



Checkliste zur Planung und Teilnehmendenwerbung bei Veranstaltungen Schwerpunkt: Interkulturalität¹

Inhaltliche Planung	<ul style="list-style-type: none">• Welches Thema möchte ich bearbeiten?<ul style="list-style-type: none">– Welche Themen interessieren die Zielgruppe?– Habe ich durch Teilnehmendenbefragung, Multiplikatorinnen- und Multiöplikatorenbefragung oder Beratung Hinweise auf die Interessen der Zielgruppe bekommen?– Gibt es Themen, die von der Zielgruppe konkret angefragt wurden?– Welche Themen halte ich für sinnvoll?– Welche Themen passen zum Profil meiner Einrichtung?• An welche Zielgruppe wende ich mich?<ul style="list-style-type: none">– Wie alt sind die Mitglieder meiner Zielgruppe?– Welches Geschlecht haben die Mitglieder der Zielgruppe?– aus welchen Kulturen kommen die Teilnehmenden?• Welches Konzept lege ich zugrunde?<ul style="list-style-type: none">– Welche inhaltlichen Ziele verfolge ich?– Welcher Veranstaltungstyp ist für das Thema und die Zielgruppe sinnvoll?– Wie ist der zeitliche Rahmen?– Welche Methoden sollen angewandt werden?
Organisatorische Planung	<ul style="list-style-type: none">• Wer soll die Veranstaltung durchführen?<ul style="list-style-type: none">– Habe ich kompetente und interkulturell qualifizierte Seminarleiterinnen und Seminarleiter, Referenten und Referentinnen– Kann das Seminarteam multikulturell zusammengesetzt werden?– Wie kann ich geschlechterbezogene Aspekte in der Teamzusammensetzung berücksichtigen?– Brauche ich Dolmetscher oder Dolmetscherinnen?• Wann soll die Veranstaltung angeboten werden und wie lange?<ul style="list-style-type: none">– Gibt es kulturspezifische Tage und Zielen, wie z.B. Fastenzeiten und Feiertage, an denen die Zielgruppe nicht bereit ist, teilzunehmen?• Welcher Ort ist für die Durchführung der Veranstaltung sinnvoll?<ul style="list-style-type: none">– Wie mobil ist die jeweilige Zielgruppe?• Welche finanziellen Ressourcen brauche ich?• Welche materiellen Ressourcen brauche ich?

¹ Entwickelt nach: Desbina Kallinikidou, Checklisten zur Planung und Teilnehmendenwerbung, in Fischer, Veronika u.a., Handbuch der interkulturellen Zusammenarbeit, S. 341 ff.



	<ul style="list-style-type: none">• Handelt es sich um eine Zielgruppe mit speziellen Anforderungen?<ul style="list-style-type: none">– Ist eine Kinderbetreuung für die Durchführung der Veranstaltung erforderlich?– Gibt es kulturelle oder religiöse Anforderungen, die ich beachten muss, wie z.B. die Verpflegung für Muslime
Teilnehmendenwerbung	<ul style="list-style-type: none">• über Handzettel<ul style="list-style-type: none">– muss ich außer Deutsch andere Sprachen einsetzen?– Kann ich spezielle Multiplikatorinnen und Multiplikatoren einsetzen?• mit einer Pressemitteilung<ul style="list-style-type: none">– welche Zeitungen, Veranstaltungsblätter liest meine Zielgruppe?• persönliche Anschreiben<ul style="list-style-type: none">– muss ich außer deutsch noch eine andere Sprache einsetzen?• Habe ich die Möglichkeit der persönlichen Ansprache?
Persönliche Ansprache	<ul style="list-style-type: none">• telefonisch• durch Hausbesuche• in bereits existierenden Gruppen und Kursen• mit Hilfe von Multiplikatorinnen und Multiplikatoren• über Bezugspersonen
Kooperationen zum Zweck der Teilnehmendenwerbung	<ul style="list-style-type: none">• Welche Einrichtung, welcher Verein hat Zugang zur Zielgruppe?• Welches gemeinsame Interesse bildet die Grundlage der Kooperation?• wie kann ich die Kooperation nach außen deutlich machen?• Wie kann ich die Risiken, die mit Kooperationen verbunden sind, minimieren?