

**1. Terminfindung**

Bei Vorträgen mit vielen Zuschauern sind Projektwochen, Wochenenden, Feiertage und die vorlesungsfreie Zeit ungünstig. Darüber hinaus sind Tage und Zeiten mit wichtigen Vorlesungen der studentischen Zielgruppe zu vermeiden.

Alle Daten sind aus dem [HIS](#) und auf der [Homepage](#) der Universität zu entnehmen. Überschneidungen mit eigenen Veranstaltungen sind selbstverständlich ebenfalls zu vermeiden.

2. Raumbuchung

Als nächstes ist der richtige Raum zu finden. Bei geschickter Terminierung mit Beachtung der Vorlesungszeiten aus 1. Ergibt sich meistens eine große Auswahl an Möglichkeiten. Der Raum sollte nicht zu groß gewählt werden. Informationen zu allen Räumen gibt es auf der entsprechenden [Universitätsseite](#). Der Verein erhält alle Raumbuchungen kostenlos. Frau Finkenrath ist unser Kontakt bei der Raumverwaltung.

3. Marketing

Hier beginnt der eigentliche Aufwand: Das Marketing muss möglichst reichweitenstark konzipiert und umgesetzt werden. Gerade bei interessanten Persönlichkeiten ist ein voller Saal der Fahrschein für weitere Veranstaltungen. Kreative Lösungen sind willkommen.

Zeitraum: etwa 4 Wochen vor Veranstaltung

3.1. Facebook / Homepage

Die Veranstaltung muss mit ansprechenden und attraktiven Texten sowohl auf Facebook und auf der Homepage in den Kalender eingetragen werden. Dazu wird ein Teasertext mit etwa vier Sätzen und ein Veranstaltungstext von etwa einer halben DIN A4-Seite benötigt. Gut sind darüber hinaus Zusatzinformationen zum Unternehmen (z.B. von Wikipedia) und zum Redner. Diese Texte sind die Schlüsselemente und von enormer Wichtigkeit. Darüber hinaus wird ein Bild in der Größe von 1200x800px benötigt.

3.2. Presse / Universitätskalender / Verteiler

Als nächstes ist die Veranstaltung an die Presseabteilung der Universität mit der Bitte um Aufnahme in den Unikalender zu senden. Weitere Adressen sind greifswald.de und die Ostseezeitung. Das Kompetenznetzwerk ist eine gute Möglichkeit, an den Univerteiler zu kommen.

Bitte alle zu veröffentlichen Texte mit einem Vorstand oder der Presseabteilung absprechen.

3.3. Facebook-Ansprache

Die Facebook-Veranstaltung ist kontinuierlich über den Zeitraum in den passenden Facebook-Gruppen (z.B. Uni Greifswald BWL) zu teilen.

3.4. Vorlesungs-Ansprache

Das effizienteste Mittel: Die Veranstaltung ist alleine, oder mit weiteren Veranstaltungen in entsprechenden gutbesuchten Vorlesungen zu *pitchen*. Die Informationen zu den Vorlesungen sind im HIS (siehe 1.) abrufbar.

3.5. Plakate

Für einige Veranstaltungen lohnt sich der Druck von Plakaten. Attraktive Flächen sind unter anderem der Vorlesungssaal WIWI im Institut (Friedrich-Löffler-Straße 70), sowie an den Türen im gleichen Gebäude. Darüber hinaus die Vitrinen im Hörsaalgebäude Ernst-Lohmeyer-Platz und in den Gebäuden der Medizin. Im Normalfall drucken wir 3-4 Plakate in unterschiedlichen Größen, je nach Vortragsattraktivität. Unser Partner ist Xerox in der Anklamer-Straße, wo wir unkompliziert auf Rechnung drucken können.

3.6. Professoren ansprechen

Die meisten unserer Veranstaltungen sind ebenfalls für unsere Professoren interessant. Diese sprechen in ihren Vorlesungen gerne über unsere Veranstaltungen.

3.7. Gymnasien / Oberstufen

Sollte die Veranstaltung auch interessant für Schüler sein, so haben wir die Erlaubnis, an bestimmten Schulen Aushänge zu hängen. Darüber hinaus können auch gerne Lehrer angesprochen werden, damit die Veranstaltung in den Unterrichtsstunden angesprochen werden.

4. Veranstaltung

4.1. Rednerbedürfnisse

Mit dem Redner sind alle notwendigen Vorbereitungen durchzugehen. Welche Technik braucht er, welche Mikrofone präferiert er, welche Unterlagen müssen bereitgestellt werden. Meistens haben die Redner davon schon eine eigene Idee. Informationen zu den technischen Möglichkeiten in den entsprechenden Räumen sind der Universitätsseite zu entnehmen (Siehe 2.). Darüber hinaus sind dem Redner zwei Flaschen Wasser zur Verfügung zu stellen.

Moderationswerkzeug (Laserpointer + Foliensteuerung) nicht vergessen!

4.2. Rednergeschenk

In Ausnahmefällen bekommen Redner einen typischen kleinen Präsentkorb (10-20€) mit Leckereien aus der Region nach der Veranstaltung überreicht.

4.3. Banner

Vor der Veranstaltung ist im Saal unser Roll-up aufzustellen.

4.4. Anmoderation

Wir moderieren unsere Veranstaltungen grundsätzlich an. Das wirkt professionell und verlangt vom Redner nicht, sich selbst vorstellen zu müssen. Die Anmoderation beinhaltet die Begrüßung des Publikums und Redners sowie eine kurze Vorstellung. Zwischen der Begrüßung des Publikums und des Redners können noch Veranstaltungshinweise gegeben werden. Für die Anmoderation ist eine kleine repräsentative Powerpoint-Präsentation zu erstellen (mit den Veranstaltungshinweisen)

4.5. Während der Veranstaltung

Die Veranstaltung ist zu dokumentieren (Fotos + kurzer Text) um sie dann im Folgenden für uns medial zu nutzen. Bei CP-Veranstaltungen sind die entsprechenden Anwesenheitslisten heruzugeben.

4.6. Nach der Veranstaltung

Wird dem Redner angeboten, in einer kleinen Runde noch ein Getränk in einer Kneipe zu sich zu nehmen (Networking). Die Anwesenheitsliste ist im System abzutragen und die Dokumentation ist auszuwerten und als Rückblick auf Homepage und Facebook zu veröffentlichen.

Den gesamten Vorgang bitte grob im Projektmanagement dokumentieren.