

# Veranstaltungsleitfaden

## Vorüberlegungen

- Ggf. kann es sich lohnen, mit **Kooperationspartner** zusammenzuarbeiten, um Kosten zu teilen oder in andere Räumlichkeiten auszuweichen (Buchhandlung, Bücherei, Kindergarten, VHS, Schule, Jugendhäuser, bei Kochveranstaltungen das Bistro/Restaurant, der Winzer von nebenan, das Museum...).
- Bei mehr als 150 km Anfahrtsweg für die Autorin sollte (bei Vormittagsveranstaltungen) eine Anreise am Vortag sowie eine **Hotelübernachtung** sichergestellt sein.
- Bei mehreren Veranstaltungen an Vor- und Nachmittag desselben Tages bzw. bei einer Abendveranstaltung mit anschließender Übernachtung der Autorin am Veranstaltungsort sorgt der Veranstalter für eine **Verköstigung** der Autorin am Veranstaltungsort bzw. zahlt eine zusätzliche Verköstigungspauschale.
- Planen Sie etwa 45-60 Minuten **Lesungszeit** ein. Anschließend sollte noch Zeit für ein Autorengespräch und das Signieren von Büchern bleiben.
- Je kleiner die Gruppe der Zuhörer, desto effektiver die Veranstaltung (im Zweifelsfall Gruppen aufsplitten und mehrere Veranstaltungen anbieten). Die **Größe der Gruppe** richtet sich u.a. nach der Art der Veranstaltung (ist es ein Workshop, eine Lesung, ein Vortrag?).
- **Familienveranstaltung:** Veranstaltungen für Familien sollten nicht zu spät beginnen und enden. Als Wochentag bietet sich hier besonders ein Samstag an. Bedenken Sie Feiertage und Ferienzeiten.
- **Schulveranstaltungen:** Erfolgsversprechend ist, wenn die Lehrer das Thema der Veranstaltung im Vorfeld im Unterricht besprechen und vorbereiten. Damit ein Büchertisch angeboten werden kann, müssen die Lehrer i.d.R. die Eltern darüber informieren (und bei kleineren Kindern die Erlaubnis einholen), dass Bücher verkauft werden.
- Die Einbeziehung des Publikums durch eine **Mitmachaktion** bringt gute Stimmung, z.B. durch vorherige Klassenlektüre und vorbereitete Fragen, ein Gewinnspiel, ein Quiz, oder Ausstellungsstücke oder Bilder, die die Kinder mitbringen.
- Prüfen Sie, ob es sich bei Ihrem Veranstaltungsthema anbietet, einen **Moderator** von außerhalb zu holen, der in der Stadt prominent und ebenfalls ein Experte auf dem Gebiet ist und zusätzliche Zuhörer lockt. Es könnte auch ein Redakteur der lokalen Presse sein, der die Veranstaltung vorab in seinem Medium entsprechend bewirbt.
- Überlegen Sie, ob Sie die Veranstaltung in eigenen Räumen anbieten möchten (das erhöht die Kundenbindung), oder ob sich wegen des Themas ein attraktiver anderer **Veranstaltungsort** anbietet, z.B. eine Burg, ein Flugplatz, eine Bootsfahrt.

- Auf Wunsch können Sie die Rahmenbedingungen der Veranstaltung in einem **Vertrag** festhalten, der zwischen Veranstalter und Autor geschlossen wird. Der Verlag stellt Ihnen gerne einen Mustervertrag zur Verfügung. (enthält Honorarhöhe, Zahlungsart, zusätzliche Kostenübernahme wie Fahrt und Übernachtung, Termin etc.)
- **Checkliste** aller zu erledigenden Aufgaben mit Verantwortlichen und Terminen erstellen

### Veranstaltungsankündigung/Werbung

Bedenken Sie, dass die Veranstaltung nur dann ein Erfolg ist, wenn ausreichend interessierte Kunden zur Veranstaltung kommen.

- **Handzettel, Plakate und Einladungen** mit Datum, Uhrzeit, Eintrittskosten, Veranstaltungsort, Veranstaltungstitel, Autorenname, evtl. auch Autorenfoto erstellen. Fordern Sie in der Pressestelle oder beim Veranstaltungsverantwortlichen im Verlag Plakate, Werbemittel, Pressemappe mit Autorenvita, Buchliste, wichtigsten Rezensionen und digitale Bilddaten (Autorenfoto, Cover) an.  
In allen Schaufenstern deutlicher Hinweis auf die Lesung (Bücher und Plakate dekorieren), zusätzlich an der Kasse Flyer auslegen. Auch außerhalb der Buchhandlung – etwa in Schulen, Bibliotheken, Stadtbüros, Geschäften in der Nachbarschaft etc. können Sie Plakate aufhängen oder Flyer auslegen).  
1 Monat vorher: Einladungen an Kunden, Schulen, Kindergärten, Jugendfreizeiteinrichtungen etc. versenden
- **Pressemitteilungen** abfassen und zusammen mit Presseinfos vom Verlag, Einladung (+ Antwortfax mit Kontaktdaten des Veranstalters) und Bilddaten (Cover/Autorenfoto) an die lokale Presse (Tageszeitung, Stadtmagazin, Anzeigenblatt, Hörfunk, örtliche Online-Veranstaltungskalender) senden – bei Tageszeitungen c. 2 Wochen vorher, bei monatlich erscheinenden Medien 2 Wochen vor Redaktionsschluss für den Folgemonat. Ggf. kann auch ein Interview mit dem Autor im Anschluss an die Veranstaltung angeboten werden, und der Verlag stellt dafür vorab Rezensionsexemplare und Pressemappen zur Verfügung.
- **Eigene digitale Medien** nutzen: Website, Facebook, Twitter
- Weisen Sie in Gesprächen mit den Kunden, bei Elternabenden, Arbeitsgemeinschaften, Lesekreisen etc. begeistert auf die Veranstaltung hin. **Mund-zu-Mund-Propaganda** ist die beste Werbung.



## Veranstungsablauf – praktische Vorbereitungen

### Organisation 1 Monat vor der Veranstaltung

- Autor die wichtigen **Daten gebündelt mitteilen** (Veranstaltungsort & Treffpunkt, Wegbeschreibung, Zeitplan, Hoteladresse, Ansprechpartner mit Kontaktdaten mit Mobilfunknr.)  
Falls die Autorin mit der Bahn anreist, Abholung vom Bahnhof/Begleitung organisieren. Fahrdienste (bei mehreren Veranstaltungen am selben Tag/an unterschiedlichen Orten) sind wünschenswert, da die öffentlichen Verkehrsmittel, vor allem in ländlichen Räumen, oft nicht suffizient sind. Sinnvoll ist hier eine Absprache aller beteiligten Veranstalter.
- **Hotelzimmer** buchen
- **Buchbestellung** 1 Monat vorher: Bestellung der Plakate und Bücher für Schaufenster, Dekotisch im Laden/in der Bibliothek und einen Verkaufsbüchertisch (Schulen und Bibliotheken vereinbaren einen Büchertisch mit dem örtlichen Buchhandel. Falls dieser kein Interesse zeigt, Absprache mit Verlag oder Autor). Der Verlag gewährt dem Buchhändler Rückgaberecht.
- Ggf. **Eintrittskarten** erstellen, Vorverkauf – bei geringem Rücklauf 10 Tage vor Veranstaltung nachfassen (Presse, Kundenmailing etc.)
- **Personal** für die Veranstaltung einteilen. Einen ständigen Ansprechpartner benennen (mit Kontaktdaten, unbedingt Mobilfunknr.). Für den Krankheitsfall aber auch Kollegen informieren. Lassen Sie alle am Fortgang Ihrer Planungen teilhaben, damit sie sich auch selbst damit identifizieren und zu Multiplikatoren bei Gesprächen mit Kunden und Lesern werden. Ggf. benötigen Sie auch Helfer für die Technik, die Kasse, die Garderobe etc., damit Sie den Autor und die Gäste persönlich und in Ruhe begrüßen können.

### Organisation am Veranstaltungstag

- Vor Beginn der Veranstaltung einen **Stuhl, einen Tisch sowie Getränke** (Mineralwasser, Säfte, Kaffee oder Tee) bereitstellen
- Im Veranstaltungsraum für genügend **Sitzgelegenheiten** (Stühle o. Sitzkissen), **Mantel- und Schirmablage** sorgen
- ggf. **Technik** (Mikrofon, Soundanlage, Beamer, Laptop, Leinwand, CD-Player) bereitstellen, testen, Ersatzbatterien und- glühbirnen bereithalten
- **Schreib- bzw. Bastelmaterialien** (nach Absprache, z.B. zum Notizenmachen, etc.) für den Autor und die Zuhörer bereitlegen und verteilen
- **Büchertisch** aufbauen
- **Kasse** mit Wechselgeld bereitstellen
- **Fotoapparat** bereitlegen, Akku, Speicherkarte testen
- **Werbematerial** zu den bereitlegen
- **Autor ggf. vom Zug abholen**, ins Hotel begleiten, vor Veranstaltung abholen

- Gäste zu Veranstaltungsbeginn **begrüßen** und Autor kurz vorstellen
- Im Anschluss an die Veranstaltung eventuell die **Gesprächsleitung** übernehmen
- Dank an Autor und Publikum, auf Buchverkauf und Signiermöglichkeit hinweisen, **Verabschiedung** mit Einladung zu weiteren Veranstaltungen
- **Gast und Presse** zusammenbringen, ggf. separaten Raum zur Verfügung stellen
- **Begleitung des Autors** zum Zug, Auto oder ins Hotel, ggf. zum Essen im kleinen Kreis einladen (nach vorheriger Absprache mit dem Autor)

#### Nach der Veranstaltung

- **Presseartikel** sammeln (weitergeben an Autor und/oder Verlag, in eigenen Räumen aushängen, dokumentieren)
- Verlauf der Veranstaltung mit beteiligten Mitarbeitern besprechen, **Verbesserungsvorschläge** sammeln und notieren

#### Ihre Ansprechpartnerin für Veranstaltungen:

Katrin Schaper

Gerstenberg Verlag

T 05121-106-443

E [katrin.schaper@gerstenberg-verlag.de](mailto:katrin.schaper@gerstenberg-verlag.de)