

Vereinsleben

Wie funktioniert das Vereinsleben? Wie kommt der Verein zu neuen Mitgliedern? Wie kann man Vereinsabende oder Versammlungen interessant gestalten? Fragen über Fragen, die jeden Verantwortlichen eines Vereins beschäftigen (oder beschäftigen sollten).

Damit ein Verein auch richtig „funktioniert“, sind zahlreiche Punkte zu beachten. Die wesentlichsten haben wir in diesem Kapitel zusammengefasst. Sie stammen aus dem „Salzburger Vereinshandbuch“, das vom Landespressbüro des Landes Salzburg aufgelegt wurde (Herausgeber: Dr. Roland Floimair). Wir danken für die Genehmigung zum Abdruck.

Im Anhang finden Sie „Checklisten“ für die Organisation von Veranstaltungen als **Kopiervorlage**.



1. Teamarbeit fördert das gute Klima in einem Verein

1. Teamarbeit

Grundvoraussetzung für erfolgreiche Vereinsarbeit ist ein möglichst gutes Vereinsklima. Dabei müssen nicht immer alle einer Meinung sein. Vielmehr geht es darum, unterschiedliche Ansichten zum gemeinsamen Ganzen zusammenzuführen.

- Teamarbeit anstelle von Befehlen von „oben“ nach „unten“.
- Information der Vereinsmitglieder ist Voraussetzung für funktionierende Teamarbeit.
- Ideen sammeln, ohne sie gleich zu zerpfücken. Was auf den ersten Blick vielleicht undurchführbar scheint, kann sich zum Renner entwickeln.
- Sichtbar mitschreiben bei Diskussionen (Flipchart) ist wertvolle Ergänzung zum üblichen Sitzungsprotokoll.
- Projekte gut vorbereiten und Verantwortliche für die einzelnen Punkte bestimmen.
- Probleme offen ansprechen bringt mehr, als darauf zu hoffen, dass sich die Krise von selbst einrenkt.
- Gute Moderation bei strittigen Themen kann verhindern, dass aus der Diskussion ein Streit wird. Bei Bedarf vereinsfremde Moderatoren beiziehen.

1.1 Informationsbedarf

Wer mitreden und mitarbeiten soll, benötigt Informationen. Fallen im Verein alle wichtigen Entscheidungen im stillen Kämmerlein, kann sich beim einfachen Mitglied rasch Desinteresse einstellen. „Die da“ wissen Bescheid, sie sollen also auch tun, was ansteht.

Information kann auf verschiedenen Wegen weitergegeben werden. Die eigene Vereinszeitung eignet sich dazu ebenso wie Briefe oder entsprechende Veranstaltungen. Wesentlich ist, nicht erst dann zu informieren, wenn bereits alle Entscheidungen gefallen sind.

Werden wichtige Vereinsvorhaben rechtzeitig diskutiert, können Mitglieder zahlreiche neue Ideen einbringen. Zudem steigt die Bereitschaft, das Vorhaben zu unterstützen.

Informationen zeitgerecht weiterzuleiten ist ein wesentlicher Bestandteil eines funktionierenden Vereinslebens.

1.2 Alle gelten lassen

Damit diese Vorgangsweise greifen kann, soll zum Start grundsätzlich jede Meinung gleich viel gelten. Gemeinsam erfolgt dann die Bewertung der Vorschläge, bis schließlich ein Beschluss gefasst wird.

Wer eine andere Meinung äußert, ist nicht unbedingt ein Gegner. Er/Sie sieht das Thema eben von einem anderen Standpunkt aus, beurteilt die Zusammenhänge anders, hat nicht sämtliche Informationen. Die gegenteilige Meinung trägt vielfach dazu bei, eine Angelegenheit einmal in völlig neuem Licht zu sehen.

Jede Meinung zählt. 


1.3 Geordnete Diskussion

Es gibt eine Reihe von Methoden und Techniken, die Beteiligung möglichst vieler Mitglieder richtig zu organisieren. Im Rahmen des Angebotes „Weiterbildung für Ehrenamtliche“ werden dazu Seminare angeboten.

1.4 Sichtbar mitschreiben

Gerade bei der Vorbereitung konkreter Projekte aber auch bei Grundsatzdiskussionen und anderen Themen bewährt es sich, wenn nicht nur ein Protokoll verfasst, sondern sichtbar mitgeschrieben wird. Das kann auf großen Papierbogen geschehen (Flipchart), ebenso auf Overheadfolie.

Sämtliche Teilnehmer sehen sofort, ob ihre Wortmeldung mitgeschrieben wird und ob sie richtig verstanden worden sind. Bei einer Beurteilung verschiedener Vorschläge mittels Punktevergabe (sämtliche TeilnehmerInnen erhalten einige Klebepunkte und markieren damit Vorschläge, die ihnen besonders gefallen) bzw. Vergabe von Schulnoten können auch die „Stilen“ ihre Meinung äußern, ohne sich zu Wort melden zu müssen.

Auf die Art der Präsentation kommt es an. 

1.5 Wer ist „man“?

Eines der Wörter, die bei sinnvoller Vereinsarbeit gestrichen werden sollten, ist „man“. „Man“ ist nicht Mitglied im Verein und hat noch nie etwas erledigt. Aufgaben gehören eindeutig zugeordnet. Es muss klar sein, wer welchen Teilbereich bis wann zu erledigen hat. „Schick uns bitte das Protokoll zu“ kann zur Folge haben, dass alle monatelang auf diese Unterlage warten müssen. Die Antwort auf die Frage: „Bis wann schaffst du's?“ beinhaltet auch gleich den Termin.

1.6 Krisen im Verein

Auch bei bester Vorbereitung und klaren Vereinszielen kann es zu Meinungsverschiedenheiten kommen. Generationenkonflikte, persönliche Auseinandersetzungen, Missverständnisse – oft reicht ein kleiner Anlass, eine Krise auszulösen.

Solche Probleme werden leider selten offen ausgesprochen. Vordergründig scheint alles eitel Wonne zu sein, inzwischen bilden sich aber Gruppen und Fraktionen, die gegeneinander arbeiten. Die Vereinsleitung tut gut daran, auch kleine Anzeichen solcher Missstimmungen zu registrieren und wenn möglich sofort aufzuarbeiten. Dabei geht es nicht darum, Gewinner und Verlierer zu ermitteln. Wichtig ist, jeweils beide Seiten ernst zu nehmen. Wer ein Problem hat, ärgert sich, wenn jemand versucht, das zu verniedlichen oder gar lächerlich zu machen.

Geht der Streit immer wieder von den gleichen Personen aus, muss es sich nicht unbedingt um Querulanten handeln. Betraut mit einer verantwortungsvollen Aufgabe oder zumindest gut in die Entscheidungsfindung einbezogen, entwickeln Störenfriede oft erstaunliche Einsatzfreude. Sie wollten mit ihrem „unmöglichen Verhalten“ lediglich auf sich aufmerksam machen.


1.7 Meckersitzung

Eine Möglichkeit, Krisen frühzeitig zu erkennen und aufzuarbeiten, ist die „Meckersitzung“. Ziel einer solchen Sitzung: Jede/r versucht loszuwerden, was sie/ihn am Vereinsbetrieb stört. Nicht jedes Vereinsmitglied wagt es, Kritik laut zu äußern. Schriftliche Meldungen, die eingesammelt und danach zu Themenbereichen zusammengestellt werden, können helfen.

Achtung: Keine Kritik gegen bestimmte Personen sammeln, sondern Ereignisse, Situationen schildern lassen.

Die „Meckersitzung“ bewährt sich auch nach Veranstaltungen, um gemeinsam abzuklären, was beim nächsten Mal vielleicht besser laufen könnte. Verantwortliche erhalten so auch Gelegenheit, die Ursachen für eine Panne zu erläutern und nicht immer wieder nur Gerüchte über Kritik hören zu müssen.

Meinungs-
verschiedenheiten
gehören gleich
gelöst, bevor
größere Krisen
entstehen.



In einer
„Meckersitzung“
versucht jeder
loszuwerden, was
ihn am Verein
stört. Auch schrift-
liche Kritik wird
angenommen und
zu Themenberei-
chen zusammen-
gestellt.

1.8 Moderatoren einladen

Bei offenen Aussprachen ist allerdings eine konsequente Gesprächsleitung erforderlich. Das Gespräch soll nicht in gegenseitige Beschimpfungen ausarten. In Einzelfällen ist empfehlenswert, einen geschulten Moderator einzuladen. Er oder sie besitzt das Rüstzeug, Konflikte in sachlichere Bahnen zu leiten.

Tipp: Bei der Diskussion über strittige Themen wiederholt jede/r Beteiligte zum Beginn seiner Wortmeldung kurz, was das Gegenüber zuvor gesagt hat. Das zwingt zum Zuhören und gibt dem andern Gelegenheit, richtig-zustellen, was vielleicht falsch aufgefasst worden ist.

2. Versammlungen interessant gestalten

Vereinsversammlungen können ganz unterschiedlich verlaufen. Da sind sowohl Informationsaustausch und rege Diskussion möglich als auch vielfach eine ermüdende Abfolge langer Reden und Berichte. Ausschlaggebend ist die optimale Vorbereitung. Unterlagen müssen bereitliegen, der Zeitablauf muss festgelegt sein.

Die Wahl des Versammlungsortes kann den Verlauf wesentlich beeinflussen. Sitzt ein Häufchen Getreuer in einem großen Saal, deprimiert das. Ein zu kleiner Raum bringt Sitzplatzprobleme mit sich, zudem kann die Luft bald zum Schneiden dick sein. Wenn die Lüftung so laut summt, dass Wortmeldungen untergehen, trägt das nicht zum guten Klima bei.

2.1 Pflichtpunkte

Zahlreiche Tagesordnungspunkte einer Jahreshauptversammlung sind verpflichtend vorgeschrieben. Sie finden sich im Wesentlichen in den Vereinsstatuten. Zusätzlich sind noch Stimmzähler zu bestimmen, wenn bei Neuwahlen schriftlich abgestimmt werden soll.

2.2 Begrüßung


Eine kurze, humorvolle Begrüßung bietet einen guten Einstieg. Ein Vereinspräsident (Block und Schreibzeug mit Vereinsaufdruck?), ein Begrüßungsapfel o. ä. erfreut die BesucherInnen sicher.

Auch wenn die Tagesordnung bereits in der Einladung enthalten ist, bewährt sich eine kurze Erläuterung des geplanten Ablaufs. Dabei auch angeben, wie lange die Versammlung etwa dauert.


Sind Anträge zu behandeln, die von Vereinsmitgliedern eingebracht werden, so ist im Vorfeld unbedingt anzugeben, bis wann sie beim Vorstand einlangen müssen, um noch behandelt zu werden. Unter „Allfälliges“ sollen grundsätzlich keine Beschlüsse gefasst werden.

2. Versammlungen

Eine Versammlung kann auch gestalterische Qualitäten haben, nicht nur ermüdende Abfolge langer Reden sein.



Welche Mittel setze ich ein, um die Versammlung gestalterisch zu umranden?



2.3 Berichte

Neben dem Protokoll der letztjährigen Versammlung können den Mitgliedern mit der Einladung auch die Jahresberichte zugesandt bzw. für alle BesucherInnen aufgelegt werden. Das macht möglich, dass sich Bericht-erstatte während der Versammlung auf besonders wichtige Punkte konzentrieren. Wo der Vereinsvorstand und verschiedene Sparten (z. B. im Sportverein) Berichte vorlegen, kann das sonst lang und langweilig werden.

Von Vorteil ist der Einsatz von Hilfsmitteln wie Dias oder Overhead-Folien. Wo das Vereinsleben vom Fotografen dokumentiert wird, unterstreichen Bilder das gesprochene Wort. Ebenso können die Entwicklung der Mitgliederzahlen, markante Ereignisse und Beschlüsse usw. per Overheadfolie wesentlich eindrucksvoller vermittelt werden.

Achtung: Nicht den gesamten Text des Berichtes auf Folie schreiben. Das ermüdet und gibt wenig Sinn. Auf eine Leinwand projizierter Text darf nicht zu klein sein. Lesbare Größe wählen.

Der Einsatz von Overheadfolien bewährt sich auch für den Kassabericht. Er soll knapp gehalten sein und keinesfalls sämtliche Belege bzw. Konto-bewegungen umfassen.

2.4 Ziele formulieren

Vereinsmitglieder wollen zur Jahreshauptversammlung nicht nur zurück blicken. Wesentliche Vorhaben gehören vorgestellt, vielleicht erhält der Verein ein Leitbild. Das kann in Arbeitsgruppen vorbereitet werden, die letzte Entscheidung hat aber die Jahreshauptversammlung. Solche Vorhaben müssen nicht unbedingt vom Vorstand vorgestellt werden. Es gibt der Versammlung Farbe, wenn das mit dieser Aufgabe betraute einfache Vereinsmitglied dabei zu Wort kommt.

Ziele formulieren ist wichtig.



2.5 Zeit zum Gespräch

Gerade bei solchen Tagesordnungspunkten sollte der Obmann/die Obfrau Raum für Anfragen, für ein Gespräch bieten. Werden TeilnehmerInnen zwei Stunden lang „niedergeredet“, wird sich zum Schluss nur schwer eine Diskussion entwickeln.

Anregung: Bei Diskussionen bewährt sich, wenn auf einem großen Papierblock (Flip-chart) Stichworte mitgeschrieben werden. Die Diskussionsteilnehmer fühlen sich ernst genommen, zudem erleichtert diese Vorgangsweise die Erstellung des Protokolls.

Für ein Gespräch mit den Teilnehmern muss immer Zeit bleiben.



2.6 Rahmenprogramm

Eine Jahreshauptversammlung soll die versammelten Mitglieder nicht ermüden, sondern im Gegenteil zu weiteren Aktivitäten ermutigen. Dazu kann ein Rahmenprogramm beitragen. Folgende Vorschläge zur Auswahl:

- Fotoausstellung
- Videofilme (nicht zu lang!)
- Musik
- Tanzgruppe
- Turnvorführung
- Expertendiskussion
- Verlosung, Quiz

2.7 Gastreferenten

Ein interessantes Referat zu einem aktuellen Thema kann ein Höhepunkt einer Jahreshauptversammlung sein. Rechtzeitiger Kontakt zu Referenten erspart Enttäuschungen. Abklären, ob für das Referat ein Dia- oder Overheadprojektor erforderlich ist!

Selbstverständlich sollte auch die Dauer des Referats besprochen werden. Wenn der Referent/die Referentin erst nach 22 Uhr zu Wort kommt, dürfte die Aufmerksamkeit der Versammlung deutlich nachgelassen haben.

2.8 Ehrungen

Jahreshauptversammlungen sind Anlass, verdiente Vereinsmitglieder in den Vordergrund zu stellen. Dabei gilt wie bei Berichten oder Referaten: Einige Dias vom nimmermüden Einsatz der zu Ehrenden sowie wenige launige Worte bringen mehr als langatmige Lebensläufe. Vielleicht gibt es anstelle üblicher Geschenkskörbe und Urkunden auch einmal ein anderes Präsent?

2.9 Arbeitssitzungen

„Es war interessant, aber eigentlich weiß ich nicht genau, wie es jetzt weitergeht.“ Wer nach einer Arbeitssitzung zu dieser Meinung gelangt, nimmt vermutlich das nächste Mal nicht mehr teil. Auch für Arbeitssitzungen, Ausschüsse usw. ist gute Vorbereitung unerlässlich. Worüber wird berichtet, was soll besprochen werden, welche Ergebnisse sind nötig, wie werden die Aufgaben verteilt – solche Punkte gehören unbedingt auf die Tagesordnung. Gleich zu Beginn abzufragen, ob ein zusätzliches Thema aufgenommen werden soll.

Bei sämtlichen Diskussionen dieser Art bewährt sich der Einsatz einer Flipchart (großer Papierbogen). Laufende sichtbare Mitschrift erleichtert die Diskussion, es kann problemlos zurückgeblättert werden. Das verhindert auch endlose Wiederholungen der immer gleichen Argumente und ermöglicht die sofortige gemeinsame Beurteilung von Vorschlägen. Auf den Papierbögen wird auch festgehalten, wer welche Aufgabe bis wann erledigt. Zugleich ist so das Protokoll bereits beinahe fertiggestellt.

Gastreferenten und Ehrungen sind wesentliche Bestandteile einer Versammlung.

„Wie geht es jetzt weiter?“



2.10 Erwartungen abfragen

Steht ein völlig neues Vorhaben zur Diskussion, so ist eine Eingangsrunde sinnvoll, in der sämtliche TeilnehmerInnen aussagen, was sie sich erwarten. Diese Aussagen werden notiert. Zum Schluss lässt sich so leicht feststellen, ob die Erwartungen erfüllt werden konnten.

Wer ein Vorhaben vorstellt, sollte die erforderlichen Unterlagen entweder vorher an die Teilnehmer versenden oder zumindest während der Sitzung umfassend Auskunft geben können. Ebenso sind andere Beteiligte aufzufordern, ihre Unterlagen so aufzubereiten, dass alle Einblick erhalten.

In einer Schlussrunde kann abgefragt werden, wie die TeilnehmerInnen den Sitzungsverlauf beurteilen, was ihnen gut und weniger gut gefallen hat. Das hilft dem Sitzungsleiter, seine Vorgangsweise bei Bedarf zu korrigieren, das zeigt aber auch, ob noch Fragen offen sind.

Versammlungen

- Gute Vorbereitung ist ausschlaggebend für den Ablauf jeder Versammlung
- Technische Fragen rechtzeitig abklären.
- Bewirtung kann den Ablauf stören. Getränke und Gläser auf den Tischen aufstellen oder Bewirtung in der Pause.
- Begrüßung nicht zu lang.
- Ablauf der Sitzung zum Beginn kurz erläutern.
- Berichte nicht zu umfangreich. Unterstützung durch Overheadfolien, Dias lockern auf. Berichte vielleicht schriftlich auflegen.
- Ziele formulieren. Jahreshauptversammlung dient nicht nur zum Rückblick. Auch über die Zukunft sprechen und erforderliche Beschlüsse fassen.
- Diskussion ermöglichen, besonders, wenn es um Vorhaben der Zukunft geht. Sichtbare Mitschrift (Flipchart) unterstützt die Diskussion.
- Rahmenprogramm genau überlegen. Nicht zu lang.
- Bei Arbeitssitzungen zum Einstieg Erwartungen der TeilnehmerInnen abfragen und in der Schlussrunde den Sitzungsverlauf beurteilen lassen.


*In aller Kürze:
die wichtigsten
Überlegungen
zu einer Ver-
sammlung.*

3. Jugend im Verein

In machen Vereinen bereitet der Nachwuchs kein Problem, anderen Gruppen droht die Überalterung. Gibt es Ideen, die Jugendliche in einen Verein bringen und vor allem auch halten können?

Junge Leute wollen ernst genommen werden. Wo Vereinsmitglieder erst mit 18 stimmberechtigt sind, wo immer nur die alte Garde Entscheidungen fällt, werden es nur wenige Jugendliche länger aushalten. Es ist nicht nötig, Kinder in den Vorstand zu berufen. Werden aber Angelegenheiten besprochen, die besonders den Nachwuchs betreffen, so gehören die jungen Leute unbedingt einbezogen.

Auch die Jugend spielt eine wichtige Rolle im Verein. Denn junge Leute wollen auch ernst genommen werden.



3.1 Ansprechpartner

Die beste Mitgliederwerbaktion nützt nicht viel, wenn die jungen Leute im Verein keinen Ansprechpartner finden. Im Sportverein bereitet das meist weniger Probleme, da die Mannschaften und Gruppen ihre Betreuer haben. Aber auch andere Vereine machen gute Erfahrungen mit bewusster Jugendarbeit, für die ein bestimmtes Mitglied verantwortlich ist.

3.2 Info-Material

Auch Vereinsräume eignen sich dazu, Plakate oder Informationsmaterial für Jugendliche aufzulegen bzw. aufzuhängen. Das muss nicht unbedingt ausschließlich mit Vereinsarbeit zu tun haben. Info-Material über Suchtgiftvorbeugung, Berufsinformation, Freizeitgestaltung etc. zeigen jungen Vereinsmitgliedern, dass ihre Anliegen verstanden werden.

3.3 Gemeinsame Aktionen

Kein Verein werkelt immer allein für sich. Eine gemeinsame Aktion mit einer Jugendorganisation oder dem örtlichen Jugendzentrum beispielsweise kann Zusammenarbeit und Selbstbewusstsein fördern. Wenn Pfadfinder oder Katholische Jugend etwas starten, kann der vereinseigene Nachwuchs mitmachen und davon profitieren. Das gilt auch für Einrichtungen wie Jugendinfo, Suchtprävention, Gesellschaft & Bildung.

Viele junge Leute fühlen sich angesprochen durch Aktionen von Greenpeace, Amnesty International oder der Weltläden. Gibt es eine Möglichkeit, solche Aktivitäten ins eigene Vereinsgeschehen einzubauen?

Gut angekommen sind in manchen Gemeinden kleine „Vereinsmessen“. Alle interessierten Vereine konnten sich dabei vorstellen. Wenn dabei ein Schwerpunkt auf Jugendarbeit gelegt wird, lassen sich sicher auch Jugendliche (bzw. interessierte Eltern) ansprechen.


Ebenso gibt es Beispiele für Broschüren über alle Vereine im Ort, die Gemeinden herausgeben. Die werden an jeden Haushalt versandt und zudem an alle Zugezogenen ausgegeben. Wer gerade übersiedelt ist, bekommt so auch einen Überblick über alle aktiven Vereine im Ort.

Gemeinsame Aktionen mit Jugendorganisationen sind nicht uninteressant.

3.4 Eigene Jugendveranstaltungen

Erwachsene Vereinsmitglieder haben ihr Preisschnapsen, ihr Kränzchen. Natürlich gehört die Jugend dazu eingeladen. Vielleicht ist aber auch einmal die Jugenddisco, der Skaterwettbewerb oder ein Graffiti-Workshop gefragt. Dabei sind ältere Semester sicher ebenfalls gern gesehen. Wichtig ist, dass die Vereinsjugend selbst Verantwortung übernehmen kann und Erwachsene nur unterstützend eingreifen.

Nachwuchs fördern und immer am Ball bleiben, denn es lohnt sich.



3.5 Jugendmedien nützen

Vereinsveranstaltungen sind oft im örtlichen Blatt, in Bezirkszeitungen inseriert. Jugendliche lesen solche Blätter nicht unbedingt. Jugendsendungen im ORF oder den neuen Radiosendern werden mit größerem Interesse verfolgt.

3.6 Am Ball bleiben

Nicht jeder Versuch, die Jugend besser einzubinden, kann auf Anhieb gelingen. Vielleicht ist die erste Jugendaktion eine Pleite. Dennoch soll der Vereinsvorstand am Ball bleiben und aus einem missglückten Versuch zu lernen versuchen.

Jugendarbeit

- Ansprechpartner, Jugendbeauftragte/r im Verein nimmt sich der jungen Mitglieder besonders an.
- Mitspracherecht auch der jungen Mitglieder sichern und fördern.
- Aktivitäten für die Vereinsjugend auch außerhalb des eigentlichen Vereinszwecks überlegen.
- Gemeinsame Aktionen mit Jugendbewegungen, mit anderen Vereinen im Ort überlegen.
- Info-Material zu aktuellen Jugendthemen in Vereinsräumen auflegen und die Jugend gezielt darauf aufmerksam machen.
- Jugendgerechte Vereinsaktivitäten überlegen und der Jugend dabei auch Verantwortung übertragen. Statt nur für die Jugend mit der Jugend planen und durchführen.

In aller Kürze: die wichtigsten Überlegungen zur Jugendarbeit.

4. Öffentlichkeitsarbeit

Der Ruf eines Vereins hängt wesentlich damit zusammen, wie er in der Öffentlichkeit ankommt. Öffentlichkeit, das sind neben Veranstaltungen für viele Besucher vor allem auch die Medien. Mit denen stehen nicht wenige Vereine auf Kriegsfuß. „Die streichen unsere Berichte immer so stark zusammen und lassen das Wesentliche weg!“

Zeitungs- und Rundfunkmenschen wissen ein Lied davon zu singen: Jahreshauptversammlungen sind für viele Vereinschronisten und „Medienbeauftragte“ Anlass, ellenlange Berichte zu produzieren. Diese ungekürzt zu veröffentlichen ist unmöglich. Es muss redigiert, gestrichen werden.

Selbstverständlichkeiten weglassen

Natürlich ist für überzeugte Anhänger eines Vereins beinahe alles bedeutsam, was sich um den Verein abspielt. Berichterstatter müssen sich aber fragen, ob das Thema auch für die breite Öffentlichkeit interessant ist. Wollen die Leser wirklich wissen, dass bei einer Versammlung Ehrengäste begrüßt und der Kassier entlastet worden ist? Das gehört ins Protokoll und die Vereinschronik, nicht aber in den Medienbericht.

Nur Wichtiges melden

Wird ein neuer Obmann, eine neue Obfrau gewählt, beschließt der Verein den Bau eines Clubheimes, wird eine wirklich interessante Statistik erstmals vorgestellt, dann beginnt der Bericht mit dieser Meldung.

Wer nach der Sitzung nach Hause kommt, erzählt auf Anfrage, was besonders interessant war. Genau das gehört im Bericht größer herausgestellt.

Keine uralten Geschichten

Berichte über das vergangene Vereinsjahr gehören zur Tagesordnung der Jahreshauptversammlung. Das interessiert (vielleicht) Vereinsmitglieder. Zeitungsleser hingegen wollen nicht mit langatmigen Sätzen über das Fest und den Ausflug vom Vorjahr gelangweilt werden.

Aktuelle Kurzberichte

Wichtige Ereignisse gehören sofort gemeldet: Die Tages- oder Wochenzeitung ist kein hundertjähriger Kalender. Kurzberichte finden in den Redaktionen viel eher Verwendung als umfangreiche Abhandlungen. Eine erfolgreiche Aktivität für die Jugend, ein freiwilliger Einsatz der Vereinsmitglieder zur Landschaftsreinigung, ein sportlicher Erfolg, den kein Reporter beachtet hat – es gibt ausreichend Anlässe für solche Kurzberichte.

Gute Fotos gefragt

Beobachten Sie sich bei der Zeitungslektüre: Welche Berichte fallen auf? Meist sind es Beiträge, bei denen ein gutes Foto platziert ist. Die Aufnahme vom Präsidium ist selten ein gutes Foto, ebenfalls nicht der Festredner, dessen Gesicht durch Blumengestecke oder ein Mikrofon kaum zu sehen ist. Aktivitäten hingegen sind gefragt, interessante Ausschnitte sprechen an. Die Jungmusikantin neben dem 70-jährigen Trompeter, das Mädchen

Öffentlichkeitsarbeit bedeutet nicht nur Veranstaltungen zu geben, sondern auch eine Zusammenarbeit mit den Medien.



mit dem prämierten Hasen des Kleintierzuchtvereins, der verummte Imker im Bienenstock, der Hürdenläufer im Grätschsprung sind Beispiele für eine gelungene Fotoauswahl. Soche Motive sollten sich in den Unterlagen eines Vereins finden, damit auch für den Versammlungsbericht ein gutes Bild zur Verfügung steht.

Für alle den gleichen Bericht?

Nicht jedes Medium benötigt die gleichen Meldungen und Berichte. Im örtlichen Blättle darf mehr stehen als in der Landeszeitung. In Rundfunk und Fernsehen werden kaum Vereinsberichte verlesen. Manche Bezirkszeitung ist froh über etwas längere Beiträge, überregionale Blätter hingegen veröffentlichen diese Meldungen kaum.

Achtung: Wochenzeitungen haben früher Redaktionsschluss. Terminankündigungen also etwa 10 Tage vor der Veranstaltung versenden.

Terminkalender

Sowohl die Tageszeitungen als auch Wochenzeitungen und der Rundfunk veröffentlichen Veranstaltungstipps im Terminkalender. Solche Kurzmeldungen eigens an die zuständigen Abteilungen senden, nicht hinten an die längere Aussendung anhängen.

Kontakte pflegen

Gute Kontakte zu Medienleuten erleichtern die Öffentlichkeitsarbeit. Wer die örtlichen Berichterstatter kennt, lässt diesen die Einladung zu wichtigen Terminen ebenso zukommen wie der Redaktion. Der Bericht findet auch leichter in die Zeitung, wenn er über einen Mitarbeiter einlangt. Dann ist der Text bereits bearbeitet, muss nicht mehr redigiert werden. Rücksprache mit den Redaktionen verhindert auch Enttäuschungen.

Pressekonferenz oder Aussendung

Inserate, Plakate und Flugblätter sind Formen, auf Publikumsveranstaltungen zu verweisen. Wenn das auch im redaktionellen Teil geschehen soll, wird oft zu Pressekonferenzen geladen. Überlegen Sie sich gut, ob der Anlass die Einladung rechtfertigt. Redaktionen werden mit Pressekonferenzterminen überhäuft. Kleine Redaktionen haben keine Chance, diese Termine wahrzunehmen. Nur ein wirklicher Großanlass mit umfangreichem Programm oder prominenter Besetzung rechtfertigt eine Pressekonferenz. In den meisten Fällen zeigt eine gut gefasste Presseaussendung bessere Wirkung als eine schlecht besuchte Pressekonferenz. Unbedingt Ansprechpartner angeben, damit die Redaktion bei Bedarf nachfragen kann.

Gute Termine für Pressekonferenzen sind Montag bis Freitag Vormittag zwischen 10 und 12 Uhr.

Pressekonferenzen anmelden

Termine für eine Pressekonferenz sollen unbedingt mit dem Landespressebüro abgestimmt werden. Rechtzeitig angemeldete Termine werden in die wöchentliche Terminübersicht des Pressebüros aufgenommen.

Redaktions-
schluss
beachten.



Presseaussendun-
gen sind
meist wirk-
samer als
Presse-
konferenzen.



Kommt das Fernsehen zu uns?

Zur Pressekonferenz kommt kaum ein Fernsehteam. Wer will im TV-Programm schon Redebeiträge ansehen? Gibt es als Vorbericht zum Fest, zum Wettkampf usw. aber interessante Vorführungen, lassen sich im Gespräch mit der Fernsehredaktion vielfach Aufnahmen organisieren. Auch der Aufbau des Riesenzeltes, die Basteltätigkeit von Vereinsmitgliedern u. ä. können einen Bildbeitrag wert sein.

Und das Radio?

Der Rundfunk kennt verschiedene Formen der Berichterstattung. Das erstmals auftretende Jodelchörle hat größere Chancen, aufgenommen und ausgestrahlt zu werden, als der Obmann des Vereins, der unbedingt vom vergangenen Vereinsjahr berichten möchte.

Auch hier gilt: Rechtzeitige Kontakte zur Redaktion können erstaunliche Ergebnisse bringen. Reporter wissen was ankommt und machen entsprechende Vorschläge.

Kurse für Vereinsberichterstatter

Im Rahmen der Weiterbildung für Vereinsfunktionäre sollen künftig auch Kurse für Vereinsberichterstatter angeboten werden.


4.1 Die Vereinszeitung

Computertechnik macht es möglich: Immer mehr Vereine geben eigene Vereinszeitungen heraus, gestalten Flugblätter selbst. Für die Textgestaltung gelten dabei die gleichen Grundsätze wie für die Aussendung an die Medien: Nur was nicht langweilt, kommt entsprechend an.

Vereinsberichterstattung

- Für wen schreibe ich? – Zielgruppe. Fachzeitschrift oder Gemeindeblatt ist ein Unterschied!
- Versteht das meine Mutter, mein Nachbar auch? Auf Fachausdrücke verzichten, verständlich formulieren.
- In der Kürze liegt die Würze. Je länger ein Artikel, desto weniger wird er gelesen.
- Kurze Sätze bilden. Absatzlange Schachtelsätze überfordern viele Leser.
- Auf Fremdwörter und Abkürzungen verzichten. Wer weiß schon, was „JHV des BSC“ bedeuten soll?
- Abhandlungen laut Tagesordnung sind langweilig. Das Wichtigste gehört an den Anfang des Berichtes. Schreiben, wie ich erzählen würde: Was auf der Zunge liegt, gehört (meist) in den Bericht.
- Ein Bild sagt mehr als tausend Worte. Aktivität ist besser als Gruppenbild; keine Hinterköpfe oder Blick in den Saal. Bildausschnitt wählen; interessante Bilder werden eher veröffentlicht.
- Wer? Was? Wann? Wo? Wie? Warum? Reihenfolge egal, es sollten aber möglichst alle Punkte vorkommen.

Ist eine eigene Vereinszeitung sinnvoll?




- Direkte Rede lockert jeden Bericht auf.
- Selbstverständlichkeiten weglassen. Fand statt; kürzlich abgehaltene; Begrüßung der Ehrengäste, Entlastung des Kassiers; gegenseitiger Dank usw.
- Vornamen anführen.
- Auf „Herr“ und „Frau“ verzichten.
- Mehrfachverwendung bestimmter Wörter vermeiden.
- Von jemand gegenlesen lassen, der von der Materie nicht viel versteht – begreift er oder sie, was ich aussagen will?
- Interessiert das überhaupt irgend jemand? Vor dem Absenden nochmals überlegen, ob ich selbst solch einen Bericht über einen anderen Verein lesen würde.

Eigene Vereinszeitung

- Redaktionskonferenz rechtzeitig abhalten.
- Klare Aufträge erteilen. Nicht: „Schreib uns etwas“ sondern: „Schreibe 25, 30 Zeilen, bring ein Bild dazu.“
- Funktion des „lästigen Menschen“. Rechtzeitig vor Redaktionsschluss bei Mitarbeitern nachfragen.
- Vorsicht bei knappen Terminen. Es ist peinlich, wenn das Blatt erst zwei Tage nach der Veranstaltung erscheint.
- Übersichtlichkeit. Nicht alles einsetzen, was der Computer kann.
- Klauen ist erlaubt: Gute Beispiele nachahmen.
- Gute Mischung von Text, Fotos und Grafik. Graue Seiten laden kaum zum Lesen ein.
- Schriftgrad nicht zu klein (Lesbarkeit).
- Seitengestaltung: Ein größerer Artikel, dazu kleinere Beiträge. Nicht nur „Resteverwertung“ . . .
- Bei mehreren Seiten an Inhaltsangabe denken.
- Längere Artikel mit Namen zeichnen.
- Auf den Humor nicht vergessen (Vereins-Original?).
- Der Titel soll aufmerksam machen (Schlagzeile). Statt „JHV des Jugendclubs“ besser „Zu jung zum Mitreden?“
- Längere Beiträge gliedern. Eigener Kasten für Spezialfrage; Grafik anstelle von Zahlenreihen; Zwischentitel.
- Nostalgie – wie war das früher im Verein?
- Kein Bild ohne Bildunterschrift.
- Vereinsmitglieder vorstellen – Hobby, Beruf. Anstelle großartiger Grundsatzaussagen
- Betroffene zu Wort kommen lassen – z. B. Eltern von jungen Mitgliedern.

Was muss ich alles beachten, wenn ich eine eigene Vereinszeitung produziere?



4.2 Der langen Rede kurzer Sinn

Die Zuhörer unterhalten, nicht ermüden

Vereinsobleute und andere Funktionäre haben zu unterschiedlichsten Anlässen das Wort zu ergreifen. Einige beherrschen diese Aufgabe bestens, andere schaffen es lediglich, die Zuhörerinnen und Zuhörer in kurzer Zeit zu ermüden.

Einige der Regeln, die für eine möglichst erfolgreiche Ansprache zu beachten sind, gelten wie beim Presstext. Natürlich unterscheidet sich aber eine Ansprache deutlich von einem geschriebenen Text. Den kann ich nachlesen, wenn mir etwas unklar ist. Verstehe ich aber eine Passage einer Rede nicht vollständig, ist das Gesagte längst vorbei.

Eine Rede sollte klar und verständlich für jedermann sein.



Gute Vorbereitung

Ist immer besser als der Versuch, aus dem Stegreif Sätze zu formulieren.

Das Ziel der Rede

Muss von vornherein klar sein. Jeden Satz in den Dienst des Redeziels stellen. Wer nur reden möchte, weil er/sie so wichtig ist, bleibt besser still.

Welches Ziel verfolge ich eigentlich mit meiner Rede?



Zielgruppe

Vor wem spreche ich? Sitzen lauter bereits Vorinformierte vor mir oder benötigen die meisten noch Grundsatzinformationen?

Verständliche Sprache

Komplizierte Fachausdrücke und Fremdwörter ohne Erklärung vermeiden, ebenso Schachtelsätze. Grundsatz: „Der Wurm muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler.“

Sagen, was ich sagen werde

Erfahrene Redner beginnen eine Ansprache damit, dass sie kurz erläutern, worüber sie sprechen werden. Das hilft auch dabei, die Rede bei der Vorbereitung entsprechend gut zu gliedern und aufzubauen.

Kurz fassen

Wer kein Ende findet, muss sich nicht wundern, wenn das Publikum verstoßen auf die Uhr zu blicken beginnt. Grundsatz: „Man kann über alles reden, nur nicht über zehn Minuten.“

Aussagen zusammenfassen

Was ausführlicher geschildert worden ist, gehört in wenigen Worten kurz zusammengefasst.

Abwechslungsreich und langsam

Zu sprechen ist besonders vor großem Publikum wichtig. Lautstärke und Satzlänge variieren.

Markantes nochmals erwähnen

Ein kurzer Rückgriff auf eine bereits erwähnte Tatsache, Zahl usw. kann zu besserem Verständnis führen.

Bereits gesagtes weglassen

Wer wiederholt, was Vordredner bereits erläutert haben, stößt kaum auf Interesse. Hier ist auch rasche Reaktion erforderlich. Ruhig aussprechen, dass jetzt eine Passage wegfällt, weil Herr X oder Frau N das bereits erwähnt haben. Das Publikum wird dankbar sein.

Platte Zitate vermeiden

Bei Feuerwehrfesten kann man den schönen Begriff „Gott zur Ehr . . .“ oft von drei, vier Rednern hintereinander hören. Auch manche Zitate Prominenter sind inzwischen ziemlich abgegriffen. Mit Zitaten sparsam umgehen. Sie sollen passen und nicht nur nachweisen, dass der Redner sehr belesen ist. Eigene Gedanken sind besser als entlehnte.

Neues berichten

Wenn eine Ansprache nur enthält, was die meisten längst wissen, muss sie nicht gehalten werden. Wer Neues, Unerwartetes vorbringt, stößt auf Aufmerksamkeit. Reden soll man nur über eine Sache, über die man selbst mehr weiß als die Zuhörer.

Immer am
neuesten
Stand
bleiben.

**Über Personen**

. . . soll man nur reden, wenn man sie mag.

Beispiele verwenden

Wer es schafft, aussagekräftige Beispiele oder Bilder einzuflechten, spricht die ZuhörerInnen leichter an. Theoretische Abhandlungen ermüden.

Humor

Je trockener eine Ansprache, umso rascher hoffen die ZuhörerInnen, dass sie bald ein Ende haben möge. Natürlich eignet sich nicht jeder Anlass zum Erzählen von Witzen. Aber: Eine Rede, die nicht unterhält, langweilt.

Humor ist
wichtig!

**Die Zuhörer einbinden**

Gemeinsam erreichte Ziele betonen, Optimismus für die anstehenden Aufgaben vermitteln – „Das schaffen wir miteinander!“ Fragen zu stellen und sie zu beantworten regt zum Mitdenken an.

Dialekt einsetzen

Wer in Niederösterreich vor NiederösterreicherInnen spricht, muss das nicht unbedingt auf Hochdeutsch versuchen. Die allermeisten im Saal, im Festzelt unterhalten sich in ihrer Mundart. Auch der Redner/die Rednerin sprechen vor und nach der Ansprache so. Nur beim „offiziellen Teil“ meint man, sich gewählt ausdrücken zu müssen. Das bereitet oft Probleme und führt zu gewagten Satzkonstruktionen. Auch wenn der Redetext auf Hochdeutsch verfasst ist, lässt er sich nach kurzer Probe meist problemlos in die Mundart übersetzen.

Hilfsmittel verwenden

Overheadfolien, Computerprojektion oder einfache Schautafeln können wesentlich dazu beitragen, das Interesse an einem Vortrag zu heben. Die Entwicklung der Mitgliederzahlen lässt sich mit einer einfachen Grafik darstellen, ein Zitat, ein wichtiger Grundsatz finden sich auf der Overheadfolie. Ausreichend große Schrift verwenden, damit der Text auch von der letzten Reihe aus zu lesen ist. Vorher testen, ob die Lichtverhältnisse passen. Wo keine Verdunkelung möglich ist, kann der Einsatz von Projektoren problematisch sein.

Weiterbildung

Im Rahmen der Aktion Ehrenamt werden Seminare und Kurse zu diesem Thema angeboten.

Grafiken
in die
Rede ein-
binden. Das
lockert auf.

**5. Sponsoring****5. Sponsoring****5.1 Überlegen Sie sich als Verein:**

- Welche Zielgruppe sprechen wir als Verein an: (Kinder, Jugend, Erwachsene, Senioren, . . .)?
- Welchen Bereich sprechen wir als Verein an: (Gesundheit, Sicherheit, . . .)?
- Welche Aktivitäten setzen wir als Verein, die publikumswirksam sind (Zeitschriften, Info-Blätter, Veranstaltungen, . . .)?
- Welches Image tragen wir als Verein nach außen (konservative oder liberale Werte, Dynamik oder Stetigkeit, . . .)?
- Welche Produkte kaufen Sie als Verein immer wieder ein?

Sponsoring
beruht auf
dem Prin-
zip von Leistung
und Gegenleistung.

**5.2 Privates Unternehmen**

- Welche Unternehmen sprechen mit Ihren Produkten jene Zielgruppen an, die auch wir als Verein ansprechen
- Welche Unternehmen sprechen mit Ihrer Unternehmensphilosophie jene Zielgruppen an, die auch wir als Verein ansprechen


5.3 Welche Leistungen können wir als Verein anbieten

- Werbeträger wie z. B. Einladungen, Informationsblätter, Zeitungen usw.
- Vereins-, Arbeitskleidung, Autos, Werkzeug usw.
- Welche Botschaften können wir als Verein immer wieder transportieren?
- Welche Produkte werden über unsere Vereinsaktivitäten in Umlauf gebracht, direkt oder indirekt?

5.4 Generalsponsor oder mehrere Sponsoren

Überlegen Sie sich als Verein, ob es für Sie wertvoller ist mit einem Generalsponsor als Partner zu arbeiten oder mit mehreren Sponsoren. Können Sie eine längerfristige (mehrjährige) Partnerschaft aufbauen oder eine kurzfristige zu verschiedenen Anlässen?

Wie viele und welche Sponsorenbranche ich?



5.5 Schriftliches Konzept

Arbeiten Sie ein schriftliches Konzept aus und präsentieren Sie dieses Ihren möglichen Sponsorpartnern.

5.6 Betreuung zuordnen

Dass einem großzügigen Sponsor gedankt wird, ist selbstverständlich. Wer will, dass ein Beitrag auch im nächsten Jahr wieder zur Verfügung gestellt wird, wird sich mehr einfallen lassen als ein Dankschreiben. Laufende Betreuung wichtiger Sponsoren ist eine wichtige Aufgabe innerhalb des Vereins. Es macht Sinn, ein geeignetes Vereinsmitglied mit dieser Aufgabe zu betrauen.

5.7 Einladungen

Sponsoren gehören in die Adresskartei aufgenommen und bei Einladungen zu wichtigen Terminen (Feste, Jahreshauptversammlungen, größere Ereignisse) berücksichtigt. Auch wenn der Firmenchef bzw. die zuständige Person im Unternehmen nie Zeit haben sollte – die Einladungen zeigen, dass der Kontakt nicht mit der Überweisung des Sponsorbetrages beendet ist.

Wird dem Sponsor im Rahmen der Jahreshauptversammlung für seinen Beitrag gedankt, kann das Protokoll der Versammlung zugesandt werden.

5.8 Zusammenfassung erstellen

Ein Sponsor ist daran interessiert, über sämtliche Aktivitäten im Zusammenhang mit der Unterstützung informiert zu werden. Eine Zusammenfassung zum Jahresende/Saisonende, in der Erwähnung in Medien ebenso aufgeführt sind wie z. B. Firmeneindrücke auf Plakaten oder Flugblättern usw., kann die Verbindung stärken.

5.9 Bestellungen, Veranstaltungen

Wenn ein Gastwirt eine größere Summe zur Verfügung stellt, wird er bei Versammlungen etc. berücksichtigt. Ist es der örtliche Tischler, so geht die Bestellung für den Schrank im Vereinsheim an ihn usw. Je nach Unternehmen kann auch eine Beteiligung an Publikumsveranstaltungen überlegt werden. Die örtliche Bank kann vielleicht ihren Jugendclub vorstellen, der Elektrohändler das neue Großbild-Fernsehgerät für die Videoübertragung ins Festzelt aufstellen.

5.10 Intensive Kontakte

Intensivere Kontakte sind mit entsprechend großen Unternehmen möglich. Da kann einmal eine Betriebsbesichtigung für Vereinsmitglieder organisiert werden, zur Weihnachtsfeier ergeht eine Einladung an die Firmenpensionisten. Ebenso kann für Firmenanlässe (Jubiläen, Hausmessen etc.) die Unterstützung der Vereinsmitglieder angeboten werden.

Bei all diesen Vorschlägen ist eine Absprache mit der Firmenleitung Voraussetzung. Der Verein soll nicht lästig werden und sich aufdrängen, sondern auf echte Zusammenarbeit setzen.

Sponsorenbetreuung

- Ein Vereinsmitglied ist für die Betreuung der Sponsoren zuständig.
- Sponsoren in Adressliste aufnehmen.
- Einladungen zu wichtigen Vereinsveranstaltungen zusenden.
- Protokolle mit Erwähnung des Sponsors zusenden – Stelle markieren.
- Zusammenfassung aller Aktivitäten, bei denen der Sponsor erwähnt wird, erstellen und zusenden.
- Sponsoren bei Versammlungen, Bestellungen berücksichtigen.
- Möglichkeit zur Präsentation bei Veranstaltungen für Sponsorfirmer.
- Firmenbesuche, gemeinsame Feiern usw. mit größeren Unternehmen vorschlagen und organisieren.
- Unterstützung bei Firmenereignissen (Jubiläen, Hausmessen etc.) anbieten.
- Intensive Kontakte nur nach Absprache mit dem Sponsor. Der Verein soll nicht lästig fallen.

*In aller Kürze:
die wichtigsten
Überlegungen
zum Sponsoring.*

6. Die Vereinszeitung und einige Bestimmungen dazu . . .

Eine Vereinszeitung ist eine gute Möglichkeit, mehrere „Fliegen auf einen Schlag“ zu „erledigen“: zum einen dient sie der Kommunikation innerhalb des Vereins (was besonders bei großen Vereinen wichtig ist), zum anderen kann sie neue Interessenten und damit vielleicht künftige Mitglieder auf die Ziele des Vereins aufmerksam machen. Und schließlich, wenn sie gut gemacht ist und eine entsprechende Auflage und Verbreitung hat, kann sie in Form von Inseraten nicht nur die Produktionskosten decken, sondern dem Verein zusätzliche Einnahmen bescheren.

Hier haben wir einige wichtige Punkte zusammengestellt, die Sie beachten sollten, bevor Sie ans Werk gehen.

*Wichtige Punkte,
bevor es los geht.*

Pflichtexemplar-Recht

Die NÖ Landesbibliothek hat das sogenannte „Pflichtexemplarrecht“ für Druckwerke, die in Niederösterreich erscheinen. Das heißt, von Druckwerken wie Vereinszeitung oder Jahresbericht sind 2 Exemplare an die NÖ Landesbibliothek, Landhausplatz 1, 3109 St. Pölten, zu senden.

Impressum und Offenlegungspflicht

(Auszug aus dem Mediengesetz)

Impressum

§ 24. (1) Auf jedem Medienwerk sind der Name oder die Firma des Medieninhabers (Verlegers) und des Herstellers sowie der Verlags- und der Herstellungsort anzugeben.

(2) Auf jedem periodischen Medienwerk sind zusätzlich die Anschrift des Medieninhabers (Verlegers) und der Redaktion des Medienunternehmens sowie Name und Anschrift des Herausgebers anzugeben. Enthält ein periodisches Medienwerk ein Inhaltsverzeichnis, so ist darin auch anzugeben, an welcher Stelle sich das Impressum befindet.

(3) Die Pflicht zur Veröffentlichung des Impressums trifft den Hersteller. Der Medieninhaber (Verleger) hat ihm die hierfür erforderlichen Auskünfte zu erteilen.

Offenlegung

§ 25. (1) Der Medieninhaber (Verleger) jedes periodischen Mediums hat alljährlich die in den Abs. 2 bis 4 bezeichneten Angaben zu veröffentlichen. Diese Veröffentlichung ist bei periodischen Medienwerken in der ersten Nummer und jährlich innerhalb des Monats Jänner, falls aber in diesem Monat keine Nummer erscheint, in jeder ersten Nummer nach Beginn eines Kalenderjahres im Anschluß an das Impressum vorzunehmen. Bei anderen

periodischen Medien sind diese Angaben im Amtsblatt zur „Wiener Zeitung“ binnen einem Monat nach Beginn der Verbreitung des Mediums und im ersten Monat jedes Kalenderjahres zu verlautbaren.

(2) Anzugeben sind mit Namen oder Firma, mit Unternehmensgegenstand, mit Wohnort, Sitz oder Niederlassung und mit Art und Höhe der Beteiligung der Medieninhaber (Verleger) und, wenn er eine Gesellschaft oder ein Verein ist, der oder die Geschäftsführer, die Mitglieder des Vorstandes und Aufsichtsrates und die Gesellschafter, deren Einlage oder Stammeinlage 25 vH übersteigt. Ist ein Gesellschafter seinerseits eine Gesellschaft, so sind auch deren Gesellschafter nach Maßgabe des ersten Satzes anzugeben. Übersteigt eine mittelbare Beteiligung 50 vH, so ist nach Maßgabe der vorstehenden Bestimmungen auch ein solcher mittelbarer Beteiligter anzugeben.

(3) Ist eine nach den vorstehenden Bestimmungen anzugebende Person zugleich Inhaber eines anderen Medienunternehmens oder Mediendienstes oder an solchen Unternehmen in der in Abs. 2 bezeichneten Art und in dem dort bezeichneten Umfang beteiligt, so müssen auch die Firma, der Betriebsgegenstand und der Sitz dieses Unternehmens angeführt werden.

(4) Zu veröffentlichen ist ferner eine Erklärung über die grundlegende Richtung des periodischen Mediums. Im Sinn des § 2 werden Änderungen und Ergänzungen der grundlegenden Richtung erst wirksam, sobald sie veröffentlicht worden sind.

Werbeabgabe

Fällt erst ab Einnahmen aus Sponsoring in der Höhe von 10.000 Euro pro Jahr an. Sollte das der Fall sein, gibt es bei der Vereinshotline unter 0810 001 092 (zum Ortstarif) Hilfe und Unterlagen (siehe auch Abschnitt „Abgaben“ in der Vereinsmappe).

Werbe-
abgabe und
Steuern beachten!



Steuerpflicht

Die Vereinszeitung ist steuerpflichtig, wenn die Inserate mehr als 25% der Gesamtseiten übersteigen.

Postzeitungsdienst

Seit 1.1.2002 gibt es keinen begünstigten Tarif mehr für Vereinszeitungen.

Am Postzeitungsdienst können teilnehmen:

Druckschriften, die mindestens einmal im Kalendervierteljahr erscheinen.

Druckschriften, die von einem Verein herausgegeben werden und mindestens 51 % der bedruckten Fläche der Berichterstattung über das Vereinsleben bzw. den Vereinszwecken entsprechenden Angelegenheiten dienen und vorwiegend an Vereinsmitglieder versendet werden.

Die „Allgemeinen Geschäftsbedingungen für den Postzeitungsdienst“ liegen auf jedem Postamt auf.

Die Aufstellung erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

7. Vereinsbuchführung

Für Vereine, deren gewöhnliche Einnahmen oder gewöhnliche Ausgaben niedriger als eine Million Euro sind, ist die Führung einer Einnahmen-Ausgaben-Rechnung zulässig. Die Vorschriften zur Führung der Einnahmen-Ausgaben-Rechnung findet man in folgenden Gesetzen:

- Einkommensteuergesetz (EstG)
- Umsatzsteuergesetz (UStG) und
- Bundesabgabenordnung (BAO)

Einnahmen-Ausgaben-Rechnung

Die Einnahmen-Ausgaben-Rechnung ist mit einfacheren Mitteln als die doppelte Buchhaltung zu erstellen.

Die Erfassung der Einnahmen und Ausgaben erfolgt auf Grund des Zahlungsflusses. Die tatsächlich zugeflossenen Einnahmen werden den tatsächlich abgeflossenen Ausgaben gegenübergestellt. Wie in der doppelten Buchhaltung gilt das Belegprinzip: keine Eintragung ohne Beleg! Buchführungs-Unterlagen sind 7 Jahre lang aufzubewahren.

Die Einnahmen-Ausgaben-Rechnung kann mit unterschiedlichen Methoden erstellt werden:

- Spesenverteiler: mit dieser händischen Methode werden die zu erfassenden Geschäftsfälle nach sachlichen Kriterien getrennt in einzelnen Spalten von Tabellen eingetragen.
- EDV-Programme: Führung über spezielle Rechnungsprogramme, Finanzbuchhaltungsprogramme oder allgemeine Office-Programmpakete (Textverarbeitung, Tabellenkalkulation oder Datenbank).

Es empfiehlt sich die Aufteilung nach Kostenstellen
(z. B. *Einnahmen*: Mitgliedsbeiträge, Subventionen, Sponsoreinnahmen;
Ausgaben: Verwaltung, Veranstaltungen, Neuanschaffungen, . . .).

Vereine, deren gewöhnliche Einnahmen oder gewöhnliche Ausgaben in zwei aufeinander folgenden Rechnungsjahren jeweils höher als eine Million Euro waren, haben ab dem folgenden Rechnungsjahr an Stelle der Einnahmen- und Ausgabenrechnung einen Jahresabschluss (Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung) aufzustellen. (Vereinsgesetz - § 22. (1)). Das bestehende Beispiel kann daher nur in Vereinen, deren gewöhnliche Einnahmen oder gewöhnliche Ausgaben in zwei aufeinander folgenden Rechnungsjahren jeweils niedriger als eine Million Euro waren, Verwendung finden.

Die Vorschriften über die Einnahmen-Ausgaben-Rechnung für die kleinen Vereine gelten ab 2003 und die erweiterten Buchführungsvorschriften für die mittelgroßen Vereine erst ab 2005, wenn die Grenzen 2003 und 2004 überschritten werden.

Für die meisten Vereine zutreffend: die Einnahmen-Ausgaben-Rechnung

Das Vereinsgesetz sieht für die kleinen Vereine die Aufstellung einer Vermögensübersicht zum Ende des Rechnungsjahres binnen fünf Monaten vor. Darunter ist eine Aufstellung der Aktiva (z.B. Gebäude, Betriebs- und Geschäftsausstattung, Kassa, Forderungen) und Passiva (Verbindlichkeiten und Rückstellungen) zu verstehen. Diese Aufstellung soll über die finanzielle Situation des Vereins Aufschluss geben.

Für Vereine, deren Einnahmen bzw. Ausgaben höher als eine Million Euro sind, haben wir kein Beispiel angeführt, da wir davon ausgehen, dass Buchführung und Jahresabschluss in Zusammenarbeit mit einem Steuerberater erstellt werden.

Für eventuell auftretende Fragen zum Thema „Einnahmen-Ausgaben-Rechnung“ steht Ihnen unsere Hotline (0810 001 092 zum Ortstarif) zur Verfügung.

Die Einnahmen-Ausgaben-Rechnung kann in der Praxis wie folgt aussehen:

EINNAHMEN-AUSGABEN-RECHNUNG

Währung: Euro

Journal MÄRZ 2002

EINNAHMEN

Datum	Beleg	Zweck	Mitgliedsbeitr.	Subventionen	Sponsoring	Sonstiges
04.03.	RK 8	örtliche Gemeinde		100,00		
10.03.	KA 10	Mayer Hannes	4,00			
10.03.	KA 11	Holzer Martina	4,00			
12.03.	KA 12	1. Theatervorstellung				380,00
14.03.	RK 9	Raiffeisenbank			40,00	
17.03.	KA 13	2. Theatervorstellung				444,00
22.03.	KA 14	Hofer Markus	4,00			

AUSGABEN

Datum	Beleg	Zweck	Verwaltung lfd. Kosten	Theater	Veranstaltung Ausflug	Neuansch./ Sonstiges
01.03.	KA 20	Postgebühren	12,00			
02.03.	RK 18	Kostümverleih Theater		35,00		
05.03.	KA 21	Kosmetik f. Theater		22,00		
05.03.	RK 19	Bühnendekoration		45,00		
10.03.	KA 22	Getränke/Kaffee	22,50			
10.03.	KA 23	Hochzeitsgeschenk				46,00
16.03.	KA 24	Bürobedarf	18,40			
25.03.	RK 20	Autobus			480,00	
31.03.	RK 21	Bankspesen				12,20

**Beispiel für ein gruppenweise gegliedertes Ergebnis
(Jahresabrechnung) einer Einnahmen-Ausgaben-Rechnung:**

Verein:
 Obmann:
 Kassier:

EINNAHMEN-AUSGABEN-RECHNUNG

01.01.2002 - 31.12.2002

Währung: Euro

Saldovortrag aus 2001		710,20	
EINNAHMEN:			
Mitgliedsbeiträge	228,00		
Subventionen	250,00		
Sponsoring	120,00		
Sonstiges	1.566,54	2.164,54	
AUSGABEN			
Verwaltung/laufende Kosten	466,45		
Theatervorstellung	237,20		
Veranstaltg./Ausflug	833,40		
Neuanschaffungen	744,20		
Sonstiges	123,43	2.404,68	
Saldo		470,06	

8. Neues NÖ Veranstaltungsgesetz

Nach nunmehr jahrelangen Verhandlungen hat der NÖ Landtag das Neue NÖ Veranstaltungsgesetz beschlossen. Das Gesetz trat am 1.1.2007 in Kraft. Gleichzeitig trat das bisherige Veranstaltungsgesetz, das NÖ Veranstaltungsbetriebsstättengesetz und das NÖ Lichtschauspielgesetz außer Kraft.

Alle Veranstaltungen, die nach dem 1.1.2007 neu angemeldet wurden, sind nach dem neuen Gesetz abzuwickeln. Aufrechte Genehmigungen und Bewilligungen nach den bisherigen Rechtsvorschriften bleiben weiterhin in Geltung.

Hier die wesentliche Neuerungen kurz zusammengefasst:

Das neue Gesetz erleichtert die Durchführung von Veranstaltungen.

8.1 Geltungsbereich

Unter das Veranstaltungsgesetz fallen jegliche Veranstaltungen, Feste, Zusammenkünfte etc. unabhängig vom Namen oder Titel (z. B.: Theateraufführungen, Konzerte, Discos, Filmvorführungen), die öffentlich zugänglich sind. Es gibt jedoch zahlreiche Ausnahmen, die dann zur Anwendung kommen, wenn die Veranstaltung in bestimmten Orten oder mit bestimmten Inhalten dargeboten werden und bewirken, dass das Veranstaltungsgesetz nicht gilt.

Beachte: Auch wenn das Veranstaltungsgesetz nicht gilt, ist der Veranstalter für die ordnungsgemäße Durchführung der Veranstaltung verantwortlich und gegebenenfalls auch haftbar.

8.2 Öffentliche Veranstaltungen

Das Veranstaltungsgesetz gilt nur für „öffentliche“ Veranstaltungen. Öffentlich sind Veranstaltungen, die allgemein, d. h. für jedermann, zugänglich sind. Dies bedeutet, dass rein private Veranstaltungen (z. B. eine Hochzeitsfeier oder eine private Party) nicht unter das Veranstaltungsgesetz fallen.

Ausnahmen

Veranstaltungen sind auch dann ausgenommen, wenn sie in gewerbebehördlich genehmigten Gastgewerbebetriebsanlagen, in Schulen, Musikschulen etc. durchgeführt werden. Aber auch Veranstaltungen mit bestimmten Inhalten, wie beispielsweise eine Vereinsversammlung, Sportveranstaltungen, die ihrer Art nach eine Gefährdung der Zuschauer nicht erwarten lassen (Tennis-, Fußball-, Beachvolleyballturnier), Vorträge, Kurse etc., die überwiegend wissenschaftliche Zwecke oder der Volksbildung (Diavortrag über Reisen) dienen, Veranstaltungen, die nach ihrer Art in Volksbrauchtum (Sonnwendfeier, Weihnachtsmarkt) begründet sind, sowie Filmvorführungen in Gebäuden mit Geräten, die üblicherweise auch in Haushalten verwendet werden, fallen nicht unter das Veranstaltungsgesetz.

Beachte: Das Veranstaltungsgesetz gilt nur für „öffentliche“ Veranstaltungen und für Veranstaltungen, die nicht unter den Ausnahmekatalog des Gesetzes fallen.

8.3 Anmelde- statt Bewilligungssystem

Eine wesentliche Neuerung besteht darin, dass anstelle eines Bewilligungssystems ein Anmeldesystem tritt. Es ist daher kein eigenes Bewilligungsverfahren mehr notwendig, wobei die Behörde jedoch die Möglichkeit hat, Auflagen vorzuschreiben, um die Sicherheit bei der Veranstaltung zu gewährleisten.

8.4 Behördenzuständigkeiten

Gemeinde

Veranstaltungen, bei denen die Höchstzahl der Besucher, die gleichzeitig die Veranstaltung besuchen können, 3.000 Personen nicht übersteigt, sind bei der Gemeinde des Veranstaltungsortes anzumelden. Die Gemeinde hat jedoch die Möglichkeit, die Zuständigkeit für Veranstaltungen, bei der die Höchstzahl der Besucher 500 Personen übersteigt, an die Bezirksverwaltungsbehörde zu übertragen. Gegebenenfalls ist hier eine Rücksprache bei der Gemeinde vorzunehmen. Maßgeblich ist, wie viele Besucher die Veranstaltung besuchen können. Die Höchstzahl der Besucher darf auch nicht überschritten werden.

Bezirksverwaltungsbehörde

Übersteigt die Höchstzahl der Besucher 3.000 Personen, so ist die Veranstaltung bei der Bezirksverwaltungsbehörde anzumelden. Darüber hinaus sind Filmvorführungen auf Projektionsflächen von mehr als 9 m² (z. B. Sommerkino) und Tanzveranstaltungen mit besonderen technischen Hilfsmitteln (z. B. Schaum- oder Styroporparties) bei der Bezirksverwaltungsbehörde anzumelden.

Landesregierung

Bestimmte Typen von Veranstaltungen, wie z. B. Motorsportveranstaltungen, Freizeit- und Themenparks oder Großfestivals über 50.000 Besucher, sind bei der Landesregierung anzumelden.

8.5 Frist

Veranstaltungen sind bei der Gemeinde spätestens vier Wochen, sonst spätestens acht Wochen vor Veranstaltungsbeginn anzumelden.

*Fristen
genau
beachten!*



8.6 Veranstalter

Veranstalter ist derjenige, der die Veranstaltung vorbereitet oder durchführt. Beim Verein wird dies der/die Vereinsobmann/frau sein. Der Veranstalter ist für die vorschrifts- und ordnungsgemäße Durchführung der Veranstaltung verantwortlich und hat alle notwendigen Maßnahmen zu treffen, damit die Sicherheit der Besucher bei der Veranstaltung gewährleistet ist. Auf schriftlichen Ankündigungen einer Veranstaltung muss der Veranstalter mit Namen und Wohnsitz (Vereinssitz) aufscheinen. Ist der Veranstalter selbst nicht bei der Veranstaltung anwesend, so muss eine Ansprechperson der Behörde bekannt gegeben werden. Die Ansprechperson muss als Kontaktperson für allfällige Überprüfungen bei der Veranstaltung anwesend sein.

8.7 Inhalt der Anmeldung

Die Anmeldung hat zu beinhalten:
 wer (samt Ansprechperson),
 was (Gegenstand der Veranstaltung)
 wann (Zeitraum),
 wo (samt Örtlichkeit),
 wie viele Besucher gleichzeitig die Veranstaltung besuchen können.

Wichtig: Die Veranstaltung darf nur in geeigneten und bewilligten Veranstaltungsbetriebsstätten durchgeführt werden. Entsprechende Nachweise sind vorzulegen.

8.8 Veranstaltungsbetriebsstätte

Veranstaltungen dürfen nur in geeigneten, bewilligten Betriebsstätten durchgeführt werden.

Keine Bewilligung ist notwendig für Veranstaltungen in


- gewerbebehördlich genehmigten Gastgewerbebetriebsanlagen,
- in Gebäuden, die für diesen Zweck bereits bewilligt wurden,
- in Zelten, wenn eine Zertifizierung des Produktes (z. B. TÜV-Bescheinigung) vorgelegt wird.

Um eine Betriebsstättengenehmigung ist daher dann anzusuchen, wenn Veranstaltungen in Gebäuden, für die noch keine Bewilligung erteilt wurde, oder im Freien durchgeführt werden.

8.9 Weitere Rechtsvorschriften:

Das Veranstaltungsgesetz beinhaltet nur einen Teil der Vorschriften, die bei der Durchführung von Veranstaltungen zu beachten sind. Dazu zählen beispielsweise die Gewerbeordnung und das Lebensmittelsicherheitsgesetz, wenn Speisen und Getränke ausgeschenkt werden; das Gebrauchsabgabengesetz, wenn Gemeindegrund in Anspruch genommen werden soll; die Straßenverkehrsordnung, wenn Straßengrund beansprucht wird; das NÖ Feuerwehrgesetz betreffend die Brandwache oder das Einkommens- und Sozialversicherungsrecht, wenn Einnahmen erzielt oder Dienstnehmer beschäftigt werden. Wichtig ist auch darauf hinzuweisen, dass AKM-Abgaben zu entrichten sind, wenn Musikstücke (unabhängig, ob von einer CD oder live) wiedergegeben werden.

Zusätzlich
gilt es
noch weitere
Gesetze zu
beachten . . .



8.10 Ziel des Gesetzes

Ziel des Veranstaltungsgesetzes ist es, die durch Durchführung von Veranstaltungen zu erleichtern, indem einerseits das Veranstaltungsgesetz nur dort zur Anwendung gelangt, wo tatsächlich ein Regelungsbedarf besteht und andererseits klar geregelt wird, was wann und wo der Veranstalter zu tun hat.

9. Begrüßung – die Reihenfolge ist wichtig, vor allem für die „Ehrengäste“!

9.1 Begrüßungsordnung allgemein

Rangliste, die die Reihenfolge in der politische Funktionäre und sonstige Würdenträger protokollarisch richtig begrüßt werden sollten. (lt. Protokollstelle des Amtes der NÖ Landesregierung)

Bundespräsident

Kardinal

Bundeskanzler

Präsident des Nationalrates

Vizekanzler

Bundesminister

Landeshauptmann

Kirchliche Würdenträger, wenn sie bei der Veranstaltung eine Kulturhandlung vollziehen

Vorsitzender des Bundesrates

Zweiter und Dritter Präsident des Nationalrates

Staatssekretäre

Präsident des Landtages

Präsident der Höchstgerichte nach ihrem Dienstalder

Präsident des Rechnungshofes

Metropolen der österr. Kirchenprovinzen (sofern nicht Kardinal)

Diözesanbischöfe und Äbte

Ständiger Vorsitzender-Stellvertreter des Bundesrates

Landeshauptmannstellvertreter

Zweiter und Dritter Präsident des Landtages

Landesräte

Weihbischöfe

Vizepräsidenten der Höchstgerichte und des Rechnungshofes

Obmann des Finanzkontrollausschusses und Klubobmänner

Präsidenten der Bundeskammern (Interessensvertretungen)

Abgeordnete zum Nationalrat

Abgeordnete zum Europäischen Parlament

Mitglieder des Bundesrates

Abgeordnete zum Landtag

Präsidenten der Landeskammern (Interessensvertretungen)

Generell Höchstbeamte des Bundes und Landes, sonst Landesamtsdirektor, Landtagsdirektor, Kontrollamtsdirektor, Landesamtsdirektor-Stellvertreter vor Bundesbeamten

Höchstbeamte des Landes und die Kammeramtsdirektoren, leitende Beamte der Interessensvertretungen bzw. ihre Vertreter

Sicherheitsdirektor

Bezirkshauptmann

Priester der Religionsgemeinschaften

Militärkommandant

Landesgendarmeriekommandant

Landesfeuerwehrkommandant

Bürgermeister

Gemeinderäte

Ortsvorsteher

Ausländische Missionschefs im Botschafterrang reihen nach dem Bundesminister für Auswärtige Angelegenheiten, jedoch vor den übrigen Bundesministern.

Funktionäre außer Dienst sind je nach Veranstaltung einzureihen.

Persönlichkeiten, die Ansprachen halten, sind entsprechend in der Rangfolge zu berücksichtigen.

Vertreter von Bundesorganen, insbesondere Vertreter der Bundesminister, sind nach den Landesregierungsmitgliedern bzw. dem 2. und 3. Präsidenten des Landtages zu begrüßen, auch wenn sie als Redner eingeteilt sind.

9.2 Begrüßungsordnung auf Gemeindeebene

Landeshauptmann

Präsident des Landtages

Diözesanbischöfe und Äbte

Landeshauptmannstellvertreter/Landeshauptmannstellvertreterin

Zweiter und Dritter Präsident des Landtages

Landesrat/Landesrätin

Weihbischöfe

Nationalrat/Nationalrätin

Abgeordneter/Abgeordnete zum Europäischen Parlament

Bundesrat/Bundesrätin

Abgeordneter/Abgeordnete zum Landtag

Bezirkshauptmann/Bezirkshauptfrau

Landespolizeikommandant

Landesmilitärkommandant (od. Höchststrangiger vor Ort; z. B.: Kasernenkommandant)

Bürgermeister/Bürgermeisterin

Dechant (Priesterlicher Leiter eines Dekanates; rechtliche und organisatorischer Zusammenschluss mehrerer Pfarren zur gemeinsamen Seelsorge in einem Gebiet)

Pfarrer (auch wenn er aktiv an der Veranstaltung teilnimmt, z. B.: Segnung)

Bezirkspolizeikommandant/Bezirkspolizeikommandantin

Bezirksfeuerwehrkommandant/Bezirksfeuerwehrkommandantin

Abschnittsfeuerwehrkommandant/Abschnittsfeuerwehrkommandantin

Unterabschnittsfeuerwehrkommandant/Unterabschnittsfeuerwehrkommandantin

Rotes Kreuz – Bezirkskommandant/Bezirkskommandantin

Rotes Kreuz – Ortsstellenleiter/Ortsstellenleiterin

Gemeinderat/Gemeinderätin

SchuldirektorInnen - KindergartenleiterInnen

Vereinsobmann/Vereinsobfrau

Sponsoren

Presse

Diese Reihung bleibt auch gleich, wenn Abgeordnete in Vertretung Grußworte des Landeshauptmannes überbringen. Nur der Überbringer der Grußworte wird, wenn mehrere Abgeordnete vor Ort sind an erster Stelle begrüßt.

Beispiel:

vor Ort sind LAbg. Bgm. Johann Heuras
 LAbg. Michaela Hinterholzer
 LAbg. Ignaz Hofmacher

LABg. Ignaz Hofmacher überbringt in Vertretung die Grußworte des Landeshauptmannes

Begrüßung daher: LAbg. Ignaz Hofmacher
 LAbg. Bgm. Johann Heuras
 LAbg. Michaela Hinterholzer

Wenn eine Veranstaltung unter „Ehrenschutz“ steht, wird dieser in der Eröffnung erwähnt, z. B.: *Den Ehrenschutz des heutigen Abends übernimmt Landeshauptmann Dr. Erwin Pröll.*

1. Was wollen wir mit unserer Veranstaltung erreichen?

- Imageverbesserung des Vereines
- Mitgliederwerbung für den Verein
- Förderung von Geselligkeit/Kultur/Sport
- Verbesserung der Finanzlage des Vereins

2. Was für eine Veranstaltung wollen wir durchführen?

- Wettkampf, Wettbewerb
- Jubiläumsfest
- Kultur- oder Musikveranstaltung
- Gaudiveranstaltung

3. Wer soll daran teilnehmen?

- Mitglieder
- Vereine
- Öffentlichkeit

4. Wann soll die Veranstaltung stattfinden?

- Datum, Zeit, Ausweichdatum
- Dauer (ein Tag, mehrere Tage) Terminkollisionen vermeiden!

5. Wo führen wir die Veranstaltung durch?

- eigene Anlage
- fremde Anlage
- Festplatz
- Saal, Halle

6. Wie soll die Veranstaltung finanziert werden?

- durch Erträge (Teilnahmegebühren, Eintrittsgelder, Festwirtschaft)
- durch Sponsorbeiträge
- durch Spenden
- aus der Vereinskasse

7. Wer organisiert die Veranstaltung?

- eigene Mitglieder
- spezielles Organisationskomitee
- Vergabe an Agentur, Organisationsfirma

Checkliste – Organisation Kleinveranstaltung

Kopiervorlage

Aufgabenbereich	Mitarbeiter
Gesamtverantwortliche	
Konzept	
Finanzen	
Marketing	
Sponsorenliste	
Verkauf der Transparente	
Verkauf von Inseraten	
Lautsprecherdurchsagen	
PR/Medien	
Wettkampf	
Ausarbeitung der Spiele z. B. Wasserrutsche, Sumoringen	
andere Spiele wie Schubkarrenlauf, Sackhüpfen Wasserballonwerfen usw.	
Spielpläne	
Einteilung Personal	
Ablauf bei der Veranstaltung	
Aufräumarbeiten	
Wirtschaft	
Angebote	
Bestellungen/Abrechnungen	
Wirtschaftspersonal	
Rahmenprogramm	
Ausarbeitung des Rahmenprogrammes vordringlich Kinderprogramm musikalische Unterhaltung Gewinnspiel – wie Tombola, Schätzspiele	
Bauten und Technik	
Planung des Veranstaltungsgeländes	
Bedarfsplan für Infrastruktur	
Spiele	
Wirtschaft	
Sprecherwagen – LKW	
Tonanlagen	
WC Bereich	
Recycling	
Zusätzliches	
.....	
.....	

Checkliste – Organisation Großveranstaltung

Kopiervorlage

Erledigt	Organisationskomitee	Mitarbeiter
<input type="checkbox"/>	Organisationsleiter	
<input type="checkbox"/>	Finanzen	
<input type="checkbox"/>	Werbegestaltung	
<input type="checkbox"/>	Marketing	
<input type="checkbox"/>	Sponsoring	
<input type="checkbox"/>	Programmpunkte	

Erledigt	Sitzungen	Mitarbeiter
<input type="checkbox"/>	Anmeldungen Behörden/Ämter	
<input type="checkbox"/>	Veranstaltungsort	
<input type="checkbox"/>	Werbung/Vermarktung	
<input type="checkbox"/>	Öffentlichkeitsarbeit	
<input type="checkbox"/>	Wirtschaftsbereich	
<input type="checkbox"/>	Programmgestaltung	
<input type="checkbox"/>	Finanzen	
<input type="checkbox"/>	Budgeterstellung	
<input type="checkbox"/>	Auf-Abbau	
<input type="checkbox"/>	Reinigungsdienst	
<input type="checkbox"/>	Sicherheitsdienst	
<input type="checkbox"/>	Sicherheit	
<input type="checkbox"/>	Diverses	

Erledigt	Ausarbeitung/Gesamtkonzept	Mitarbeiter
<input type="checkbox"/>	Gesamtkonzept durch Organisationskomitee	
<input type="checkbox"/>	Alle erforderlichen Organisationspunkte erfasst	

Erledigt	Ausarbeitung der Verträge	Mitarbeiter
<input type="checkbox"/>	Sämtliche Verträge müssen vom Organisationskomitee genehmigt werden	

Erledigt	Sitzungen	Mitarbeiter
<input type="checkbox"/>	Erstellen eines Sitzungsplanes für OK	
<input type="checkbox"/>	Sitzungsplan an alle Mitarbeiter	
<input type="checkbox"/>	Sitzungen des OK wöchentlich	
<input type="checkbox"/>	Je nach Bedarf auch Mitglieder des erweiterten OK vertreten	
<input type="checkbox"/>	Sitzungsort bestimmen	

Erledigt	Sitzungsablauf	Mitarbeiter
<input type="radio"/>	Sitzungsleitung durch OK-Chef	
<input type="radio"/>	Genauere Besprechungspunkte 2 Tage vorher an jedes OK-Mitglied	
Erledigt	Kontrolle/Sitzungsprotokolle	Mitarbeiter
<input type="radio"/>	OK-Leiter veranlasst Protokollerstellung über Vereinbarungen, Vorbereitung & Verlauf der Zusammenkünfte	
Erledigt	Anmeldungen	Mitarbeiter
<input type="radio"/>	Anmeldung der Veranstaltung bei der Gemeinde	
<input type="radio"/>	Mietvertrag für die Veranstaltung – Gelände	
<input type="radio"/>	Pläne über vorhandene Infrastruktur	
<input type="radio"/>	Anmeldung über Miete von Parkplätzen und Wiesen	
<input type="radio"/>	Anmeldung der Veranstaltung beim Land NÖ	
<input type="radio"/>	Anmeldung der Veranstaltung bei der Bezirkshauptmannschaft	
<input type="radio"/>	Anmeldung der Veranstaltung bei der Verkehrsabteilung	
Erledigt	Gesundheitsbehörde	Mitarbeiter
<input type="radio"/>	Anmeldung bei der BH wegen Wirtschaftsbereich	
<input type="radio"/>	Vor der Veranstaltung Kontrolle durch einen Beauftragten der Gesundheitsbehörde (BH) über Einhaltung der Hygienebestimmungen	
Erledigt	A.K.M.	Mitarbeiter
<input type="radio"/>	Anmeldung des Programmes bei der A.K.M	
Erledigt	Versicherung	Mitarbeiter
<input type="radio"/>	Unfallversicherung	
<input type="radio"/>	Haftpflichtversicherung	
<input type="radio"/>	Rechtsschutzversicherung	

Erledigt	Veranstaltungsort	Mitarbeiter
<input type="checkbox"/>	Klärung der vertraglichen Vereinbarung	
<input type="checkbox"/>	Mietvertrag für das Gelände	
<input type="checkbox"/>	Lageplan und Organisation der Infrastruktur	

Erledigt	Zu- und Abfahrt	Mitarbeiter
<input type="checkbox"/>	Anfahrtswege: Eigener Verantwortlicher	
<input type="checkbox"/>	Markierung der Anfahrtswege	
<input type="checkbox"/>	Planung der Infrastruktur über die Anfahrtswege	
<input type="checkbox"/>	Planung Einfahrt der Gäste	
<input type="checkbox"/>	Mitarbeiter für einen reibungslosen Anfahrtsweg	
<input type="checkbox"/>	Abfahrt festlegen	
<input type="checkbox"/>	Organisation eines reibungslosen Anfahrtsweges	
<input type="checkbox"/>	Entfernen der Beschilderungen bei den Zugangsstraßen	
<input type="checkbox"/>	Endkontrolle des Bereiches An- und Abfahrt	

Erledigt	Wirtschaftszelte	Mitarbeiter
<input type="checkbox"/>	Angebote über die Wirtschaftszelte	
<input type="checkbox"/>	Angebote über Stromanschlüsse zu den Zelten	
<input type="checkbox"/>	Abklärung der Elektroinstallationen	
<input type="checkbox"/>	Abklären der Wasserzufuhren	
<input type="checkbox"/>	Kontrolle der Mitarbeiter	
<input type="checkbox"/>	Eingangsbereich	
<input type="checkbox"/>	Wirtschaftsbereich	
<input type="checkbox"/>	Bewachungsdienst	
<input type="checkbox"/>	Reinigungsdienst	
<input type="checkbox"/>	Programmablauf	
<input type="checkbox"/>	Informationen an das OK	
<input type="checkbox"/>	Endkontrolle	

Erledigt	Werbung/Vermarktung	Mitarbeiter
<input type="checkbox"/>	Vertragliche Vereinbarungen vor Beginn der Veranstaltung	gemeinsam erarbeiten

Erledigt	Konzept für die Vermarktung	Mitarbeiter
<input type="radio"/>	Sponsorensuche	
<input type="radio"/>	Sämtliche Sponsoringgespräche laufen über die Sponsoringfirma	
<input type="radio"/>	Preisunterschiede müssen vom OK-Team genehmigt werden	
<input type="radio"/>	Abschlüsse von Sponsoringverträgen	

Erledigt	Werbepositionen	Mitarbeiter
<input type="radio"/>	Auf- und Abbau der Werbepositionen durch Sponsoringfirma	

Erledigt	Betreuung der Veranstaltung	Mitarbeiter
<input type="radio"/>	Betreuung durch Sponsoringfirma	
<input type="radio"/>	Einladungskarten an Sponsoren	
<input type="radio"/>	Betreuung während des Aufenthaltes im Gelände	
<input type="radio"/>	Erstellen von Fotomaterial	
<input type="radio"/>	Filmmaterial	
<input type="radio"/>	Betreuung nach der Veranstaltung durch Sponsoringfirma	

Erledigt	Grafik/Werbung	Mitarbeiter
<input type="radio"/>	Grafik und klassische Werbung durch Werbeagentur	
<input type="radio"/>	Gestaltung und Umfang bespricht die Werbeagentur mit dem OK	

Erledigt	Öffentlichkeitsarbeit	Mitarbeiter
<input type="radio"/>	Verantwortlicher für Öffentlichkeitsarbeit	
<input type="radio"/>	Bei Bedarf Arbeitsgruppe zur Unterstützung beziehen	

Erledigt	Konzept/Öffentlichkeitsarbeit	Mitarbeiter
<input type="radio"/>	Konzept für die Öffentlichkeitsarbeit wird vom OK erarbeitet	

Erledigt	Information an alle Medien
<input type="radio"/>	Sämtliche Informationen unterliegen dem Verantwortlichen der Öffentlichkeitsarbeit. Je nach Veranstaltung, Region bzw. Nachbarschaft berücksichtigen

Erledigt	TV, Radio und Presse	Mitarbeiter
<input type="radio"/>	Verträge nur nach Genehmigung durch das OK	

Erledigt	Abschluss der Verträge	Mitarbeiter
<input type="radio"/>	Für Verträge mit TV-Stationen verhandelt das OK	
<input type="radio"/>	Laufende Berichterstattung über den Organisationsablauf an die Medien	
<input type="radio"/>	Laufende Information an das OK durch Verantwortlichen für Öffentlichkeitsarbeit	
<input type="radio"/>	Betreuung der Medienvertreter	
<input type="radio"/>	Akkreditierung	
<input type="radio"/>	Einteilung der Journalisten	
<input type="radio"/>	Betreuung der Journalisten	
<input type="radio"/>	Betreuung bei der Veranstaltung	
<input type="radio"/>	Nachbetreuung und Presseberichte über den Ablauf der Veranstaltung	

Erledigt	Bereich Vermarktung	Mitarbeiter
<input type="radio"/>	Erstellen eines Wirtschaftskonzeptes	
<input type="radio"/>	Erarbeitung durch OK mit einem Profi	
<input type="radio"/>	Angebote für den Wirtschaftsbereich einholen	
<input type="radio"/>	Essen, Trinken, Zubehör	
<input type="radio"/>	Qualitätskriterien	
<input type="radio"/>	Bestellungen durch den Verantwortlichen im Bereich der Wirtschaft	
<input type="radio"/>	Anlieferung	
<input type="radio"/>	Lagerung angelieferter Waren	
<input type="radio"/>	Kontrolle	
<input type="radio"/>	Rücklieferung	
<input type="radio"/>	Abrechnung der Lieferscheine mit dem OK	

Erledigt	Infrastruktur/Personal	Mitarbeiter
<input type="checkbox"/>	Wirtschaftschef	
<input type="checkbox"/>	Assistent Wirtschaftschef	
<input type="checkbox"/>	Mitarbeiter Lager/Auslieferung	
<input type="checkbox"/>	Verantwortliche Mitarbeiter für jedes Zelt	
<input type="checkbox"/>	Mitarbeiter in den Zelten	
<input type="checkbox"/>	Verkauf, Bon, Reinigung	
<input type="checkbox"/>	Verantwortlicher Mitarbeiter für das Freigelände	
<input type="checkbox"/>	Mitarbeiter im Freigelände	
<input type="checkbox"/>	Gesamtkontrolle während der Veranstaltung im Wirtschaftsbereich	
<input type="checkbox"/>	Rückvergütung und Abschlusskontrolle	

Erledigt	Programmgestaltung	Mitarbeiter
<input type="checkbox"/>	Erstellen eines Programmkonzeptes	
<input type="checkbox"/>	Programm im Zelt	
<input type="checkbox"/>	Programm im Freien	
<input type="checkbox"/>	Programmart	
<input type="checkbox"/>	Welche Infrastruktur	
<input type="checkbox"/>	Programm in Zusammenarbeit mit dem OK erstellen	

Erledigt	Einholen von Angeboten	Mitarbeiter
<input type="checkbox"/>	Musikgruppen	
<input type="checkbox"/>	Showgruppen	
<input type="checkbox"/>	Moderatoren	
<input type="checkbox"/>	Anlagen	
<input type="checkbox"/>	Techniker	
<input type="checkbox"/>	Genehmigung durch OK	
<input type="checkbox"/>	Verträge mit den div. Musikgruppen, Shows, Moderatoren etc	
<input type="checkbox"/>	Verträge werden vom Veranstalter unterzeichnet	

Erledigt	Kontrolle Programmablauf	Mitarbeiter
<input type="checkbox"/>	Der Verantwortliche hat für einen reibungslosen Ablauf zu sorgen	
<input type="checkbox"/>	Einteilung des Programmes	
<input type="checkbox"/>	Einteilung der Gruppen	
<input type="checkbox"/>	Kontrolle der Zeitpunkte	
<input type="checkbox"/>	Kontrolle der Moderatoren	
<input type="checkbox"/>	Kontrolle Auf- und Abbau	
<input type="checkbox"/>	Abschluss und Kontrolle nach der Veranstaltung	

Erledigt	Finanzen	Mitarbeiter
<input type="radio"/>	Eigenen Finanzchef bestellen	
Erledigt	Finanzkonzept erstellen	Mitarbeiter
<input type="radio"/>	Finanzkonzept gemeinsam mit OK ausarbeiten	
Erledigt	Budgeterstellung	Mitarbeiter
<input type="radio"/>	Kontrolle der Finanzen vor der Veranstaltung	
<input type="radio"/>	Finanzchef kontrolliert und unterzeichnet sämtliche Ausgaben bei der Vorfinanzierung	
<input type="radio"/>	Gesamtverantwortung der Finanzen während der Veranstaltung	
<input type="radio"/>	Einteilung der Veranstaltungsbank	
<input type="radio"/>	Einteilung der Kassiere, Bonkassa, Eintritt	
<input type="radio"/>	Ausgabe und Retournahme der Barmittel	
<input type="radio"/>	Abtransport der Finanzen	
<input type="radio"/>	Einzahlungen	
Erledigt	Abrechnung und Kontrolle	Mitarbeiter
<input type="radio"/>	Bezahlung der offenen Rechnungen	
<input type="radio"/>	Ermittlung des Gesamtgewinnes	
<input type="radio"/>	Abschlusskontrolle	
Erledigt	Auf- und Abbau	Mitarbeiter
<input type="radio"/>	Auf- und Abbauplan erstellen	
<input type="radio"/>	Einteilung in verschiedene Gruppen lt. Infrastruktur	
<input type="radio"/>	Aufbau An- und Abfahrt	
<input type="radio"/>	Aufbau Umzäunung	
<input type="radio"/>	Auf-/Abbau im Freigelände	
<input type="radio"/>	Zeltlager	
<input type="radio"/>	Kontrolle bei der Veranstaltung	
<input type="radio"/>	Abschluss und Kontrolle nach der Veranstaltung	

