einen intuitiven Zugang zu unseren Ressourcen.

In diesem Seminar werden u. a. Techniken aus dem Improvisationstheater vermittelt, die den Teilnehmern helfen, in kritischen Situationen einen kühlen Kopf zu bewahren, und in einer unerwarteten Situation zur individuellen bestmöglichen Wirkung zu gelangen. Mit Leichtigkeit und viel Humor vermittelt Eugen Gerein die wesentlichen Grundsätze des Themas »Schlagfertigkeit und Intuition«. Am Ende des Seminars steht Begeisterung, Klarheit und große Lust, das Erfahrene sofort auszuprobieren.

Inhalte

- » Übungen zur energetischen Präsenz
- » Tipps und Tricks zum Thema persönliche Wirkung
- » Improvisationstechniken nach Keith Johnstone und anderen Theatermachern
- » Erkenntnisse zum Thema Intuition aus der Neuroforschung
- » Musterunterbrechung als Zugang zur Intuition



Eugen Gerein

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

Mi. 26. April, 10 – 17 Uhr
Koblenz, Medienladen

95 € inkl. Arbeitsmaterialien, Teilnehmerzahl max. 14

Small-Talk ist ein Erfolgsfaktor und die Basis zum Klüngeln. Ob Sie »ankommen«, in Zukunft zur Insider-Runde gehören, eine erfolgreiche Verhandlungspartnerin sind – das ist nicht unbedingt abhängig von Ihren Argumenten oder Ihrem Wissen.

Das persönliche 10-Minuten-Gespräch dazwischen, davor oder danach, der Small-Talk in der Pause kann wichtiger sein als die zweistündige Sitzung davor. Hier prägen und beeinflussen Sie Ihre Berufs- oder Geschäftsbeziehungen. Und das wirkt sich auf wichtige Entscheidungen aus.

Welchen Eindruck Sie hinterlassen, bestimmen Sie: sympathisch, humorvoll, vertrauenswürdig, kreativ, verlässlich, solvent ... Das zeigt Wirkung, denn: 80 % der Verträge werden beim Essen abgeschlossen, 70 % der firmeninternen Infos werden in den Pausen ausgetauscht.

Gewinnen Sie Ihren Gesprächspartner – Ihre Vorgesetzte, Kollegen, Geschäftsleute, öffentliche Personen ...!

Nutzen Sie Ihre Chancen bei Sitzungen und Empfängen, in Kantinen und auf Festen ... alte und neue Kontakte zu knüpfen und zu pflegen.

Inhalte

- » Handhabung der Regeln des Small-Talks
- » Gespräche starten und in Gesprächsgruppen einsteigen
- » Die Gesprächsatmosphäre prägen
- » Mit Gesprächskillern umgehen
- » Nonverbale Signale erkennen und senden
- » Das Gespräch beenden



Anni Hausladen

Klüngeln & Co Coaching + Network Köln, KlügelTrainerin, BusinessCoach, Buchautorin: »Die Kunst des Klüngelns - Erfolgsstrategien für Frauen« und »Erfolgreich klüngeln im neuen Job«
www.frauen-kluengeln.de

Do. 27. April, 10 – 17 Uhr
Koblenz, Medienladen

90 € inkl. Arbeitsmaterialien, Teilnehmerzahl max. 20

Ausländersteuer, Künstlersozialabgabe, GEMA, Tantiemen, Umsatzsteuern ..., die Kulturbetriebe und -veranstalter stöhnen immer mehr unter der wachsenden Abgabelast. Daneben ändern sich ständig die gesetzlichen Bestimmungen und Tarife. Angesichts einer Mehrwertsteuer in Höhe von 19 % ist es wichtig zu wissen, wann der ermäßigte Steuersatz von 7 % greift oder wann eine Umsatzsteuerbefreiung möglich ist. Außerdem werden durch die verstärkten Überprüfungen der Kultureinrichtungen seitens der Deutschen Rentenversicherung immer häufiger Unregelmäßigkeiten bei der Künstlersozialabgabe aufgedeckt.

Oft steckt der Teufel im Detail, z. B. im Kleingedruckten der Künstlerverträge, wenn es um die Frage geht, wer denn die Abgaben bezahlen muss: die Veranstalterin oder der Künstler bzw. dessen Agentur; wir werden uns daher auch mit der Vertragsgestaltung beschäftigen. Das Seminar geht auf die aktuelle Rechtsprechung ein, präsentiert die derzeit gültigen Sätze und macht vor allem auf Befreiungsmöglichkeiten und Sonderregelungen aufmerksam. Tipps und Erfahrungen der Anwesenden ergänzen die Veranstaltung.

Inhalte

- » Urheberrecht, Tantiemen, GEMA und VG Wort: Verwertungsrechte, Abgabepflichten, Tarifarten, Befreiungen, Ermäßigungen, Sonderregelungen
- » Künstlersozialabgabe: Kreis der Abgabepflichtigen, Selbstständige Künstlerinnen, Sätze, Sonderregelungen, Verjährung
- » Ausländersteuer: Ausländereinkommensteuer, Ausländerumsatzsteuer, Berechnungsgrundlage, Doppelbesteuerungsabkommen, Befreiungsmöglichkeiten
- » Umsatzsteuer auf Gagen und Einnahmen: 7 %, 19 %, Brutto-/Nettogagen, Umsatzsteuerbefreiung
- » Vertragsgestaltung



Stephan Bock

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

Di. 02. Mai, 10 – 17 Uhr
Mainz, Jugendhaus Don Bosco

100 € inkl. Arbeitsmaterialien und Mittagessen, Teilnehmerzahl max. 18

»Führen Sie doch mal eben Protokoll« werden Sie überraschend aufgefordert. Klingt so einfach – ist es aber nicht. Denn von Ihnen wird die ganze Zeit höchste Aufmerksamkeit erwartet. Keiner sagt Ihnen, was hinein gehört oder welches Ergebnis erwartet wird. Wie wird ein Protokoll formuliert, schreiben Sie in der Vergangenheit oder Gegenwart?

Diese Fragen – und mehr – werden Ihnen in einem eintägigen Seminar zum Thema Protokollführung beantwortet. Natürlich haben Sie auch Gelegenheit, selbst ein Protokoll zu verfassen.

Inhalte

- » Protokollarten und Protokollregeln
 - Welche Arten gibt es und welche setzt man am Besten ein?
 - Was bei Protokollen unbedingt beachtet werden muss
- » Aufbau und Gliederung des Protokolls
 - Die formale Gestaltung
- » Was Sie vorbereiten können
 - » So sieht ein Protokollrahmen aus
 - » Erstellung und Auswertung des Protokolls
- Was kommt in das Protokoll
- Wiedergabe von Meinungen: Heikle Themen neutral formuliert
- Was tun bei Einwänden?
- Genehmigungsverfahren und Unterschriftenregelung
- Der Maßnahmenplan
 - » Der »Sprachstil« bei Protokollen
- Stilistisch sicher formulieren
- Der Protokollwortschatz
- » Übungsprotokoll mit Feedback



Gabriele Krischel

Unternehmenstrainerin und Coach

Themenschwerpunkte: Arbeitsmethodik und Büroorganisation, Zeit- und Zielmanagement, Businessetikette, Rechtsschreibreform, Kundenorientierte Kommunikation (schriftlich und mündlich, z. B. Korrespondenz- und Telefontraining), Protokollführung und Protokollarische Anreden

www.krischel-kommunikation.de

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

100 € inkl. Arbeitsmaterialien und Mittagessen, Teilnehmerzahl max. 14

»Vielfalt gestalten – Leseförderung als Stärkung der Selbstwirksamkeit«

Unter dem Arbeitstitel »Vielfalt gestalten – Leseförderung als Stärkung der Selbstwirksamkeit« möchte der Bundesverband Leseförderung e. V. in Kooperation mit dem Kulturbüro Rheinland-Pfalz in seinem Fachtag aktuellen Fragestellungen zur Vielfalt in unserer Gesellschaft begegnen: Wer liest, lernt verstehen; wer versteht, kann Fragen stellen; wer Fragen stellt, kann Dinge verändern. Aus diesem Grund setzt sich der Bundesverband Leseförderung für die Weiterentwicklung der professionellen Leseförderung im deutschsprachigen Raum ein und spricht insbesondere Pädagogen aller Schulformen, Bibliothekarinnen aus Stadt- und Schulbibliotheken, Lese- und Literaturpädagogen und Vorlesepatinnen mit ihren Erfahrungen an, die auch Thema des Fachtages sein sollen.

Do. 04. Mai, Mainz

Programm

10 – 12.15 Uhr

- » Künstlerischer Einstieg: Stefan Gemmel
- » Begrüßung
- » Grußwort
- » Impulsreferat: Kirsten Boie »Vielfalt in der Kinder- und Jugendliteratur«
- » (Podiums-)Diskussion

13.30 – 17 Uhr

Workshops in zwei Runden

» **Stärkung der Selbstwirksamkeit**

Birgit Mehrmann, Theater-, Lese- und Literaturpädagogin; Bundesverband Leseförderung

» **Fundraising, Sponsoring**

Christiane Steinmetz, Fundraiserin (FA), Pfarrerin (z. A.)

www.fundraisingwerkstatt.de

» **Öffentlichkeitsarbeit**

Christiane Franke, Kulturjournalistin, Autorin, Musikredakteurin

Pressesprecherin des Bayerischen Musikrats

» **(Urheber-)Recht in der Öffentlichkeit**

Christian Korte, Rechtsanwalt; www.rechtgestalten.de

Ausführliche Informationen unter www.kulturseminare.de

**90 € inkl. Tagungsgetränke und einem Mittagessen
(FSJler, Studentinnen, Schüler 30 €)**

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

Di. 09. Mai, 10 – 17 Uhr
Koblenz, Medienladen

90 € inkl. Arbeitsmaterialien; Teilnehmerzahl max. 24

Wer die Öffentlichkeit wirksam über Veranstaltungen informieren will, muss wirksame Texte schreiben. Wirksame Texte informieren, sind gut lesbar und entsprechen journalistischen Regeln.

In dem Seminar wird gezeigt, wie Redaktionen mit Pressemitteilungen umgehen und welche Kriterien zur Veröffentlichung gemeinhin angelegt werden. Oft werden Pressemitteilungen beiseitegelegt, weil Text und Form der Pressemitteilung nicht stimmen und für die Redakteurin »unnötige Arbeit« verursachen. Die Seminarteilnehmer lernen, welche Textsorten zu welchem Thema passen und wie sie handwerklich solide geschrieben werden.

Die Seminare »Presstexte I« und »Presstexte II« (Herbst 2017) stellen zusammen einen Crashkurs »Einführung in die Pressearbeit« dar, mit dem Anfänger, die mit der Pressearbeit noch nicht vertraut sind, eine tragfähige Grundlage bekommen.

Inhalte

- » Wie funktionieren Texte?
- » Die unterschiedlichen Darstellungsformen
- » Die Zusammenarbeit mit Redaktionen
- » Redigieren und Publizieren
- » Wortwahl und Aufbau
- » Wirksamkeit durch Präzision



Günter Gleim

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

Mi. 10. Mai, 10 – 17 Uhr
Pforzheim, Kulturhaus Osterfeld

95 € inkl. Arbeitsmaterialien, Teilnehmerzahl max. 14

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 Grafikerinnen 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 Mitarbeiterinnen 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 wenige Tage 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, Berater der Medienindustrie, Dozent und Referent, zahlreiche Gestaltungen von Zeitungen, Zeitschriften und im Bereich Corporate Publishing im In- und Ausland
www.pressedesign.de

Di./Mi. 16./17. Mai, Mi. 10 – Do. 16 Uhr
Neuwied-Engers, Landesmusikakademie

180 € inkl. Arbeitsmaterialien zzgl. 90 € Einzelzimmer/Verpflegung,
Teilnehmerzahl max. 14

Ein logischer Schritt zu mehr Besucherorientierung im Kulturbetrieb ist das Sammeln von Informationen über das Publikum: Wer sind unsere Besucherinnen? Welche Motive und Interessen haben sie? Wie häufig und unter welchen Umständen nehmen sie Kulturangebote wahr? Mit welchen Erwartungen besuchen sie eine Kultureinrichtung und wie zufrieden sind sie mit dem Angebot? Diesen und vielen weiteren Fragen geht Besucherforschung nach. Systematisch und zielgerichtet eingesetzt liefert sie damit wertvolle Informationen für die Entscheidungsfindung, insbesondere in der Marketing- und Vermittlungsarbeit von Kulturbetrieben. Bis allerdings verwertbare Ergebnisse vorliegen, gilt es verschiedene Phasen eines Besucherforschungsprojekts zu durchlaufen und stets Sinn und Zweck des Vorhabens vor Augen zu führen.

Am Beispiel des Fragebogens, der häufig in Kulturbetrieben als Befragungsmethode zum Einsatz kommt, werden die Teilnehmer des Seminars mit den wichtigsten Fragen einer empirischen Untersuchung vertraut gemacht. Der Schwerpunkt wird auf der Konstruktion des Fragebogens liegen, der das Herzstück einer Untersuchung bildet. Darüber hinaus werden weitere praktische Fragen gemeinsam diskutiert, etwa Pro und Contra von Online- Befragungen sowie Chancen und Grenzen von Befragungen, die in Eigenregie durchgeführt werden. Ergänzt werden die Seminarinhalte durch aktuelle Einblicke in den Stand der Besucherforschung im deutschsprachigen Raum.

Inhalte

- » Stand der Besucherforschung im deutschsprachigen Raum
- » Phasen einer empirischen Untersuchung im Kulturbetrieb
- » Der Fragebogen als Erhebungsinstrument in der Besucherforschung



Dr. Yvonne Pröbstle

Geschäftsführende Gesellschafterin der Agentur
KULTURGOLD in Stuttgart

Do. 18. Mai, 10 – 17 Uhr
Koblenz, Medienladen

90 € inkl. Arbeitsmaterialien, Teilnehmerzahl max. 24

In unserer multimedialen Berufswelt greifen auch fotografische Laien zur Digitalkamera. Im Seminar erarbeiten wir ästhetische und technische Anforderungen an Fotos, um eine optimale Weiterverwendung zu ermöglichen. Sie lernen die wichtigsten Funktionen, Einstellungen und Aufnahmemodi Ihrer Kamera sowie grundlegende Techniken der Bildbearbeitung kennen. Wir werden viel selbst fotografieren, wählen Fotos aus, besprechen sie und bereiten sie für die Weitergabe auf.

Das zweitägige Seminar richtet sich an Teilnehmerinnen, die über keine oder geringe fotografische Kenntnisse verfügen. Sicherer Umgang mit Computer und Betriebssystem ist hilfreich. Bitte bringen Sie eine digitale Spiegelreflexkamera (DSLR), eine Systemkamera oder eine gute Bridgekamera mit. Bei der Anschaffung einer Kamera berät Sie unser Referent und stellt gegebenenfalls eine Schulungskamera zur Verfügung, wenn Sie keine fotografische Ausrüstung mitbringen können. Teilen Sie uns dies bitte rechtzeitig mit. Sie benötigen außerdem ein Laptop, Notebook oder MacBook und erhalten eine Daten-CD mit sämtlichen Vorträgen, Informationen und lizenzfreier (Bildbearbeitungs-)Software, dazu Info-Taschenkarten mit den wichtigsten Fakten. Falls Sie kein Bildbearbeitungsprogramm haben, können Sie die kostenlose Software GIMP installieren, unser Referent ist gern behilflich.

Inhalte

- » Grundlagen der Digitalfotografie
- » Kameratypen und ihre Einsatzgebiete
- » Kameraeinstellungen und Aufnahmemodi
- » Umgang mit wenig Licht, Langzeitbelichtungen
- » Blitztechniken mit internem und externem Blitzgerät
- » Bildübertragung, strukturierte Bildablage, Bildspeicherung
- » Fotografische Übungen: Porträt, Gruppe, Architektur, komplette Bildstrecke usw.
- » Fotografische Gestaltung: Drittel Regel, Schärfe/Unschärfe, Diagonale, Standpunkt usw.
- » Demonstration von RAW-, HDR- und Panorama-Fotografie
- » Grundlagen der Bildbearbeitung mit Adobe Photoshop, Adobe PS Elements oder GIMP
- » mediengerechte Aufbereitung von Bildmaterial (Auflösung, Größe usw.)
- » Nutzung von Metadaten (IPTC, XMP, EXIF)



Bernd Beuermann

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

Di./Mi. 23./24. Mai, Di. 10 – Mi. 16 Uhr
Koblenz, **Sportschule Oberwerth**

180 € inkl. Arbeitsmaterialien zzgl. 90 € EZ/Verpflegung, Teilnehmerzahl max. 14

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 Einzelzimmern/Vollverpflegung: 90,- €

(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 Zwoigtagesseminare, 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 und Wegbeschreibung 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 Stornogegebühr bei Absage vor dem Seminar fällt an (die Prozentangaben beziehen sich auf Seminargebühr und Unterkunft in Einzelzimmer/Vollverpflegung):

15 – 60 Tage: 15 %

5 – 14 Tage: 50 %

0 – 4 Tage oder Nichterscheinen: 100 %.

Ersatzteilnehmerinnen können gestellt werden.

Wenn sich zu wenige oder zu viele Teilnehmer (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. Arbeitnehmerinnen 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.



Rheinland-Pfalz

MINISTERIUM FÜR
WISSENSCHAFT, WEITERBILDUNG
UND KULTUR