



## **DAS HERITAGE-PRO Praxis-Paket**

### **Materialien zur praktischen Umsetzung des Heritage-PRO-Fortbildungsprogramms**

Autor\*innen:

**Verónica Buey Cieslak** - AEGPC

**Ana I. Velasco Rebollo** - AEGPC

**Karin Drda-Kühn** - Kultur und Arbeit

**Sascha Kolhey / Susanne Gill** - Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz e.V.

**Dietmar Wiegand** – Institut für immobilienwirtschaftliche Forschung

**Isabel Verdet / Reza Sharifi** - ENCATC

**Jermína Stanojev** - RESTRADE



Kofinanziert durch das  
Programm Erasmus+  
der Europäischen Union

Die Unterstützung der Europäischen Kommission für die Erstellung dieser Veröffentlichung stellt keine Zustimmung zu den Inhalten dar, die nur die Ansichten der Autoren widerspiegeln. Die Europäische Kommission kann nicht für die Verwendung der darin enthaltenen Informationen verantwortlich gemacht werden.

Projektnummer: 2018-1-DE02-KA202-005018

Dieses Praxis-Paket ist Teil des Fortbildungsprogramms HERITAGE-PRO und enthält praxisorientierte Materialien für die fünf HERITAGE PRO Lernmodule, die im Rahmen der strategischen Partnerschaft Erasmus+ **HERITAGE-PRO - Interdisziplinäre Fortbildung für Fachkräfte verschiedener Disziplinen zur nachhaltigen Bewirtschaftung und Erhaltung des Kulturerbes** - entwickelt wurden. Die Lernmodule, die begleitende Leitlinien und dieses Praxis-Paket sind in Englisch, Deutsch und Spanisch erhältlich.

Die Fortbildung, die Leitlinien und dieses Praxis-Paket konzentrieren sich auf interdisziplinäre Aspekte der Erhaltung des Kulturerbes und wurden von sechs öffentlichen und privaten europäischen Institutionen, Netzwerken, Entwicklungsagenturen und Verbänden entwickelt, die alle mit der Erhaltung des Kulturerbes verbunden sind.

Die Lernmodule im Überblick:

Fortbildungsprogramm HERITAGE-PRO
Fortbildungsmodul 1: Globale Herausforderungen und Möglichkeiten im Bereich des Kulturerbes
Fortbildungsmodul 2: Effiziente Teamarbeit und effektive interdisziplinäre Konfliktlösung
Fortbildungsmodul 3: Valorisierung des Kulturerbes
Fortbildungsmodul 4: Bürgerbeteiligung
Fortbildungsmodul 5: Effektive Kommunikation in einem interdisziplinären Umfeld

Erfahren Sie mehr: <https://heritage-pro.eu>

Bildnachweis Titelseite: mohamed\_hassan @pixabay



Dieses Werk steht unter einer [internationalen Creative-Commons-Lizenz mit Namensnennung 4.0.](#)

### **Es steht Ihnen frei:**

- Teilen - das Material in einem beliebigen Medium oder Format zu kopieren und weiterzugeben
- Bearbeiten - neu mischen, verändern und auf dem Material aufbauen
- für beliebige Zwecke, auch kommerziell.
- Der Lizenzgeber kann diese Freiheiten nicht widerrufen, solange Sie sich an die Lizenzbedingungen halten.

### **Unter den folgenden Bedingungen:**

- Namensnennung - Sie müssen [angemessene Urheber- und Rechteangaben machen](#), einen Link zur Lizenz angeben und [angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden](#). Sie können dies in jeder angemessenen Art und Weise tun, aber nicht in einer Weise, die den Eindruck erweckt, dass der Lizenzgeber Sie oder Ihre Nutzung befürwortet.
- Keine zusätzlichen Einschränkungen - Sie dürfen keine zusätzlichen Klauseln oder [technischen Verfahren](#) anwenden, die andere rechtlich daran hindern, alles zu tun, was die Lizenz erlaubt.

### **Hinweise:**

- Sie müssen sich nicht an diese Lizenz halten hinsichtlich solcher Teile des Materials, die gemeinfrei sind, oder soweit Ihre Nutzungshandlungen durch [Ausnahmen oder Beschränkungen](#) gedeckt sind.

Es werden keine Garantien gegeben und auch keine Gewähr geleistet. Die Lizenz gibt Ihnen möglicherweise nicht alle für die beabsichtigte Nutzung erforderlichen Berechtigungen. Beispielsweise können andere Rechte wie [Persönlichkeits- und Datenschutzrechte](#) zu beachten sein, die Ihre Nutzung des Materials einschränken.

## INHALTSVERZEICHNIS

1. ÜBER HERITAGE-PRO .....	5
2. ÜBER DIESES PRAXIS-PAKET .....	5
3. VOR BEGINN DES PROJEKTS .....	8
3.1 AUFBAU UND ARBEITEN IN EINEM INTERDISZIPLINÄREN TEAM.....	8
3.2 KOMMUNIKATION MIT INTERESSENGRUPPEN AUFBAUen, VERWALTEN UND AUFRECHTERHALTEN.....	10
3.3 EINLADUNGSSCHREIBEN FÜR IHRE WICHTIGSTEN INTERESSENVERTRETER*INNEN.....	14
3.4 ANALYSE EINER INWERTSETZUNG IHRES KULTURERBES.....	15
3.5 WIE MAN EIN MEETING ORGANISIERT .....	18
3.6 CHECKLISTEN UND EMPFEHLUNGEN VOR EINEM INTERDISZIPLINÄREN TREFFEN .....	21
3.7 WIE SIE IHR PROJEKT ALS MOTOR FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNGEN AUFSTELLEN KÖNNEN .....	25
3.8 Der Umgang mit Risiken für das Projekt in interdisziplinären Teams .....	26
4 WÄHREND DES PROJEKTS .....	28
4.1 WIE MAN EINE SITZUNG DURCHFÜHRT .....	28
4.2 ARBEITSBLÄTTER, DIE WÄHREND DER SITZUNGEN VERWENDET WERDEN KÖNNEN .....	29
4.3 WIE MAN POTENTIELLE KONFLIKTE INNERHALB DES TEAMS LÖST .....	30
4.4 WIE MAN MIT POTENTIELLEN ABWEICHUNGEN WÄHREND DES PROJEKTS UMGEHT / WIE MAN PROZESSE STEUERT.....	33
4.5 MEDIENPLANUNG WÄHREND DES PROJEKTS.....	34
4.6 WIE MAN EINE PRESSEMITTEILUNG SCHREIBT .....	35
4.7 VORLAGE FÜR EINE PRESSEMITTEILUNG .....	38
4.8 PLANUNG DER SOZIALEN MEDIEN WÄHREND DES PROJEKTS.....	39
4.9 BEISPIELE FÜR INHALTE FÜR SOZIALE MEDIEN .....	40
5 NACH DEM PROJEKT .....	41
5.1 WIE MAN EINEN NACHFOLGEPLAN ERSTELLT .....	41
5.2 ABSCHLIESSENDE AUSWERTUNG DES PROJEKTS .....	42
5.3 BEISPIEL EINER PRESSEMITTEILUNG ZUR INFORMATION DER MEDIEN ÜBER DEN ABSCHLUSS DES PROJEKTS.....	44
5.4 TIPPS ZUR AUFRECHTERHALTUNG EINER AKTIVEN PRÄSENZ IN SOZIALEN MEDIEN NACH DEM PROJEKT .....	46
6 DIE HERITAGE-PRO-PARTNERSCHAFT.....	47
7 DANK .....	47

## 1. ÜBER HERITAGE-PRO

Als Expert\*in im Kulturerbe-Management haben Sie Ihren eigenen Hintergrund: Sie können Kulturmanager\*in, Kunsthistoriker\*in, Architekt\*in, Geograph\*in oder ein\*e Handwerksunternehmer\*in mit Projektleitung sein. Möglicherweise haben Sie auch einen betriebswirtschaftlichen oder immobilienwirtschaftlichen Hintergrund. Der Einstieg in die Welt des Kulturerbes ist eine echte Herausforderung. Die damit verbundenen komplexen sozialen, wirtschaftlichen und ökologischen Prozesse umfassen mehrere Ebenen sowie technische und planerische Schritte mit ihren zahlreichen Spezialist\*innen, Stakeholdern und Interessengruppen. Möglicherweise müssen Sie Projekte zur Erhaltung des Kulturerbes leiten, ein interdisziplinäres Team moderieren oder sogar Konflikte lösen.

Das Fortbildungsprogramm **HERITAGE-PRO**, einschließlich dieses Praxis-Pakets, wurde von einem interdisziplinären Team für interdisziplinäre Zwecke im Kulturerbe-Management entwickelt. Es basiert auf den vielfältigen Erfahrungen der europäischen Partner\*innen mit dem Ziel, das Kulturerbe-Management nachhaltig zu verbessern. Diese Fortbildung basiert vor allem auf der Einsicht, dass die Zusammenarbeit verschiedener Berufsgruppen in komplexen Erhaltungsprojekten eine große Herausforderung darstellt, die in der universitären Ausbildung und in der beruflichen Fortbildung viel zu wenig Beachtung findet. Daher ist diese Fortbildung als berufliche Zusatzausbildung konzipiert, die darauf abzielt, Ihnen Instrumente zu vermitteln, die Sie direkt in Ihrer beruflichen Praxis anwenden können.

## 2. ÜBER DIESES PRAXIS-PAKET

Dieses Praxis-Paket ist ein "einsatzbereites" Anwendungswerkzeug. Es richtet sich an alle Nutzer\*innen der **HERITAGE-PRO**-Fortbildung und bietet Materialien und Vorlagen zur Unterstützung und Erleichterung organisatorischer Prozesse.

Dieses Schulungsmaterial wurde speziell für Kulturerbe-Manager\*innen mit wenig oder gar keiner Berufserfahrung erstellt. Es ist allerdings hilfreich, eine gewisse Praxiserfahrung zu besitzen. So können Sie einige der hier beschriebenen Prozesse noch besser verstehen, da diese somit auf Ihnen bekannt Praxisbeispiele anwendbar sind. Aus diesem Grund ermutigen wir Sie dazu, in Ihrer eigenen Umgebung nach praktischen Beispielen zu suchen. Aber auch falls Sie noch keine Berufserfahrung besitzen, haben wir versucht, Ihnen ein sehr praktisches und einfach anwendbares Material zur Verfügung zu stellen. Wir sind zuversichtlich, dass Sie es in Ihrer täglichen beruflichen Tätigkeit als nützlich empfinden werden. Wenn Sie als Lehrender dieses Praxis-Paket mit Ihren Lernenden verwenden und das Gefühl haben, dass die hier vorgeschlagenen Fallstudien für sie nicht relevant sind, fühlen Sie sich frei weitere eigene Anwendungsfälle und Beispiele auszuwählen, um die vorgestellten Inhalte in die Praxis umzusetzen.

Je nach Ihrem Wissens- und Erfahrungsstand werden Sie einige Elemente dieses Praxis-Pakets interessanter finden als andere. Es wurde so konzipiert, dass es Ihnen in dieser Hinsicht große Flexibilität bietet. Sie können es als komplettes Schulungspaket benutzen oder direkt zu den für Sie und Ihre Projekte relevantesten Abschnitten und Materialien springen.

Bitte beachten Sie, dass dieses Training Kit nicht für die komplette Neuplanung eines Projektes geeignet ist. Vielmehr soll es Sie in der Umsetzungsphase unterstützen, nachdem das Projekt bereits konzipiert

ist. Es ist auch nicht dazu geeignet, die Ausbildungsmaterialien einer Universität oder eines Masterstudiums zu ersetzen. Die Materialien dienen als praxisnahe Ergänzung, um die interdisziplinären Managementfähigkeiten zu verbessern und zu ergänzen.

Das Team von **HERITAGE-PRO** ist sich bewusst, dass Sie in der Praxis die interdisziplinäre Arbeit voraussichtlich parallel zu Ihrem üblichen Arbeitspensum organisieren. Wir wissen auch, dass wir, Ihnen so viel Unterstützung wie möglich geben müssen. Insbesondere bei den Arbeitsprozessen, die einfach erscheinen, aber in der Realität zeitaufwendig sind.

Bei interdisziplinären Projekten ist es zeitaufwändig und herausfordernd, zahlreiche Zielgruppen - welche alle verschiedenen Erwartungen haben können – an einem Tisch zusammenzubringen und ein gemeinsames Projekt voranzubringen. Dies gilt vor allem dann, wenn Sie noch keine weitreichenden Erfahrungen in der Arbeit haben oder wenn Sie gleichzeitig mit anderen Arbeitsabläufen beschäftigt sind.

Diese Fortbildungsunterlagen werden Ihnen helfen, praktische Probleme zu lösen, wie z.B. die folgenden:

- Wie eine Einladung an verschiedene Zielgruppen entworfen wird, um alle notwendigen Informationen über Besprechungen bereitzustellen und gleichzeitig den Hintergrund und die Vision eines Projekts zu verdeutlichen.
- Wie die Medien über laufende Aktivitäten informiert werden können.
- Wie Inhalte für Social-Media-Betreuung generiert werden können.
- Wie ein Projekt und die Ergebnisse in Diskussionsrunden evaluiert und Meinungen verschiedener Teilnehmer\*innen im Hinblick auf zukünftige Verbesserungen beurteilt werden können.

Um den Zugang zu diesen Fortbildungsunterlagen einfach und praxisnah zu gestalten, sind die Materialien und Vorlagen in drei Gruppen eingeteilt: nützliche Dokumente **VOR dem Beginn** eines Projektes, Dokumente, die Sie **WÄHREND des Projektes** benötigen, und nützliche Dokumente, die **NACH dem Projekt** verwendet werden.

In den Stufen enthalten die Fortbildungsunterlagen die folgenden Werkzeuge:

**VOR** dem Beginn des Projektes:

- Checkliste zu Überlegungen bei der Aufstellung des Teams: Wen brauchen Sie im Team? Wie können Sie das zusätzlich benötigte Fachwissen auswählen? Wann ist der beste Zeitpunkt für die Einbindung Ihrer Zielgruppen? Sollten Sie Freiwillige einbeziehen?
- Checkliste potenzieller Interessenvertreter\*innen, die Sie ansprechen oder in das Team aufnehmen können.
- Einladungsvorlagen: Wie Sie Ihre wichtigsten Interessenvertreter\*innen ansprechen, notwendige Informationen über die Diskussionsrunden bereitstellen und den Hintergrund und die Vision des Projekts verdeutlichen.
- Checkliste und Empfehlungen zur Vorbereitung der Diskussionsrunden: Wie eine gute Arbeitsatmosphäre geschaffen wird, die minimale und maximale Anzahl von Personen an einem Runden Tisch, die Verfügbarkeit von Räumen, Materialien, die Sie eventuell benötigen (audiovisuelle Geräte, Papier, Stifte, Flipchart, Wasser, Kaffeepausen, Mittagessen usw.).

- Checkliste und Empfehlungen für Sitzungen: Senden Sie die Tagesordnung mindestens 2 Tage vor der Sitzung. Wenn Sie erwarten, dass die Teilnehmer\*innen etwas für die Sitzung vorbereiten, besprechen Sie es mit ihnen mindestens 5 Tage vor der Sitzung, führen Sie ein Protokoll, bestimmen Sie die Struktur des Protokolls und wer das Protokoll führt, usw.
- Checkliste, um den Grad der Nachhaltigkeit des Projekts zu prüfen, z.B. befasst sich das Projekt mit Genderfragen oder dem Klimawandel? Trägt das Projekt zu einer integrativeren Gesellschaft bei?

#### **WÄHREND** des Projektes:

- Wie das Kick-off-Meeting durchgeführt wird: Bitten Sie die Teilnehmer\*innen um Präsentationen, legen Sie die Ziele des Projekts im Konsens fest, weisen Sie Rollen und Aufgaben zu usw.
- Checkliste und Empfehlungen für die Leitung eines Treffens: Wie man das Treffen moderiert, wie man dafür sorgt, dass sich alle als Teil des Teams fühlen, wie man alle motiviert und ermutigt, gemeinsam Leistungen zu erbringen und Vertrauen aufzubauen, usw.
- Arbeitsblätter, die während der Sitzungen verwendet werden sollten: Legen Sie Ziele, Aufgaben, Fristen fest, weisen Sie diese den für die Durchführung der Aufgabe verantwortlichen Personen zu, potenzielle Probleme und deren Lösung usw.
- Wie man potenzielle Konflikte innerhalb des Teams löst.
- Wie man mit potenziellen Abweichungen vom Plan während des Projekts umgeht.
- Evaluationsvorlage zur Zusammenfassung der Ergebnisse von Diskussionsrunden und zur Überprüfung der Meinungen der verschiedenen Teilnehmer\*innen im Hinblick auf Validierung und zukünftige Verbesserungen.
- Checkliste zur Medienplanung.
- Wie man eine Pressemitteilung erstellt, um die Medien über laufende Aktivitäten zu informieren.
- Vorlage für eine Pressemitteilung.
- Checkliste für die Planung von Aktivitäten in sozialen Medien.
- Beispiele für Beiträge in sozialen Medien.

#### **NACH** Abschluss des Projektes:

- Wie man einen Nachfolgeplan erstellt.
- Evaluationsvorlage für das Endergebnis des Projekts, die daraus gezogenen Lehren und künftige Verbesserungen.
- Vorlage für eine Pressemitteilung, um die Medien über den Abschluss des Projekts zu informieren.
- Wie man eine aktive Präsenz in sozialen Medien nach Abschluss des Projekts aufrechterhalten kann.
- Vorlage für Bildungsanbieter\*innen, die die **HERITAGE-PRO**-Module unterrichten. Diese kann ihren Lernenden unter Angabe der vermittelten Inhalte zur Verfügung gestellt werden.

Die Fortbildungsunterlagen sind in einem elektronischen Ordner auf der Website des Projekts zusammengestellt und können entweder als einzelne Dokumente oder als Ganzes heruntergeladen werden. Sie können eine oder mehrere dieser Vorlagen nach Belieben verwenden.

### 3. VOR BEGINN DES PROJEKTS

In diesem Kapitel gehen wir auf die Aspekte ein, die Ihnen bei der Planung von Aktivitäten im Zusammenhang mit Ihrem Projekt helfen werden, insbesondere diejenigen, die das Team betreffen. Wir werden uns auch damit befassen, wie man eine Einladung verfasst, wie man Diskussionsrunden vorbereitet und wie man die Nachhaltigkeit Ihres Projekts bewertet.

#### 3.1 AUFBAU UND ARBEITEN IN EINEM INTERDISZIPLINÄREM TEAM

**Der folgende Inhalt bezieht sich auf**

- **HERITAGE-PRO Modul 2 Lerneinheit 1**
- **HERITAGE-PRO Modul 2 Lerneinheit 2**

Die Art der Expert\*innen oder Freiwilligen, die Sie in Ihrem interdisziplinären Team benötigen, hängt weitgehend vom Schwerpunkt und Ziel Ihres Projekts ab. Wir empfehlen Ihnen daher, sich folgende Fragen vor der Zusammenstellung des Teams zu stellen:

- Wollen Sie die Sichtbarkeit einer Kulturerbe-Stätte erhöhen und mehr Besucher\*innen anziehen?
- Wollen Sie verschiedene Gruppen an der Erhaltung eines Kulturerbes beteiligen?
- Welche Aspekte sollen nach Abschluss Ihres Projekts anders sein als zuvor?
- Welche Ressourcen stehen Ihnen zur Verfügung (finanzielle Mittel, Zeit, Arbeitsräume, Infrastruktur usw.)?
- Welche Arbeit soll vom Team geleistet werden?
- Haben Sie Meilensteine, einen Arbeitsplan und eine klare Zeitachse definiert?

Die Festlegung klarer Ziele hilft Ihnen, die benötigten Profile für das Team zu identifizieren. (Weitere Informationen finden Sie in **HERITAGE-PRO** Modul 2 Lerneinheit 1 zum Projektmanagement).

Es gibt einige allgemeine Faktoren und Empfehlungen, die Sie berücksichtigen sollten, wenn Sie ein interdisziplinäres Team zusammenstellen. Wenn diese Empfehlungen vom gesamten Team befolgt werden, sind dies die besten Voraussetzungen für eine erfolgreiche Teamarbeit. Sie sollten immer wieder überprüfen, ob diese Checklisten in Ihrem Team erfüllt werden. Nehmen Sie sich Zeit, sie durchzugehen und ab und zu über jeden Punkt Ihrer Teamarbeit nachzudenken.

**Halten Sie sich bei der Aufstellung eines Teams an die wichtigsten Teamprinzipien:**

- Alle Teammitglieder sollten ein gemeinsames Verständnis des Kulturerbes und der Werte haben, an die sich ihre Arbeit halten sollte. Ein erster Schritt ist die Definition Ihres Projekts (siehe **HERITAGE-PRO** Modul 2 Lerneinheit 1). Um dies zu verdeutlichen, könnten



Sie zum Beispiel vor Projektbeginn einen gemeinsamen Brainstorming-Workshop zu diesem Thema abhalten. Auch wenn neue Mitglieder zum Team stoßen, müssen diese bei allen anderen Teammitgliedern vorgestellt und angeleitet werden.

- Von allen Teammitgliedern sollte erwartet werden, dass sie einen gleichwertigen Beitrag leisten. Auf diese Weise wird der Beitrag eines bestimmten Berufsstandes nicht mehr oder weniger wert sein als der eines anderen.
- Fachleute müssen sich über die Arbeit der anderen sowie über ihre Stärken und Interessen informieren. Stellen Sie sicher, dass das Team wirklich zusammenarbeitet und einen ständigen Kommunikationsfluss und Arbeitsaustausch hat. Regelmäßige Teamtreffen mit gegenseitigen Präsentationen können dabei helfen.
- Versuchen Sie, ein stabiles Team ohne viele personelle Änderungen zusammenzustellen.
- Ein Team sollte gemeinsam in einem Büro oder Gebäude und nicht in separaten Arbeitsräumen untergebracht werden. Falls Sie ein Team haben, das virtuell arbeitet, sollten Sie gemeinsame, regelmäßige und virtuelle Teamsitzungen abhalten. Dennoch sollten Sie zum gegenseitigen Kennenlernen mindestens zwei Sitzungen pro Jahr vor Ort abhalten, bei denen alle Teammitglieder einige Tage zusammenarbeiten.
- Die Teammitglieder sollten verfügbar sein, um Ratschläge einzuholen oder ihre Bedenken in Bezug auf Fragen des Kulturerbes zu erörtern.

### **Entscheidende Merkmale interdisziplinärer Teams**

Damit ein Team wirklich interdisziplinär ist, sollten Sie die folgenden Merkmale interdisziplinärer Teams berücksichtigen (mehr dazu im **HERITAGE-PRO** Modul 2):

- Verschiedene Spezialisierungen/Schwerpunkte
- Unterschiedliche berufliche Hintergründe
- Definition gemeinsamer Ziele
- Gegenseitige Interdependenz
- Flexibilität
- Sensible Kommunikation
- Neue Arbeitsweisen

### **Bedingungen und Verhaltensweisen für eine erfolgreiche interdisziplinäre Teamarbeit (ausführlicher erläutert im **HERITAGE-PRO** Modul 2 / Lerneinheit 2)**

- Das gesamte Team sollte die Herausforderungen und Ziele des Projekts gemeinsam definieren, festlegen und akzeptieren.
- Die Teamgröße hängt von der Aufgabe/dem Ziel ab, aber idealerweise sollten nicht mehr als zwölf Personen eingesetzt werden, da größere Teams komplizierter zu verwalten sind. Wenn das Team größer ist, müssen Sie sich bewusst sein, dass Sie mehr Zeit für eine effiziente Vorbereitung und mehr Zeit in den Sitzungen benötigen. Sie könnten in Erwägung ziehen, ein größeres Team für bestimmte Aufgaben in kleinere Gruppen aufzuteilen, aber gleichzeitig versuchen, den interdisziplinären Ansatz beizubehalten.
- Die Atmosphäre sollte entspannt und informell sein.
- Alle Mitglieder müssen in der Lage sein, ihre Meinung offen zu äußern und gehört zu werden.
- Diskussionen müssen sich auf die sachlichen Aspekte des Problems konzentrieren.
- Persönliche Differenzen oder Gruppenkonflikte müssen unverzüglich behandelt und gelöst werden. Dies sollte die Problemlösung innerhalb des Projekts nicht hindern.

- Der/die Moderator\*in sollte das Team moderieren und weder über Gruppenaktionen noch über einzelne Mitglieder bestimmen.
- Entscheidungen sollten im Konsens getroffen werden.
- Das Ergebnis der Teamarbeit sollte festgehalten und allen Teammitgliedern zur endgültigen Bestätigung und/oder Genehmigung vorgelegt werden.

### 3.2 KOMMUNIKATION MIT INTERESSEGRUPPEN AUFBAUen, VERWALTEN UND AUFRECHTERHALTEN

Der folgende Inhalt bezieht sich auf

- **HERITAGE-PRO Modul 4 Lerneinheit 2**
- **HERITAGE-PRO Modul 4 Lerneinheit 4**
- **HERITAGE-PRO Modul 4 Lerneinheit 5**

#### SCHRITT 1: INTERESSEGRUPPEN IDENTIFIZIEREN

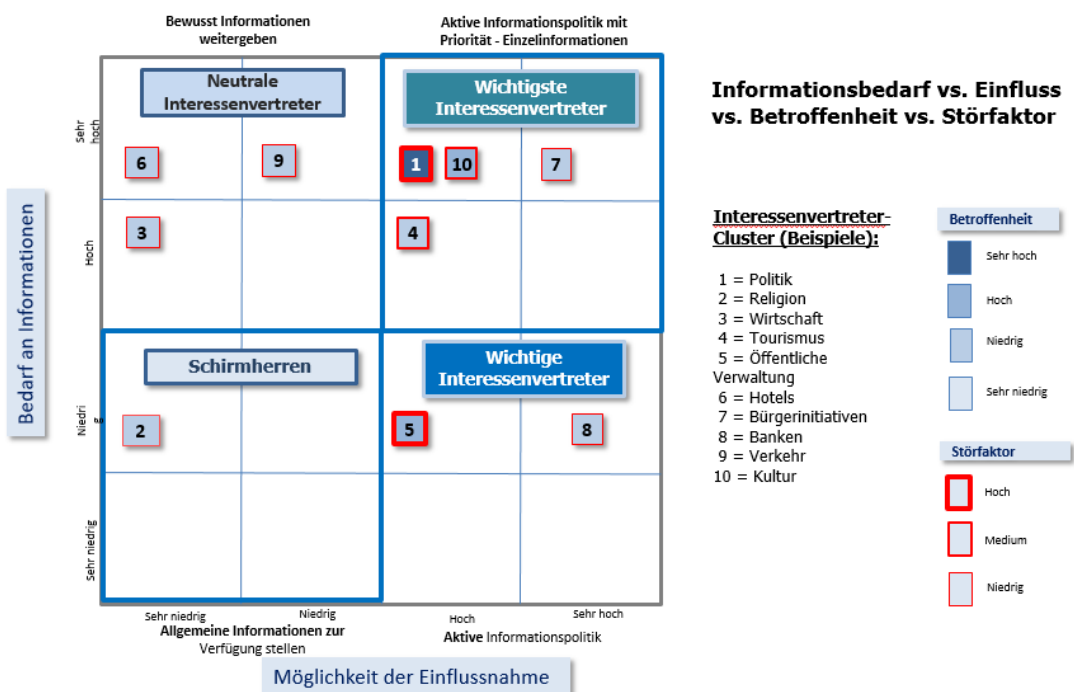
- Identifizieren Sie alle möglichen Interessenvertreter\*innen, die in irgendeiner Weise von Ihrem Projekt betroffen sein können.
- Sammeln Sie, soweit möglich, alle Namen, Adressen und Kontaktdaten der verantwortlichen Personen. Bitte beachten Sie die Datenschutzbestimmungen in Ihrem Land.
- **Hinweis:** Wenn es viele Interessengruppen gibt, sollten Sie diese in Gruppen einteilen (z.B. Politik (1), Religion (2), Wirtschaft (3), Tourismus (4), Öffentliche Verwaltung (5), Hotels (6), Bürgerinitiativen (7), Banken (8), Mobilität/Verkehr (9), Kultur (10), Handwerksunternehmen (11) usw. (dies hängt weitgehend von Ihrem Projekt ab).

#### SCHRITT 2: BEWERTEN, BEURTEILEN UND ANALYSIEREN SIE DIE INTERESSENVERTRETER\*INNEN

- Identifizieren Sie spezielle Gruppen, deren Unterstützung Sie für Ihr Projekt als **besonders wichtig erachten**.
- Bewerten Sie Ihre Interessenvertreter\*innen im Hinblick auf die folgenden Kategorien. Dies wird je nach Projekt variieren. (Die folgenden Beispiele beziehen sich auf die Restaurierung einer Kulturerbe-Stätte):
  - **Notwendigkeit, die Interessenvertreter\*innen zu informieren.** (Bedarf an Informationen sehr hoch, hoch, niedrig, sehr niedrig). Z.B.: Projektpartner (Gemeinden, Organisationen, Bürgerinitiativen usw.) könnten einen sehr hohen Informationsbedarf haben; religiöse Institutionen könnten einen geringen Informationsbedarf haben, wenn sie nicht zu Ihren Projektpartner\*innen gehören.
  - **Wie stark der/die Interessenvertreter\*in das Projekt beeinflussen könnte.** (Möglichkeit der Einflussnahme sehr hoch, hoch, niedrig, sehr niedrig). Die *öffentliche Verwaltung* (z.B. Denkmalschutzbehörden) hat eine hohe Wahrscheinlichkeit, Ihr Projekt zu beeinflussen, ebenso Banken, Projektpartnerinnen oder Bürgerinitiativen. Hotels, zum Beispiel, könnten einen geringeren Einfluss haben.

- **Wie stark der/die Interessenvertreter\*in von Ihrem Projekt betroffen sein könnte.** (Betroffenheit sehr hoch, hoch, niedrig, sehr niedrig). *Eigentümer des Kulturerbes (Gemeinden oder Privateigentümer\*innen) könnten von Ihrem Projekt sehr stark betroffen sein; der Verkehr/die Infrastruktur ist in der Regel nicht stark betroffen.*
- **Störfaktor des/der Interessenvertreter\*in** (Störfaktor hoch, mittel, niedrig). *Die öffentliche Verwaltung (z.B. Denkmalschutzbehörden) hat einen hohen Störfaktor; der Einzelhandel hat einen niedrigen Störfaktor.*

Sie können Ihre Interessenvertreter\*innen in einem einfachen Schema, basierend auf der Auswertung der Kategorien (siehe Bild und mögliche Liste unten), gruppieren und in eine Matrix einfügen (siehe Bild unten). Hier sehen Sie auf einen Blick, wie Sie mit den verschiedenen Akteuren umgehen sollten (Schritt 3).



Quelle: Eigene Darstellung.

### SCHRITT 3: ABGESTIMMTE KOMMUNIKATION MIT DEN INTERESSENVERTRETER\*INNEN

- **Wichtigste Interessengruppen:**
  - Zusammenarbeit aufnehmen und gute Beziehungen pflegen.
  - Behandeln Sie die Akteure sorgfältig.
  - Persönliche Aufmerksamkeit schenken.
  - Organisieren Sie Workshops mit diesen.
  - Antworten auf alle wichtigen Fragen geben.
  - **Kontaktformen:**
    - Einladungen zu Sitzungen per Brief/Telefon.
    - Persönliche Treffen.
    - Persönliche Präsentationen zu Ihrem Projekt.
    - Regelmäßige Kontaktaufnahme durch Treffen, Telefon, E-Mails und Briefe.

- **Wichtige Interessenvertreter\*innen:**
  - Bestehende Kooperationskanäle fördern.
  - Sprechen Sie bei Sitzungen und Konferenzen persönlich mit diesen.
  - **Kontakt:**
    - Einladungen zu Sitzungen per Brief/Telefon.
    - Persönliche Treffen und Präsentationen.
    - Regelmäßiger Kontakt über E-Mail, Newsletter oder soziale Medien.
  
- **Neutrale Interessenvertreter\*innen:**
  - Informieren Sie regelmäßig über die Entwicklung Ihres Projekts.
  - Schenken Sie ihnen die Aufmerksamkeit, die sie verdienen.
  - **Kontakt:**
    - Informationen per Post mit Einladung zum Newsletter-Service.
    - Newsletter per E-Mail/Post.
    - Regelmäßige E-Mails, soziale Medien.
  
- **Die Schirmherren/-frauen:**
  - Geben Sie ihnen allgemeine Informationen über Ihr Projekt.
  - Keine besonderen weiteren Aktivitäten.
  - Minimale Ausgaben.
  - **Kontakt:**
    - Informationen per Post mit Einladung zum Newsletter-Service.
    - Newsletter per E-Mail / soziale Medien.
    - Kontakt einmal pro Jahr (oder wenn nötig).

#### **SCHRITT 4: TREFFEN MIT IHREN INTERESSENVERTRETER\*INNEN**

Kontaktieren Sie sie je nach ihrer "Kategorie" per E-Mail, Telefon oder Brief.

- Antworten auswerten: Benutzen Sie das folgende Formular um Übersicht der Informationen zu organisieren (siehe unten).
- Bitten Sie diese um Treffen, vereinbaren Sie Termine.
- Erstellen Sie einen Gesprächsleitfaden für jeden Termin/jede Sitzung mit einem/einer Interessenvertreter\*in vor und nach der Sitzung (verwenden Sie dazu die Übersicht der Informationen für Interessenvertreter\*innen, die unten aufgeführt ist)
- Bereiten Sie sich auf das Treffen vor und halten Sie eine Präsentation.

#### **MÖGLICHE LISTE VON KATEGORIEN DER INTERESSENSGRUPPEN**

Wie viele Interessenvertreter\*innen Sie haben und wie Sie sie gruppieren können, hängt stark von Ihrem Projekt ab. Mögliche Gruppen von Interessenvertreter\*innen könnten sein:

- Anbieter\*innen von Unterkünften
- Berufsverbände
- Bildung und soziale Angelegenheiten
- Bürgerinitiativen
- Einzelhandel und Handel
- Forstwirtschaft/Jagd
- Lokale Behörden
- Soziale und öffentliche Institutionen

- Notfall- und Rettungsdienste
- Handelskammern
- Handwerkskammern
- Kreditinstitute
- Kulturelle Akteur\*innen
- Landwirtschaft und Weinbau
- Ministerien und öffentliche Verwaltung
- Naturschutz
- Politische Entscheidungsträger\*innen
- Religiöse Organisationen
- Tourismussektor
- Vereine und Vereinigungen
- Verkehrsbehörden
- Verkehrs- und Wirtschaftsverbände
- Versorgungsunternehmen
- Wirtschaft
- Andere

**Überblick über die Informationen für Interessenvertreter\*innen** (verwenden Sie diese nur für Ihre internen Dokumente, füllen Sie diese vor und nach der Sitzung aus. Ändern Sie die markierten Teile mit Ihren eigenen Informationen an):

Organisation / Einrichtung	
Kontaktpersonen: (Institution, Name, Adresse, Telefon, E-Mail)	<p><b>Projekt HERITAGE PRO</b></p> <p><b>Jane Doe, 123 Main St</b></p> <p><b>Anytown, EU</b></p> <p><b>Telefon: +00 1234 5678</b></p> <p><b>Jane.Doe@heritage-pro.eu</b></p>
Bisherige Kontakte:	<p>Gespräch in...</p> <p>Brief vom <b>01.01.2020</b> - Antwort bis <b>03.01.2020</b></p> <p>Anruf vom <b>05.01.2020</b></p>
Informations- oder Diskussionstermin:	<p><b>02. Februar 2020; Veranstaltungsort: Büro Jane Doe, 10.00 - 11.00 Uhr</b></p>
Diskussionsteilnehmer*innen:	<p>Jane Doe, Projektkoordinatorin von HERITAGE-PRO und anderen EU-finanzierten Projekten (trinkt gerne Kaffee mit Milch und Zucker)</p> <p>John Doe, Projektpartner bei HERITAGE-PRO; Professor für Immobilienökonomie an der Universität Madrid (trinkt gerne schwarzen Tee)</p>
Informationen über die Organisation/Institution	
Zweck der Organisation:	

<b>Mitglieder / Mitarbeiter*innen:</b>		
<b>Zielgruppe</b> (Investor*in, Bürger*in/Multiplika- tor*in/Verband/Medien etc.):		
<b>Bedarf an Informationen:</b>		
<b>Einflussmöglichkeiten:</b>		
<b>Bedenken:</b>		
<b>Potenzial für Störungen:</b>		
<b>Ängste/Erwartungen:</b>		
<b>Interesse am Projekt:</b>		
<b>Wie könnte die Organisa- tion zu meinem Projekt beitragen?</b>		
<b>Ziel der Kommu- nikation/Diskussion:</b>		
<b>Ergebnisse des Treffens</b>		
<b>Wichtigste Punkte:</b>		
<b>Einstellung zum Projekt:</b>		
<b>Folgende Vereinbarungen getroffen:</b>		
<b>Nächste Schritte / weitere Strategie:</b>		

### 3.3 EINLADUNGSSCHREIBEN FÜR IHRE WICHTIGSTEN INTERESSENVER- TRETER\*INNEN

**Adresse**

**Bearbeiten Sie den markierten Text entsprechend Ihren Bedürfnissen/Projekt**

**Adresse des Projekts**

**T +123456789**

**F +123456789**

[janedoe@project.eu](mailto:janedoe@project.eu) [www.XYZ.EU](http://www.XYZ.EU)

24. Juli,

### **Neues Kulturerbe-Projekt**

Sehr geehrte/r XYZ,

Ihre **Organisation** ist für das **neue Kulturerbe-Projekt XYZ** von großer Bedeutung.

Wir würden uns daher sehr freuen, mit Ihnen ins Gespräch zu kommen und Ihnen das Potenzial unseres **Projekts am Kulturerbe** zu zeigen. Gerne wollen wir Ihnen einen Überblick über das Projekt geben und erklären, welche Aktivitäten geplant sind. Zudem möchten wir darlegen welche Möglichkeiten unser Projekt für Unternehmen und Bürger\*innen in der gesamten Region bietet.

Unser Projekt hat seine Grundlage in **[Erläutern Sie die grundlegenden Informationen, Gründe und Ziele Ihres Projekts in drei kurzen Sätzen]**.

**Gerne sind wir Ihre Anlaufstelle für ein Gespräch oder eine Informationsveranstaltung in Ihrer Organisation.**

Wenn Sie an persönlichen Informationen interessiert sind, stehen wir gerne zur Verfügung. Ein persönliches Treffen oder ein Online-Meeting kann **dienstags, mittwochs oder donnerstags** stattfinden. Wenn Sie daran interessiert sind, kontaktieren Sie bitte **Jane Doe über** die angegebenen Kontaktinformationen.

Vielen Dank im Voraus für Ihr Feedback und Ihr Interesse an **[Name des Projekts]**!

Mit freundlichen Grüßen,

**[Ihr Name + persönliche Unterschrift]**

**Anhang: Flyer**

## **3.4 ANALYSE EINER INWERTSETZUNG IHRES KULTURERBES**

**Der folgende Inhalt bezieht sich auf**

- **HERITAGE-PRO Modul 3 Lerneinheit 1**
- **HERITAGE-PRO Modul 3 Lerneinheit 3**
- **HERITAGE-PRO Modul 3 Lerneinheit 4**

Der Oberbegriff "Inwertsetzung" umfasst die Prozesse der interdisziplinären Zusammenarbeit, die darauf abzielen, positive Ergebnisse zu erzielen. Während es möglich ist, ein Projekt auf herkömmliche Weise durchzuführen, d.h. externe Firmen und Expert\*innen mit der Arbeit zu beauftragen, ist die Wahl des interdisziplinären Ansatzes aufgrund der damit verbundenen Vorteile vorzuziehen. Wir möchten an dieser Stelle klarstellen, dass sich der Begriff "Inwertsetzung" nicht auf eine ausschließlich wirtschaftliche Analyse bezieht. Vielmehr geht es darum, Ihr Projekt in einen größeren Zusammenhang zu stellen und es als Katalysator zu nutzen, um zahlreiche positive Effekte zu erzielen.

Was könnten solche Effekte sein? Sowohl im **HERITAGE-PRO** Fortbildungsmodul 3 als auch in den **HERITAGE-PRO** Leitlinien finden Sie viele Beispiele, die Sie inspirieren können. Ein guter

Anfang ist es jedoch, sich zu fragen, wer von Ihrem Projekt profitieren könnte, welche (neuen) Wertschöpfungsketten geschaffen werden könnten und wo Ihr Projekt positive soziale, organisatorische, lokale und regionale Planungs-, Umwelt- oder wirtschaftliche Auswirkungen haben kann.

Das Prinzip dahinter ist das Clustering: Sie identifizieren verschiedene positive Effekte, die Ihr Projekt haben kann. Dann bringen Sie die Menschen und Unternehmen, die dazu beitragen könnten, in einem Cluster bzw. einer Gruppe zusammen.

Nach Ewen Michael<sup>1</sup> lassen sich drei Formen der Clusterbildung (=Gruppierung) unterscheiden:

- Horizontales Clustering: die gemeinsame Ansiedlung von konkurrierenden Unternehmen, die auf derselben Stufe der Wertschöpfungskette tätig sind. Zum Beispiel Hotels, die mit anderen Hotels kooperieren und konkurrieren.
- Vertikale Clusterbildung: die gemeinsame Ansiedlung von Unternehmen, die auf verschiedenen Stufen der Wertschöpfungskette tätig sind, zum Beispiel die Automobilindustrie und ihre Zulieferer.
- Diagonales Clustering: Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und die Schaffung eines Pools von zuvor getrennten Produkten und Dienstleistungen, die der/die Verbraucher\*in als ein Produkt wahrnimmt.

Welche Art von Clustering ist also die richtige für Ihr Kulturerbeprojekt? Werfen Sie einen Blick auf unsere Checkliste unten, die Ihnen helfen wird, diese Frage zu beantworten:

Bitte gehen Sie die folgende Checkliste durch und beantworten Sie die Fragen, bevor Sie mit der praktischen Umsetzung Ihres Projekts beginnen:

	Wer (welche Besucher*innen, Kund*innen, welche Unternehmen) kann direkt von der Aufwertung Ihres Kulturerbe-Stätte profitieren? Z.B. Kulturtourist*innen, die die Stätte besuchen; Künstler*innen oder Unternehmer*innen, die die Stätte für kreative Prozesse und die Bereitstellung von Kunst, Dienstleistungen usw. nutzen.
	Welche zusätzlichen Einrichtungen oder Geschäfte erwarten oder benötigen diese Gruppen? Z.B. könnten Kulturtourist*innen sich auch spannende Hotels und Restaurants, Einkaufsmöglichkeiten, Bildungsmöglichkeiten (die in verschiedenen Sprachen angeboten werden können) und Mobilitätsdienste wünschen. Künstler*innen könnten Kunstgalerien und Kunstzubehör benötigen. Unternehmer*innen brauchen Forschungs- und Geschäftseinrichtungen, Banken und erschwingliche Mieteinrichtungen.
	Existiert dieses Cluster/Projekt und lässt es sich leicht miteinander verbinden? Oder kann es generiert werden? Kann der Cluster in irgendeiner Weise verbessert werden?
	Welche führende Industrie gibt es bereits vor Ort, die von dem Kulturerbe profitieren könnte? Z.B. könnte eine Stätte, die von Einkaufs-, Sport- oder Gesundheitseinrichtungen

<sup>1</sup> Michael, E. (2007): Mikro-Cluster und Netzwerke: Das Wachstum des Tourismus, Niederlande, Elsevier, 24-27, UK



	<p>dominiert wird, von zusätzlichen kulturtouristischen Möglichkeiten profitieren. Eine Stätte, die von traditionellen Industrien oder Großindustrien dominiert wird, könnte einen Geschäftsinkubator an einem inspirierenden historischen Ort benötigen. Oder die bestehende Gemeinschaft von Künstler*innen an einer Kunstakademie könnte einen inspirierenden historischen Ort benötigen, um zu expandieren und andere Künstler*innen und Künste anzuziehen.</p>
	<p>Was kann getan werden, um das bestehende Angebot zu verbessern?</p>
	<p>Was kann getan werden, um den Zugang zu den oben genannten Informationen zu verbessern?</p>
<p>Bevor Sie ein Projekt zur Bewahrung des kulturellen Erbes in Angriff nehmen, empfehlen wir Ihnen, die potenzielle soziale, wirtschaftliche und ökologische Inwertsetzung in Betracht zu ziehen. Um Ihnen dabei zu helfen, haben wir die folgende Checkliste erstellt:</p>	
	<p>Wird dieses Projekt positive Auswirkungen in den fünf Sektoren des öffentlichen Interesses haben, die im "Pentagon der Wertaspekte des öffentlichen Interesses" im <b>HERITAGE-PRO</b>-Modul 3 beschrieben werden (Politik, Wirtschaft, Sozialstruktur, Kultur und/oder Raum / Ökologie)?</p>
	<p>Was wäre Ihrer Meinung nach eine "angemessene Nutzung" Ihres Kulturerbes, wie im <b>HERITAGE-PRO</b> Modul 3 Lerneinheit 3 definiert?</p>
	<p>Zu welchen potenziellen sozialen Auswirkungen kann Ihr Erhaltungsprojekt beitragen? Wird es z.B. den sozialen Zusammenhalt in Gemeinschaften fördern, indem es hilft, die gemeinsame Geschichte zu verstehen? Wird es zur Integration von Menschen beitragen, die von sozialer Ausgrenzung bedroht sind, indem es neue Aktivitäten fördert? Wird es dazu beitragen, die Lebensqualität für ältere Menschen, Behinderte, Migrant*innen oder Flüchtlinge zu stärken?</p>
	<p>Zu welchen potenziellen wirtschaftlichen Auswirkungen kann Ihr Projekt beitragen? Wird z.B. das Dorf, die Stadt oder die Region dank Ihres Projekts eine größere Sichtbarkeit erlangen und in der Folge zur Gründung neuer Unternehmen führen und/oder mehr Besucher*innen anziehen? Könnte es der Ort werden, an dem sich ein internationaler Kongress von Forscher*innen trifft?</p>
	<p>Zu welchen potenziellen Umweltauswirkungen kann Ihr Projekt beitragen? Wird es z.B. die Beschließung neuer Regeln für den Schutz des Kulturerbes und seiner Umwelt anregen?</p>
	<p>Wer wären Ihrer Meinung nach "die richtigen Akteur*innen am Tisch", um diese Ziele zu erreichen, wie im <b>HERITAGE-PRO</b> Modul 3 Lerneinheit 4 erläutert wird?</p>

Die obigen Checklisten helfen Ihnen, sich einen allgemeinen Überblick über die Möglichkeiten zu verschaffen, die sich aus Ihrem Erhaltungsprojekt entwickeln könnten. In Kapitel 3.7 finden Sie viele weitere Einzelheiten darüber, was nach der Organisation des ersten Diskussionsgesprächs mit möglichen Mitwirkenden geschehen kann.

### 3.5 WIE MAN EIN MEETING ORGANISIERT

Der allgemeine Zweck eines Meetings besteht darin, eine intensive Diskussion zu führen und ein bestimmtes Thema zu erörtern, indem alle Teilnehmer\*innen gleichberechtigt einbezogen werden. Das individuelle Ziel wird in der Praxis unterschiedlich sein, aber um die Erfolgchancen zu erhöhen, müssen einige Grundvoraussetzungen erfüllt sein. Die folgenden Abschnitte führen Sie Schritt für Schritt durch die verschiedenen **logistischen Aspekte** der Schaffung einer guten Arbeitsumgebung für ein Treffen.

#### **SCHRITT 1: IDENTIFIZIERUNG EINES GEEIGNETEN ARBEITSRAUMS**

Identifizieren Sie zwei oder drei Arbeitsräume (falls außerhalb Ihrer Organisation) auf der Grundlage der Anzahl der bestätigten Teilnehmer\*innen aus zuvor versandten Einladungen. Wählen Sie Ihren Arbeitsraum auf der Grundlage der Menge an natürlichem Licht, des Farbtons des Lichts (helles, weißes Licht im Büro kann nach einem ganzen Tag unter solchem Licht ermüdend wirken), der bequemen Stühle, wie leicht Stühle, Tische und andere Möbel umgestellt werden können, der Kosten (falls Sie den Raum extern mieten müssen) und der verfügbaren Ausrüstung (die entweder im Raum vorhanden ist oder die nach Bedarf angefordert werden kann).

Denken Sie daran, dass Firmenräume nicht immer die produktivsten Arbeitsbereiche sind, insbesondere für Menschen aus dem Kulturerbe-Sektor. "Kreative" Räume, Räume in alten Schlössern/Häusern mit mehr Atmosphäre können für die Teamarbeit oft inspirierender und entspannender sein. Das bedeutet nicht, dass der Raum völlig informell sein sollte - finden Sie die richtige Balance!

Die Wahl eines kulturhistorischen Gebäudes/Raums für Ihr Treffen könnte eine gute Wahl sein, wenn es auch andere Kriterien erfüllt.

#### **SCHRITT 2: VERPFLEGUNG BEREITSTELLEN**

Stellen Sie sicher, dass Sie Ihre Teilnehmer\*innen rechtzeitig vor dem Treffen (aber erst nach der Bestätigung ihrer Teilnahme) nach ihren Ernährungsbedürfnissen und Allergien fragen. Dies wird Ihnen helfen, die richtigen Bestellungen mit Catering-Firmen oder Ihrem internen Team zu koordinieren.

Schätzen Sie die Lebensmittelmenge gut ein - vermeiden Sie es, zu viel zu bestellen und Lebensmittel zu verschwenden!

Stellen Sie sicher, dass Sie verschiedene Optionen anbieten - nicht jede/r trinkt zum Beispiel Kaffee. Tee und andere Getränke sind sehr zu empfehlen, dasselbe gilt für Obst und andere kleine Snacks.

Wenn Sie ein Treffen in einer bestimmten Region/Stadt organisieren, wäre es nett, einige typische regionale Produkte in das Angebot an Speisen und Getränken aufzunehmen - einige kulinarische Traditionen sind in der repräsentativen Liste des immateriellen Kulturerbes der Menschheit der UNESCO und im Register der guten Schutzpraktiken aufgeführt. Übertreiben Sie es jedoch nicht - Essen ist nicht das A und O Ihres Treffens.

Stellen Sie sicher, dass wiederverwendbare Gläser, Tassen, Teller usw. verwendet werden - denken Sie bei der Organisation eines Treffens an die Umgebung. Ihre Teilnehmer\*innen werden es merken!

### **SCHRITT 3: STELLEN SIE SICHER, DASS DIE ERFORDERLICHEN WERKZEUGE UND AUSRÜSTUNGEN ZUR VERFÜGUNG STEHEN**

Stellen Sie sicher, dass Sie audiovisuelle Hilfsmittel und Geräte sowie einen Laptop haben, der bei Bedarf für Präsentationen verwendet werden kann. Stellen Sie ebenfalls sicher, dass Sie eine Wi-Fi-Internetverbindung oder zumindest einen Kabel-Internetzugang haben. Testen Sie die elektronische Ausrüstung mindestens einen Tag vor der Sitzung, um sicherzustellen, dass alles funktioniert und vorhanden ist.

Je nach Art der Sitzung benötigen Sie möglicherweise unterschiedliche Geräte für Präsentationen.

Fragen Sie Ihre Teilnehmer\*innen für den Fall, dass sie Präsentationen halten, nach dem Format, in dem sie arbeiten müssen, und ob sie eine spezielle Ausrüstung benötigen oder besondere Anforderungen haben.

Stellen Sie sicher, dass Sie Adapter für verschiedene Arten von Computern und externen Geräten haben, oder bitten Sie Ihre Teilnehmer\*innen, diese mitzubringen.

Stellen Sie sicher, dass im Raum ein Flipchart mit Filzstiften in verschiedenen Farben zur Verfügung steht. Wenn die Arbeit in mehreren Gruppen organisiert ist, stellen Sie sicher, dass Sie mehr Flipcharts oder Pinnwände haben.

### **SCHRITT 4: STELLEN SIE SICHER, DASS SIE ÜBER DIE ERFORDERLICHEN MATERIALIEN VERFÜGEN**

Bereiten Sie für jede/n Teilnehmer\*in eine Reihe von Materialien vor.

Ein Set sollte neben der Agenda noch Papier und Notizbuch, Stifte und alle zusätzlichen Materialien enthalten, die für das Treffen benötigt werden.

Ein Beispiel für eine Agenda:

LOGO Ihres Projekt/Organisation  Titel des Treffens Datum der Sitzung, Ort der Sitzung / Tagungsort, Uhrzeit der Sitzung  Tag 1, Datum Zeit (von-bis), Raum
--

Zeit (von-bis): Registrierung der Teilnehmenden und Begrüßungskaffee

Zeit (von-bis): Begrüßung / Eröffnungsrede / Einführung durch den/die Organisator\*in / Gastgeber\*in des Treffens (Name und Zugehörigkeit angeben)

Zeit (von-bis): Aktualisierungen und Anmerkungen seit der letzten Sitzung und Fragen zum Protokoll der letzten Sitzung (falls zutreffend)

Kurzer Überblick über das aktuelle Treffen (wie es strukturiert ist und welche Rolle es spielt)

Zeit (von-bis): Titel des 1. Vortrags

Name und Zugehörigkeit des Vortragenden

Fragen und Antworten / Diskussion / Meinungsaustausch

Zeit (von-bis): Kaffeepause

Zeit (von-bis): Titel des 2. Vortrags

Name und Zugehörigkeit des Vortragenden

Fragen und Antworten / Diskussion / Meinungsaustausch

Zeit (von-bis): Mittagspause

Zeit (von-bis): Titel des 3. Vortrags

Name und Zugehörigkeit des Vortragenden

Fragen und Antworten / Diskussion / Meinungsaustausch

Zeit (von-bis): Kaffeepause

Zeit (von-bis): Titel des 4. Vortrags

Name und Zugehörigkeit des Vortragenden

Fragen und Antworten / Diskussion / Meinungsaustausch

Zeit (von-bis): Diskussion

Zeit (von-bis): Nächste Schritte

Tag 2 (falls sich das Treffen über mehrere Tage hinzieht, sollten Sie unbedingt alle Aktivitäten des jeweiligen Tages auflisten)

Vermeiden Sie es, zu viele Kopien z.B. von Tagesordnungen oder Biographien auszudrucken und zu viel Papier zu verwenden - vor allem, wenn diese Dokumente bereits per E-Mail zur Verfügung gestellt wurden - denken Sie an die Umwelt!

### **Anleitung für die Erstellung der Biografie von Teilnehmer\*innen**

Verfassen Sie eine mittellange Beschreibung (100 Wörter oder drei bis fünf kurze Absätze) Ihrer derzeitigen Rolle, Ihrer beruflichen Ambitionen und Ihrer größten Erfolge. Kurze berufliche Biographien erlauben es Ihnen, ein wenig ins Detail zu gehen und es ist im Allgemeinen gut, folgendes mit einzubeziehen:

- Ein Bild
- Vorname und Nachname
- Ihre Institution / Firma / Organisation
- Ihre derzeitige Rolle oder Ihre beruflicher Bezeichnung - Was tun Sie? Sie können entweder Ihren aktuellen Titel auflisten oder einen kurzen, beschreibenden Satz über Ihre Rolle hinzufügen.
- Ihre Ziele und Bestrebungen
- Zwei oder drei Ihrer wichtigsten und relevantesten Errungenschaften - vor allem im Bereich der beruflichen Biografie werden Sie einige Leistungen benötigen, um zu zeigen, was Sie in Ihrer Karriere geleistet haben. Wählen Sie die ersten zwei oder drei großen Meilensteine Ihrer Karriere aus.
- Eine lustige Eigenschaft von Ihnen (wenn es angebracht ist) - dies mag in einer kürzeren Biographie nicht notwendig sein, aber für eine Website oder eine ähnlich professionelle Biographie möchten Sie vielleicht einen Satz hinzufügen, der etwas beschreibt, was Sie tun, wenn Sie nicht arbeiten.

### 3.6 CHECKLISTEN UND EMPFEHLUNGEN VOR EINEM INTERDISZIPLINÄREN TREFFEN

Wie in Kapitel 3.5 erläutert, wird ein Runder Tisch oft als Dialogformat gleichberechtigter Teilnehmer\*innen verwendet. Auf einer Konferenz kann er beispielsweise zur Klärung unterschiedlicher Interessen oder zur Bewältigung einer Krisensituation eingesetzt werden. Vertreter\*innen verschiedener Institutionen ohne jegliche Hierarchieebenen signalisieren damit, dass sie zu einem von allen Seiten anerkannten Kompromiss kommen wollen. Eine Diskussion am Runden Tisch kann auch eine Form der Bürgerbeteiligung in Dialog- und Beteiligungsforen sein, um die Zusammenarbeit zwischen öffentlichen Institutionen und der Bürgerschaft zu fördern.

Ein Runder Tisch ist daher die ideale Arbeitsumgebung für Gespräche, die auf gleicher Augenhöhe und ohne Hierarchien geführt werden. Dabei ist es wichtig zu beachten, dass ein Runder Tisch per se nicht interdisziplinär ist. Erst die Teilnahme von Fachleuten aus verschiedenen Disziplinen macht ihn zu einem Instrument im Sinne der interdisziplinären Zusammenarbeit.

#### **CHECKLISTE acht Wochen vor dem Runden Tisch: Was brauchen Sie im Voraus für ein interdisziplinäres Treffen?**

√	Haben Sie überprüft, ob dies der richtige Zeitpunkt für dieses Treffen ist? Oder fehlen noch entscheidende Komponenten oder Personen, die zur Zielerreichung notwendig sind?
---	--

	Haben Sie sich für ein Format des Treffens entschieden, z.B. persönlich oder online? Für das erste Treffen, das ein größeres Projekt vorbereitet, empfehlen wir dringend ein persönliches Treffen (wenn die Bedingungen es erlauben, prüfen Sie die relevanten COVID-19-Informationen und Reisebeschränkungen in Ihrem jeweiligen Land).
	Wissen Sie, was Sie erreichen wollen - was ist die Absicht des Treffens? Wollen Sie die Teilnehmenden informieren, Entscheidungen treffen, ein Problem lösen oder neue Impulse finden? Seien Sie sich darüber im Klaren, wie das Ergebnis des Treffens aussehen soll.
	Haben Sie erwogen, eine/n (externe/n) Moderator*in einzuschalten, damit Sie selbst die Sitzung besser verfolgen können?
	Haben Sie eine Einladungsliste erstellt, die alle relevanten Disziplinen abdeckt, die Sie an Ihrem Projekt beteiligen möchten? Diese Disziplinen sollten in der Regel mit den Zielen des Projekts übereinstimmen.
	Haben Sie die Hauptakteur*innen identifiziert, die Sie für dieses Treffen brauchen, und geklärt, dass sie verfügbar sind?
	Haben Sie die wichtigsten Interessenvertreter*innen und Multiplikator*innen identifiziert, die Sie am Treffen beteiligen möchten? Dies könnten Kolleg*innen von anderen Kulturerbestätten, die lokalen Regionalentwickler*innen, Wirtschaftsförderer*innen, Tourismusvertreter*innen oder Bürger*innen sein.
	Haben Sie die Kosten/Ressourcen dieses Treffens für alle Teilnehmer*innen in Betracht gezogen? Denken Sie, dass die Teilnehmer*innen bereit sind, in diese Kosten/Ressourcen in Bezug auf berufliche Zeit, Einkommen, persönliche Zeit zu investieren?
	Haben Sie die Einladungsliste mit Ihren Vorgesetzten und mit Expert*innen in Ihrer Institution besprochen?
	Haben Sie sich für einen "inspirierenden" Treffpunkt entschieden? (Dies könnte ein anderer Ort als ein Büro sein.) Ein angenehmer und inspirierender Treffpunkt, an dem sich die Teammitglieder wohl fühlen, trägt dazu bei, eine günstigere Arbeitsatmosphäre und einen fruchtbaren Austausch zu schaffen.
	Haben Sie dafür gesorgt, dass der Sitzungsraum/-ort verfügbar ist?
	Haben Sie sichergestellt, dass der Zeitpunkt Ihrer Einladung nicht dazu führt, dass bestimmte Expert*innen ausgeschlossen werden, z.B. weil dies für sie ein wichtiges Zeitfenster für andere Aufgaben ist oder weil wichtige Ereignisse, die Ihre Teilnehmer*innen ablenken könnten, an denselben Tagen stattfinden (große Konferenzen, Messen usw.)? Eine Möglichkeit, dies zu umgehen, könnte die Verwendung von Doodle oder eines anderen Online-Tools zur Planung von Sitzungen sein.
	Haben Sie den Termin mit Personen/Kolleg*innen/Interessensvertreter*innen abgesprochen, die sich aktiv beteiligen sollten, z.B. durch einen Vortrag oder einen anderen besonderen Beitrag?

	<p>Haben Sie erwogen, mindestens acht Wochen vor dem Treffen ein "Save the date" zu verschicken? Zu diesem Zeitpunkt sollten Sie die Teilnehmer*innen über den Zweck des Treffens, die Hauptthemen, den Ort und das Datum informieren. Beachten Sie, dass einige Personen möglicherweise Transfer und Unterkunft im Voraus buchen müssen.</p>
<p><b>CHECKLISTE zwei Wochen vor der Sitzung: Was muss vor der Veranstaltung geschehen?</b></p>	
<p>√</p>	<p>Erstellen Sie die Tagesordnung unter Berücksichtigung dieser drei Punkte:</p> <p><b>1. Die richtigen Prioritäten setzen</b></p> <p>Sortieren Sie die Themen, die Sie behandeln möchten. Beginnen Sie mit dem wichtigsten Themen und enden Sie mit den weniger wichtigen. Auf diese Weise bleiben im Zweifelsfall die wirklich entscheidenden Punkte nicht auf der Strecke.</p> <p><b>2. Besprechen Sie maximal sechs Themen</b></p> <p>Im Idealfall empfehlen wir, nicht mehr als sechs Diskussionspunkte auf die Tagesordnung einer Sitzung zu setzen, damit der vereinbarte Zeitplan nicht überschritten wird.</p> <p><b>3. Legen Sie den Zeitplan und bestimmte Zeitfenster fest</b></p> <p>Planen Sie sowohl die Gesamtzeit als auch spezifische Zeiten für bestimmte Themen. Auf diese Weise verlieren Sie nicht den Überblick über das Treffen und können den Fokus beibehalten. Erwägen Sie Pausen und vielleicht sogar zusätzliche Veranstaltungen wie eine Führung oder einen informellen Austausch nach dem Treffen.</p>
	<p>Sind Sie sicher, dass Sie alle Teilnehmer*innen einbeziehen und dass die Themen auf der Tagesordnung alle betreffen?</p>
	<p>Wenn Sie von einigen Teilnehmer*innen erwarten, dass sie etwas Bestimmtes für das Treffen vorbereiten, haben Sie sich dann mindestens zwei Wochen vorher mit ihnen in Verbindung gesetzt und Themen mit ihnen diskutiert?</p>
	<p>Haben Sie Verantwortliche für einzelne Themen benannt? Diese Personen sollten Informationen bereitstellen, Daten erklären und eine Diskussion über das Thema leiten.</p>
	<p>Lässt die Struktur des Treffens genügend Zeit für die Diskussion der wichtigsten Themen?</p>
	<p>Haben Sie eine Einladung verfasst, die alle relevanten Informationen zu den Vorbereitungen, dem Hintergrund, der Vision, den Referenzen, den eingeladenen Personen und den Zielen des Treffens enthält?</p>
	<p>Wenn Sie eine/n Moderator*in haben werden, kennt er oder sie seine/ihre Rolle (dies könnte als Moderator*in, „Eisbrecher*in“, Motivator*in usw. sein)?</p>
	<p>Falls weitere Personen mit Präsentationen oder Referaten vorgesehen sind, wissen diese, dass ihre Beiträge zeitlich begrenzt sind und dass Sie sich an diesen Zeitrahmen halten sollten?</p>
	<p>Haben Sie eine Tagesordnung entworfen, aus der die zu diskutierenden Punkte, der Zeitplan und alle anderen relevanten Informationen klar hervorgehen?</p>

	Haben Sie erwogen, die Einladung und die Tagesordnung spätestens zwei Wochen vor dem Treffen an die erwarteten Teilnehmer*innen zu verschicken?
	Haben Sie erwogen, Dokumente wie Handouts/andere Informationen mit der Tagesordnung zu verschicken?
	Haben Sie überlegt, ob eine Anmeldung für die Tagung erforderlich ist, um sicherzugehen, dass der Platz ausreicht? Haben Sie in Betracht gezogen, die Anmeldungen zu überprüfen, um sicherzugehen, dass die relevantesten Personen verfügbar sind?
	Wenn Sie von den Teilnehmer*innen erwarten, dass sie etwas für das Treffen vorbereiten, haben Sie dies in Ihrer Einladung deutlich zum Ausdruck gebracht?
	Haben Sie festgelegt, wer das Protokoll führen wird, wie es erstellt werden soll (Struktur) und wann es zur Verfügung gestellt werden soll (am Ende der Sitzung oder danach)?
	Haben Sie über die öffentliche Kommunikation des Treffens nachgedacht, z.B. indem Sie ein Mitglied der Presse einladen?
<b>CHECKLISTE ein oder zwei Tage vor der Sitzung: Woran sollten Sie sich vor dem Treffen erinnern?</b>	
√	Haben Sie erwogen, zwei Tage vor dem Treffen eine Erinnerung zu schicken?
	Haben Sie für die notwendigen technischen Einrichtungen gesorgt (Beamer, Verlängerungskabel, zusätzliche Steckdosen, WIFI-Zugang)? Haben Sie deren einwandfreie Funktion überprüft?
	Haben Sie, falls nötig, technische Unterstützung organisiert? (Computertechniker*in, Techniker*in für audiovisuelle Medien usw.)
	Haben Sie ein informelles Meeting nach dem Treffen erwogen/veranlasst, z.B. mit Getränken und Snacks?
	Haben Sie oder der/die Moderator*in ein lebendiges und zeiteffizientes Format vorbereitet, um die Teilnehmer*innen einander vorzustellen?
	Sind Sie gut auf das Treffen vorbereitet, was Ihre Präsentation, die Identifizierung der zu diskutierenden Punkte (sowie der Punkte, die nicht diskutiert werden) und die Zeiterfassungsinstrumente betrifft?
	Haben Sie eine Pressemitteilung über die Veranstaltung vorbereitet?
	Haben Sie Inhalte für die sozialen Medien (Beiträge auf den entsprechenden Plattformen) für das Treffen vorbereitet?
	Haben Sie überlegt, wie Sie das Ergebnis des Runden Tisches auswerten können (z.B. mit einem Fragebogen oder einem Online-Tool), um die Meinungen der verschiedenen Teilnehmer*innen einzuholen und zukünftige Verbesserungen vorzunehmen?



<b>CHECKLISTE ein bis fünf Tage <u>nach</u> der Sitzung: Was müssen Sie tun, um den Erfolg zu überwachen?</b>	
√	Haben Sie irgendwelche Probleme und Herausforderungen analysiert, mit denen Sie sich in der Sitzung befassen mussten?
	Haben Sie eindeutig irgendwelche Herausforderungen/Probleme identifiziert, die bei der Vorbereitung Ihres Projekts auftreten könnten? (Falls ja, finden Sie es vielleicht nützlich, den Leitfaden "Wie man potenzielle Konflikte löst" im <b>HERITAGE-PRO</b> Modul 2 und auch in diesem Praxis-Paket nachzulesen).
	Haben Sie die Personen/Expert*innen identifiziert, mit denen Sie bilateral kommunizieren müssen?
	Haben Sie das Protokoll mit den nächsten Schritten und wichtigen zukünftigen Terminen an alle Teilnehmer*innen geschickt?
	Haben Sie einen Plan erstellt, um sicherzustellen, dass das, was bei dem Treffen beschlossen wurde, von den verantwortlichen Personen und innerhalb der vereinbarten Fristen umgesetzt wird?

### 3.7 WIE SIE IHR PROJEKT ALS MOTOR FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNGEN AUFSTELLEN KÖNNEN

**Der folgende Inhalt bezieht sich auf**

- **HERITAGE-PRO Modul 1 Lerneinheit 2**
- **HERITAGE-PRO Modul 1 Lerneinheit 3**
- **HERITAGE-PRO Modul 1 Lerneinheit 4**

Anknüpfend an die Empfehlungen, die bereits in Kapitel 3.4 über die Inwertsetzung der Auswirkungen Ihres Projekts zur Erhaltung des kulturellen Erbes gegeben wurden, können wir nun ausführlicher darauf eingehen. Unabhängig davon, ob Ihr Projekt in einem ländlichen oder städtischen Gebiet entwickelt wird, hat es die Möglichkeit, sich positiv auf die Gesellschaft und die Umwelt auszuwirken. Nutzen Sie diese Checkliste, um über Ihr Projekt als Motor für eine nachhaltige Entwicklung im Hinblick auf soziale, wirtschaftliche oder ökologische Fragen und insbesondere im Hinblick auf die Agenda der Vereinten Nationen für 2030 nachzudenken.

ja/ nein	<b>Mögliche Auswirkungen</b>
	Wird Ihr Projekt durch die aktive Beteiligung einer Vielzahl von Akteur*innen zur Lebensqualität in der Region beitragen?
	Wird Ihr Projekt eine multidisziplinäre Partnerschaft fördern, indem es die Interaktionen zwischen verschiedenen Akteur*innen in der Gesellschaft unterstützt? (z.B. zwischen öffentlicher Verwaltung, Technologie, Bildung, sozialer Integration, wirtschaftlicher Entwicklung usw.).

	Wird Ihr Projekt dazu beitragen, die Aus- und Fortbildung für Fachleute, für Studierende oder für die breite Öffentlichkeit zu verbessern? (z.B. durch die Förderung der Berufsbildung, den Aufbau von Kapazitäten, die schulische Bildung, von Führungen, das lebenslange Lernen usw.).
	Wird Ihr Projekt neue Arbeitsplätze schaffen?
	Wird Ihr Projekt zur Belebung der lokalen Wirtschaft beitragen?
	Wird Ihr Projekt den digitalen Wandel unterstützen oder sich mit neuen Technologien beschäftigen, um der Öffentlichkeit einen breiteren Zugang zum Kulturerbe zu ermöglichen?
	Wird Ihr Projekt dazu beitragen, den Klimawandel zu bremsen? (z.B. durch den Einsatz erneuerbarer Energien, die die Energieeffizienz verbessern; durch den Einsatz sanfter Instandhaltungstechniken bei der Erhaltung und Restaurierung von Gebäuden; durch die Neubelebung traditioneller Handwerksberufe wie des Schmiede-, Zimmerer-, Maurer- und Steinmetzhandwerks oder Anwendung spezieller und traditioneller Handwerkstechniken usw.).
	Wird Ihr Projekt zum Aufbau einer inklusiven und reflektierenden Gesellschaft beitragen? (z.B. durch die Förderung der Integration von Migrant*innen, von Menschen, die von sozialer Ausgrenzung bedroht sind, von Menschen mit Behinderungen usw.).
	Wird Ihr Projekt einen interkulturellen und generationenübergreifenden Dialog ermöglichen, Ungleichheiten verringern und zum Aufbau integrativer Gemeinschaften beitragen?
	Wird Ihr Projekt zur Bekämpfung von Ungleichheiten im Zusammenhang mit Geschlechterfragen beitragen?
	Wird Ihr Projekt die umliegende Gemeinde ermutigen, sich zu engagieren?
	Wird Ihr Projekt die Teilnahme für alle "unabhängig von Alter, Geschlecht, Behinderung, Rasse, ethnischer Herkunft, Herkunft, Religion oder wirtschaftlichem oder sonstigem Status" (Ziele der Vereinten Nationen für nachhaltige Entwicklung, SDG 10) fördern? Werden Sie diese Mitglieder der Gemeinschaft ermutigen, sich an Ihrem Projekt zu beteiligen?
	Haben Sie geprüft, ob eines der Ergebnisse Ihres Projekts darin bestehen könnte, dass Ihr materielles oder immaterielles Kulturgut offiziell anerkannt wird (z. B. von einem Umweltsiegel oder einer sozialen oder kulturellen Initiative bis hin zur UNESCO-Liste des Welterbes)?

### 3.8 Der Umgang mit Risiken für das Projekt in interdisziplinären Teams

Der folgende Inhalt bezieht sich auf

- **HERITAGE-PRO Modul 2 Lerneinheit 4**

Risikomanagement ist ein Teil des Projektmanagements. Eine vorausschauende Risikoanalyse, die vor Projektbeginn erstellt wird, ist besonders bei der interdisziplinären Projektorganisation von großer Bedeutung. Das Risikomanagement umfasst die Risikoidentifikation, die Risikoanalyse, die Risikoquantifizierung, die Risikoaggregation, die Risikobeurteilung, die Risikobewertung

und die Risikokommunikation. Das Risikomanagement ist ein zentraler Bestandteil, um Bedrohungen, Gefahren und Risiken sichtbar zu machen und den internen Projektpartnern sowie den externen Stakeholdern zu zeigen, dass ein Projektteam proaktiv darauf vorbereitet ist.

Die COVID-19-Pandemie 2020 hat gezeigt, wie wichtig Risikomanagement ist (obwohl die Pandemie sicherlich nicht zu den Risiken gehörte, die ein Team in dieser Art hätte vorhersehen können). Umso wichtiger ist es, sich auch in interdisziplinären Teams bewusst zu machen, dass es Risiken gibt, die erst dann beherrscht werden können, wenn sie eintreten. Allerdings wird die interdisziplinäre Zusammenarbeit zu mehr führen, als nur zur Bewältigung in Einzelentscheidungen.

Die Risikobewertung ist ein Prozess, bei dem es darum geht, Informationen zu sammeln und zu beurteilen, ob Risiken wahrscheinlich eintreten werden oder nicht und wie schwerwiegend die Folgen sind, wenn sie eintreten. Interdisziplinäre Teams haben den großen Vorteil, dass sie viel mehr Risiken überblicken können als Teams, die hauptsächlich aus einem Arbeitsbereich oder einem Sektor stammen. Insbesondere erfahrene Praktiker\*innen wissen aus ihrer Erfahrung, welche Risiken auftreten können und wie man ihnen begegnen kann. Risikomanagement bedeutet auch, eine bessere Kontrolle über mögliche Risiken und Auswirkungen auf ein Kulturerbeprojekt zu haben.

Risikobewertung und -management sollten deshalb in einer interdisziplinären Partnerschaft erfolgen, in der die Verantwortung für Risiken im interdisziplinären Team liegt. Dies führt zu einer robusteren und nachhaltigeren Risikobewertung, Planung und Strategie.

**Befolgen Sie diese Checkliste für eine erfolgreiche interdisziplinäre Zusammenarbeit im Risikomanagement.**

ja/nein	<b>Der Umgang mit vorhersehbaren und unvorhersehbaren Risiken.</b>
	Zu Beginn des Projekts wird eine Risikobeurteilung durchgeführt.
	Alle Beteiligten sagen offen ihre Meinung und werden gehört.
	Jede Organisation und jeder Einzelne trägt zur Risikoermittlung bei.
	Es wird ein Risikomanagementplan erstellt, der die Risiken klar benennt und Verantwortlichkeiten für deren Beseitigung festlegt.
	Der Risikomanagementplan wird vom gesamten Team akzeptiert.
	Der Risikomanagementplan wird allen Teammitgliedern zur Verfügung gestellt.
	Für den Umgang mit unvorhersehbaren Risiken wird ein Notfallplan für Abläufe und Koordination erstellt.

Ein **Nein** kennzeichnet ein mögliches Problem bei der Umsetzung des Projekts.

## 4 WÄHREND DES PROJEKTS

In diesem Abschnitt behandeln wir Themen, mit denen Sie sich befassen müssen, sobald Ihr Projekt begonnen hat. Insbesondere geht es um solche Themen, die sich auf Sitzungen, Arbeitsblätter, potenzielle Konflikte, laufende Evaluierung, soziale Medien und Beziehungen zur Presse beziehen.

### 4.1 WIE MAN EINE SITZUNG DURCHFÜHRT

Verwenden Sie diese Checkliste, um sicherzustellen, dass Sie die verfügbare Zeit während des Treffens optimal nutzen.

	Bereiten Sie Inhalte für soziale Medien für das Treffen vor, die von allen Teilnehmer*innen genutzt werden können.
	Erklären Sie zu Beginn die Ziele des Treffens.
	Folgen Sie Ihrer Agenda entsprechend den Prioritäten.
	Wenn die Teilnehmer*innen einander nicht kennen, verwenden Sie ein Kennenlernformat, um sie mit den Namen, Funktionen und Erwartungen der anderen vertraut zu machen. Verwenden Sie eine Visualisierung, um ihre berufliche Kompetenz zu verdeutlichen. (Sie könnten dazu Flipchart, Pinnwand oder den Computer benutzen.)
	Versuchen Sie eine Atmosphäre des "Wir" zu schaffen und sicherzustellen, dass sich alle als Teil des Teams fühlen, z.B. indem Sie gemeinsame Ziele besprechen und allen Teilnehmer*innen Aufgaben zuweisen.
	Planen Sie spätestens nach 60 Minuten eine Pause.
	Nutzen Sie für die visuelle Präsentation verfügbare Ressourcen wie Flipcharts, Pinnwände, Bilder, Videos oder Modelle.
	Bestehen Sie auf einem respektvollen Verhalten aller Teilnehmer*innen, auch wenn widersprüchliche Positionen zum Ausdruck gebracht werden.
	Versuchen Sie, diejenigen einzubeziehen, die sich nicht zu Wort melden.
	Sorgen Sie dafür, dass jede/r zu Wort kommt und gehört wird.
	Hören Sie zu, unterbrechen Sie niemanden.
	Erklären und diskutieren Sie, verbessern Sie nicht.
	Wenn möglich, führen Sie Aufzeichnungen über die Ergebnisse und Entscheidungen der Sitzung.
	Bereiten Sie alle vertrauensbildenden Aktivitäten vor und beteiligen Sie sich aktiv daran.
	Erwägen Sie die Bereitstellung von Getränken und Snacks danach.

## 4.2 ARBEITSBLÄTTER, DIE WÄHREND DER SITZUNGEN VERWENDET WERDEN KÖNNEN

Der folgende Inhalt bezieht sich auf

- **HERITAGE-PRO Modul 4 Lerneinheit 4**

### SCHRITT 1: IDENTIFIZIERUNG DER HAUPTASPEKTE IN EINEM LOGFRAME

Das Zusammenstellen eines so genannten „Logframe“ („logischer Arbeitsrahmen“) ist Teil eines Planungsprozesses für die Projektentwicklung. Bei einem Logframe geht es darum, zunächst Ihre Ziele festzulegen und dann zu definieren, was Sie tatsächlich tun müssen. Dies geschieht in Form einer Tabelle, in der Sie festhalten, was Sie erreichen wollen und wie Sie dorthin gelangen werden. Theoretisch sollte ein Logframe die Planung und Verwaltung eines Projekts erleichtern, da Sie sehen können, in welcher Reihenfolge die Aktionen zu Ihrem Gesamtziel führen. Es zeigt die Logik hinter der Art und Weise, wie Aktivitäten zu Erkenntnissen führen, die wiederum zu Ergebnissen und schließlich zum Ziel führen. Sie können ein vorhandenes Logframe als Arbeitsblatt für eine Besprechung verwenden<sup>2</sup> oder einen eigenen Logframe für eine Besprechung erstellen. Vergewissern Sie sich jedoch, dass alle Ihre Aktivitäten während und nach den Besprechungen in ein Logframe passen und den Anforderungen eines Logframes entsprechen.

Ein Standard-Logframe ist in vier Zeilen unterteilt, die Ihre lang- und kurzfristigen Ziele von oben nach unten zeigen:

- **Ziel – Gesamtziel.** Fragen Sie sich: Was beabsichtigen wir zu tun? Wie verträgt sich dies mit der Projekt-/Organisations-/Regions-/Länderstrategie, und sind all diese Ambitionen kompatibel?
- **Ergebnisse/Zweck** - was wird erreicht, wer wird davon profitieren und bis wann?
- **Arbeitsergebnisse** - spezifische Ergebnisse, die das Projekt erzeugen wird.
- **Aktivitäten** - welche Aufgaben müssen erledigt werden, damit das Arbeitsergebnis erreicht wird? Wenn Sie Ihre Aktivitäten skizzieren, fragen Sie sich: Was können wir tatsächlich tun? Was haben wir bereits, mit dem wir das Gesamtziel erreichen können? Was fehlt uns noch, und was könnten wir brauchen?

Diese werden dann durch die folgenden Überschriften von links nach rechts erreicht und gemessen:

- **Projektbeschreibung**, in der die Ziele erläutert werden: Dabei ist es sehr wichtig, dass die Verbindungen zwischen den verschiedenen Ebenen des Projekts realistisch und logisch sind. Die Aktivitäten sollten logisch zu Ergebnissen und zu einem Ziel führen.
- **Objektiv überprüfbare Indikatoren** - wie Sie die Leistungen messen werden.
- **Verifizierungsinstrumente** - wie Sie die Informationen für die Indikatoren sammeln werden.
- **Risiken und Annahmen** - externe Bedingungen - bedeuten im Wesentlichen eine Risikoanalyse. Hier geht es darum, auf äußere Umstände vorbereitet zu sein und wie Sie diese Risiken verringern können.

Beispiel für ein Logframe:

<sup>2</sup> Es finden sich im Internet zahlreiche Beispiele dazu, die Sie auf die Erfordernisse Ihres Projekts prüfen sollten.

	Projektbeschreibung	Indikatoren	Verifizierungsinstrumente	Risiken und Annahmen
<b>Ziel</b>				
<b>Ergebnis</b>				
<b>Arbeitsergebnisse</b>				
<b>Aktivitäten</b>				

## SCHRITT 2: FOLGEMASSNAHMEN ZU ALLEN ASPEKTEN

Vergewissern Sie sich, dass Sie alle Hauptaspekte, die im Logframe enthalten sind, weiterverfolgen. Wenn Sie die einzige verantwortliche Person in Ihrer Organisation sind, stellen Sie sicher, dass Ihr/e Vorgesetzte/r über alle Aspekte informiert ist, die weiterverfolgt werden müssen. Wenn Sie ein Teammitglied sind, stellen Sie sicher, dass die Rollen klar mit Fristen und Vorgaben verteilt sind.

## 4.3 WIE MAN POTENTIELLE KONFLIKTE INNERHALB DES TEAMS LÖST

Der folgende Inhalt bezieht sich auf

- **HERITAGE-PRO Modul 2 Lerneinheit 3**

Denken Sie daran: Projektarbeit ist Teamarbeit. Der Projekterfolg hängt von der Qualität der Zusammenarbeit innerhalb der temporären Projektorganisation ab. Trotzdem gilt:

- Die Anforderungen des Projekts und die Anforderungen der Organisation, in der die Teilnehmer\*innen beschäftigt sind, könnten in Konflikt stehen.
- Der Einfluss auf die menschliche Zusammenarbeit ist gering.
- Die Zeit, die zur Verfügung steht, um eine Atmosphäre der Zusammenarbeit zu schaffen, ist begrenzt.

Konflikte können auf verschiedenen Ebenen auftreten:

- Beziehungen zwischen Einzelpersonen oder Organisationen
- Verfahren zur Erreichung von Projektzielen
- Arbeit für die Erreichung der Projektziele

Auftretende Konflikte sollten so schnell wie möglich gelöst werden. Zu den Methoden der Konfliktlösung gehören:

1. Moderation
2. Mediation
3. Schlichtung
4. Schiedsgericht
5. Gericht

Die Schritte zur Konfliktlösung durch Mediation sind

1. Analyse der Konfliktsituation
2. Beschreibung von Ansätzen zur Konfliktlösung
3. Entscheidung und Durchführung der Konfliktlösung

Bitte lesen Sie **HERITAGE-PRO** Modul 2 Lerneinheit 3 für weitere Informationen über Konfliktlösung in interdisziplinären Teams.

Checkliste für erfolgreiche interdisziplinäre Teamarbeit in Projektorganisationen:

ja/ nein	<b>Vorbedingung oder Verhalten:</b>
	Die zu lösenden Probleme (die zu erreichenden Ziele) sind klar definiert, abgegrenzt und vom gesamten Team akzeptiert.
	Die geplanten Beiträge jeder Organisation zum Projekt respektieren die individuellen und organisatorischen Fähigkeiten der Partner*innen.
	Jede Organisation und jede/r Einzelne hat einen Anreiz, zu den Projektzielen beizutragen.
	Die Größe des Teams ist dem Problem angemessen und idealerweise nicht größer als zwölf Personen.
	Die Atmosphäre ist entspannt und ungezwungen.
	Alle Teilnehmer*innen können offen ihre Meinung äußern und werden angehört.
	Die Gespräche konzentrieren sich auf die sachliche Ebene des zu lösenden Problems und/oder der zu erreichenden Ziele.
	Auftretende persönliche Konflikte oder Gruppenkonflikte werden sofort aufgegriffen und getrennt von der Projektarbeit gelöst.
	Der/die Moderator*in moderiert das Team und dominiert weder die Aktivitäten des Teams noch einzelne Personen.
	Entscheidungen werden einvernehmlich getroffen.
	Die Ergebnisse der Teamarbeit werden dokumentiert und dem gesamten Team zur endgültigen Zustimmung zugeleitet.

Ein **Nein** bedeutet fehlende Vorbedingungen oder abweichendes Verhalten und markiert eine mögliche Konfliktquelle.

**Checkliste für zusätzliche Konfliktquellen:**

ja/ nein	<b>Mögliche Quelle eines Konflikts</b>
	Die Projektdefinition, der Projektplan oder Verträge mit Dritten sind unklar, widersprüchlich oder unvollständig.

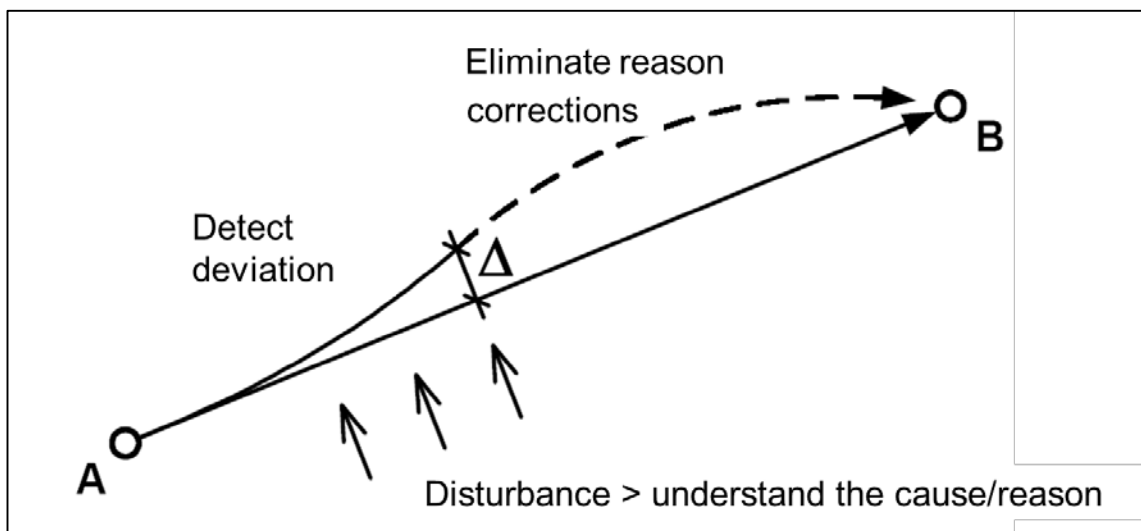
	Unterschiedliche Interpretationen der Projektdefinition, des Projektplans oder der Verträge mit Dritten
	Modifikationen des Projekts
	Unvorhersehbare Ereignisse
	Falsche Annahmen oder Grundlagen für das Projekt
	Persönliche Bindungen oder Antipathien zwischen den Mitgliedern des Projektteams
Ein <b>Ja</b> markiert eine mögliche Konfliktquelle.	

<p><b>Checkliste für die Analyse der verschiedenen Teilnehmer*innen unter dem Aspekt möglicher Konflikte</b></p>
<p>Unterschiedliches Interesse/Ziel der Organisation (z.B. Erträge, Erhaltung des kulturellen Erbes) oder Einzelperson (z.B. Vorteile oder Wiederwahl) im Allgemeinen und in Bezug auf das Projekt.</p>
<p>Fähigkeiten der Organisation oder des/der Einzelnen im Allgemeinen und für das Projekt. (z.B. Fähigkeit zur Ermittlung einer angemessenen Nutzung für Kulturerbestätten, Kenntnis der lokalen Immobilienmärkte)</p>
<p>Einschätzung der Entscheidungsprozesse und Kriterien der Organisation oder des Individuums (z.B. wie wichtig sind neben wirtschaftlichen Kriterien auch kulturelle Kriterien? Wie wichtig sind neben kulturellen Kriterien auch wirtschaftliche Kriterien?)</p>
<p>Möglicher oder bestehender Beitrag oder Rolle im Projekt</p>
<p>Mögliches oder bestehendes Verhalten im Projekt. (z.B. kann und wird sich die Organisation an Veränderungen anpassen, die durch die Projektumgebung verursacht werden, wie z.B. online-Tätigkeit statt der persönlichen Zusammenarbeit)</p>
<p>Verhalten/Rolle der verantwortlichen Person: innovativ, Besserwisser*in, Bewahrer*in, Kritiker*in, Beobachter*in, geschwätzig, Fragensteller*in? Hilfreiche Links (in englischer Sprache):</p> <p><a href="https://www.artsfwd.org/9-team-roles/">https://www.artsfwd.org/9-team-roles/</a></p> <p><a href="https://sites.google.com/site/b2222w/home/teamwork">https://sites.google.com/site/b2222w/home/teamwork</a></p>
<p>Mögliche Zusammenarbeit mit anderen Organisationen im Projektteam (z. B. ist Organisation A in der Lage, Ideen von Organisation B mit Marketing-Know-how zu bewerten. Wenn ja, helfen sie bei der Umsetzung dieser Ideen?)</p>



Konfliktpotenzial mit anderen Organisationen im Projektteam (z.B. Organisation A ist hochgradig innovativ, Organisation B jedoch nicht; Organisation B könnte Ideen und Ergebnisse von Organisation A diskreditieren; Organisation A ist für eine Aufgabe verantwortlich, verfügt aber nicht über die erforderlichen Fähigkeiten usw.).<sup>3</sup>

#### 4.4 WIE MAN MIT POTENTIELLEN ABWEICHUNGEN WÄHREND DES PROJEKTS UMGEHET / WIE MAN PROZESSE STEUERT



##### Voraussetzungen:

- Die zu lösenden Probleme (die zu erreichenden Ziele) werden definiert.
- Ein System zur Erkennung von Abweichungen ist implementiert.

Um die Ursache/den Grund für eine Abweichung zu verstehen, könnten Sie mit folgendem beginnen:

- Blättern Sie die "Checkliste für erfolgreiche Teamarbeit in Projektorganisationen" (oben) durch. Sind in der Checkliste "NEINs" enthalten?
- Fehlende Ressourcen? z.B: "Organisation A versprach einen bestimmten Beitrag, aber die Person mit den erforderlichen Fähigkeiten wurde krank".
- Kompetenzkonflikte? z.B: "Eine Organisation ist für eine bestimmte Aufgabe zuständig, doch es fehlen ihr die notwendigen Fähigkeiten oder Informationen oder sie hat nicht die entsprechende Einstellung".
- Interessenkonflikt? z.B: "Eine der Organisationen ist an der Erhaltung und die andere an den Erträgen interessiert; es fehlt eine Organisation, die diese Ziele synergetisch anzugleichen vermag".

<sup>3</sup> Wenn Sie sich mehr damit befassen möchten: Die Prinzipal-Agent-Theorie hilft (ex-ante) die Wahl des/der falschen Partners/Partnerin zu vermeiden und Interessenkonflikte (ex-post) durch Anreizstrukturen zu überwinden. Sie dazu: <https://de.wikipedia.org/wiki/Prinzipal-Agent-Theorie>

- Fehlende Anreize? z.B: "Einige oder alle Organisationen profitieren nicht von der Erreichung der Projektziele".

**Korrekturen**, die sich auf die oben genannten Beispiele beziehen, könnten bedeuten, dass es notwendig ist:

- klar abgegrenzte Projektziele zu definieren, die erreicht werden sollen, und sicherzustellen, dass sie vom gesamten Team verstanden und akzeptiert werden;
- zu versuchen, die Aufgabe so lange zu verschieben, bis die Person mit den erforderlichen Fähigkeiten zurück ist oder die "Organisation A" aufzufordern, sie zu ersetzen;
- die Aufgabenverteilung innerhalb des Projekts zu ändern oder Partner\*innen zu ersetzen;
- eine externe Organisation zu beauftragen, um Synergien zwischen konkurrierenden Zielen zu schaffen;
- mögliche Anreize zu diskutieren und zu kommunizieren, die alle Organisationen motivieren, ihr Bestes zu geben, um die Projektziele zu erreichen.

## 4.5 MEDIENPLANUNG WÄHREND DES PROJEKTS

**Der folgende Inhalt bezieht sich auf**

- **HERITAGE-PRO Modul 5 Lerneinheit 3**
- **HERITAGE-PRO Modul 5 Lerneinheit 6**

Nachfolgend zeigen wir Ihnen Schritte, die helfen sollen, eine Medienstrategie für die gesamte Dauer Ihres Projekts praktisch zu planen.

Identifizieren Sie potenzielle Multiplikator\*innen (hier verstanden als alle Medien, die Ihre Nachrichten veröffentlichen könnten) und bauen Sie eine Mediendatenbank auf. Zu diesem Zweck sollten Sie die folgenden Fragen beantworten:

- In welchen Medien könnte ich ähnliche Nachrichten finden wie die, die ich generieren könnte?
- Wohin wende ich mich selbst, wenn ich Informationen über das Kulturerbe oder umfassendere Kulturprojekte benötige?
- Welche Medien sind die bevorzugten Kanäle meines Zielpublikums? (Um Ihr Zielpublikum zu identifizieren, siehe Hinweise und Übungen zum Aufbau einer Persona in den Modulen 4 und 5 des Fortbildungsprogramms **HERITAGE-PRO**)

Nachdem Sie sich entschieden haben, welche Medien Sie in Ihrer Datenbank haben möchten, ist es eine gute Idee, sie nach Art (Online, Presse, Fernsehen, Radio usw.) zu klassifizieren, da Sie ihnen je nach Art unterschiedliche Materialien zusenden möchten. Bitte bedenken Sie, dass in einem digitalen Zeitalter, in dem die meisten Medienkanäle online erscheinen, diese Unterscheidung nicht unbedingt klar ist und möglicherweise nicht immer sinnvoll ist.

Finden Sie die Kontaktdaten der Personen in jedem Medium heraus, die über kulturelle Themen publizieren. Es ist äußerst wichtig, dass die Informationen bei der betreffenden Person eingehen und nicht an eine allgemeine E-Mail-Adresse wie info@ gesendet werden. Das ist nicht immer einfach, aber Sie können damit beginnen, das Medium direkt anzurufen und nach dem Namen und den Kontaktdaten des/der Journalist\*in zu fragen, der/die für die entsprechende Rubrik - oder

im Falle der audiovisuellen Medien für das Programm - schreibt oder arbeitet, in der Ihre Nachrichten veröffentlicht werden könnten.

Ihre Mediendatenbank wird mit der Zeit wachsen. Es geht hier jedoch nicht um Quantität, sondern um Qualität. Es nützt nichts, eine riesige Mailingliste zu haben; Sie müssen die richtigen Leute erreichen und versuchen, die Liste auf dem neuesten Stand zu halten.

Planen Sie Ihre Medienkontakte entsprechend den Meilensteinen Ihres Projekts. Denken Sie für jeden Meilenstein über Folgendes nach:

- Wann werde ich in der Lage sein, die Informationen zu übermitteln, und wie lange im Voraus muss ich mit den Vorbereitungen beginnen? Bauen Sie Ihren Plan entsprechend Ihrer Arbeitsbelastung auf und lassen Sie Raum für Kommunikation.
- In welchen Medien kann ich meine Informationen am besten vermitteln? Versuchen Sie, die Formate Ihrer Mitteilungen an die Medien anzupassen, je nachdem, welcher Art sie sind und was sie veröffentlichen können. Das bedeutet nicht, dass Fernsehsender nur Videos empfangen sollten, da sie wahrscheinlich auch Texte in ihre Online-Plattformen einstellen werden. Wie bereits erwähnt, sind Informationen medienübergreifender als je zuvor, und die Grenzen der Medientypologie sind verschwommen. Dennoch lohnt sich der Aufwand, die Informationen anzupassen und weitere Ressourcen (wie z. B. Bilder für Printmedien) zur Verfügung zu stellen.

Machen Sie nach jedem Medienkontakt einen Medienspiegel. Ein Medienspiegel ist eine Übersichtsanalyse, wo und wie Ihre Marke oder Ihr Projekt in den Nachrichten erwähnt wurde. Es ist sehr nützlich zu sehen, welche Medien an Ihren Inhalten interessiert sind, da Sie beginnen können, engere Beziehungen zu ihnen aufzubauen (z.B. durch das Vorschlagen von Exklusivinterviews usw.). Ein Medienspiegel ist ein Bericht, der Aufzeichnungen darüber enthält, wo und wann Ihr Projekt in der Presse - seien es Zeitungen, Zeitschriften, Fernsehen oder Online-Medien - vorgestellt wurde. Dies wird zwar bei großen Projekten mit umfangreicher Medienberichterstattung als bezahlte Dienstleistung angeboten, kann aber auch intern durchgeführt werden, indem sie die Nachrichten proaktiv mit Internet-Browsern durchsuchen und Online-Medienwarnsysteme nutzen (wie Google alerts).

Sie können auch eine Medienpartnerschaft für Ihr Projekt in Betracht ziehen. Das bedeutet, dass Sie einer Medienorganisation vorschlagen, das gesamte Projekt zu begleiten, z.B. indem Sie exklusive Informationen, Interviews, Hintergrundinformationen und Kontextdaten erhalten. Normalerweise sind die lokalen Medien an dieser Art von Partnerschaft interessiert, aber Sie könnten auch eine/n Blogger\*in beauftragen, diese Rolle zu übernehmen. Auf diese Weise können Sie einen kontinuierlichen Informationsfluss an die Öffentlichkeit steuern, während der Medienpartner die Garantie hat, Inhalte aus erster Hand zu erhalten.

## 4.6 WIE MAN EINE PRESSEMITTEILUNG SCHREIBT

Der folgende Inhalt bezieht sich auf

- **HERITAGE-PRO Modul 5 Lerneinheit 2**
- **HERITAGE-PRO Modul 5 Lerneinheit 3**

Bevor Sie eine Pressemitteilung schreiben, müssen Sie sich über das Thema und den Grund, warum Sie sie versenden möchten, im Klaren sein.

Eine Pressemitteilung sollte nicht länger als zwei Seiten sein. Sie sollten Ihre Nachricht zusammenfassen, sie mit nachprüfbaren Fakten oder Zahlen untermauern, eine Erklärung beifügen und Ihre Kontaktdaten hinterlassen.

Versetzen Sie sich in die Lage der Leser\*innen und stellen Sie sich vor, dass Sie diese Nachricht in der Zeitung oder in den digitalen Medien finden, und fragen Sie sich, ob Sie sie lesen würden.

### **Formulieren Sie kurz, präzise und anschaulich.**

Seien Sie direkt; füllen Sie keine Lücken mit überflüssigen Informationen aus, nutzen Sie keine Fachterminologie, die für Journalist\*innen unzugänglich ist. Wenn Sie eine Geschichte schreiben, sollten Sie nicht darauf bedacht sein, Ihre Schreibfähigkeiten zu zeigen - verwenden Sie einen direkten Ton und keine linguistischen Algorithmen.

## **SCHRITT 1: KOPFZEILE**

Der obere Teil der Pressemeldung ist äußerst wichtig, denn er ist die Eintrittskarte, um entweder gelesen zu werden oder im Papierkorb zu landen!

Wenn Sie einen Slogan haben, können Sie diesen ebenfalls aufnehmen.

Identifizieren Sie das Dokument mit dem Titel PRESSEMITTEILUNG.

Geben Sie das Datum der Veröffentlichung an.

Sollten Sie Fotografien einbeziehen? Es hängt davon ab, was Sie für geeignet halten. Sie können z. B. ein attraktives Bild in die Kopfzeile einfügen. Denken Sie daran, dass "ein Bild mehr sagt als tausend Worte".

## **SCHRITT 2: ÜBERSCHRIFT**

Dies ist möglicherweise der komplizierteste Punkt. Wie können Sie Ihre Geschichte in einem Satz zusammenfassen und attraktiv genug machen, um Journalist\*innen zu fesseln?

Der erste Absatz des Textkorpus sollte direkt auf die Überschrift verweisen, ohne den gleichen Satz zu wiederholen. Es geht darum, den Inhalt zusammenzufassen, der als nächstes entwickelt wird.

Was ist wirklich wichtig an der Geschichte, die Sie verschicken? Das sollte die Überschrift sein!

Empfehlungen für das Schreiben einer guten Überschrift:

- Reimt sich nicht
- Verwenden Sie keine Rätsel oder Witze
- Runden Sie alle Zahlen auf
- Versuchen Sie, Ihren Markennamen nicht anzugeben
- Verwenden Sie nicht mehr als 10 Wörter und schreiben Sie es in 2 Zeilen. Wenn Sie mehr Wörter verwenden oder es in 3 Zeilen schreiben, ist das in Ordnung, aber nicht so auffällig
- Heben Sie die Überschrift mit einer speziellen Schriftart, einer größeren Schriftgröße oder in Fettschrift hervor.

## **SCHRITT 3: TEXTVORSPANN**

Dies ist der erste Absatz der Pressemitteilung. Er muss in vier oder fünf Zeilen die wichtigsten Informationen enthalten. Der/die Journalist\*in sollte in der Lage sein, nur durch das Lesen dieses Abschnitts zu erkennen, ob Ihre Pressemitteilung berichtenswert ist oder nicht.

In der Regel ist der Textvorspann fett gedruckt.

Im Journalismus wird die Regel der fünf Ws verwendet:

- Was: Was ist passiert? Was ist die Geschichte? Was geht hier vor sich?
- Wer: Wer ist beteiligt? Welche Institution? Welche Personen?
- Wann: Wann ist es passiert? Wann wird es geschehen?
- Wo: Wo ist es passiert oder wo wird es passieren?
- Warum: Warum interessiert das den/die Leser\*in?

Dies sind die fünf klassischen Fragen, aber zwei weitere könnten dieser Liste hinzugefügt werden:

- Wie?
- Wessen?

Wenn Sie diese Fragen beantworten, werden Sie in der Lage sein, die Prioritäten Ihrer Pressemeldung festzulegen. Es ist jedoch nicht zwingend erforderlich, alle Ws am Anfang zu beantworten. Wählen Sie die wichtigsten aus (nur zwei oder drei, oder vielleicht sogar nur eine) und entwickeln Sie dazu einen Absatz.

Folgen Sie dieser Gliederung, um den Anfang zu erstellen:

- Beantworten Sie jede Frage auf einem Blatt Papier.
- Nummerieren Sie sie nach ihrer Bedeutung.
- Schreiben Sie den Vorspann unter Verwendung der signifikantesten Ws.
- Geben Sie dann die restlichen Ws im Hauptteil der Informationen in der von Ihnen festgelegten Reihenfolge an.

#### **SCHRITT 4: HAUPTTEXT**

Die Übung, den Ws Priorität einzuräumen, wird im Journalismus als "die umgekehrte Pyramide" bezeichnet. Es geht darum, dem Inhalt eine logische Ordnung zu geben. Die Idee besteht darin, mit den relevantesten Informationen zu beginnen, sie detaillierter zu entwickeln und die Pyramide bis zu den am wenigsten wichtigen Informationen herunterzugehen.

Die Basis der Pyramide ist der Anfang der Nachrichten, daher sollten Sie nach Daten suchen, die den Inhalt abdecken, oder nach Zahlen, die kontrastiert werden können. Die Idee besteht darin, zu argumentieren und die Relevanz, die jedes W hat, herauszustellen.

Fügen Sie Zitate bei, insbesondere, wenn es sich um Aussagen von wichtigen Personen im Sektor oder von einer Person mit einer hohen Position in der Institution handelt. Auf diese Weise fügen Sie dem, was Sie sagen, ein menschliches Element hinzu und bringen die Nähe zum Medium und zu den Leser\*innen zum Ausdruck. Achten Sie aber darauf, dass das Zitat den Kerngedanken der Nachricht betont.

Fügen Sie immer einen Link zu den Datenquellen bei. Ohne Zahlen oder Beweise vor sich zu haben, gibt es für die Menschen keinen Grund, das zu glauben, was Sie sagen.

**Kurz gesagt, eine Idee = ein Absatz, und die Ideen sollten vom Wichtigsten zum Unwichtigsten gehen.**

#### **SCHRITT 5: ABBINDER**

Fassen Sie in maximal 10 Zeilen Text kurze Informationen über Ihre Institution zusammen. Dies dient als kleine Beschreibung Ihrer Einrichtung: die Tätigkeit, an der Sie beteiligt sind, wann sie

begann und was sie einzigartig macht. Dies ist der Ort, an dem Sie Ihre Marketingbotschaft verbreiten können.

### **SCHRITT 6: KONTAKTDATEN**

Denken Sie daran, dass dies unerlässlich ist, wenn sie an einer Veröffentlichung interessiert sind und mehr Informationen von Ihnen benötigt werden!

- Vorname und Nachname
- Ort
- E-Mail-Adresse
- Telefonnummer
- Website

### **SCHRITT 7: ZUSÄTZLICHES MATERIAL**

Fügen Sie Fotos, Links zu den Videos oder Dossiers Ihrer Institution mit weiteren Informationen bei. Es sollte sich um hochwertiges Material handeln, das den Journalist\*innen die Aufgabe erleichtert.

### **SCHRITT 8: LAYOUT**

Für Journalist\*innen ist der Inhalt das Wichtigste. Aber wie bei allem im Leben spielt das Layout auch eine Rolle.

Design darf niemals den Inhalt trüben; es sollte einen Anreiz zum Lesen bieten, auf elegante Weise, aber nicht übertrieben. Generell gilt: Weniger ist mehr, und achten Sie immer auf Details.

## **4.7 VORLAGE FÜR EINE PRESSEMITTEILUNG**

**Der folgende Inhalt bezieht sich auf**

- **HERITAGE-PRO Modul 5 Lerneinheit 2**
- **HERITAGE-PRO Modul 5 Lerneinheit 3**

Diese Vorlage ist auf das Format der Pressemitteilung ausgerichtet. Es ist ein Beispiel, das Ihnen Ihre Aufgabe erleichtern wird. Spezifische Hinweise zum Inhalt finden Sie unter "Wie man eine Pressemitteilung verfasst" in Abschnitt 4.6 dieses Praxis-Pakets.

### **KOPFZEILE**

Ein neues interdisziplinäres Fortbildungsprogramm für Kulturerbe-Manager\*innen ist jetzt verfügbar.

### **ÜBERSCHRIFT**

Ein neues Fortbildungsprogramm für Fachleute im Bereich des Kulturerbes legt den Schwerpunkt auf interdisziplinäres Arbeiten. Die Fortbildung, die von einem Team aus sechs öffentlichen und privaten europäischen Institutionen, Netzwerken, Entwicklungsagenturen und Verbänden im Rah-

men des Projekts Erasmus+ HERITAGE-PRO entwickelt wurde, umfasst Inhalte zu globalen Herausforderungen und Chancen im Bereich des Kulturerbes, effiziente Teamarbeit und interdisziplinäre Konfliktlösung, Valorisierung des Kulturerbes, Partizipation und effektive Kommunikation.

### TEXTVORSPANN

Im Rahmen des Erasmus+-Projekts **HERITAGE-PRO** wurde ein interdisziplinäres Fortbildungsprogramm zum Kapazitätsaufbau für Kulturerbe-Manager\*innen entwickelt. Das neue Fortbildungsprogramm zielt darauf ab, Kulturerbe-Manager\*innen im Verständnis der unterschiedlichen Denkweisen und Erwartungen der Akteur\*innen im Zusammenhang mit der Erhaltung des Kulturerbes in Europa fortzubilden.

### HAUPTTEXT

Das Fortbildungsprogramm besteht aus fünf Modulen: Umgang mit den Themen globale Herausforderungen und Chancen im Bereich des Kulturerbes; effiziente Teamarbeit und effektive interdisziplinäre Konfliktlösung; Valorisierung des Kulturerbes; Partizipation und effektive Kommunikation in einem interdisziplinären Umfeld.

An der Entwicklung dieser Module waren die **HERITAGE-PRO**- Projektpartner\*innen, aber auch Expert\*innen auf dem Gebiet beteiligt, die auch die Entwürfe begutachteten. Die Module sind online und kostenlos in [Englisch](#) und [Deutsch](#) verfügbar. In Kürze werden auch übersetzte Versionen in Spanisch verfügbar sein.

### ABBINDER

**HERITAGE-PRO - Interdisziplinäre Fortbildung für Fachleute verschiedener Disziplinen für nachhaltiges Management und die Erhaltung des Kulturerbes** ist eine transnationale Initiative und wird durch das europäische ERASMUS+-Förderprogramm 2018-2021 unterstützt. Das Konsortium - bestehend aus sechs europäischen Einrichtungen aus Deutschland, Spanien, Österreich, Schweden und einem europäischen Netzwerk - ist bestrebt, auf die anhaltende Forderung nach interdisziplinärer Fortbildung für Fachleute verschiedener Disziplinen zu antworten, die sich für die nachhaltige Verwaltung und Erhaltung des Kulturerbes einsetzen.

### KONTAKT

Vorname und Nachname  
Projekt-Koordinator  
E-Mail: name@einrichtung.com  
Telefonnummer

Hinweis: Setzen Sie Ihr Logo in die Kopfzeile der Pressemeldung. Alternativ zu Ihrem Logo in der Kopfzeile können Sie es auch in eine Fußzeile einfügen. Dies ist besonders empfehlenswert, wenn die Pressemitteilung im Namen von mehreren Einrichtungen verbreitet wird und entsprechend mehrere Logi enthält.

## 4.8 PLANUNG DER SOZIALEN MEDIEN WÄHREND DES PROJEKTS

Der folgende Inhalt bezieht sich auf

- **HERITAGE-PRO Modul 5 Lerneinheit 6**

Wählen Sie die sozialen Medien, die Ihrem Kommunikationszweck, Ihren Formaten und Ihrer Zielgruppe am besten entsprechen. (Siehe Modul 5 von **Heritage-PRO**, um mehr über die Merkmale der verschiedenen sozialen Medien zu erfahren).

Erstellen Sie einen Plan für Inhalte in sozialen Medien:

- Zeitplanung: Datum der Veröffentlichung
- Thema des Beitrags
- Link
- Bild/Video (ja/nein)
- Verantwortung für die Veröffentlichung
- Frist für die Information
- Soziale Medien, auf denen bestimmte Inhalte veröffentlicht werden

Versuchen Sie, sich an laufenden Kampagnen zu beteiligen (z. B. durch Verwendung der entsprechenden Hashtags und/oder Befolgung der spezifischen Richtlinien des Kampagnenveranstalters). Die Identifizierung von "Welttagen" (z. B. „Tag des Denkmals“), die sich auf Ihren Arbeitsbereich beziehen, ist ein gutes Beispiel, um Ihr Engagement für Kampagnen an diesen Welttagen zu planen.

Setzen Sie auf Multiplikator\*innen. Wer ist in Ihrem Netzwerk in sozialen Medien aktiv und hat eine bedeutende Anhängerschaft aufgebaut? Können Sie um Hilfe bitten, um eine bestimmte Veranstaltung, Publikation oder Aktivität bekannt zu machen?

Erstellen Sie Verbreitungspakete oder "Spickzettel", um Ihren Mitstreiter\*innen (z. B. den Mitgliedern Ihres Teams) gebrauchsfertige Materialien zur Verfügung zu stellen, die sie zur Verbreitung ihrer Arbeit verwenden können.

## 4.9 BEISPIELE FÜR INHALTE FÜR SOZIALE MEDIEN

**Der folgende Inhalt bezieht sich auf**

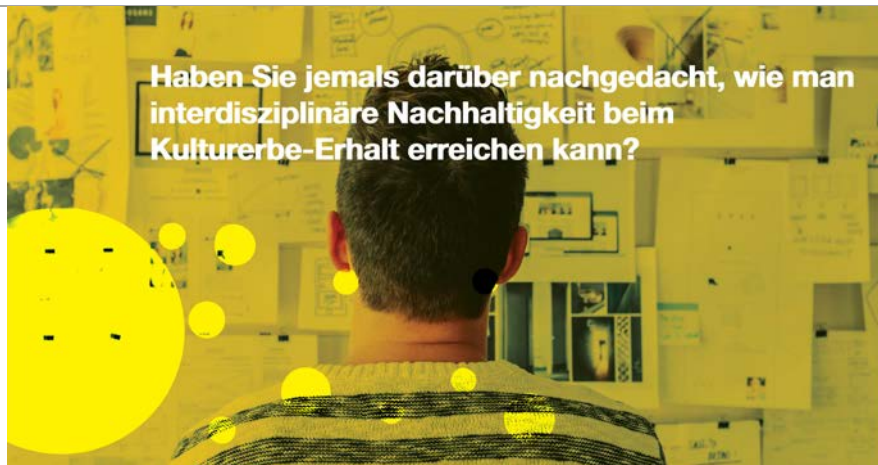
- **HERITAGE-PRO Modul 5 Lerneinheit 6**

Hier illustrieren wir ein echtes Beispiel für Inhalte für soziale Medien. Dies ist ein typischer Tweet mit 272 Zeichen. (Twitter begrenzt jeden Beitrag auf 280 Zeichen auf Englisch.) Dies kann jedoch an verschiedene soziale Medien angepasst werden. Facebook zum Beispiel erlaubt viel längere Beiträge.

**Haupttext des Beitrags.** Versuchen Sie, ihn einfach und direkt auf den Punkt zu bringen. Verwenden Sie direkte Formulierungen, die ein Gespräch anregen. Die (positive) Reaktion des Publikums zu erhalten, ist das Entscheidende, was wir in den sozialen Medien erreichen wollen. Denken Sie daran, **Hashtags** in Ihre Formulierungen einzufügen. Sie können auch zusätzliche Hashtags am Ende Ihrer Botschaft verwenden. Halten Sie die Beiträge kurz und geben Sie einen **Link** für weitere Informationen an.

Haben Sie jemals darüber nachgedacht, wie man interdisziplinäre Nachhaltigkeit beim #Kulturerbeerhalt erreichen kann? Lassen Sie sich von vielen guten Beispielen in Modul 2 Lerneinheit 5 des Fortbildungsprogramms **Heritage-Pro** inspirieren [#heritagepro\\_project](https://heritage-pro.eu/training-module/) [#EuropeforCulture](#) [#ErasmusPlus](#) <https://heritage-pro.eu/training-module/>





**Visuelle Darstellungen** sind immer erwünscht, da sie ein höheres Engagement erzielen als reine Textbeiträge. „Postkarten“ für soziale Medien oder selbsterklärende Bilder, die Bild und Text kombinieren, sind eine gute Idee, um Ihre Beiträge attraktiver zu machen.

Bedenken Sie, dass die meisten sozialen Medien Link-Vorschauen anbieten, die in gewisser Weise als Bild oder audiovisuelles Element fungieren. Wenn Sie beispielsweise einen Link zu einem YouTube-Video herstellen, möchten Sie wahrscheinlich die Vorschau des Videos haben, so dass die Leute direkt darauf klicken können, um das Video abzuspielen - in diesem Fall sollten Sie kein zusätzliches Bild einfügen, da dies das Video in den Hintergrund drängen würde.

## 5 NACH DEM PROJEKT

In diesem Abschnitt behandeln wir Themen, mit denen Sie sich nach Abschluss Ihres Projekts befassen müssen, insbesondere solche, die sich auf die Nachfolgeplanung, eine abschließende Bewertung des Projekts, Medien und soziale Medien beziehen.

### 5.1 WIE MAN EINEN NACHFOLGEPLAN ERSTELLT

Bitte beachten Sie, dass wir im Interesse einer effizienteren Nachbereitung empfehlen, den Plan teilweise zu Beginn des Projekts zu entwerfen, kurz bevor Sie Ihre Runden Tische organisieren.

#### **SCHRITT 1: ERSTELLEN SIE EINEN NACHFOLGEPLAN FÜR SICH UND IHR TEAM**

Überlegen Sie sich vor dem Runden Tisch Themen und Fragen, also einen "Fahrplan", den Sie nach dem Projekt mit Ihren Projektmitgliedern weiterverfolgen möchten, und legen Sie diesen fest.

##### **Schritt 1: IDENTIFIZIEREN SIE:**

- Warum werden Sie ein/e bestimmte/s Thema/Frage weiterverfolgen müssen?
- Wie werden Sie dabei vorgehen? Welche Methoden (pro Thema, pro Organisation, pro Budget, pro Partner\*in usw.) und Werkzeuge (z.B. einige der professionellen Online-Tools

wie Less Meeting, Google Task, Asana usw.) - wenn überhaupt - werden Sie für die Nachbereitung verwenden? (Dies könnte Ihnen helfen, Diskussionen im Gespräch zu strukturieren).

- An wen werden Sie sich wenden? Müssen Sie mit allen Projektpartner\*innen in allen Fragen weiter machen oder nur mit einigen von ihnen in bestimmten Fragen?

Fügen Sie nach dem Runden Tisch dem "Fahrplan" zusätzliche Themen/Fragen hinzu, die sich aus dem Treffen ergeben haben, und beantworten Sie dabei dieselben Punkte wie bei den vor dem Runden Tisch ermittelten, oben aufgeführten.

## **SCHRITT 2: SENDEN SIE EINE NACHBEREITUNGS-E-MAIL**

Schreiben Sie an alle Teilnehmer\*innen des Runden Tisches, um ihnen für ihre Teilnahme zu danken, und geben Sie die wichtigsten angesprochenen sowie die abgeschlossenen und anstehenden Punkte an. Fügen Sie dem Protokoll der Sitzung auch Ihren Nachfolgeplan bei.

## **5.2 ABSCHLIESSENDE AUSWERTUNG DES PROJEKTS**

**Der folgende Inhalt bezieht sich auf**

- **HERITAGE-PRO Modul 4 Lerneinheit 4**

Bitte beachten Sie, dass wir zur Erzielung besserer Ergebnisse empfehlen, die hier vorgeschlagene Evaluation teilweise vor Beginn des Projekts vorzubereiten.

Im Allgemeinen durchlaufen Evaluierungsprozesse vier Phasen: Planung, Durchführung, Abschluss und Berichterstattung. Diese spiegeln zwar gemeinsame Entwicklungsschritte wider, aber es ist wichtig, daran zu denken, dass Ihre Evaluationsbemühungen nicht immer linear verlaufen, je nachdem, wo Sie sich in Ihrem Projekt befinden. Um Evaluationen in verschiedenen Phasen durchführen zu können (z.B. eine Zwischenevaluation und eine Evaluation nach dem Projekt), müssen Sie wissen, welche Daten während der Durchführung verfolgt/erhoben werden sollen, welches Überwachungsinstrument zu Beginn des Projekts anhand eines logischen Rahmens festgelegt werden soll und wer für das Überwachen/Erfassen der Daten zuständig ist. Sie müssen eine interne Evaluierung und eine Überwachungsform festlegen, aber je nach Struktur, Aktivitäten, Interessengruppen und Teilnehmer\*innen an Ihrem Projekt haben Sie möglicherweise die Möglichkeit, direkte Rückmeldungen von einigen Teilnehmer\*innen zu erhalten.

Die aus einer Zwischenevaluierung gezogenen Lehren könnten Ihnen helfen, bestimmte Aktivitäten während der Durchführung Ihres Projekts anzupassen, während die Evaluierung nach dem Projekt Ihnen helfen könnte, einige Dinge zu Beginn Ihres nächsten Projekts anders festzulegen.

## **SCHRITT 1: ENTWICKLUNG EINER BEWERTUNGS- UND ÜBERWACHUNGSVORLAGE**

Richten Sie eine Bewertungs- und Überwachungsvorlage an den zu Beginn des Projekts festgelegten Hauptelementen (z.B. Logframe) aus. Die folgenden Elemente sollten in der Vorlage identifiziert werden:

- Indikatoren - der erste und wichtigste Schritt ist die Entscheidung, welche Indikatoren Sie zur Messung des Erfolgs Ihres Projekts verwenden werden. Sie müssen Indikatoren für jede Ebene der Evaluierung Ihres Projekts wählen - Ergebnisse, Resultate und Ziele. Es

kann mehr als einen Indikator für jede Ebene geben, obwohl Sie versuchen sollten, die Gesamtzahl der Indikatoren überschaubar zu halten.

Jeder Indikator sollte:

- in direktem Zusammenhang mit dem im Logframe aufgeführten Arbeitsergebnis oder Ziel stehen;
  - etwas, das Sie mit qualitativen oder quantitativen Methoden und mit den Ihnen zur Verfügung stehenden Ressourcen genau messen können;
  - wenn möglich, ein Standardindikator sein, der üblicherweise für Ihre Art des Projekts verwendet wird. Beispielsweise geben UNESCO [Culture|2030 Indicators](#) thematische Indikatoren für Kultur in der Agenda 2030 an. Die Verwendung von Standardindikatoren kann manchmal einfacher sein, da sie bereits gut definiert sind, Instrumente zu ihrer Messung zur Verfügung stehen und Sie Ihre Ergebnisse mit anderen Projekten oder nationalen Statistiken vergleichen können.
- definieren, wie er erfasst wird
  - einen Ausgangswert haben: Was ist der aktuelle Wert? Bevor Sie Ihr Projekt beginnen, müssen Sie den Ausgangswert jedes Indikators messen. Dies wird als "Baseline" bezeichnet.
  - den Zielwert definieren: Was ist der Zielwert?
  - Datenquellen haben: Wie wird gemessen?
  - Häufigkeit identifizieren: Wie oft wird gemessen?
  - Verantwortung ausweisen: Wer wird messen? Entscheiden Sie, wer für die Messung der einzelnen Indikatoren verantwortlich sein wird. Arbeitsergebnis-Indikatoren werden oft von Programmmanager\*innen gemessen, während Ergebnis- und Zielindikatoren von Evaluierungsberater\*innen oder sogar nationalen Agentur\*innen gemessen werden können.
  - Berichterstattung definieren: Wo wird berichtet? Dies könnte in Ihren monatlichen Programmberichten, in den Jahresberichten der Spendegeber\*innen, in den Berichten über die EU-Programme, auf Ihrer Website usw. geschehen. Die Ergebnisse der Indikatoren werden verwendet, um zu beurteilen, ob das Projekt funktioniert oder nicht, daher ist es sehr wichtig, dass Entscheidungsträger\*innen und Interessenvertreter\*innen (nicht nur Spendegeber\*innen) so bald wie möglich Zugang zu ihnen haben.

Ein Beispiel für eine Bewertungs- und Überwachungsvorlage:

	Indikator	Definition	Grundlini- enwert	Zielwert	Daten- quelle	Häufigkeit	Verant- wortlich
<b>Ziel</b>							
<b>Ergebnis</b>							
<b>Arbeitser- gebnisse</b>							

Hinweis: Falls Ihr Projekt von einem spezifischen Fonds/Programm wie z.B. EU-Programmen oder nationalen Fonds finanziert wird, vergewissern Sie sich, dass die von diesem spezifischen Fonds/Programm geforderten Indikatoren in Ihrer Evaluationsvorlage enthalten sind. Höchstwahrscheinlich wird der Geldgeber des Fonds/Programms erwarten, dass das Projekt bestimmte Indikatoren erfüllt und bestimmte Zielwerte erreicht.

## **SCHRITT 2: ENTWICKELN SIE EINEN EVALUATIONSFRAGEBOGEN FÜR DIE TEILNEHMER\*INNEN DES PROJEKTS**

Ihr interdisziplinäres Erhaltungsprojekt wird verschiedene Interessenvertreter\*innen und Teilnehmer\*innen einbeziehen. Sie können sie also um eine Bewertung des Projekts und seiner Aktivitäten bitten.

Dazu müssen Sie spezielle Fragebögen entwickeln, die auf bestimmte Fragen eingehen, die Sie interessieren. Ihr Auswertungsfragebogen wird von den Aspekten abhängen, die Sie auswerten möchten. Wenn Sie z.B. eine soziale/ökonomische/ökologische Auswirkung eines adaptiven Wiederverwendungsprojekts evaluieren möchten (z. B., wenn Sie eine Kulturerbe-Stätte einer neuen Nutzung zuführen), können Sie Bewohner\*innen, Gemeindemitglieder, Dienstleistungsnutzer\*innen usw. folgendermaßen befragen:

- Welche Aktivitäten/Gelegenheiten bietet Ihnen dieser Ort? Was machen Sie hier hauptsächlich?
- Wie haben Sie sich vor der Renovierung an diesem Ort gefühlt?
- Dieser Ort ist kürzlich renoviert worden. Wie gefällt Ihnen die Veränderung?
- Wie wichtig ist es für Sie, dass bei dieser Renovierung die Ressourceneffizienz (z. B. beim Energieverbrauch) und die Reduzierung von Abfall angestrebt wird?
- Wie wichtig ist es Ihnen, dass diese Renovierung darauf abzielt, Arbeitsplätze zu schaffen?
- Wer sollte Ihrer Meinung nach die Verantwortung für die Erhaltung des Kulturerbes übernehmen?
- Wer sollte Ihrer Meinung nach die Verantwortung dafür übernehmen, das kulturelle Erbe in einen Kreislaufprozess einzubinden (z.B. durch Abfall-Minimierung)?
- Würden Sie diesen Ort Unternehmer\*innen empfehlen, die auf der Suche nach einem Ort sind, um ein Unternehmen zu gründen?
- Sind Sie bereit, diesen Ort finanziell zu unterstützen, entweder durch Spenden oder durch die Teilnahme an einer crowd-funding Kampagne ?

Partizipative Prozesse und Modelle sind für die Projektplanung und -entwicklung von entscheidender Bedeutung. Im **HERITAGE-PRO** Modul 4 geht es um genau diese.

## **5.3 BEISPIEL EINER PRESSEMITTEILUNG ZUR INFORMATION DER MEDIEN ÜBER DEN ABSCHLUSS DES PROJEKTS**

Der folgende Inhalt bezieht sich auf

- **HERITAGE-PRO Modul 5 Lerneinheit 2**
- **HERITAGE-PRO Modul 5 Lerneinheit 3**

Die Pressemitteilung besteht aus einer Kopfzeile, einer Überschrift, einem Textvorspann, einem Textkörper, einem Abbinder und Kontaktdaten, wie bereits oben erläutert und im folgenden Beispiel gezeigt. Wir empfehlen Ihnen dringend, zur Veranschaulichung des Inhalts Bilder beizufügen.

### **KOPFZEILE**

Das Burgenblogger-Projekt: Fünf Jahre erzählen die Geschichten des UNESCO-Weltkulturerbes Oberen Mittelrheintals

### **ÜBERSCHRIFT**

Seit dem Start des Projekts vor fünf Jahren sind siebzehn verschiedene Personen, die die Rolle der *Burgenblogger\*in* übernommen haben, durch das UNESCO-Welterbe Oberes Mittelrheintal gereist und haben ihre Erfahrungen über soziale Medien ausgetauscht und so dazu beigetragen, eine starke Gemeinschaft rund um das kulturelle Erbe aufzubauen.

### **TEXTVORSPANN**

Die Projektpartner\*innen (listen Sie sie alle hier oder in einer Fußnote auf, falls die Liste zu lang ist und die Leser\*innen ablenkt) äußerten ihre Zufriedenheit mit der Wirkung des Projekts in Bezug auf die Gemeinschaftsbildung rund um das gemeinsame Kulturerbe und sagten, dass die langfristigen Auswirkungen überwacht und die Ergebnisse veröffentlicht werden, damit andere von dieser Erfahrung inspiriert werden können. Der *Burgenblogger* wird als neues Spin-off-Projekt weitergeführt, das in Kürze von den Partnerinstitutionen angekündigt werden wird.

### **TEXTKÖRPER**

Die erste *Burgenbloggerin* absolvierte ihre „Amtszeit“ von Mai bis Oktober 2015. Ein halbes Jahr lang wohnte sie im Turmzimmer des im 11. Jahrhundert erbauten Schlosses Sooneck in der Nähe von Niederheimbach, einer Gemeinde auf der Westseite des Tals. Dort berichtete sie über die Menschen und die Kultur entlang des Mittelrheintals. Während ihrer Reise durch das UNESCO-Weltkulturerbe, bei der sie die Menschen und ihre Geschichte beobachtete, warf die Bloggerin einen anderen Blick auf die Menschen, indem sie an gewöhnlichen Orten das Besondere suchte.

Ihre Aufgabe und die ihrer Nachfolger\*innen bestand darin, sich treiben zu lassen und mit offenen Augen und offenem Geist durch das Tal und sein Land zu reisen, um herauszufinden, was es bedeutet, im Mittelrheintal zu leben, zu lieben, zu streiten und aufzuwachsen. Eines der bemerkenswertesten Dinge, die die Blogger\*innen taten, war das Zuhören. Was jede/r Einzelne hörte, wurde über verschiedene Kanäle der sozialen Medien übertragen - auch über die Grenzen des Tales hinaus. Diese verschiedenen Plattformen ermöglichten es den Burgenblogger\*innen, in ständigem Kontakt mit den Leser\*innen und der Öffentlichkeit zu stehen.

### **ABBINDER**

*Der Burgenblogger* ist ein Projekt der Generaldirektion Kulturelles Erbe in Rheinland-Pfalz (GDKE), der Koblenzer Rhein-Zeitung und der Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz (EA), einer landeseigenen gemeinnützigen Organisation, die für die Regionalentwicklung zuständig ist. Ziel des Projekts war es, die Chancen und Probleme des UNESCO-Weltkulturerbes zu untersuchen und die Geschichte seiner Bürger\*innen und ihrer Kultur zu erzählen.



Bild: Burg Sooneck (©Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz e.V.)

#### KONTAKTDATEN

Name  
Ort  
E-Mail  
Telefonnummer

### 5.4 TIPPS ZUR AUFRECHTERHALTUNG EINER AKTIVEN PRÄSENZ IN SOZIALEN MEDIEN NACH DEM PROJEKT

Der folgende Inhalt bezieht sich auf

- **HERITAGE-PRO Modul 5 Lerneinheit 6**

Es ist wichtig, über den Abschluss des Projekts hinaus eine aktive Präsenz in sozialen Medien aufrechtzuerhalten. Andernfalls könnten alle während des Projekts unternommenen Kommunikationsbemühungen verloren gehen. Wenn es Ihnen gelingt, einen regelmäßigen Kommunikationsfluss aufrechtzuerhalten, können Sie darauf aufbauen und Ihre Netzwerke weiter ausbauen.

Einige allgemeine Tipps zur Aufrechterhaltung einer aktiven Präsenz in sozialen Medien über den Abschluss Ihres Projekts hinaus:

- Erstellen Sie einen Inhaltsplan für soziale Medien (siehe Kapitel 4.8), der über den Abschluss des Projekts hinausgeht. Es ist eine gute Idee, so viel Inhalt und so viele Materialien wie möglich im Voraus vorzubereiten.
- Definieren Sie die Zuständigkeiten: Wer wird für die Umsetzung verantwortlich sein? Wer wird auf Erwähnungen und direkte Mitteilungen antworten? Falls ein Rotationssystem vorgesehen ist, wer wird es überwachen?

Seien Sie aber realistisch in Bezug auf das, was getan werden kann, die verfügbaren Ressourcen und die Inhalte, die aus dem Projekt, und für wie lange, generiert werden können.

## 6 DIE HERITAGE-PRO-PARTNERSCHAFT

**HERITAGE-PRO** ist eine Erasmus+-Initiative von sechs europäischen Partnereinrichtungen aus fünf Ländern, die sich um eine Antwort auf die anhaltende Forderung nach interdisziplinärer Ausbildung für Fachleute verschiedener Disziplinen in Richtung nachhaltiges Management und Erhaltung des Kulturerbes bemühen. Die Partnerschaft wird durch Institutionen, Unternehmen und Netzwerke aus Deutschland, Spanien, Österreich, Schweden und Belgien durchgeführt, die alle in der Berufsbildung für die Erhaltung des Kulturerbes tätig sind. Sie haben kooperativ dieses Fortbildungsprogramm entwickelt, das die Lücke der interdisziplinären Fortbildung im Kulturerbe-Bereich schließt.

Die **HERITAGE-PRO**-Homepage <https://heritage-pro.eu/> bietet Ihnen weitere Informationen. Sie sind eingeladen, die Seiten zu durchstöbern und von den Informationen und dem Fortbildungsmaterial gleichermaßen zu profitieren.

- **Kultur und Arbeit e.V. – Bad Mergentheim-Berlin / Deutschland (Kordinator)**  
[www.kultur-und-arbeit.de](http://www.kultur-und-arbeit.de)
- **Restrade - Höganäs / Schweden**  
[www.restrade.se](http://www.restrade.se)
- **Asociación Española de Gestores de Patrimonio Cultural (AEGPC) - Madrid / Spanien**  
[www.aegpc.org](http://www.aegpc.org)
- **Europäisches Netzwerk für Kulturmanagement und Kulturpolitik (ENCATC) - Brüssel / Belgien**  
[www.encatc.org](http://www.encatc.org)
- **Institut für immobilienwirtschaftliche Forschung (IPRE) – Wien / Österreich**  
[www.ipre.at](http://www.ipre.at)
- **Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz – Mainz / Deutschland**  
<https://ea-rlp.de/>

## 7 DANK

Das Team von **HERITAGE-PRO** ist stolz darauf, dass die folgenden europäischen Expert\*innen der Einladung in den Beirat des Projekts gefolgt sind. Sie und ihre Institutionen sind assoziierte Partner des Projekts.

Weitere Informationen über ihre Arbeit, Erfolge und Ambitionen finden Sie hier:

<https://heritage-pro.eu/about/advisory-board/>.

### Deutschland

- **Patricia Alberth**, Leiterin des Welterbeamtes der Stadt Bamberg
- **Thomas Metz**, Direktor der Generaldirektion Kulturelles Erbe des Landes Rheinland-Pfalz
- **Frank Sprenger**, Leiter des Zentrums für Konservierung und Denkmalpflege der Handwerkskammer Koblenz
- **Titus Köckel**, Leiter des Referats Förderung des Handwerks, Zentralverband des Deutschen Handwerks

**Frankreich**

- **Claire Giraud Labalte**, Kulturerbe-Expertin, Kunsthistorikerin und Professorin im Ruhestand, Mitglied von ENCATC/Allianz 3.3, Präsidentin von Le Pôle du patrimoine en Pays de la Loire und Präsidentin der Vereinigung Territoires imaginaires

**Schweden**

- **Rebecka Nolmard**, Generaldirektorin, Schwedisches Kulturministerium
- **Gunnar Almevik**, PhD, Professor an der Universität Göteborg, Abteilung für Naturschutz

**Spanien**

- **Carlos Romero Moragas**, Archäologe und Kulturmanager, Leiter des Zentrums für Ausbildung und Verbreitung am Andalusischen Institut für historisches Erbe (IAPH) in Sevilla
- **Gabriel Morate Martin**, Direktor des spanischen Programms zur Erhaltung des historischen Erbes bei der Stiftung MonteMadrid, Mitglied des Vorstands der Hispania Nostra und der Spanischen Vereinigung der Freunde der Burgen (Leiter der technischen Abteilung), Herausgeber der Publikationsreihe "Monumentos Restaurados" (Restaurierte Denkmäler)

**Norwegen**

- **Terje M. Nypan**, Technischer Direktor bei Riksantikvaren (Norwegische Direktion für Kulturerbe)