

Anwenderbuch: So gehen wir vor

Am Anfang jedes Projektes steht die Projektidee eines Einzelnen. Schnell finden sich Gleichgesinnte, die das Projekt - ohne gründlich die Rahmenbedingungen zu prüfen - dann umsetzen. Das ist heutzutage, wie beschrieben, zumindest riskant. In den folgenden Kapiteln wird der eigentlichen Umsetzung eine Planungsphase bzw. eine Machbarkeitsprüfung vorangeschaltet. Fällt diese positiv aus, ist der Projekterfolg wesentlich sehr wahrscheinlich und auch eindeutig messbar.

Die Abschnitte Steuerung, Vermarktung und Produktion enthalten

Tipp

Füllen Sie den beigegefügt Projektsteckbrief aus, nachdem Sie die Machbarkeit geprüft haben. Sie zeigen damit auf einer Seite die wesentlichen Eckpunkte Ihres Projektes, und Sie geben jedem potentiellen Projektpartner einen Projektüberblick. Das spart Ihnen manches aufwändige Informationsgespräch und damit Zeit.

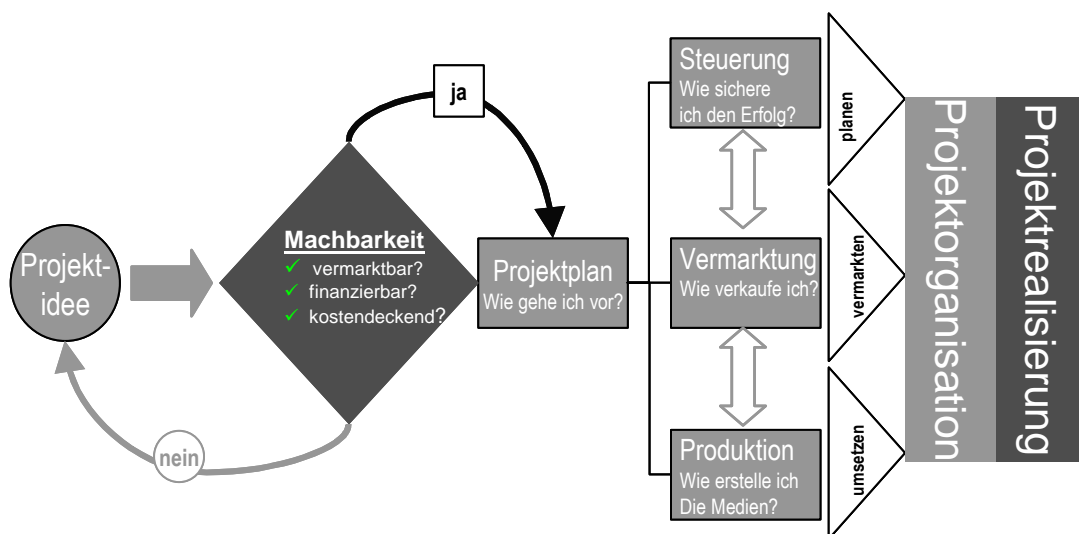
Hilfestellungen zu Messbarkeit, Kommunikation und Erstellung von Medien während des eigentlichen Projektverlaufes.

Tipp

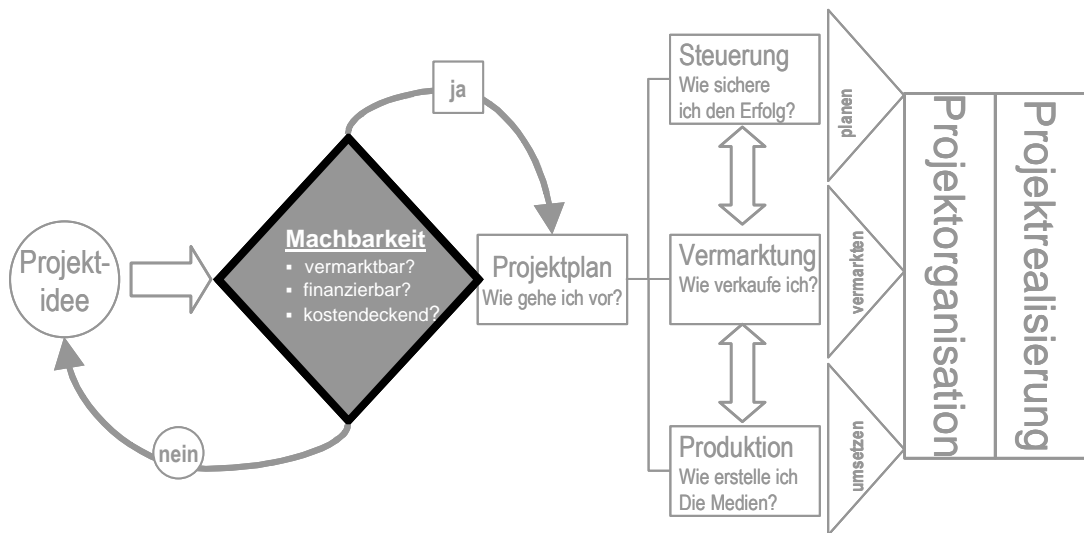
Bilden Sie eine Projektgruppe in der Sie die Verantwortung für Steuerung, Vermarktung und Produktion aufteilen. Legen Sie jeweils Teilziele fest und erarbeiten die Themen parallel.

Die Grafik macht dieses Vorgehen deutlich:

Hat sich eine Projektidee als nicht machbar erwiesen, so ist diese so lange zu verändern, bis sie der Prüfung standhält. Erst dann sollten Sie starten.



Machbarkeit – ist mein Projekt überhaupt umsetzbar?



Die Machbarkeitsprüfung ist eine verfeinerte Grobkalkulation

Bei der Machbarkeitsprüfung legen Sie ein genaues Projektziel fest und prüfen, ob dies realisierbar ist. Im wesentlichen läuft dies auf eine Kostenkalkulation hinaus. Es werden Kosten und potentielle Einnahmen grob berechnet (eine Genauigkeit von etwa 10 % genügt in der Regel). Dazu werden die Einzelbestandteile des Projektes analysiert und mit entsprechenden Kalkulationen hinterlegt. Versuchen Sie dann die Einzelergebnisse zu einem Gesamtergebnis zu kombinieren, fallen schnell mögliche Ungereimtheiten und Risiken auf, die in der Planung zu berücksichtigen sind, bzw. dazu führen, dass das Projektziel oder sogar die gesamte Projektidee völlig neu überdacht werden müssen.

Leitfrage	Wie realisieren Sie Ihr Projekt mit den angedachten Zielen und Mitteln in der geplanten Zeit?
------------------	---

Der Schlüssel zu einem erfolgreichen Projekt ist eine genaue Ziel- und Zielgruppendefinition. Damit wird der Projekterfolg messbar, und es werden „automatisch“ Kennzahlen festgelegt. Sie dienen schon während des Projektverlaufes als „Frühwarnsystem“, und zeigen Möglichkeiten auf, rechtzeitig nachzusteuern.

Tipp

Analysieren sie Ihr Projekt nach möglichst vielen Faktoren. Stellen Sie für jeden Faktor eine Grobkalkulation an. Wenn Sie die Einzelfaktoren in einer Gesamtzusammenschau miteinander kombinieren, bekommen zu trotz einer gewissen Genauigkeit ein relativ realistisches Bild von der Gesamtsituation. D.h. Sie bekommen mit relativ geringen Mitteln ein recht gutes Ergebnis.

Mathematisch gesehen handelt es sich das um das sogenannte Paretoprinzip: Bei einem Projekt benötigen sie nur ein fünftel des Aufwandes um es zu 80 % fertigzustellen, Für die restlichen 20 % sind noch einmal die letzten vier fünftel des Gesamtaufwandes betreiben.

Ziel und Zielgruppe

Eine Zieldefinition bei einem Projekt zu geben, wirkt auf den ersten Blick banal. Jeder wird bei seinem Vorhaben scheinbar auf Anhieb sagen können, was das Ziel ist: Durchführen einer Ausstellung, Erarbeiten von wissenschaftlichen Fragestellungen usw.

Eine präzise Zieldefinition jedoch ist die Basis für jedes erfolgreiche Projekt oder Vorhaben. Gern werden Vorhaben und Ideen als Ziele bezeichnet (z.B. „Wir wollen in den Urlaub fahren“ oder „Wir wollen ein Museum eröffnen“ etc.). Dies bedeutet aber, schon wenn ich ein Museum eröffnen will, habe ich mein Ziel erreicht – wie heißt es so schön: „da gilt der Wille für die Tat“. Das mag haarspalterisch erscheinen, die Erfahrung zeigt allerdings, dass häufig dies der erste Schritt ist, weshalb ehrgeizige und gut gemeinte Vorhaben nicht wie gedacht umgesetzt werden oder sogar scheitern. Schuld sollen dann immer die Begleitumstände sein, in Wahrheit liegt es jedoch meist darin, dass die Zieldefinition nicht präzise war und die Begleitumstände nicht im Vorfeld wirklich geprüft wurden.

Zieldefinition was genau wollen Sie erreichen?

Ein Ziel ist messbar, klar definiert nach Ort, Zeit sowie Umfang, und mit verfügbaren bzw. beschaffbaren Mitteln wirklich erreichbar. Komplexe Ziele sind in Teilziele scheidbar.

Beispiel

	Institut Marburg	John F. Kennedy
wann	Wir werden im Frühjahr 2007	„Wir werden in 10 Jahren
wen	10 000 Besucher	Menschen
wie	mit einer kostendeckenden Oasenausstellung	mit einem Raumschiff
was genau	in Marburg begeistern.	zum Mond und lebend wieder zurückbringen“.

Zielgruppe – wen genau wollen Sie erreichen?

Verwenden Sie den Begriff Zielgruppe im Sinne seiner eigentlichen Definition (ist häufig nicht der Fall), erhalten Sie gute Anhaltspunkte für Ihre weiteren Planungen. Mitglieder derselben Zielgruppe haben in Bezug auf ein bestimmtes Angebot ähnliche Erwartungshaltungen bzw. Verhaltensweisen und Ziele. Diese Ziele müssen mit den Zielen des Projektes in Einklang gebracht werden, sonst scheitert das Projekt unweigerlich.

Definition	Eine Zielgruppe ist in sich homogen und nach außen heterogen und zu definieren durch Alter, Einkommen, Lebensstil, Kommunikationsverhalten, mit Werten und Idealen. Beispiele. Keine Zielgruppe: „Leute mit kulturellem Interesse“ Eine Zielgruppe für Kulturbetriebe: „Leute mit kulturellem Interesse“ die gerne ausgehen, dafür auch Geld ausgeben und ihre Informationen aus dem Internet ziehen.
-------------------	---

Es gibt nicht die Zielgruppe für alle Kulturprojekte schlechthin, sondern sie richtet sich immer nach dem Ziel, Ihres Gesamtprojektes. Je genauer die Zielgruppe definiert ist, desto genauer wissen Sie, mit welchen Angeboten und Medien Sie diese erreichen können.

Praxisbeispiel Ein Ägyptologe hatte das Ziel, ein eigenes neues Wörterbuch der Altägyptischen Sprache herauszugeben (einer mehrbändige Version einer anderen Institution existierte bereits). Die Zielgruppe waren Studenten und sehr interessierte Laien, die ein einbändiges Nachschlagewerk im Sinne eines Handbuchs besitzen wollten. Um dem Buch von Anfang an die Aura eines Standardwerks zu verleihen, wurde extra eine Reihe gegründet, da die Zielgruppe zwar ein Buch haben wollte, vom Kommunikationsverhalten jedoch mit einer Reihe ein höhere Seriösität verband.

Jedoch entsteht für jede zusätzlich definierte Zielgruppe ein Vermarktungs- und Kommunikationsaufwand. Damit Sie sich besonders bei der Kommunikation für Ihre Zielgruppe nicht im wahrsten Sinne des Wortes „verausgaben“, sollten Sie nie mehr als zwei Hauptzielgruppen haben. Hinzu kommen Sekundärzielgruppen wie Sponsoren und Multiplikatoren. Sie haben häufig Bedürfnisse, die von denen der Hauptzielgruppe abweichen. Ohne diese beiden sind heutzutage erfolgreiche Projekte besonders im Kulturbereich kaum durchführbar.

Definition Eine Sekundärzielgruppe ist nicht an Ihrem Ziel, sondern an Ihrer (Primär-)Zielgruppe interessiert. Wenn Sie beispielsweise eine Ausstellung mit überregionaler Wirkung planen, ist auch der lokale Hotel- und Gaststättenverband an den potentiellen Übernachtungsgästen interessiert. Er ist damit ein potentieller Sponsor oder aber bereit aus eigenem Interesse für Ihre Ausstellung zu werben.

Checkliste: Ziel- und Zielgruppe

Füllen Sie die nachfolgende Tabelle mit den Angaben zu Ihrem konkreten Projekt aus. Sie bildet die Grundlage für die weiteren Stufen der Machbarkeitsprüfung.

Ihr Ziel	
wann	
wen	
wie	
was genau	

Ihre Zielgruppen	Kernzielgruppe 1	Kernzielgruppe 2	Sponsoren	Multiplikatoren
An wen richte ich mich (bzw. mein Angebot)?				
Welche gemeinsamen Verhaltensmuster haben sie?				
Welche Erwartungen und Bedürfnisse haben sie?				
Wo muss ich sie ansprechen? Wie muss ich sie ansprechen?				

Kontrolle	Haben die von Ihnen definierten Zielgruppen wirklich entscheidenden Einfluss auf das von Ihnen angestrebte Projektziel?	<input checked="" type="checkbox"/>
------------------	---	-------------------------------------