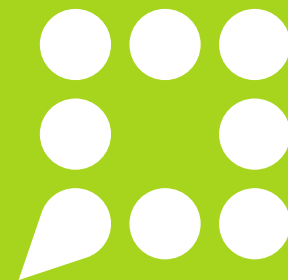


Inhalt » Hier finden Sie Informationen zu

# Einladung zum Mitforschen

Leitfaden für die  
Veranstaltungsorganisation  
in Citizen Science



» Konzeptualisierung



» Planung



» Durchführung



» Nachbereitung




Kommunikation



Was brauchen gute Veranstaltungen? Welche Schritte umfasst die Veranstaltungsorganisation? Und woran sollte auf dem Weg von der Idee bis zur Umsetzung gedacht werden? Veranstaltungen stellen eine hilfreiche und gern genutzte Möglichkeit für die Vernetzung und den Austausch dar. Im Citizen-Science-Kontext kann so beispielsweise auf das Projekt oder dessen Ergebnisse aufmerksam gemacht werden, Akteur\*innen können zusammengebracht, eingebunden oder informiert werden oder gemeinsame Forschungsaktionen umgesetzt werden.

Dieser Leitfaden gibt einen Überblick zu den wichtigsten Fragen für die Veranstaltungsplanung und geht auf die vier Phasen einer Veranstaltung ein: Konzeptualisierung, Planung, Durchführung und Nachbereitung.

Als übergreifende und alle anderen umspannende Phase verstehen wir die Kommunikation – sie erhält daher ihr eigenes Kapitel. Dabei soll der Leitfaden Orientierung bieten sowie als Inspiration dienen und ausgewählte Schritte beschreiben. Darüber hinaus gibt er auch Tipps für eine erfolgreiche  **Onlineveranstaltung**.

Dem Inhalt des Leitfadens liegen die Erfahrung der Veranstaltungsorganisation im Rahmen von *Bürger schaffen Wissen*

zugrunde – eine gemeinschaftliche Plattform von *Wissenschaft im Dialog gGmbH* und dem Museum für Naturkunde Berlin, gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung. Im Besonderen sind die hier beschriebenen Schritte und Empfehlungen Lerneffekte aus der Planung des Citizen-Science-Festivals „Mitforschen!“ (Oktober 2020), die sich jedoch mühelos auf jede andere Veranstaltung übertragen lassen. Wir beschreiben die Schritte daher offen. Wir haben dem Leitfaden aber drei Praxisberichte angehängt, in denen dezidiert Praktiker\*innen aus dem Feld von Citizen Science erzählen, was eine gute Veranstaltung für sie ausmacht, was bei ihren eigenen Veranstaltungen gut lief oder was sie beim nächsten Mal anders machen würden.

Veranstaltungen lassen sich zu vielen verschiedenen Themen denken, die sich wiederum hinsichtlich ihrer Planungsrahmen und Zielsetzungen unterscheiden können. Unser Ziel beim Festival war etwa, Citizen-Science-Projekte und ihre Forschung im Kontext der internationalen Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals, kurz: SDGs) auf einem Markt der Möglichkeiten vorzustellen und Besucher\*innen niedrigschwellig zum Mitforschen einzuladen.

Als erster Planungsschritt für eine Veranstaltung sollte daher das  **Konzept** festgelegt werden, das u. a.  **Titel**, Zielstellung, Thema,  **Inhalt**, Rahmenbedingungen und zu erreichende Zielgruppen umfasst. Hierbei gilt es, eine Reihe an Fragestellungen im Hinterkopf zu behalten, die den Prozess in allen (vier) Phasen unterstützen können: Mit welchem  **Ziel** möchte ich welches  **Thema** in welchem  **Rahmen** und hinsichtlich welcher  **Zielgruppe** behandeln? Was sind hierfür geeignete  **Orte** und  **Termine**?

Besonders in der Anfangsphase der Veranstaltungsorganisation kann ein kreatives Brainstorming (mit allen Teammitgliedern) dafür sorgen, dass alle über das Vorhaben informiert sind und an einem Strang ziehen. Ein gemein-

samer Prozess, in dem Wünsche und Befürchtungen genauso geäußert werden können wie Erfahrungen aus gelungenen oder weniger gelungenen zurückliegenden Vorhaben, bezieht alle Perspektiven ein und stimmt auf das Vorhaben ein.



### Was braucht meine Veranstaltung?

- Konzept
- Rahmen
- Zielgruppen
- Thema
- Inhalt
- Zielstellung
- Titel
- Ort
- Zeit



### Onlineformate

Die COVID-19-Pandemie hat gezeigt, dass Veranstaltungen sich auch in virtueller Form durchführen lassen. Doch es sollte genau überlegt werden, wie und ob ein virtuelles Format zu den verfolgten Zielen und behandelten Inhalten passt. Zudem muss eine technische Plattform bzw. ein Tool gewählt werden, das die Anforderungen der Veranstaltung erfüllt und bei dem sichergestellt ist, dass jemand es bedienen kann. Onlineveranstaltungen können unterschiedliche Effekte haben: Sie können im kleinen Rahmen Barrieren abbauen und inklusiv wirken, aber auch dazu beitragen, dass die Teilnehmer\*innen die Veranstaltung nicht aktiv mitgestalten, sondern nur passiv zuhören.

Die folgenden Fragen sollten bedacht werden:

### Welche Form wähle ich?

- > Virtuell oder analog? Oder hybrid? Livestream? Call? Konferenz? Kreativtreffen?
- > Geeignetes Tool? (Bspw. miro, zoom, mozilla hubs, topia.io, trello etc.)
- > Wer bedient es?
- > Was brauchen die Teilnehmenden und Referierenden, um das Tool bedienen zu können?
- > Wie aktiv sollen die Teilnehmenden sein? Was braucht es dafür?
- > Braucht es zusätzliche Technologie oder Tools (beispielsweise zur Visualisierung?)



## Planung

An die Phase der Konzeptualisierung schließt sich die Planungsphase an. Sie umfasst verschiedene Handlungen und Bausteine:

### Finanzen:

Für die meisten Veranstaltungen ist es notwendig, einen Finanzrahmen aufzustellen, zu überwachen und einzuhalten. Es stellen sich deshalb eine Reihe von Fragen: Wie hoch ist das Budget für die Veranstaltung? Wie unterteilt es sich und für welche Bereiche stehen welche Beträge zur Verfügung (z. B. Catering, Raummiete, Mobiliar und Technik, Kosten für das **Onlinetool**, Kosten für Moderation oder Referent\*innen, Sicherheitsdienst, Reisekosten)? Wo lauern potenzielle Mehrkosten? Ist alles abgedeckt? Eine konsequente und fortlaufende Finanzplanung ist essentiell für den Erfolg der Veranstaltung.

### Veranstaltungsort:

Findet die Veranstaltung an einem dem Team bisher unbekanntem Ort statt, muss sich zuerst mit den speziellen örtlichen Gegebenheiten vertraut gemacht werden. Und auch bekannte Veranstaltungsorte sollten erneut überprüft werden: Wie ist die technische Ausstattung? Wie groß und für wie viele Menschen ist der Raum ausgelegt? Wo befinden sich die Notausgänge und Feuerlöscher? Wie kann er dekoriert werden und wo können

beispielsweise Wegweiser angebracht werden? Wo und wie lassen sich benötigte Elemente anordnen (z. B. Registrierung, Arbeitsplätze, Podium, Catering, Publikum)? Eine Ortsbegehung hilft, ein Gefühl für den Veranstaltungsort und die eigene Veranstaltung zu bekommen und weitere Fragen zu identifizieren und zu beantworten. Gleiches gilt für **Onlinetools**: Ein Test kann hier zeigen, was möglich ist und was nicht. Gleichzeitig dient er dazu, die virtuelle Veranstaltung greifbar zu machen, Bedarfe aufzudecken und mögliche Probleme zu erkennen.

### Anfragen und Verlaufsplanung:

Veranstaltungen leben von ihren Akteur\*innen, Aktivitäten und weiteren Dienstleistungen, die es zu koordinieren gilt. Manchmal wird ein spannendes Programm von fachkundigen Moderator\*innen ergänzt, die das Publikum einbeziehen und die Beiträge strukturieren. Für zufriedene Gäste sind außerdem eine ausreichende Verpflegung oder schön gestaltete, nützliche Infomaterialien oder Geschenke nicht zu unterschätzen. Bei **Onlineveranstaltungen** können auch Carepakete verschickt werden. Für die Koordinierung aller Veranstaltungsaspekte müssen verschiedene Stellen angefragt und diese Anfragen auch nachverfolgt werden. Dabei sind vorab einige **Fragen** zu beantworten:



Was genau wird angefragt bzw. welche Leistungen, Materialien o.ä. umfasst die Anfrage und der potentielle Auftrag? Auch der finanzielle und zeitliche Rahmen muss dabei unbedingt berücksichtigt werden!

Welche Informationen braucht die angefragte Institution? Beispielsweise: Wie viele Gäste sind einkalkuliert und wer sind die Gäste? An welchem Ort findet die Veranstaltung statt und wann? Welche Form muss ein Vortrag haben, damit er zum Veranstaltungskonzept passt?

Bis wann und in welcher Form wird Rückmeldung auf die Anfragen benötigt? Reicht eine formlose E-Mail oder soll ein formelles Angebot vorliegen?

Hilfreich ist es auch, sich bereits **Alternativen** zu überlegen, falls es kurz- oder langfristig zu Absagen kommen sollte. Hier lohnt es sich, neben einem Zeitplan auch eine Liste an Wunschartner\*innen und entsprechenden Alternativen sowie ein Protokoll über getroffene Absprachen und erfolgte Anfragen zu führen. Darüber hinaus kann eine (interne) Frist helfen, Aktivitäten und Beteiligte besser zu koordinieren und zusammenzubringen.

Sind alle Anfragen gestellt und stehen die Beteiligten fest, geht es darum, **Bedarfe** in Erfahrung zu bringen und zu erfüllen: Welche Materialien und Hilfsmittel brauchen die verschiedenen Ins-

titutionen oder Redner\*innen für Vorträge oder den Input und was bringen sie mit? Welche Themen oder technische Services müssen gegebenenfalls durch zusätzliche externe Akteur\*innen abgedeckt und eingeholt werden? Wie wird abgerechnet? Bis zur Veranstaltung müssen diese und weitere Aspekte geklärt und organisiert sein.

#### **Termine und Einladungen:**

Wer soll auf welche Weise an der Veranstaltung teilnehmen? Wie kann eine gute Einladung aussehen? Für das Einladungsmanagement ist es notwendig, sich die genauen Schritte zu vergegenwärtigen, sie zeitlich zu planen und inhaltlich zu gestalten. Calls for Proposals beispielsweise müssen frühzeitig konzipiert und angekündigt werden. Was erwarte ich von den Einreichenden? Welche Angaben müssen gemacht werden? Wie lange soll der Call laufen? Wie und nach welchem Zeitplan werden die finalen Beiträge ausgewählt? Auch spezielle Zielgruppen, Referent\*innen oder Sprecher\*innen müssen gegebenenfalls frühzeitig informiert, Termine mit diesen abgesprochen und reserviert werden.

#### **(Letzte) Vorbereitungen:**

Es ist wichtig, das Ziel – die Veranstaltung – im Auge zu behalten und sich zu fragen, was am

Veranstaltungstag benötigt wird: Sorgen Sie dafür, dass am Tag der Veranstaltung alle wichtigen Unterlagen und Materialien vor Ort vorliegen, um kurzfristig auf Änderungen oder Nachfragen reagieren zu können. Das kann zum einen ein Ordner mit allen wichtigen Nummern, dem Programmablauf, allen abgeschlossenen Verträgen oder dem Einsatzplan sein, zum anderen auch benötigte Materialien wie Plakate, Aufsteller, Giveaways oder Präsentationstechnik (die zum Veranstaltungsort und zurück transportiert werden muss). Es hat sich bei *Bürger schaffen Wissen* auch bewährt, die Mitarbeiter\*innen und weitere Beteiligte mit kleinen Aufmerksamkeiten (Verpflegung, Danksagungen, Geschenken) zu bedenken, um so eine positive Stimmung vor Ort zu schaffen.

#### **✚ Einige hilfreiche Tools und Tipps**

- Erstellung, Orientierung und Erweiterung einer Post-it-Session als (fortlaufende) Visualisierung
- Finanzierung und Mehrkosten klären
- Raumbegehung oder Tooltest
- Nachverfolgung der Anfragen in Korrespondenzlisten
- Einladungsmanagement
- Letzte Vorbereitungen (Einsatzpläne, Abläufe, Kontaktlisten etc.)



## Durchführung

Es ist soweit: Der Tag der Veranstaltung ist gekommen! Damit grundsätzlich alles reibungslos funktionieren kann, sind gute Absprachen unabdinglich. Zudem ist darauf zu achten, für alle Beteiligten die Veranstaltung so barrierefrei und verständlich wie möglich zu gestalten:

### Für das Team und Referent\*innen

Für das Team und Referent\*innen entscheidend ist die Sortierung und Zugänglichkeit des Materials, die Beschaffenheit der Räumlichkeiten sowie die Einteilung des Personals bzw. der Arbeitszeiten: Wissen alle Beteiligten, wann sie wo sein sollen? Ist geklärt, wer welche Beteiligten wann empfängt, begrüßt oder einarbeitet? Wer ist bei aufkommenden Fragen die Ansprechperson und was ist in unvorhergesehenen Situationen zu tun? Wer nimmt Bestellungen oder Lieferungen entgegen und kontrolliert diese? Wer ist dafür verantwortlich, dass die Räumlichkeiten am Ende wieder sauber übergeben werden? Hier helfen Teambesprechungen, bei denen vorab das Vorhaben vorgestellt, die **Aufgaben** ausführlich geklärt und die Einsatzpläne besprochen werden.

Darüber hinaus ist es essentiell, **Notsituationen** zu klären: Wo befinden sich die Notausgänge, wo die Feuermelder? Wer ist Ersthelfender und wo befindet sich das Erste-Hilfe-Material?

Die Durchführenden werden optimalerweise durch einen **Ablaufplan** unterstützt, der genau beschreibt, was zu welchem Zeitpunkt (auch im Hintergrund) passieren muss. Stellen Sie sicher, dass alle Teammitglieder und Referent\*innen gut zu erreichen sind und wissen, was sie wann und wie tun sollen – etwa durch gemeinsame Chatgruppen oder ausführliche Briefings. Je umfassender die Vorbereitung, desto besser können Sie auf etwaige spontane Herausforderungen reagieren.

Es gilt auch zu bedenken, dass Menschen **Motivation, Lob und Pausen** benötigen: Wie und wo kann das Team seine Pausen genießen? Benötigen sie Kaffee, Wasser, Snacks, einen Rückzugsort? Ein offizielles Briefing zu Beginn und zum Abschluss mit ausführlichem Dank und explizitem Lob für die Erledigung aller (noch so kleinen) Aufgaben schafft einen klaren Rahmen für alle Beteiligten.

### Für das Publikum bzw. Teilnehmende

Für das Publikum bzw. Teilnehmende ist ein einheitlicher Auftritt des Teams durch Buttons, T-Shirts etc. hilfreich, damit sie Ansprechpartner\*innen schnell identifizieren können. Zudem kann ein Helpdesk oder ein Infopunkt bei der **Orientierung** helfen: Mitarbeiter\*innen sorgen hier dafür, dass sich die Besucher\*innen, Re-

ferent\*innen und Teammitglieder zurechtfinden – im Programm, auf dem Gelände oder im Thema. Sind zudem Ein- und Ausgänge, Toiletten, reservierte Bereiche oder Garderoben ausreichend gekennzeichnet und ausgeschildert? Und schließlich: Ist das Informationsmaterial verteilt oder steht es leicht zugänglich (auch in den Formulierungen) zur Verfügung?

Und nicht vergessen: Denken Sie bei der Durchführung auch an gutes **Bildmaterial** – dieses ist für verschiedene Zwecke nützlich. Fotograf\*innen oder fotoaffine Teammitglieder können den Tag in Szene setzen. Vorab sollten jedoch gewünschte Ergebnisse abgesprochen werden sowie Ansprechpartner\*innen geklärt sein. Denken Sie in diesem Kontext bitte auch unbedingt daran, Besucher\*innen über das Anfertigen von Fotos sowie ihre Widerspruchsrechte zu informieren!

#### ✚ An alle gedacht?

- Team
- Besucher\*innen oder Teilnehmende
- Redner\*innen und externe Partner\*innen



Mit der **Covid-19-Pandemie** sind spezielle Hygienekonzepte für die Veranstaltung essentiell geworden: Welche Regeln gelten diesbezüglich am Veranstaltungsort? Wer ist für deren Einhaltung verantwortlich? Wer erfasst die Daten für die Nachverfolgung der Kontaktpersonen und wer unterrichtet die Gäste im Infektionsfall? Sind für alle Anwesenden ausreichend Desinfektionsmittel bereitgestellt? Wissen alle Beteiligten, welche Regeln gelten? Sind Wege und Abstandsflächen klar gekennzeichnet?



Bei **Onlineveranstaltungen** ist unter anderem zu beachten, dass die Technik funktioniert, jede\*r Beteiligte alle nötigen Rechte (beispielsweise für das Teilen des Bildschirms) besitzt und auch geklärt ist, wer bei technischen Problemen wie erreichbar und zuständig ist. Eine vorab formulierte Netiquette sorgt zudem für klare Regeln und ein angenehmes Miteinander.

## Nachbereitung

Auch nachdem alle Mitarbeiter\*innen, Gäste, Redner\*innen verabschiedet sind, gibt es noch einiges zu beachten. Denn zu einer erfolgreichen Veranstaltung gehört auch eine umfassende Nachbereitung.

### Danke!

Jede Veranstaltung lebt von ihren Beteiligten. Und alle Beteiligten verdienen ein großes  **Dankeschön** für ihre Unterstützung. Überlegen Sie sich, wie und womit Sie allen Mitwirkenden während und nach der Veranstaltung danken können und was die einzelnen Partner\*innen vielleicht aus der Veranstaltung mitnehmen können – denn die nächste Zusammenarbeit lässt vielleicht nicht lange auf sich warten. Werden also beispielsweise Bilder der Veranstaltung mit den Beteiligten geteilt, werden sie explizit in der Berichterstattung genannt oder Teilnahmezertifikate erstellt?

### Berichte

Wurde die Veranstaltung aus Projekt- oder Drittmitteln finanziert, wird meist ein  **Bericht** erwartet. Dieser umfasst in der Regel neben der Zielsetzung und -erfüllung eine kurze Auflistung aller Aktivitäten sowie der Kommunikationsmaßnahmen. In diesem Zuge ist es ratsam, die Abrechnungen und den finanziellen

Projektplan abzuschließen und ggf. verbliebene Mittel sinnvoll einzusetzen.

### Lehren und Erkenntnisse?

Welche  **Lehren und Erkenntnisse** können aus der Konzeptionalisierung, Planung und Durchführung für weitere Veranstaltungen gewonnen werden? Dabei spielt es keine Rolle, ob die Veranstaltung Teil einer Reihe ist oder nicht – jede gemachte Erfahrung ist sinnvoll und nützlich. Wurden alle Ziele erfüllt, oder, wenn einzelne Ziele nicht erfüllt wurden: Woran lag dies? Wie schon zu Beginn des Planungsprozesses eignen sich auch hier wieder (kreative) Brainstormings, um die Eindrücke des Teams einzufangen und gemeinsam zu erörtern, was alles gut lief oder wo vielleicht noch Verbesserungsbedarf besteht. Oft helfen Rückmeldungen von angefragten Redner\*innen oder Dienstleister\*innen, die Grenzen der eigenen Wahrnehmung zu durchbrechen und einen anderen Blick auf die eigene Arbeit zu bekommen. Zudem ist zu überlegen, ob und wie man Gäste oder Teilnehmende an diesem Prozess teilhaben lassen möchte: Sollen Befragungen durchgeführt werden? Gibt es Feedbackmöglichkeiten während oder nach der Veranstaltung? Die Beantwortung welcher Fragen ist aus Projektsicht wichtig? Wie soll ausgewertet werden, wer führt die Auswertung durch

und in welcher Form sollen die gewonnenen Daten gesichert werden?

- ✘ **Veranstaltung erfolgreich durchgeführt – und nun?**
- > Sagen Sie Danke!
- > Schreiben Sie einen Bericht und schließen Sie die Abrechnung ab!
- > Reflektieren und identifizieren Sie Lerneffekte und Empfehlungen für weitere Veranstaltungen!
- > Machen Sie mit guter Kommunikation Lust auf kommende Veranstaltungen oder auf Ihr Projekt!



## Phasenübergreifend: Kommunikation

Die vier Phasen enthielten zum Teil schon einzelne kommunikative Aspekte. Nun wollen wir uns eingehend den übergeordneten strategischen Fragen der Veranstaltungskommunikation widmen.

### ✓ Gute Kommunikation umfasst:

- › internen Austausch
- › externe Absprachen
- › erfolgreiche und zielgerichtete Öffentlichkeitsarbeit → Kommunikationsplan
- › Social Media
- › Kalender, Newsletter und Websites
- › Plakate und Werbung
- › gute Pressearbeit
- › Koordination mit Förderer\*innen
- › ein anregendes Corporate Design und ansprechende Produkte
- › gute Live-Kommunikation
- › inklusive und barrierefreie Sprache
- › kommunikative Aufbereitung der Veranstaltungsergebnisse

### Intern:

Informationen sind wichtig und alle müssen sie erhalten. Hauptaugenmerk der internen Kommunikation ist daher, wie alle fortlaufend auf den jeweils benötigten Stand gebracht werden können. Hier helfen Regeltermine, (schriftliche und mündliche) Anleitungen und Einführungen, gut strukturierte und geführte Protokolle oder gemeinsame Ablagesysteme.

### Extern:

Informationen sind auch essentiell für Menschen, die nicht dem Team angehören. Briefings, ausführliche E-Mails, regelmäßige Telefonate oder gemeinsame Proben bringen alle auf den gleichen Stand und schützen vor Fehlern oder Desinformation.

### Öffentlichkeitsarbeit:

Behalten Sie bei der Kommunikation die Besucher\*innen im Blick. Und denken Sie daran: Besucher\*innen brauchen Informationen – was passiert wann, wie, wo und warum?

Es ist sinnvoll, Kanäle, Botschaften und Texte danach auszusuchen bzw. auszurichten, welche Zielgruppen angesprochen werden sollen. Beispielsweise eignet sich Twitter eher für die Kommunikation innerhalb einer Fachcommunity, wohingegen Werbung für eine Veranstal-

tung eher in spezielle Veranstaltungskalender oder Magazine gehört. Videos machen sich sehr gut bei Instagram und ein Tweet ohne Foto kann schnell untergehen.

Ein  **Kommunikationsplan**, der Ziele, Zielgruppen, Botschaften, Kanäle und Fristen enthält, hilft dabei, den Überblick zu bewahren und erfolgreich zu werben. Dabei gilt: Vier Augen sehen mehr als zwei und der frische Blick von außen entdeckt Fehler, die Betriebsblinde leicht übersehen. Lassen Sie daher nach Möglichkeit Ihre Entwürfe gegenlesen.

**Werbung** ist zudem häufig teuer. Doch es gibt – über Social Media hinaus – Möglichkeiten, effektiv und ohne großes Budget zu werben: Viele Veranstaltungskalender sind kostenlos, viele Werbeträger haben Sondertarife für gemeinnützige Einrichtungen und manche Partner\*innen hängen gerne Plakate auf oder verteilen Flyer.

Es kann für Partner\*innen, Redner\*innen oder Projekte attraktiv sein, in der öffentlichkeitswirksamen Kommunikation über die Veranstaltung aufzutauchen. Es ist allerdings darauf zu achten, dass kreative Botschaften wie etwa Videos Zeit benötigen, die häufig einfach fehlt. Zudem ist besonders bei der Social-Media-Kommunikation darauf zu achten, dass alle relevanten Part-

ner\*innen verlinkt sind, damit diese Ihre Beiträge ggf. teilen können.

Darüber hinaus müssen Absprachen mit  **Förderer\*innen und Partner\*innen** beachtet werden: Entspricht die Nutzung des Logos den Vorgaben? Darf/muss (und wann) verlinkt werden? Entspricht die Website den Standards und Erwartungen möglicher Förderer\*innen?

Rege  **Live-Kommunikation** trägt zusätzlich dazu bei, dass auch Menschen, die eigentlich nicht teilnehmen, etwas von der Veranstaltung erfahren und sich vielleicht sogar mit einbringen. Es ist daher wichtig, sich vorher Gedanken über Inhalte, Zielgruppen, Kanäle und Botschaften zu machen, die man während der Veranstaltung übermitteln möchte. Auch hier hilft ein Redaktionsplan sowie das Vier-Augen-Prinzip.

Achten Sie unbedingt darauf, dass alle Informationen einfach zu verstehen sind. Menschen wollen angesprochen werden – und zwar richtig! Gendersensible und  **inklusive Sprache** muss dabei genauso berücksichtigt werden wie Barrierefreiheit.

Äußerst wichtig ist auch, bei allen Beiträgen daran zu denken,  **Urheber- und Persönlichkeitsrechte** nicht zu verletzen!



### Presse:

Ähnlich wie bei Social-Media-Botschaften verhält es sich mit der Pressearbeit: Welche Zielgruppe soll wie angesprochen werden? Welche Inhalte sind für die Presse interessant, welche für ihre Leser\*innen? Kooperationen mit einzelnen Medien können sich lohnen: Ein vom Projekt vorbereiteter oder vermittelter Beitrag für eine Radiosendung kann den Kreis der potentiellen Besucher\*innen vergrößern. Behalten Sie die Berichterstattung im Blick: Sie lässt sich auch für die Kommunikation nach der Veranstaltung nutzen.

### Corporate Design (CD):

Ähnlich wichtig wie ein ansprechender Veranstaltungstitel ist ein ansprechendes visuelles Auftreten. CDs sind essentiell, denn sie transportieren auf den ersten Blick und in der gesamten Kommunikation nach außen die Kernbotschaften des Vorhabens. Hier kann sich auch ein Auftrag an eine\*n Grafikdesigner\*in lohnen. Das **Corporate Design** lässt sich zudem in alle Formen der Kommunikation einbinden: Präsentationen, Social Media, Websites, Plakate und Flyer, Banner etc.

### Ergebnisse, die sich sehen lassen können:

Nach der Veranstaltung ist vor der Veranstaltung! Vieles, was im Rahmen der Planung und Durchführung entsteht, lässt sich kommunizieren. Ob ein Blog mit Bildern, Videos bei Youtube, lebendige Tweets, Beiträge auf Facebook oder eine Collage mit Medienbeiträgen: Das alles kann einen Eindruck von der Veranstaltung vermitteln und Interessierten so eine bessere Idee der Aktivitäten im Projekt geben. Stellen Sie die Ergebnisse Ihrer wertvollen Arbeit vor und machen Sie gleichzeitig Lust auf mehr!

Wir wünschen viel Spaß bei der Planung und viel Erfolg bei der Durchführung!

### ✘ Ein Leitfaden von

- > Vincent Schmid-Loertzer
- > Wiebke Brink
- > Florence Mühlenbein
- > Eva Kell
- > Ly Le
- > Christopher Gripp
- > Antonia Sawallisch



wissenschaft im dialog



### ✘ Gestaltung

- > but-design, Braunschweig

[www.buergerschaffenwissen.de](http://www.buergerschaffenwissen.de)



Erfahrungsbericht:

## Berliner Citizen-Science-Tag

AM 24. OKTOBER 2019 ORGANISIERT VON ULRIKE STURM VOM MUSEUM FÜR NATURKUNDE MIT UND FÜR DIE ARBEITSGRUPPE CITIZEN SCIENCE BERLINER RAUM

### Eine gute Veranstaltung im Citizen-Science-Kontext ist für mich ...

...geprägt von Austausch und vom Lernen voneinander. Ich denke, dass auch Informations- oder Werbeveranstaltungen Möglichkeiten für den Dialog bieten. Das sollte man auf jeden Fall nutzen, denn jedes Gespräch mit Kolleg\*innen oder Bürger\*innen kann neue Perspektiven und Erkenntnisse bringen.

### Was hatten Sie bei Ihrer Veranstaltung geplant und was wollten Sie mit Ihrer Veranstaltung erreichen?

Mit der AG Citizen Science Berliner Raum haben wir uns vorgenommen, sowohl in Kleingruppen an Themen zusammenzuarbeiten als auch einmal im Jahr eine gemeinsame Veranstaltung zu organisieren. Bei dieser Veranstaltung wollten wir gemeinsam den Berliner Bürger\*innen die zahlreichen Beteiligungsmöglichkeiten präsentieren, mit Interessierten in den Austausch zu unseren Projekten treten und uns als Projektorganisator\*innen vernetzen und austauschen. Daher haben wir die Veranstaltung zweigeteilt: Im ersten Teil präsentierten sich alle Projekte an verschiedenen Ständen und Stationen im Experi-

mentierfeld des Museums für Naturkunde Berlin und luden Besuchende zu verschiedenen Aktionen ein. Dabei haben die Projekte verschiedene, vielfältige Formate gewählt, die jeweils zum Projektziel und -inhalt passen (z.B. Experimente oder ein Transkribathon). Im zweiten Teil kamen die Beteiligten und weitere Interessierte bei einem Wein ins Gespräch.

### Was lief aus Ihrer Perspektive gut?

Im Gedächtnis geblieben ist mir besonders die Vielfalt der Projekte und ihrer Aktivitäten: Alle Projekte kamen aus Berlin, wiesen aber ein unglaublich breites Spektrum an Disziplinen, Fragen, Methoden und Aktionen auf. Es wurden viele neue Verbindungen geschaffen und ich persönlich habe eine ganze Reihe inspirierender, engagierter Menschen kennengelernt. Für mich ist es immer wieder toll zu sehen, wie sehr die Citizen-Science-Gemeinschaft sowohl bei den Bürger\*innen als auch bei den Wissenschaftler\*innen von Motivation und Spaß am Dialog geprägt ist, was sich auch auf die Organisation von Veranstaltungen auswirkt: Niemand ist wirklich böse, wenn etwas nicht sofort klappt, sondern man versucht sich zu helfen und ge-

meinsam Lösungen zu finden. Das motiviert und schafft Verbindungen, die auch über eine solche Veranstaltung hinausreichen.

### Was würden Sie beim nächsten Mal anders machen?

Ich würde versuchen die Veranstaltung langfristiger zu planen. Ich habe auf jeden Fall auch gelernt, die Internetverbindung zu checken und den Zugang zum WLAN mehr als einmal auszu-drucken. Das war der beliebteste Zettel der ganzen Veranstaltung.



Fotos: Carola Radke/Museum für Naturkunde Berlin

Erfahrungsbericht:

## Mitforschen! Das Citizen-Science-Festival

AM 14. UND 15. OKTOBER 2020 IN BERLIN ORGANISIERT VON WIEBKE BRINK UND VINCENT SCHMID-LOERTZER VON WISSENSCHAFT IM DIALOG

### VOLLENDEN SIE DEN SATZ: EINE GUTE VERANSTALTUNG IM CITIZEN-SCIENCE-KONTEXT IST FÜR MICH ...

... eindrucksvoll, anregend, motivierend, bunt, inklusiv, interessant und gut strukturiert.

### WAS HATTEN SIE GEPLANT UND WAS WOLLTEN SIE MIT IHRER VERANSTALTUNG ERREICHEN?

Das Festival sollte mit einem *Markt der Möglichkeiten* interessierten Bürger\*innen auf praktische Art und Weise Citizen Science vermitteln und direkt zum Mitforschen einladen. Dazu wurden zehn nationale sowie zehn internationale Projekte eingeladen, sich im Hof der KulturBrauerei Berlin an eigenen Projektständen zu präsentieren, Forschungsergebnisse vorzustellen und sich zu vernetzen. Die Projektstände waren dabei in ein Rahmenprogramm aus Workshops, Vorträgen und Exkursionen (im Stadtteil Prenzlauer Berg) eingebet-

tet, bei dem Redner\*innen und Mitarbeiter\*innen der Projekte einzelne Themen und Aspekte dezidiert vorstellen sollten. Zeitgleich zum Festival wurde in den Räumen der KulturBrauerei eine internationale Konferenz organisiert, bei der Wissenschaftler\*innen, Politiker\*innen und Vertreter\*innen aus Zivilgesellschaft unter dem Motto „Knowledge for Change: A decade of Citizen Science (2020-2030) in support of the SDGs“ über die Verbindung von Citizen Science und den 17 Zielen der Vereinten Nationen diskutierten.

### WAS LIEF AUS IHRER PERSPEKTIVE GUT?

Wir sind insgesamt mit der Veranstaltung und dem Ergebnis sehr zufrieden: Alle Projekte, Redner\*innen und das Team waren sehr motiviert und engagiert. Dabei wurde die Flexibilität aller Beteiligten zwar konstant auf eine harte Probe gestellt, doch alle zogen an

einem Strang. Besonderes Highlight war aus unserer Sicht die Vielfältigkeit der Veranstaltung: So konnten wir virtuell und vor Ort eine Vielzahl unterschiedlicher Projekte zu diversen Themen für viele verschiedene Zielgruppen zusammenbringen. Mit verschiedenen Mitteln konnten sie für ihre Themen begeistern und so Citizen Science als bürger\*innen-nahe Wissenschaftsform mit großer Bedeutung für die SDGs stärken. Gut angenommen wurden zudem unsere Kommunikationsmaterialien sowie unsere Werbung.

### WAS WÜRDEN SIE BEIM NÄCHSTEN MAL ANDERS MACHEN?

Aus unserer Sicht gab es zwei zentrale Herausforderungen: Das Herbstwetter und die COVID-19-Pandemie. Gegen beide lässt sich wenig tun – außer diese Faktoren (etwa bei der Festlegung der Termine) mit einzurechnen, sich darauf einzustellen und aufmerksam

zu sein: So konnten wir in Zusammenarbeit mit dem Team von der KulturBrauerei ein umfangreiches Sicherheitskonzept erarbeiten und die Veranstaltung vor Ort stattfinden lassen – wenn auch leider in deutlich reduzierter Form. Der Projektpartner hat zudem dabei geholfen, dass sich viele Projekte virtuell präsentieren konnten.



Fotos: Ralf Rebmann/Wissenschaft im Dialog

## Erster Sächsischer Citizen-Science-Tag (virtuell)

AM 2. DEZEMBER 2020 ORGANISIERT VON MARTIN MUNKE UND JENS BEMME VON DER SÄCHSISCHEN LANDESBIBLIOTHEK – STAATS- UND UNIVERSITÄTSBIBLIOTHEK DRESDEN (SLUB)

### VOLLENDEN SIE DEN SATZ: EINE GUTE VERANSTALTUNG IM CITIZEN-SCIENCE-KONTEXT IST FÜR MICH ...

Eine gute Veranstaltung im Citizen-Science-Kontext ist für uns, wenn Menschen aufeinandertreffen, die sich sonst nicht begegnet wären und Ideen wachsen, die andernfalls nicht entstanden wären.

### WAS HATTEN SIE BEI IHRER VERANSTALTUNG GEPLANT UND WAS WOLLTEN SIE MIT IHRER VERANSTALTUNG ERREICHEN?

Schon seit längerem hatten wir die Idee, die verschiedenen Akteur\*innen im Bereich Citizen Science in Sachsen zu einem Erfahrungsaustausch zusammenzubringen, um die Bedeutung des Konzeptes auf Landesebene zu thematisieren und auszubauen. Wir selber sind im Bereich der Erschließung und Verknüpfung historischer Kulturdaten unterwegs, andere Projekte in der Datensammlung für die Biodiversi-

tätsforschung oder in der Transkription historischer Quellenbestände. Über die wissenschaftlichen Disziplinen und Institutionen hinweg mit den Bürgerwissenschaftler\*innen in Austausch zu kommen, ist uns ein wichtiges Anliegen, für das der 1. Sächsische Citizen-Science-Tag einen Anknüpfungspunkt liefern sollte.

### WAS LIEF AUS IHRER PERSPEKTIVE GUT?

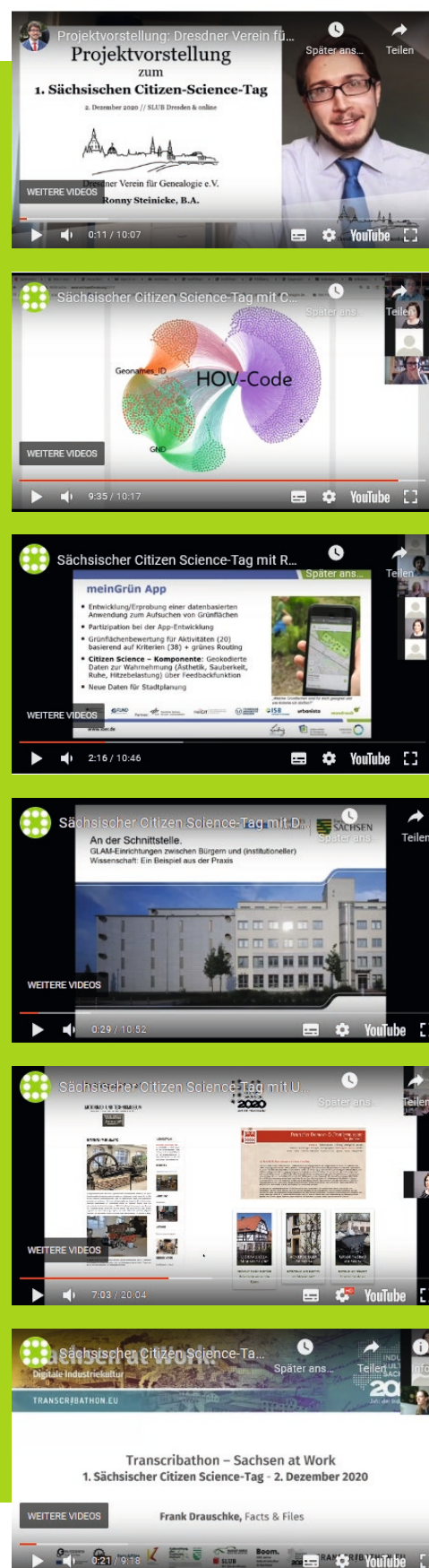
Mit dem Citizen-Science-Tag konnten wir als lokaler Partner an die Trainingsworkshops von *Bürger schaffen Wissen* anschließen. Die technische Organisation und Durchführung der Onlinetrainings und des Citizen-Science-Tages als kleine Onlinekonferenz am 2. Dezember wurde von *Bürger schaffen Wissen* geleistet. Wir konnten uns darauf konzentrieren, das Programm inhaltlich mitzugestalten. Dabei haben wir vor allem versucht, über die

verschiedenen Vortragenden einen thematisch, methodisch und regional möglichst breiten und abwechslungsreichen Überblick über die Citizen-Science-Landschaft in Sachsen geben zu können. Die Dokumentation der Vorträge auf Youtube hilft uns, dauerhaft einen Ausschnitt der Vielfalt von Citizen Science in Sachsen zu zeigen. Die Onlinevariante ist nun eine gute (auch mediale) Grundlage, um einen zweiten Sächsischen Citizen-Science-Tag zu organisieren. Der Impuls für einen informellen Online-„CS-Stammtisch“ wurde bereits im Januar 2021 verwirklicht und wird im Mai 2021 fortgesetzt.

### WAS WÜRDEN SIE BEIM NÄCHSTEN MAL ANDERS MACHEN?

Geplant war die Veranstaltungsreihe ursprünglich als Präsenzveranstaltung vor Ort. Das Onlineformat war insgesamt ein guter Ersatz –

gerade um den Vernetzungsgedanken zu stärken, freuen wir uns aber auf eine physische Fortsetzung. Ein 2. Sächsischer Citizen-Science-Tag ist aktuell noch nicht in der konkreten Planung, aber fest vorgesehen. Hier wird es vor allem darauf ankommen, noch stärker die Citizen Scientists selbst und nicht „nur“ die Projektträger mit einzubeziehen.



Fotos: Martin Munke/ Sächsische Landesbibliothek – Staats- und Universitätsbibliothek Dresden