

Umundu – 3. Partizipationstreffen Festivalwoche 26.04.2018

17h-19h in der Grünen Ecke

Protokoll

Anwesende

8 Personen aus Initiativen und Unterstützer*innen: Naju-Jugend, Micha-Initiative, BUND, AG Vision attac, Greenpeace, Solidarische Landwirtschaft dein Hof & Schellehof, Umweltzentrum
Team: Siv-Ann, Wiebke, Jan, Katja

TOPS

1. neue Infos zum Projekt
2. Zurück aus der Zukunft
3. Input Zielgruppenansprache in der Öffentlichkeitsarbeit

1. Infos

- die [Anmeldung](#) zur Festivalwoche ist bis 31. Mai möglich
- Die Festivalticket ist ab jetzt bei SAXticket und auch über unsere [Webseite](#) erhältlich

2. Zurück aus der Zukunft

Es ist der 10.10.2018, das Umundu-Festival ist vor wenigen Tagen zu Ende gegangen und ihr berichtet den anderen, was für eine Veranstaltung ihr in der Festivalwoche am Start hattet. Mit welcher Art der Veranstaltung/Methode habt ihr welches Thema/Inhalt an welchem „Traum“ Ort beleuchtet? Hier die Ergebnisse:

Name, Initiative	Art der Veranstaltung, Methode	Thema, Inhalt	„Traum“ Ort
Umwelt-Zentrum	„Tag der offenen Tür“	Utopien der Vereine im Umweltzentrum (oder von „außerhalb“)	„Umweltzentrum“ - Bibliothek -
SOLIDARISCHE LANDWIRTSCHAFT dein Hof & Schellehof UVE: AG Vision Attac	RADTOUR zum/dein Hof & Schellehof + HOFRUNDGANG Gespräch, Diskussionen	ERNÄHRUNG NATURE UMWELT RESSOURCEN - Wippen/Wägen - wofür sind obige gut	dein Hof & Schellehof Informationen - Ökologisches Zentrum (012) - Kreuzstraße 7, 4. Etage
IDA BUND	Workshop	Permakultur	Freies Gelände z.B. Leckwitz permagold
Hanna Micha-Initiative	Faires Büchering-Dinner mit Politikern	Nachhaltig jedes Leben	Wohnungen, verlaten??
Robert Naju-Jugend 3ette GREENPEACE	Kooperation mit Schwanberg(?) Gemeinde noch offen	noch offen Mobilität / Anknüpfung	Dachsenberg Büro Martin-Luther-Str. 11

3. Input Zielgruppenansprache

Den Leitfaden findest du am Ende des Dokuments!

Umundu-Termine 2018:

9. Mai | 19h-20h30 | erster Termin „Pie in the sky“ zum Thema Brainstorming Paradox – tragt euch in diese [Mailingliste](#) ein, wenn ihr dazu auf dem Laufenden gehalten werden möchtet.

26. August | 10h-16h | Festivalmarkt

30. August | 19h-20h30 | 3. Beteiligungstreffen Spezial: Festivalwoche

28. September - 30. September | Umundu-Symposium

1. Oktober - Samstag, 6. Oktober | Umundu-Festivalwoche

29. November | Umundu-Evaluationstreffen

Kleiner Leitfaden zur Texterstellung

Struktur ins Thema bekommen

Bei kurzen Texten zu Themen mit vielen Aspekten lohnt sich ein **Clustering**. Ausgehend von einem Hauptbegriff werden Wortketten frei assoziiert. Das Ausgangswort wird in die Mitte des Blattes geschrieben und eingekreist. Neue Begriffe werden drumherum gruppiert und durch eine Linie mit dem Ursprungswort verbunden. Auch alle neuen Begriffe werden eingekreist und bilden den Ausgangspunkt für neue Begriffe und Gedanken, die ebenfalls eingekreist und mit ihrem Ursprung verbunden werden. Erlaubt ist zunächst alles: Erst wenn die Ideen erschöpft sind, können die Assoziationsstränge genauer angeschaut werden und dabei helfen, eine **geordnete und logische Struktur** in den Text zu bringen.

Finde den roten Faden

Eine kleine Gliederung hilft dir, einen logischen Aufbau zu finden. Das Wichtigste kommt immer zuerst. Eine Orientierung geben nicht nur im Journalismus die 7 Ws: **Wer? Was? Wo? Wann? Wie? Warum? Woher** (Quelle)? Ggf. kannst du das natürlich deinem Ziel entsprechend anpassen. Ein Text sollte auch nie einfach aufhören, sondern **immer mit einem konkreten Gedanken schließen**. Gut ist es auch, am Anfang einen „Anker“ auszuwerfen, auf den du am Schluss nochmals zurückkommst.

Kenne dein Ziel

Es geht immer auch darum, **was du mit deinem Text erreichen willst**: In diesem Fall, dass Leute zu deiner Veranstaltung kommen. Überzeuge sie! Das schaffst du, indem du mit deinem Text Emotionen erzeugst und neugierig machst. Bildhafte Sprache ist hierfür ein gutes Stilmittel. Auch für die Unterstützung des bildlichen Denkens ist ein Cluster gut geeignet.

Für wen schreibst du?

Kenne deine Zielgruppe! Du solltest klar vor Augen haben, wen du mit deinem Text eigentlich ansprechen möchtest. Das hilft dir, den passenden Ton und die richtige Ansprache zu finden –auch insgesamt nimmt dies **Einfluss auf die Lesbarkeit des Textes**. Alter, Bildung, Familienstand, Beruf, Lebensumfeld, Bedürfnisse und Gewohnheiten deiner Zielgruppe sind maßgeblich verantwortlich dafür, woran sie Interesse zeigt, wofür sie sich begeistert und aus welcher Motivation heraus. Frage dich immer, was jemanden bewegt haben könnte, überhaupt bei diesem Text gelandet zu sein und welche Erwartungen dahinterstehen. Setze nicht zu viele Vorkenntnisse voraus. **Mache deutlich, worum es geht**, ohne gleich Alles zu verraten und gib ruhig mal ein Beispiel, da wo es passt.

Verständlichkeit

Veranstaltungstexte sind im Grunde **informative Texte**. Schreibe kurze und präzise Sätze, die verständlich und auf den Punkt sind - aber auch lang genug, um keinen Gähnanfall zu provozieren. Ideal ist eine **Satzlänge von 15 bis 20 Wörtern**. Lass die Schachtelsätze bleiben (ein Nebensatz ist völlig ausreichend) und verzichte auf Füllwörter. Fremdwörter machen es unnötig kompliziert. Benutze **starke Adjektive und Verben**, sei sparsam mit Substantiven. Ziehe eine positive Formulierung immer einer negativen vor.

Leserfreundlichkeit

Damit ein Text gut zu lesen ist, sollte er frei von Grammatik-, Rechtschreib- und Kommafehlern sein. Achte auf einen korrekten Satzbau. Formuliere immer **aktiv und nicht passiv**. Nutze die ganze Bandbreite an Satzzeichen, diese bringen Schwung in den Satz und geben ihm Dramaturgie und Melodie. Bilde abwechslungsreiche Sätze, aber vermeide Stilbrüche. Verzichte auf den sprichwörtlichen Zeigefinger ebenso wie auf den Holzhammer. **Bulletpoints und Aufzählungen** können -wenn es passt- den Textfluss auflockern. Auch kannst du, wenn sinnvoll, am Anfang die wichtigsten Punkte des Textes anteaern und später nochmal aufgreifen. Diese sollten aber jeweils immer auch schon einen interessanten Fakt und eine konkrete Information enthalten. Beispiel:

In der Veranstaltung erfährst du

- wie du vom Computer aus die Welt verbessern kannst, indem du ...
- dass du kein Großverdiener sein musst, um Gutes zu tun, weil schon Betrag X hilft, Ziel XY zu erreichen

AIDA-Prinzip (Attention–Interest–Desire–Action)

Aufmerksamkeit erregen, Interesse wecken, Verlangen steigern und eine Handlung erreichen. Das schaffst du am besten über Emotionen. Kreative Überschriften und spannende Einleitungen machen neugierig und **Lust auf mehr**. Aha-Erlebnisse und bildhafte Sprache (Vergleiche, Metaphern, Beispiele) wecken das Interesse und den Wunsch, mehr zu erfahren. Genau das wollt Ihr: Macht Lust auf Eure Veranstaltung! Auch über die Ansprache und eine direkte, selbstbewusste Aufforderung zur Teilnahme kannst du das erreichen.

Beispiel: „Werfen Sie einen Blick hinter die Kulissen von...“

„Wir nehmen Sie mit in die spannende Welt des/der...“

Positive Formulierungen/Aufforderung zur Teilnahme

„Wir freuen uns auf deinen Besuch/deine Teilnahme,...“