

Landessportbund
Hessen e.V.

Das Jubiläum

Leitfaden zur Planung und Durchführung von
Vereinsjubiläen (mit Praxistipps und Beispielen)

Michael Gorski, Gottfried Schmidt

Juli 2011



Inhalt

Die Verfasser	2
Zum Inhalt	2
Vorbemerkung	3
1. Strategische Überlegungen	4
1.1. Mögliche Ziele für Jubiläen	4
1.2. Festlegung der Prioritäten.....	5
1.3. Die Jubiläumsbotschaft: Motto & Logo.....	6
1.4. Richtiges "Timing".....	7
1.5. Organisatorische Fragen.....	7
2. Aktionsvorschläge.....	8
2.1. Der Festakt als die repräsentative Außendarstellung	9
2.2. Der Bunte Abend/Festball als geselliges Großereignis.....	10
2.3. Die weiteren möglichen Aktionsformen.....	12
2.4. Festwoche/Festtage als gesellig-sportliche Ereignisse	13
2.5. Die Historische Ausstellung.....	14
3. Das Jubiläum öffentlich machen.....	15
3.1. Planung und Kontrolle	15
3.2. Zielgruppen	15
3.3. Mittel der Öffentlichkeitsarbeit.....	16
3.4. Das Jubiläum dokumentieren	19
4. Finanzen und rechtliche Aspekte	20
4.1. Möglichkeiten der Finanzierung.....	21
4.2. Finanz- und steuerrechtliche Vorschriften.....	22
4.3. Rechtliche und Genehmigungsfragen	22



Die Verfasser

Michael Gorski war jahrelang und sehr erfolgreich Jugendleiter des 1. SC Kohlheck 1951 e.V. Sein Verein konnte ihn nach dieser Tätigkeit „reaktivieren“ und für die Durchführung des 50-jährigen Vereins-Jubiläums gewinnen.

Die von ihm geplanten und durchgeführten Maßnahmen hat er schriftlich festgehalten und diese zusammen mit dem als Grafiker tätigen **Dr. Gottfried Schmidt**, der ebenfalls jahrelang erfolgreiche Jugendarbeit seines Vereins betrieb, redaktionell aufgearbeitet

Zum Inhalt

Vereine die ein Jubiläum feiern finden hier zahlreiche Vorgaben und Anregungen, die ihre Planung und Durchführung erleichtern und verbessern können. Die zahlreichen gut aufgegliederten Themen bieten Grundlagen für größere und kleine Jubiläen in Sportvereinen, wie z.B. Abteilungsjubiläen oder auch 100-jährige Vereinsjubiläen.



Vorbemerkung

Sportvereine sind zunehmend bei ihrer Arbeit auf Hilfsangebote angewiesen.

Zwar gehören Jubiläen nicht direkt zur "Tagesarbeit". Dennoch sind es gerade diese "großen Ereignisse" (neudeutsch: Events), die den Vereinen diverse Probleme bescheren: "Morgen, d.h. (z.B.) nächstes Jahr, feiern wir doch unser 25-, 50-, 75-, 100-jähriges Bestehen! Was sollen wir da tun? Und wer? Und wie viel?"

Diese Fragen sind fast allen bekannt.

In aller Eile wird dann meist (vom Vorstand) ein "Jubiläums-Pflichtprogramm" gebastelt und oftmals unter viel Stress und Frustration - einiger weniger Verantwortlicher - durchgezogen (Ausnahmen, z.B. Großvereine oder erfahrene Traditionsvereine, bestätigen die Regel).

Dabei ginge es auch anders, mit Durch- und Weitblick, mit rechtzeitiger Planung und Vorbereitung, mit Teamwork und Spaß bei der Durchführung. Letztlich also mit Erfolg für den gesamten Verein - und mit Zukunftsperspektive.

Denn gerade die "historischen Geburtstage" bieten neben der notwendigen Erinnerung und Würdigung der Ereignisse und Menschen eine Chance, sich mit veränderten Gegebenheiten auseinanderzusetzen: Sind wir als Verein noch zeitgemäß, mit unseren Strukturen und Arbeitsformen, mit unserem Sport- und Freizeitangebot, mit unserer Darstellung in der Öffentlichkeit usw.?

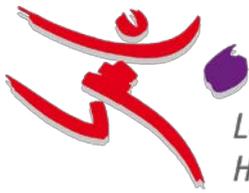
Vor allem ein "klassisches Jubiläum", alle 25 Jahre (gelegentlich auch ein "rundes Jubiläum", alle 10 Jahre), ist ein sehr guter Anknüpfungspunkt, diese Fragen aufzugreifen. Die gesamte Vereinsarbeit wird freiwillig "auf den Prüfstand" gelegt. Die Erfahrungen bestätigen, dass sich daraus vielfältige neue Impulse für die internen und externen Aktionsfelder eines Sportvereins entwickeln. Dies gilt nach innen - ein besseres Miteinander und Gemeinschaftsgefühl im Verein selbst -, ebenso wie nach außen - gesteigerte Akzeptanz und erhöhtes Ansehen des Vereins im Umfeld.

Diese Zusammenhänge sind seit einiger Zeit bekannt; mit zunehmender Tendenz nutzen darum Unternehmen, Verbände und Institutionen solche Anlässe: Jubiläen werden immer mehr als "Marketing-Event" gesehen, als Ereignisse, die im Rahmen der Firmenstrategie nutzbar gemacht werden können.

Ein solcher Weg - oftmals sehr aufwendig, professionell und kommerziell (u.a. mit Hilfe entsprechender Werbe- oder Veranstaltungsagenturen) beschritten - kommt für die große Mehrheit der Sportvereine aus nahe liegenden Gründen nicht in Frage.

Aber auch mit einem kleinen "Etat" lässt sich mit Geschick und Fantasie einiges auf die Beine stellen. Darüber hinaus schlummern in den Vereinen oft ungeahnte "Schätze", die gerade bei solchen außergewöhnlichen Anlässen "gehoben" werden können: die Kompetenz und der Enthusiasmus der Mitarbeiter, Mitglieder und Freunde. Dies richtig gefördert und genutzt, gleicht nicht nur manchen "dicken Geldsack" aus, es ist auch ein direkter Schritt in die oben angesprochene Richtung, das Vereinsleben zu intensivieren.

Seit einigen Jahren bieten Sportverbände Hilfestellungen an, seien es Seminare, Literaturangebote oder Beratungsmöglichkeiten. Was aber bislang fehlt, ist ein umfassender, an der Praxis orientierter Ratgeber, ein Leitfaden also, der dem Verein anlässlich eines Jubiläums geeignete Bausteine zur erfolgreichen Planung und Durchführung an die Hand gibt. Dies versucht die vorliegende Schrift. Die Autoren können dabei in mehrfacher Hinsicht auf praktische Erfahrungen zurückgreifen: aufgrund langjährige Vereinsarbeit (in typischen Mehrspartenvereinen), aufgrund ihres Engagements in der Verbandsarbeit (v.a. in der Ausbildung und Jugendarbeit) und durch beruflich erworbene Kompetenz in den Bereichen Marketing, PR und Werbung sowie in der "historischen Erinnerungsarbeit"; vor allem aber durch eigene konkrete Erfahrungen mit "Jubiläums-Projekten" im Sport und in anderen Bereichen.



1. Strategische Überlegungen

Bevor man sich in die konkrete Arbeit stürzt, ist es unabdingbar, sich darüber klar zu werden, warum und mit welchem Ziel das jeweilige Vereins-Jubiläum begangen werden soll.

Diese Feststellung klingt zugleich trivial und äußerst allgemein; dabei kann nicht deutlich genug betont werden, wie wichtig eine grundsätzliche, "strategische" Orientierung vor allen Aktivitäten ist. Sie ist die beste Gewähr dafür, dass nicht im Lauf der Ereignisse einen diese überrollen, alle Beteiligten die Orientierung, die Geduld (und hin und wieder auch die Nerven) und vor allem die Freude verlieren: Zurück bliebe dann das Gefühl, Bruchstückhaftes geleistet zu haben, viele Kraft verwendet zu haben, ohne dass klar geworden wäre wofür.

Was soll denn daran so schwierig sein: Wenn ein Jubiläum zu feiern ist, dann ist Ziel aller Bemühungen eben das Jubiläum und seine Gestaltung. So könnte man fragen. Allerdings ginge man damit am Kern des Problems vorbei. Mit anderen Worten: Am Anfang stehen eine Reihe von allgemeinen Entscheidungen (eine Einsicht, die zu den Grundeinsichten aller professionell mit Projektmanagement Befassten gehört) und insbesondere die Zielfestlegung.

1.1. Mögliche Ziele für Jubiläen

Aber Ziel ist eben nicht gleich Ziel. Diese Erfahrung hat schon einmal jeder gemacht; es ist mindestens zu unterscheiden zwischen dem, was man sich vorgenommen hat, und dem, was voraussichtliches Ergebnis von Handeln sein wird.

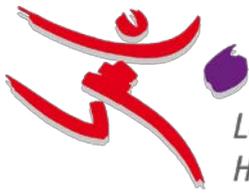
Es gibt Ziele, die man unmittelbar ansteuert, und indirekt zu erreichende Ziele. Es gibt Ergebnisse, die eher als "Abfallprodukte" angesehen wurden, bevor sie sich als äußerst wichtig herausstellten.

Die strategische Planung des Jubiläums kann dann als gelungen angesehen werden, wenn diese beiden Kriterien, nämlich Zielsetzungen und Ergebnisse, annähernd deckungsgleich sind.

Sehr wichtig ist auch, diese erreichbaren Zielsetzungen so zu formulieren, dass sie abrechenbar werden, dass der Weg dorthin immer wieder an Stationen vorbei führt, an denen der Fortschritt und die Genauigkeit des Weges sich überprüfen lässt.

Was sind nun aber die konkreten Ziele, die angestrebt werden können, wenn ein Jubiläum begangen werden soll? Sie sind äußerst unterschiedlich, je nach dem Blickwinkel, den wir einnehmen.

1. Es kann als äußerst wichtig und bedeutsam angesehen werden, die eigene Geschichte im Verein und in seiner Wechselwirkung zum Ort, also die Vereinsvergangenheit im weitesten Sinn aufzuarbeiten und zu vermitteln, innerhalb und außerhalb des Vereins. Dazu gehört auch, zu lernen aus dem, was (nicht) getan wurde im Verein.
2. Es kann, auf den ersten Blick schieres Gegenteil davon, Ziel sein, im Zusammenhang mit dem Jubiläum den Verein aufgrund von Aktivitäten und der damit verbundenen Mobilisierung in Verbindung mit vielen öffentlichen Auftritten zu einem Höchstmaß an öffentlicher Beachtung zu führen
3. Möglich ist auch, das Jubiläum zu nutzen, um sich auf die Grundlagen des eigenen Vereins zu besinnen, sie zu überdenken, neu zu formulieren, und so gestärkt in die Zeit danach zu gehen.
4. Ähnlich ist es möglich, ein Jubiläum unter dem Aspekt zu sehen, wie das Potential im Verein, das lange Zeit ungenutzt lag, wieder erschlossen wird, indem eine deutlich größere Zahl von Vereinsmitgliedern und nahe stehenden "aktiviert" wird, ja sogar Fähigkeiten erschlossen werden, von denen vorher kaum etwas bekannt war.
5. Und nicht zuletzt kann sich ein Verein im Zusammenhang mit einem Jubiläum das Ziel setzen, seinen Einfluss, sein Ansehen und seine Bekanntheit in der Kommune zu erhöhen: mehr Mitglieder sind dann möglicherweise eine indirekte Folge davon.



In ersten Beratungen in Vorbereitung des Jubiläums werden die Anwesenden diese und weitere Ziele nennen; mit Sicherheit wird es einhellige Meinung sein, dies alles müsse erreicht werden:

- Aufarbeitung der eigenen Geschichte,
- Vermehrung des Einflusses nach außen,
- Mobilisierung des Potentials,
- Neudefinition von Schwerpunkten des Vereins,
- Aufschwung des Vereinslebens, mehr Mitglieder.

Dies kann aber nur in äußerst seltenen Fällen gelingen. Auch wenn die Wunschvorstellung eines solcherart ideal begangenen Jubiläums sicherlich zunächst sehr wichtig ist, bedarf es sehr früh der Korrektur unter dem Aspekt, was erreicht werden kann und wo notwendig Schwerpunkte zu setzen sind. Sonst droht nämlich - siehe oben - Verzettelung und Frust.

Merke: "An zu vielen Feuern verbrennt man sich nur selbst".

Wie kann es nun gelingen, erfolgsversprechend festzulegen, welche Ziele für diesen einen Verein, dessen Jubiläum nun ansteht, genau die richtigen sind?

Wir empfehlen zwei Schritte: Eine sehr ausführliche Bestandsaufnahme der zur Verfügung stehenden Kraft. Und als Folge daraus: Die Setzung von Prioritäten.

1.2. Festlegung der Prioritäten

Was heißt dies konkret?

Es empfiehlt sich, frühzeitig genug - sei es im Gespräch mit Einzelnen, im Vorstand oder wie auch immer - Klarheit zu gewinnen über folgende Fragen:

Wie viele Personen stehen voraussichtlich in welchem Umfang als Mitwirkende zur Verfügung, zunächst einmal unabhängig davon, um welche Art der Mithilfe es geht?

Welche Fähigkeiten sind im Verein vorhanden? (wer kann schreiben, fotografieren, organisieren, verkaufen, bauen, einfach nur mithelfen, Drähte zu Partnern ziehen, eine Rede halten, mit Ämtern Kontakt aufnehmen etc.)

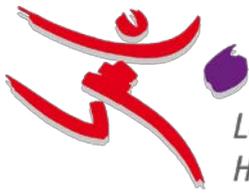
Über welche Kontakte (zur Presse, zu Geschäftsleuten, zur Politik, zu anderen Vereinen) verfügen wir insgesamt?

Und nicht zuletzt: Wie ist die Finanzlage? Was lässt sich hier von wem bewegen?

Je weniger hier schöngeredet oder schwarz gemalt wird, desto solider kann die Basis für Planungen werden. Neben diesen bedingenden Faktoren innerhalb des Vereins gibt es einige Faktoren, die von uns nicht zu beeinflussen sind, deren Beachtung aber oft über Erfolg und Misserfolg mitentscheidet:

- Gibt es im Jubiläumsjahr andere, konkurrierende oder unterstützende Ereignisse (Wahlen, andere Jubiläen, andere traditionelle Feste, etc.)
- Welche äußeren Gegebenheiten existieren oder fehlen (Hallen, Gelände, Veranstaltungsräume etc.)

In einem gewissen Ausmaß lassen sich diese äußeren Gegebenheiten doch auch etwas beeinflussen. Man stelle sich vor, dass (natürlich nicht) zufällig im Jubiläumsjahr ein neuer Rasen, eine Halle, das Vereinsheim o.ä. fertig gestellt wird: Für alle Aktivitäten des Vereins ein erheblicher Motivationsschub!



Wenn auf diese Fragen einige Antworten gefunden sind, lassen sich - wahrscheinlich - realistische Prioritäten für unser Jubiläum setzen. Dabei bleibt dann immer noch die Wahl zwischen unterschiedlichen Orientierungen, z.B.:

- Sportliche Veranstaltungen: "Sportwochen, Feste, Turniere, Tage der offenen Tür etc.",
- Örtliche/ kommunale Ereignisse: "Straßenfeste, Feierlichkeiten mit Ehrungen, Einweihungen",
- Festlich-Geselliges: Akademische Feier, Festakt, "Events" jeglicher Art, Discos, Feten, kulturelle Höhepunkte, bunter Abend etc.,
- Vereinsgeschichtliches: Ausstellungen, Dokumentationen, Publikationen etc.

Es ist auch ohne weiteres möglich, dass sich ein Verein dazu entschließt, mehrere dieser Formen zu wählen, und zwar in einer zeitlichen Abfolge; andere Vereine konzentrieren sich auf eine Woche oder ein Wochenende und wählen demzufolge eine geringere Anzahl von Aktionsformen aus.

Sind diese Prioritäten gesetzt, dann steht eine zweite Folge von strategischen Entscheidungen an, deren Natur aber gänzlich anderer Art ist: Wie stellt sich die Kernaussage unseres Jubiläums dar?

1.3. Die Jubiläumsbotschaft: Motto & Logo

Treffen lässt sich diese wichtige Entscheidung in der Tat erst nach der Klärung von Zielen und Prioritäten; in gewissem Sinn treten wir nun schon in die konkrete Planung, insbesondere der Öffentlichkeitsarbeit, ein.

Der mit dem Jubiläum verbundenen Botschaft (oft dann in einem Motto oder Logo zusammengefasst) kommt im Zusammenhang mit der Identifizierung und Mobilisierung insbesondere der Mitglieder, aber auch im Hinblick auf die Wiedererkennbarkeit und damit Bekanntheit des Vereines und seines Jubiläums enorme Wichtigkeit zu: Je gelungener die Kernaussage, je ansprechender die Formulierung, umso mehr öffentliches Interesse lässt sich schaffen.

Die beiden häufigsten Mittel, die mit dem Jubiläum verbundene Botschaft zu versinnbildlichen und greifbar zu machen, sind die schon oben angesprochenen: Logo und Motto.

Logo

Bei einem Logo sollte unbedingt an Existierendes angeknüpft werden, also in aller Regel an das Vereinszeichen. Es bietet sich eine Kombination mit der Jahreszahl des Jubiläums an; aber auch andere Gestaltungen sind denkbar.

Dabei sollte vermieden werden, mit aller Gewalt irgendetwas krampfhaft Neues zu schaffen (entsprechende hektische Aktivitäten einzelner Vereinsmitglieder am PC zeugen häufiger vom guten Willen als vom Können ...). Voraussetzungen sind vielmehr eine eindeutige Zuordnung, eine klare, eingängige Optik und die Möglichkeit einer leichten, kostengünstigen Umsetzung auf unterschiedlichste Medien (ganz wichtig, wenn zur Finanzierung an Merchandising - Kaffeetassen, Trikots, Wimpel, Autoaufkleber etc. - gedacht ist).

Es sei darum hier dringend empfohlen, sich der Hilfe von Profis aus dem Bereich Grafik und Gestaltung zu bedienen. Dies muss keineswegs ein teurer Auftrag an eine Agentur sein; auch Grafiker treiben Sport und/oder haben Kinder, die Sport treiben (siehe oben: Ressourcen); und sollte dies wirklich nicht der Fall sein, so kann man auch hier Geschäfte auf Gegenseitigkeit machen, in dem zum Beispiel der Verein entsprechende Werbemöglichkeiten einräumt.

Motto

Noch etwas schwieriger ist die Angelegenheit mit einem Motto: Aussagen wie - 50 Jahre Sport und mehr - reproduzieren zwar gängige Werbeplattheiten vortrefflich, gehen aber haarscharf an einer Identität und Motivation stiftenden Zusammenfassung dieses einen besonderen Festes vorbei.



Vielleicht kann aber hier schon die erste Phase der Mobilisierung der Mitglieder erfolgen, indem diese zu einem Ideenwettbewerb aufgefordert werden, evtl. sogar mit einer Preisverleihung bei der öffentlichen Erstvorstellung vor den Medien verbunden. Ganz allgemein: Das, was den Verein ausmacht, sollte im Motto wiedergegeben sein; und es sollte eingängig sein, ohne platt und krampfhaft zu wirken.

1.4. Richtiges "Timing"

Sind all diese Hürden der strategischen Planung genommen, bleibt die vorläufig letzte Aufgabe: Die Erstellung eines verbindlichen, realistischen und kontrollierten Zeitplanes für die gesamte Zeit des Jubeljahres.

Einige Hinweise dazu:

1. Ein Zeitplan ist immer so gut wie seine Akzeptanz; beschlossene Zeitpläne, von denen alle heimlich schon munkeln, sie seien "eh nix", schaden mehr als sie nutzen. Also nicht nur um den Beschluss ringen, sondern um die Zustimmung.
2. In der Phase der Vorbereitungen ist auf jeden Fall sinnvoll, einen Rahmenplan zu erstellen, der alle Ereignisse einbezieht. Damit verbunden ist die Festlegung von
 - Terminen, an denen Kontrollen stattfinden, von
 - Stoppunkten, wo wichtige Weichenstellungen zu treffen sind, und
 - Deadlines, zu denen Abschnitte der Arbeit abgeschlossen sein müssen.
3. Dass feste Verantwortlichkeiten, regelmäßige Besprechungen (das müssen nicht immer ewig lange Vorstandsrunden sein) und Ergebnisprotokolle von solchen Beratungen unverzichtbar sind, liegt auf der Hand, zumindest immer dann, wenn mehr als zwei Leute an der Vorbereitung beteiligt sind. Noch besser ist es, wenn diese Termine und Beschlüsse allen potenziell Beteiligten bekannt sind (Vereinschaukasten, Rundbrief, E-Mail etc.).

1.5. Organisatorische Fragen

Die erfolgreiche Realisierung eines Jubiläums steht und fällt mit den Ressourcen, die einem Verein zur Verfügung stehen.

Als absolut wichtigste Voraussetzung sind dabei die Menschen im Verein und in seinem Umfeld zu sehen. Als zentrale Aufgabe für die Vereinsleitung ergibt sich damit: Wie können frühzeitig kompetente und motivierte Mitarbeiter gefunden werden, die quasi als Kernteam das Projekt "Jubiläum" vorbereiten und durchführen?

Dieses Team sollte als Projektgruppe oder Festausschuss etabliert werden, aus erfahrenen Vereinsmitarbeitern und kreativen "Köpfen" zusammengesetzt sein und aus nicht mehr als sechs Teilnehmern bestehen. Von Beginn an ist darauf zu achten, dass bewährte Elemente des Projekt- und Team-Managements zum Einsatz kommen: Leitung und Steuerung des Projekts, Ideenfindung, Zielvorgaben, Aufgaben- und Terminplanung. Ganz bedeutsam ist auch die Einbeziehung weiterer Mitarbeiter und Helfer (Arbeitsgruppen, Ausschüsse für Teilaufgaben), deren Motivation sowie der Umgang mit auftretenden Konflikten.

Manche – veraltete - Vereinsstrukturen erschweren die Mitarbeit von interessierten Menschen (z.B. Jugendliche und ältere Vereinsmitglieder), die sich nur auf eine begrenzte Aufgabe einlassen wollen. Hier könnte gerade ein Jubiläum mit seinen vielfältigen Aktionsmöglichkeiten ideale Mitmachgelegenheiten bieten, wenn die Vereinsverantwortlichen sich darauf einlassen. Darüber hinaus ist damit auch eine günstige Perspektive für die Zukunft des Vereins gegeben.



2. Aktionsvorschläge

Die geeigneten Aktionen/Veranstaltungen für das Jubiläum lassen sich relativ einfach ableiten aus der Vereins-Situation sowie aus diversen Rahmen-Bedingungen.

Dies gilt sowohl für die Thematik als auch die Terminierung. Denn z.B. ein "alter" Traditionsverein mit einer bewährten Festkultur in einem bestimmten historischen und lokalen Umfeld (städtisch oder ländlich) wird dabei anders vorgehen müssen als ein noch recht junger Sportclub der letzten Jahrzehnte in einem Vorort oder einer Siedlung. Ebenso wird sich die Vereinsstruktur, ob Mehrsparten oder Einsparten-Club, die Bedeutung der Sportart(en), die Größe des Vereins und seine finanziellen und "menschlichen" Ressourcen dahingehend auswirken, wie und in welchem Umfang das Jubiläum gefeiert werden muss bzw. soll(te).

Hier spielt auch die "Image-Frage" eine nicht unwichtige Rolle! Schließlich gilt es zu bedenken, um welche Art Jubiläum es sich eigentlich handelt: Ein Klassisches, das den "Generationen" entsprechend, alle 25 Jahre ansteht (25, 50, 75, 100 usw.), ist vom Stellenwert her allemal bedeutender als ein "nur" rundes Gedenken (20, 30, 40...60, 70, 80, 90 usw.).

Als Leitwort merken wir uns hier für die Jubiläums-Feierei: "Je oller " und „klassischer" umso doller!"

Letztlich entscheidend für Intensität und Umfang der Jubiläumsaktivitäten ist aber immer noch die menschliche und mentale Komponente, d.h. die Festkultur des Vereins und des lokalen/regionalen Umfelds. Und das heißt, die Bereitschaft, sich auf die Anforderungen und Chancen eines solchen Ereignisses produktiv einzulassen.

Bei der Terminierung der Veranstaltungen sind wir in der Regel an bestimmte, feste Termine gebunden: die Feste feiern, wie sie fallen. Beispielsweise der offizielle Gründungstag, der natürlich im Zentrum der Aktivitäten stehen sollte. Was aber, wenn dieser Termin in die Ferien-/Urlaubszeit fällt oder mit einem anderen ganz wichtigen Ereignis konkurriert? Hier heißt es natürlich flexibel sein und evtl. umdisponieren, was bei entsprechender Begründung auch auf allgemeine Zustimmung stoßen dürfte.

Dieser Hinweis zeigt schon, wie wichtig eine sorgfältige und umfassende Termin-Vorausplanung ist. Die halbe Miete für das Gelingen ist dabei: Die vorgesehenen eigenen Vereins-Termine für das Jubiläumsjahr rechtzeitig mit den anderen Terminen (Ferien/ Urlaub/ Sport-Veranstaltungen/ lokale-regionale Veranstaltungen/ andere Jubiläen usw.) abgleichen und bei Bedarf evtl. Korrekturen vornehmen.

Mit dieser realistischen Terminierung ist zumindest nach menschlichem Ermessen eine wesentliche Voraussetzung für ein erfolgreiches Gelingen gegeben.

Schließlich stellt sich in diesem Zusammenhang noch die Frage nach der "Verteilung" der Aktionen: Konzentrieren wir alles "auf einen Punkt" (z.B. ein Festtag, ein Fest-Wochenende, eine Fest-Woche) oder "verteilen" wir die Jubiläumsveranstaltungen in sinnvoller Weise über das ganze Jahr? Die Vor- und Nachteile dieser Verfahrensweisen, wobei ja auch "Zwischentöne" möglich sind, liegen auf der Hand.

Bei der Einmal-Aktion werden die Kräfte gebündelt, das Ereignis im überschaubaren Rahmen gewürdigt, evtl. Menschen und Nerven geschont (da nur einmal ganz intensiv beansprucht). Aber einmal ist auch keinmal, d.h. das Jubiläum gerät auch schnell wieder in Vergessenheit.

Demgegenüber hat eine Jubiläums-Dramaturgie, die das ganze Jahr für entsprechende Veranstaltungen nutzt, einen viel höheren Aufmerksamkeitswert in der Öffentlichkeit. Dabei lassen sich um ein oder zwei Höhepunkte (festlich-gesellig bzw. sportlich) mehrere sonstige Aktivitäten des Vereins gruppieren, wodurch letztlich ein überzeugendes Gesamtkonzept sichtbar wird: Der Verein bleibt dabei kontinuierlich im Gespräch.

Die Wirkung des Jubiläums, aber auch die aktuelle Werbe-Wirkung für den Verein ist wahrscheinlich tiefgehender. Natürlich ist im letzteren Fall auch die Anforderung an alle Beteiligten viel größer (Planung, Durchhaltevermögen etc.).

Maßgeblich für die letztlich Wahl des Vorgehens sind die schon oben dargestellten konkreten Bedingungen und Voraussetzungen des Vereins. Die im weiteren Verlauf vorgestellten Aktionsvorschläge lassen sich sowohl als einzelne/separate Varianten durchführen als auch in ein "maßgeschneidertes" Gesamtkonzept integrieren



Welche Aktionsformen haben sich vor diesem Hintergrund für ein Vereinsjubiläum besonders bewährt und bieten gute Möglichkeiten, erfolgreich realisiert zu werden?

- Der Festakt (auch Akademische Feier oder Festkommers) als repräsentative "Darstellung".
- Der Bunte Abend/Festball als gesellige Groß-Veranstaltung für alle.
- Die weiteren möglichen Aktionsformen und ihre sinnvolle Auswahl und Einbeziehung.
- Die Festwoche/Festtage als sportlich-geselliges "Gesamtereignis" des Jubiläums.
- Die "externen" Auftritte und "Kooperationen" als gekonnte "Außenpolitik".
- Die "Ehrungen" als Muss und Chance, aber auch als "Problem".

2.1. Der Festakt als die repräsentative Außendarstellung

Ein fester und ganz wesentlicher Bestandteil aller Gedenk-Aktivitäten ist der Jubiläums-Festakt, der speziell an die Gründung und die Historie erinnern und die herausragenden Leistungen und Verdienste der Beteiligten würdigen soll. Es ist daher sicherlich nahe liegend, dafür als Termin den offiziellen Gründungstag vorzusehen.

In der Praxis ergeben sich hierbei jedoch oft Probleme. Entweder fällt der Tag auf einen ungünstigen Wochentag oder der Termin ist im Kalenderjahr oder aus anderen Gründen nicht passend (z.B. zu spät im Jahr; in der Ferien- oder Urlaubszeit; gleichzeitig andere bedeutende Konkurrenzveranstaltungen usw.).

Hier sollte man sich nicht scheuen, flexibel zu reagieren und diese besondere Veranstaltung auf einen Termin zu legen, der am geeignetsten erscheint, um die höchstmögliche Aufmerksamkeit zu erzielen. Das kann im "Notfall" (z.B. Gründungstag in den Sommer-Ferien) auch bedeuten, eine "Vor-Verlegung" um mehrere Monate ins Auge zu fassen. In diesem Fall (Jahresbeginn/Frühjahr) wäre zugleich ein "taktischer" Vorteil gegeben, mit dem feierlichen Ereignis des Festakts gleichzeitig das Jubiläumsjahr einzuleiten und der Öffentlichkeit zu präsentieren. Der eigentliche Gründungstag müsste dabei nicht zwangsläufig "vergessen" werden, sondern könnte im kleineren Rahmen z.B. als "Nostalgie-Treff" extra gewürdigt werden.

Ganz unabhängig von diesen Terminierungsproblemen stellt der Festakt aber eine ganz besondere Herausforderung für den Verein dar, denn er ist offensichtlich die offizielle Visitenkarte, die im Verein, in der Sport-Gemeinschaft und in der lokalen/regionalen (manchmal auch überregionalen) Öffentlichkeit besonders wahrgenommen wird. Gerade hier kommen meist die Honoratioren und VIPs aus Sport und Politik, die örtliche Presse und "nicht zu vergessen" die "Urgesteine" des Vereins ins Spiel. Bei allem guten Willen und besten Absichten kann in diesem Bereich so einiges schief laufen und der Verein mit seinem "Jubiläums-Schiff" in "schweres Wasser" geraten.

Deshalb gilt es, für den Festakt folgende Vorgehensweise zu beachten:

- Das Konzept, d.h. der Charakter, die Zielsetzung, das Programm inkl. Ablauf und Orga-Fragen müssen rechtzeitig vorbereitet und abgestimmt sein.
- Der Termin, Ort und die Gäste müssen ebenso klar feststehen.
- Die (persönlichen) Einladungen an die Festgäste rechtzeitig versenden an evtl. Ehrungen und deren Integration in den Festablauf ist zu denken.
- Spezielle Publikationen (z.B. Festschrift), Informationen (z.B. Presse) und besondere Rahmenveranstaltungen (z.B. Historische Ausstellung) sind vorzubereiten.

Der Festakt hat traditionell einen seriösen, feierlichen Charakter und leitet sich ursprünglich aus der historisch engen Verbindung der Sport-/Turnvereine zur "Akademischen Welt" her, daher werden auch noch häufig die Bezeichnungen "Akademische Feier" oder "Festkommers" für diese besondere Veranstaltungsform verwendet. Welche Bezeichnung hier gewählt wird, hängt von der Struktur des Vereins und seinen besonderen Traditionen ab. Dennoch sollte man sich hierbei nicht in fruchtlose Debatten stürzen, da die Begriffe heutzutage praktisch synonym gebraucht werden.

Der beschriebene Charakter des Festakts bedeutet darüber hinaus nur eine grundsätzliche Orientierung, d.h. feierlich und würdevoll, aber nicht "bierernst" und "stocksteif". Letztlich sollte einfach ein bestimmtes "Niveau" gezeigt werden, das dem Verein aber möglichst entsprechen sollte.



Manche Vereine haben, weil sie die traditionelle Form als nicht mehr zeitgemäß empfinden, andere sprich "modernere" Präsentationen entwickelt, die im Einzelfall durchaus eine gelungene Alternative darstellen können, manchmal aber nur "anders" und keineswegs besser sind.

Denn ein seriöser Jubiläums-Festakt muss in keiner Weise "altbacken, zäh und langweilig" ausfallen, wenn er gut konzipiert ist und sich an den Zielsetzungen des Vereins und den Erwartungen der Zielgruppe (Gäste) orientiert. Dazu gehört die Berücksichtigung folgender Aspekte:

- Ein günstiger Termin (z.B. Sonntag-Vormittag); ein ansprechender Ort (z.B. geschmackvoll dekoriertes Vereinsheim mit dem Jubiläums-Motto und Logo am Außengelände und im Saal); die geladenen Gäste (d.h. begrenzt in der Zahl und dennoch repräsentativ für den Verein und sein Umfeld; die Einladung zum Festakt als Karte oder Brief sollte dem Ereignis angemessen sein); eine angemessene Bewirtung vor dem Festakt (z.B. kleiner Sektempfang) und nach dem Festakt (z.B. Buffet mit Speis und Trank); im Zusammenhang mit den Gästen des Festakts sind auch einige (zumutbare) protokollarische Gesichtspunkte zu beachten (vgl. dazu den gesunden Menschenverstand- und wenn der nicht ausreicht, den Rat eines "Experten"); die Verfügbarkeit und Herausgabe der Jubiläumsfestschrift und/oder anderer wichtiger Publikationen zum Verein; die gezielte Presse- und Medienarbeit durch Vorinformationen und Einladungen sowie begleitend zum Festakt/Jubiläum, damit eine möglichst umfassende Darstellung und Resonanz in der Öffentlichkeit erzielt wird.
- Ein gut strukturiertes Haupt-Programm mit „rotem Faden“, mit abwechslungsreichen Einzel-Beiträgen, die zeitlich möglichst "kurz und bündig" (je 5-10 Min. max.), aber auch inhaltlich interessant gestaltet sind: z.B. ein geeigneter Moderator (der geschickt durchs Programm führt); eine kluge Festrede (durchaus auch mit Humor gewürzt); Begrüßung, Grußworte und Ehrungen (nur eine gezielte Auswahl!), persönlich und lebendig und dennoch in gebotener Kürze; eine Präsentation der Vereinsgeschichte in konzentrierter und anschaulicher Form, bei der durchaus auf neue Medien zurückgegriffen werden darf (z.B. PC mit Beamer); eine angemessene musikalische Umrahmung (festlich-heiter, z.B. Barock-Duo/ Trio) zur Auflockerung. Für weitere kreative Ideen und "Überraschungen" (z.B. ein besonderer Überraschungsgast oder Rosen für die anwesenden Damen oder ein "goldenes Gästebuch" zum Eintragen) sollte immer "Raum" sein. Darüber hinaus könnte der Verein (mit eigenen talentierten Mitgliedern) durch einen passenden "Kultur-Beitrag" oder eine "Sport-Präsentation" glänzen.
Insgesamt sollte das Fest-Programm nicht länger als max. 2 Stunden dauern!
- Evtl. zusätzlich ein attraktives Rahmenprogramm (d.h. davor/danach), wie z.B. eine Historische Ausstellung des Vereins, die vor dem Festakt eröffnet, danach weiter besichtigt und im Laufe des Jubiläumsjahres ständig (oder anlässlich weiterer Veranstaltungen) zugänglich wäre.
- Des Weiteren gilt für diese Jubiläumsaktion (aber ebenso für die weiteren Veranstaltungen), dass das Ereignis entsprechend dokumentiert wird, z.B. durch Foto-/ Videoaufnahmen, entsprechende schriftliche Notizen (s.a. "Gästebuch"); natürlich auch Archivierung der für diesen Anlass speziellen (schriftlichen) Zeugnisse und Publikationen sowie der Presse-/ Medienberichte.

2.2. Der Bunte Abend/Festball als geselliges Großereignis

Dass diese Veranstaltung im Rahmen der Jubiläumsfeiern einen anderen Charakter (als der Festakt) haben dürfte, sollte einleuchten. Denn der Bunte Abend (oder Festball) ist das Ereignis, das die Menschen des Vereins, aber auch die Freunde und das lokale Umfeld zum geselligen Miteinander zusammenführt, zu Tanz und Klang, zu Spaß, Stimmung und gemütlichem Beisammensein.

Im Mittelpunkt steht hier nicht so sehr die Historie und Bedeutung des Vereins, sondern seine aktuelle Ausstrahlung und Lebenskraft. Hier zeigt sich auf besondere Weise, ob ein Verein echt feiern kann, ob er seine Mitglieder und Freunde anzieht und mobilisiert.

Gut dran sind natürlich die Clubs, die auch hier eine entsprechende Tradition und "Kultur" vorweisen können, sich also auf bewährtem Terrain bewegen, wobei der Jubiläums-Festball (Bunte Abend) nochmals eine besondere Herausforderung darstellt. Es gibt Vereine - sogar relativ kleine - die hier zur Höchstform auflaufen und bezüglich Teilnehmerzahlen und Programm-Attraktionen alle Rekorde brechen.



Aber auch die nicht ganz so Erfahrenen brauchen nicht zu verzweifeln, denn hier gibt es ebenfalls Grundregeln, die ein Gelingen erleichtern können (und ein Mislingen verhindern bzw. einschränken).

Auch hier ist eine entsprechende Presse-/Öffentlichkeitsarbeit ganz wesentlich, wobei der Werbe-Aspekt. d.h. der Hinweis auf die Veranstaltung und das Programmangebot besonders zu beachten ist: durch Medien, eigene Publikationen (Flugschriften, Plakate), v.a. auch durch die Vereinskanaäle (Mitgliederbriefe, Vereinszeitung und "Flüsterpropaganda").

Natürlich ist die Termin- und Ortswahl mitentscheidend, wie zahlreich die Vereins-Freunde zu diesem geselligen Ereignis "strömen": Ein Freitag- oder Samstagabend in einer günstigen Jahresphase und möglichst ohne Termin-Konkurrenz lokaler oder ganz bedeutender (inter-)nationaler Veranstaltungen (Fernsehen!) wäre sicher geeignet; als Ort kommt das Vereinsheim oder vergleichbare Räumlichkeiten in Frage, die in Größe und Ausstattung die Voraussetzungen erfüllen - und sich evtl. bei ähnlichen Veranstaltungen schon bewährt haben.

In manchen Fällen (Groß-Veranstaltung) muss sich der Verein rechtzeitig um eine angemessene andere Örtlichkeit kümmern: z.B. Turn-, Kulturhalle, Bürgerhaus u.a.

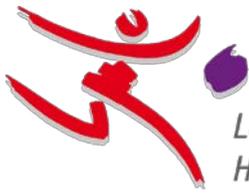
Falls ein Groß-Zelt geplant wird, sind außer der finanziellen Seite und der Standortfrage diverse sicherheits- und baurechtliche Punkte zu beachten, außerdem der Auf- und Abbau (Erfahrungsgemäß lohnt sich ein Groß-Zelt nur dann, wenn mehr als eine Veranstaltung - z.B. Sportwoche - mit entsprechend attraktivem Programm stattfindet). Dies alles erfordert eine umfassende und systematische Vor-Arbeit, die sich in besonderer Weise auch auf das Konzept und Programm des Bunten abends beziehen sollte.

Auch diese Veranstaltung, die ja erfahrungsgemäß neben dem feierlichen Festakt der gesellige Höhepunkt des Jubiläums ist, sollte sich an der bisherigen Tradition und dem Stil des Vereins orientieren. Evtl. "Neuerungen" sind unbedingt einzubeziehen, da sich Trends und Geschmacksrichtungen (v.a. im musikalischen Bereich) rasch wandeln, ebenso die Unterhaltungserwartungen. Darüber hinaus ist zu bedenken, dass gerade beim Bunten Abend mehrere Generationen (des Vereins) gemeinsam feiern und Spaß miteinander haben wollen. Das heißt: Keine einseitige Ausrichtung (z.B. nur Blasmusik oder Schnulzen oder Rock...)! Keine Neu-Auflage einer akademischen Feier mit Brauchtumpflege, Reden und Ehrungen! Vielmehr ein bunter Programm- und Unterhaltungs-Mix, der die Teilnehmenden möglichst integriert und nicht trennt und somit auch das Jubiläum in besonderer Weise zum Ausdruck bringt: der ganze Verein lebt und feiert!

Das aber bedeutet beispielsweise: Ein stilvolles Ambiente (Dekoration, Ausstattung, Bühne, Beleuchtung, Bewirtung); ein zündendes Motto (evtl. Jubiläumsmotto + spez. Festball-Motto) im Saal angebracht; ein geschickter Moderator/Entertainer, der durchs Programm führt und "Stimmung" macht; eine Band/Kapelle (evtl. + SängerIn), die abwechslungsreiche Tanz/Unterhaltungsmusik - für jeden etwas - bietet (alternativ ein DJ mit Musik/Licht-Anlage); gekonnte sportliche oder kulturelle Showteile, z.B. Artistik, Dance, Kabarett u.a.m. durch möglichst "eigene Leute" und mit Bezug zum Jubiläum (Vereinsmitglieder, -freunde) oder (falls finanzierbar) durch "Profis"; eine Tombola mit attraktiven Preisen. Selbstverständlich können und müssen im Rahmen des Bunten abends auch einige offizielle Worte fallen zum Verein, zum Jubiläum, zur Veranstaltung (z.B. vom Vorsitzenden oder einem Ehrengast), aber bitte angemessen: kurz und "würzig"!

Wenn dies alles berücksichtigt wird und die Programmteile gut arrangiert sind, dürfte der Bunte Abend bestens gelingen und noch lange in Erinnerung bleiben!

Ein Wort zum "Eintritt": Der Bunte Abend als ganz besonderes Vereins-Jubiläums-Event mit meist hohen Kosten und erheblichem Aufwand, sollte nicht zum Null-Tarif angeboten werden. Erfahrungsgemäß kommen bei freiem Eintritt nicht unbedingt mehr Teilnehmer. Ein angemessener Eintrittspreis (Eintrittskarten z.B. für ca. 10,00 € im Vorverkauf und/oder an der Abendkasse) sind den Mitgliedern und "Gästen"- angesichts der Bedeutung dieser Jubiläumsveranstaltung und den notwendigen Ausgaben relativ einfach zu vermitteln.



2.3. Die weiteren möglichen Aktionsformen

Eröffnungsveranstaltung am Jahresanfang, evtl. mit Pressekonferenz

Dieser Auftakt des Jubeljahres ist sehr öffentlichkeitswirksam und bietet günstige Info-Basis (Jahresübersicht der Veranstaltungen, Erläuterung von Höhepunkten, Darstellung der Planung usw.); sollte jedoch nur bei ganz besonderen Jubiläen genutzt werden und wenn der Verein wirklich etwas zu "bieten" hat. Evtl. lässt sich diese Aktion mit anderen Veranstaltungen "zusammenlegen" und damit eine ähnliche Wirkung erzielen, z.B. mit einem traditionellen Neujahrsempfang des Vereins oder mit dem Jubiläums-Festakt, der schon im ersten Quartal stattfindet.

Der "Nostalgie-Treff"

Er sollte möglichst am Gründungstag stattfinden, insbesondere wenn der Termin für Festakt u.a. sehr ungünstig ist. Kann jedoch auch zusätzlich zur offiziellen Jubiläums-Veranstaltung eingeplant werden, dass der N-Treff einen anderen "Charakter" hat: Dabei sollte besonders für die älteren Vereinsfreunde und Urgesteine eine Begegnungs- und Erinnerungsmöglichkeit gegeben werden. Im Rahmen z.B. eines Früh-/Dämmerchoppens könnte ein besinnliches Beisammensein, evtl. mit "Historischer Talkrunde" o.ä. Zustandekommen. Als Rahmenprogramm bieten sich Oldie-Wettkämpfe oder ein besonderes ("nostalgisches") AH-Spiel in einer Ballsportart an. Je nach örtlicher Tradition und evtl. starker konfessioneller Bindung beziehen einige Vereine in diesen Zusammenhang des Erinnerns auch eine Messe/Gottesdienst oder ein Totengedenken auf dem Friedhof mit ein.

Die Abschluss-Party zum Jahresende

Sollte als Dank und Belohnung für die fleißigen Mitarbeiter des Jubiläums unbedingt über die Bühne (des Vereinsheims) gehen. Quasi als Helfer-Fest. Kann evtl. mit regulärer Vereins-Jahresabschlussfeier zusammengelegt werden.

Wichtig hierbei: Sorgsam darauf achten, dass - in der persönlichen Einladung - wirklich kein Helfer vergessen wird! Das Programm muss nicht aufwendig sein: Gemütlicher Jubiläums-Ausklang mit Speis und Trank, evtl. etwas Musik. Dazu eine kleine (besinnlich-humorvolle) Bilanz und ein Rückblick auf das Jubiläumsjahr (mit evtl. Video-Doku oder Dia-/Foto-Show, Zeitungsberichten).

Die Helfer haben diese Aufmerksamkeit verdient und werden es nicht vergessen!

Die Sport-Highlights des Vereins im Jubiläums-Rahmen

Außer den typischen festlich-geselligen Jubiläumsaktionen sind naturgemäß bei einem Sport-Verein auch die entsprechenden sportlichen Veranstaltungen (außer den regulären Trainings- und Wettkampfangeboten) gefragt. Hier sollte sich der Verein überlegen, ob er - durch bisherige Kontakte oder "private" Beziehungen - im Jubiläumsjahr etwas Besonderes bieten kann: z.B. Ausrichtung von Meisterschaften, eine überregional / international bedeutende Wettkampf-Veranstaltung (Sport-/Turnfest, Jugend-/Seniorenturnier, Freundschaftsspiel gegen attraktiven "Gegner" usw.).

Bei aller Euphorie sollte man hierbei "auf dem Teppich" bleiben, denn ein "internationales Starensemble" wird in der Regel kaum den Weg in die "Provinz" (von spez. Ausnahmen einmal abgesehen) finden. Außerdem gibt es genügend Beispiele, dass gerade ein so riesiges Sport-Highlight im Endeffekt ein Riesen-Loch in der Kasse hinterlassen hat.

Deshalb: Mit Augenmaß vorgehen, nicht übernehmen, auch nicht zu viele Sport-Höhepunkte anvisieren, sondern gezielte Prioritäten setzen. Darüber hinaus können im Jubiläumsjahr mit einigen Ideen durchaus nicht so "aufwendige" Events realisiert werden: z.B. Erweiterung des schon traditionellen (Jugend-Wettkampfs/Turniers durch (internationale) Partnerstädte o.ä.; Ball-Spielbegegnung: eigener Verein (Senioren oder AH) gegen eine entsprechende Stadt-/Ligaauswahl (Spieler oder Trainer) u.v.m.

Diese Sport-Termine sind unbedingt in die Planungsarbeit (Termine, Presse, Werbung) der Gesamt-Aktivitäten des Jubiläums sinnvoll einzubeziehen!



Besondere Veranstaltungen für Kinder/Jugendliche/Erwachsene/Senioren

Hier sind eine Fülle von speziellen Aktionen denkbar, die sich am Alter sowie an der sportlichen, kulturellen und geselliger Betätigung orientieren können: z.B. Kinder-/Familienfest, Jugenddisco, Wandern, Rallye, Mal-Wettbewerbe, Sammelaktionen, Basar, Flohmarkt, Schnupperkurse, Hobbyturniere, Foto-Kurse, Theater-Musikgruppen, PC/Internet-Kurse, Lauftreffs, Zeltlager, Fahrten u.v.m.

Der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt. Doch Achtung: Nicht verzetteln (manche Aktionen sind sehr aufwendig). Auch hier überlegen, ob und wie sich einige der Angebote "konzentrieren", d.h. beispielsweise in den Ablauf einer Fest-/Sportwoche sinnvoll integrieren lassen.

Die regulären Vereins/Abteilungsveranstaltungen im Jubel-Jahr

Auch die üblichen Vereinsveranstaltungen sind für das Jubiläum "nutzbar", z.B. die gesellige Veranstaltungen, wie Wanderungen, Reisen, Neujahr, Fasching, Weihnachten; Tanz in den Mai, Schlachtfest etc., oder die Vereinsversammlungen, wie Jahreshauptversammlung, Abteilungsversammlungen, oder die diversen Wettkämpfe/Wettspiele im Sportbetrieb oder die traditionellen Turniere usw.

Der Bezug zum Jubiläum, v.a. durch Aufnahme und Hinweise im "Jahres-Überblick", aber auch durch Informationsverbreitung bei den Mitgliedern und durch diverse "Ehrungen" ist gut herstellbar. Insbesondere sind aber Terminüberschneidungen und die besondere Belastung der Vereins-Mitarbeiter (Doppelbelastungen) rechtzeitig festzustellen und zu korrigieren.

2.4. Festwoche/Festtage als gesellig-sportliche Ereignisse

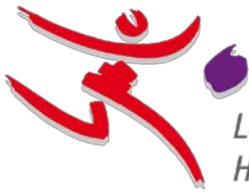
Die zahlreichen Einzel-Aktionen lassen sich meist - nach entsprechender "Auswahl" und Eignung - zu einem mehrtätigen Jubiläums-Event zusammenführen, sei es als 7-9-tägige Festwoche (von Wochenende zu Wochenende) oder als 2-3-tägige Festtage (praktisch ein Wochenende), manchmal lassen sich auch günstige Feiertage als "Verbindung" nutzen.

Viele Vereine können dabei auf ihre regulären/traditionellen Sportwochen/Sporttage zurückgreifen, die schon ein Bündel sportlicher und geselliger Angebote beinhalten. Damit hat der Verein auch für das Jubiläum eine günstige Ausgangsbasis. Können doch die eh vorgesehenen Veranstaltungen (z.B. Jugendturniere, Sportwettkämpfe, Freundschaftsspiele, Musik- und Tanzveranstaltungen) für das Jubiläum entsprechend erweitert konzipiert werden.

Meist sind auch geeignete Örtlichkeiten (z.B. Festzelt), technische Ausstattungen und Prozeduren, Bewirtungs- und "Personal"-Fragen zumindest teilweise vorgeklärt. Günstige Voraussetzungen also für die Planung und Organisation einer Festwoche.

Beispielsweise könnte zu einer bestehenden Sportwoche (v.a. Jugendturniere) ein Kinder-/Familienfest, diverse Schnupperkurse/Hobbyturniere einzelner Sparten, attraktive Aktiven-/Oldie-Spiele, ein Flohmarkt und evtl. der Bunte Abend hinzukommen und damit insgesamt eine interessante Festwoche entstehen lassen, die viele der vorgestellten Einzel-Aktionen zu einem sinnvollen Ganzen integriert.

Die Vorteile liegen auf der Hand, doch Vorsicht: Bei einer 7-9-tägigen Festwoche muss die Planung unbedingt die Belastungsdauer für die Mitarbeiter und Helfer berücksichtigen, d.h. durch entsprechende Teamarbeit, Arbeitsteilung und Pausen sowie eine sinnvolle Programmbelegung der einzelnen Tage den Stress (v.a. für die immergleichen "Verrückten") auf ein erträgliches Maß reduzieren. Im Zweifelsfall das Programmangebot durchforsten, weniger anbieten und evtl. die Anzahl der Tage kürzen.



2.5. Die Historische Ausstellung

Als spezielle und vielseitige Veranstaltungsform bietet sich in jedem Fall eine Ausstellung an. An der Historie des Vereins orientiert, ergeben sich hierbei günstige Möglichkeiten im Rahmen des Jubiläums, aber auch für die generelle Vereinsarbeit. Denn durch die Erarbeitung einer Historischen Ausstellung entsteht eine umfassende Dokumentationsbasis, die sich z.B. auch für diverse Publikationen (u.a. Festschrift) und die Pressearbeit nutzen lässt, gleichzeitig aber in Form der Ausstellung als lebendige Geschichte des Vereins der Öffentlichkeit - im Rahmen unterschiedlicher Anlässe - präsentiert werden kann: z.B. anlässlich des Festakts und/oder im Rahmen der Festwoche und/oder beim Stadtteilstadtteilfest u.a.m. Zusätzlich wird mit der Arbeit an der Ausstellung ein Grundstein für ein Vereinsarchiv gelegt.

Die Vor-Arbeiten für eine Ausstellung (Konzept, Themenkreise, Suche nach Exponaten), aber auch die technisch-künstlerische Realisierung sind, wenn ein gewisser Minimal-Anspruch erfüllt werden soll, sehr zeit- und arbeitsintensiv (insbesondere wenn im Verein bislang praktisch keine/wenige Zeugnisse gesammelt worden sind) und setzen bei den Machern einige (Fach-) Kenntnisse voraus. Daher auf jeden Fall auf die Mitarbeit bzw. Beratung von Experten zurückgreifen (evtl. im Verein vorhanden oder bei entsprechenden Institutionen: Sport-/Fachverband, Museum, Stadt-Archiv, Kulturamt). Dabei kommen in der Regel auch gute Hinweise zu den Kosten einer Ausstellung, die nicht zu unterschätzen sind.

Eine "bescheidene" Ausstellung mit Foto-Dokumenten, diversen schriftlichen Zeugnissen aus der Vereinsgeschichte sowie Zeitungsausschnitten (evtl. auch ein paar Sport-Geräte/Ausrüstungsgegenstände) sollte jedoch fast jeder Verein hinkriegen!



3. Das Jubiläum öffentlich machen

Der dieses Kapitel beherrschende Begriff lautet "Information".

Dahinter steht eine ganz simple Angelegenheit: Keiner feiert für sich allein; das wäre nicht nur langweilig, sondern auch unsinnig. Schließlich will man ja aus Anlass des Jubiläums etwas mitteilen, etwas "rüberbringen", etwas weitergeben, und sei es nur die Tatsache, dass es einen Anlass zum Feiern gibt.

Also: Damit ein Jubiläum begangen werden kann, bedarf es entsprechender Mitteilungen darüber, was wie wo wann und warum von wem gemacht wird. Genau dies leistet im günstigsten Fall die Informations- und Öffentlichkeitsarbeit eines Vereines. Genau genommen sogar noch eine Menge mehr, nämlich einen wichtigen Beitrag zur Entwicklung des Vereinslebens; dazu aber später. Nur so viel an dieser Stelle: Der "internen Kommunikation" kommt bei der Vorbereitung und Durchführung von Jubiläen eine beachtliche Bedeutung zu.

3.1. Planung und Kontrolle

Zunächst eine Bemerkung vorweg: Gerade die Informations- und Öffentlichkeitsarbeit sollte in besonderem Maß geplant und kontrolliert werden. Zum einen, weil enorm viel von einer erfolgreichen Öffentlichkeitsarbeit abhängt: zum anderen laufen hier Prozesse über eine längere Zeit, und das macht eine entsprechende Kontrolle dringend nötig.

An drei Beispielen soll dies kurz hier erläutert werden:

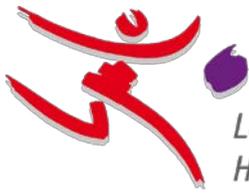
1. Wer im Verein verfügt über welche Kontakte? Sollten diese nicht oder nur schwach vorhanden sein, kann es recht mühselig und langwierig sein, entsprechende Adressen, AnsprechpartnerInnen etc. zu ermitteln und Kontakt aufzunehmen. Vor allem ist es wichtig, die richtigen Leute zu haben und mit dieser Aufgabe zu betrauen. Kontaktfreude, eine gewisse Beredsamkeit, Durchsetzungsfähigkeit, detektivisches Geschick, aber vor allem eine große Begeisterung für die Sache sind nur einige wünschenswerte Voraussetzungen.
2. Wer schreibt die Texte, liefert die Bilder? Auch hier gilt: Am besten dran ist ein Verein, in dessen Reihen sich entsprechend Befähigte befinden, seien es Journalisten, Fotografen, mit dem Schreiben von Texten sonst wie Vertraute etc. Hinzu kommt, dass vor allem das Verfassen von längeren Texten (Dokumentationen, Chroniken, Überblicke) mit Recherchen etc. verbunden ist, per se also längerfristig angelegt ist und deshalb ohnehin einer regelmäßigen Kontrolle bedarf.
3. Wie werden die Veröffentlichungen weiter verbreitet? Hier geht es vor allem um den Druck, je nach Vorhaben auch um Satz und Gestaltung, gelegentlich auch um den Versand von Erzeugnissen. Und da hier verschiedene Instanzen ineinander greifen, darunter auch Betriebe, die termingebunden arbeiten, ist eine korrekte Planung und entsprechende Kontrolle unabdingbar; Verzögerungen können hier ohne weiteres ein Projekt gefährden bzw. den Verein teuer zu stehen kommen.

3.2. Zielgruppen

Am Anfang aller Überlegungen, was es nun mit der Öffentlichkeitsarbeit des Vereines zum Jubiläum auf sich hat, sollte geklärt werden, an wen sie sich wendet. Hier gilt nämlich ähnlich wie bei der Bestimmung der Ziele, dass wahrscheinlich nur in den seltensten Fällen alles Mögliche auch getan werden kann, also eine Auswahl und Konzentration auf das Machbare erfolgen muss.

Prinzipiell richtet sich Öffentlichkeitsarbeit an folgende "Zielgruppen":

- Den Verein selbst: Nicht alles, was im Festausschuss oder im Vorstand besprochen wird, findet automatisch seinen Weg zu den Vereinsmitgliedern, in die Abteilungen etc.
Im Gegenteil: Wenn es keine planmäßigen vereinsinternen Informationskanäle gibt, besteht sogar die Gefahr, dass die Mehrzahl der Mitglieder dem Vorhaben "Jubiläum" fremd gegenüber steht, der Verein nicht "mitzieht", wie es dann immer so schön heißt.



- Die Herausgabe von Mitglieder-Rundbriefen, einer Vereinszeitung, die Gestaltung eines ansprechenden Schaukasten am Vereinsheim, evtl. auch die Durchführung einer Mitgliederversammlung; all dies (oder das eine oder andere davon) ist nötig, wenn erreicht werden soll, dass sich der ganze Verein mit den Plänen zum Jubiläum identifiziert, dass alle das Jubiläum als "ihr Fest" empfinden.
- Da man aber nicht im eigenen (manchmal gar nicht so) kleinen Kreis feiern möchte, bedarf es gezielter Maßnahmen, um die Bevölkerung des Ortes, der Stadt, des Stadtteiles oder auch einmal der Region anzusprechen. Schließlich sind es die Anwohner, die Bürgerinnen und Bürger, die zum Feiern eingeladen werden.
- Und da dies nicht nur mit Mundpropaganda, mit Handzetteln und/oder Plakaten geschehen kann, ist es völlig legitim, sich an die örtlichen Medien zu wenden. Öffentlichkeitsarbeit ist also auch (und nicht zum wenigsten) Presse- und Medienarbeit; sie reicht weit über die pure Terminbekanntgabe hinaus. Und sie richtet sich auch nicht allein an die Tageszeitung(en) vor Ort; inzwischen gibt es - von vielen gar nicht wahrgenommen, aber insbesondere bei Jugendlichen beliebt - nahezu überall regionale Radiosender, und auch das Regionalfernsehen sollte als möglicher Ansprechpartner gesehen werden.
- Hinzu kommen spezielle Medien: Verwiesen sei aber auf eine Fülle von örtlichen Veranstaltungskalendern, Szeneblättern, Anzeigenzeitungen mit kleinen redaktionellen Teilen etc.
- Erfolgreicher Öffentlichkeitsarbeit gelingt es auch, wichtige örtliche Institutionen, Verbände und Einrichtungen in ihre Informationsbemühungen einzubeziehen. Dies gilt natürlich in besonderem Maß für die Vertreterinnen und Vertreter der Politik (Ortsbeiräte, Stadtverordnete, Bürgermeister, aber auch Parteien) und des Sports (Gremien auf Stadt- bzw. Kreisebene).

3.3. Mittel der Öffentlichkeitsarbeit

Die Mittel, mit denen informiert werden kann, sind äußerst vielfältig; wobei es schnell klar wird, dass sich bestimmte Mittel besser (oder schlechter) für bestimmte Zwecke eignen als andere. Es folgt eine Auflistung, die nach bestimmten Kriterien strukturiert wurde, sodass eine entsprechende Auswahl im Verein getroffen werden kann.

Festschrift

Die Herausgabe einer Festschrift ist oftmals die bedeutsamste publizistische Aktivität im Verein: Zum Jubiläum vereint die Festschrift Chronik, Darstellung des Vereinslebens, Ankündigungen von Veranstaltungen und Ereignissen im Jubeljahr bis hin zu Unterhaltsamem und politisch Bedeutsamem (z.B. Grußworte der örtlichen Prominenz). Zur Finanzierung dienen oftmals Anzeigen; eine Festschrift eignet sich aber u.U. auch dazu, gegen eine Unkostenbeteiligung verkauft zu werden.

Dokumentationen

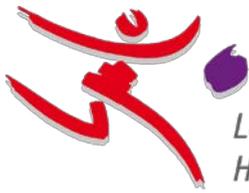
Hier handelt es sich in der Regel um umfangreiche, ausführliche historische oder sachbezogene Information über den Verein, seine Abteilungen/Sparten, seine Geschichte etc. Die Mitglieder kommen stark zu Wort; es werden viele Dokumente, Abbildungen und Materialien wiedergegeben. Finanziert werden solche Broschüren vom Verein, durch den Verkauf und/oder durch Anzeigen von Werbepartnern. Dennoch tritt der werbende Faktor stark zurück. Dokumentationen können verschiedenste Stoffe zum Inhalt haben: Chroniken, Festschriften, Vereinsgeschichten, Darstellungen von Veranstaltungen ... bis hin zur Darstellung der Sparten und Abteilungen des Vereines und ihrer Geschichte.

Die Herausgabe einer Dokumentation ist eine langfristige, gelegentlich langwierige Aufgabe; sie ist in aller Regel mit der Aufarbeitung der Geschichte des Vereins verbunden (siehe dazu weiter unten).

Bei der Erstellung von Broschüren dieses Umfangs sollten professionell im Gestaltungs- und Satzbereich (aus dem Verein oder von außerhalb) hinzugezogen werden; unter Umständen empfiehlt sich die Übergabe der gesamten technischen Durchführung an einen Profi.

Public Relation

Unter diesem Begriff werden hier diejenigen Tätigkeiten zusammengefasst, bei denen die kurzfristige schriftliche Information der Öffentlichkeit, aber auch der Vereinsmitgliedschaft im Vordergrund steht.



Presseerklärungen und -mitteilungen sind das häufigste Mittel zur Weitergabe von Informationen: Der Verein liefert der örtlichen bzw. regionalen Presse Texte, die möglichst so formuliert wurden, dass die entsprechenden Redaktionen damit wenig Arbeit haben, sie also nahezu unverändert als Artikel übernehmen können. Kommen noch einige Fotos oder Abbildungen hinzu, kann man daraus auch eine vollständige Pressemappe machen. Dabei sollte aber klar sein: Ob nun wirklich etwas, und wie viel, über die Jubiläumsveranstaltungen berichtet wird, hängt von den jeweiligen Redaktionen ab. Darum ist es besonders wichtig, den/die richtige Ansprechpartner/in zu kennen oder herauszufinden. Erste Anlaufstelle sollte eigentlich immer die Lokalredaktion oder die des Stadtteiles sein.

Es ist darum auf jeden Fall sinnvoll, mit zusätzlichen Informationen (Anrufe, persönliche Einladungen, Angebote zum Gespräch vor Ort) und Attraktionen (ein geschicktes Timing schafft hier "fotogene" Höhepunkte) die Kontakte zur örtlichen Presse zu intensivieren.

Mit Flugblättern und kurzen Ankündigungen wird die örtliche Öffentlichkeit direkt angesprochen und zu bestimmten Veranstaltungen eingeladen; die Verteilung erfolgt meist flächendeckend oder über die Vereinsmitglieder, z.B. über die Vereinsjugend. Je nach Auflagenhöhe, Finanzen und beworbenem Ereignis ist der Aufwand für solche Flugzettel, Flyer oder Faltsblätter äußerst unterschiedlich; auch hier ist die Hilfe eines Profis von großem Nutzen, auch wenn es darum geht, preisgünstige Verfahren der Herstellung zu finden.

Briefe und Mitteilungen dienen vor allem dazu, einen klar umrissenen Kreis zu informieren: In der Regel die Mitgliedschaft oder bestimmte Zielgruppen (z.B. die örtlichen Politiker und Vereinsvorstände). Auch hier reicht die Bandbreite von einfachen Anschrieben bis zu regelmäßig für die Dauer des Jubiläums-Jahres herausgegebenen Mitglieder-Rundbriefen.

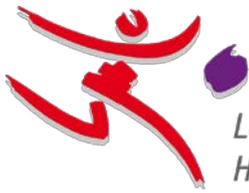
Sichtwerbung im öffentlichen Raum

In Anbetracht der Tatsache, dass die örtlichen Zeitungen nur noch einen schwindenden Anteil an der Bevölkerung erreichen, werden Veranstaltungen in zunehmendem Maß über die Sichtwerbung bekannt gemacht.

Das meistgenutzte Mittel stellen dabei *Plakate* dar. Nur bei sehr guten Finanzen eines Vereins findet eine Plakatierung auf Werbeträgern im öffentlichen Raum (v.a. Litfass-Säulen) statt; die weitaus häufigere Form sind kleinformatige Plakate, die vor allem in Läden, Gaststätten, vor Schulen, am Sportplatz etc. aufgehängt werden. Schon das Gespräch mit den jeweiligen Ladenbesitzern, Wirtinnen etc. stellt ein wichtiges Element der Öffentlichkeitsarbeit dar; bei solchen Gelegenheiten wurden schon oft erfreuliche Kontakte zwischen Verein und Geschäftsleuten eingeleitet, bis hin zu längerfristigem Sponsoring. Zu beachten ist, dass nur eine begrenzte - oftmals "umkämpfte" - Fläche zur Verfügung steht: Größen von DIN-A-2 (ca. 42 auf 60 cm) stellen die absolute Obergrenze dar. Oftmals ist eine Kombination von kleineren (A-3) Plakaten mit zusätzlichen ausgelegten *Handzetteln* auf der Theke wesentlich sinn- und wirkungsvoller.

Eine ausgesprochen wirkungsvolle Möglichkeit zur Bekanntmachung insbesondere von aufwändig geplanten Festen, Turnieren und Veranstaltungen stellen *Groß-Transparente* dar. Sie setzen allerdings zweierlei voraus: 1. Möglichst zentrale Orte mit geeigneten Bedingungen zur Aufhängung (Brücken, Kreisel, Übergänge etc.; Anmeldungen beachten) und 2. Werbepartner, die ein solches Geschäft auf Gegenseitigkeit eingehen, weil sie sich davon Vorteile erwarten.

Bleibt noch eine der traditionellsten Bekanntmachungsformen zu erwähnen: Fast jeder Verein hat in, in der Nähe von oder gelegentlich auch außerhalb des Vereinsgeländes einen *Schaukasten*. Für die Zeit des Jubiläums kommt dem Schaukasten vor allem für die eigenen Mitglieder erhöhte Bedeutung zu: Hier sollten sie all das erfahren, was in Bezug auf die Feierlichkeiten geplant, in Angriff genommen, beschlossen, erreicht und durchgeführt wurde. Ein zentral im Ort (Hauptstraße, Marktplatz) gelegener Schaukasten kann eine ähnliche Funktion für die interessierte Öffentlichkeit übernehmen. Wichtig ist hier (wie bei allen langfristigen Informationsmitteln, z.B. Internetseiten) eine hohe Aktualität; Voraussetzung dafür ist eine gesicherte Verantwortlichkeit bei der Betreuung.



Anzeigen und Merchandising

Während die bislang benannten Werbemittel und -träger gewissermaßen natürliche Gegebenheiten nutzen und auch nur das jeweils verwendete Material kosten, gibt es eine große Gruppe von Möglichkeiten zur öffentlichen Bekanntmachung, die mit finanziellem Einsatz (aber auch gelegentlich Einnahmen) verbunden ist.

Am meisten genutzt ist dabei die Methode, mit Anzeigen zu arbeiten: Sei es, dass der Verein zur Ankündigung selbst Anzeigen schaltet (Tageszeitung; örtliche Wochenzeitung, evtl. sogar örtlicher Rundfunksender), sei es, dass er in seinen Veröffentlichungen (Festprogramm, Plakate etc.) Anzeigen von Gewerbetreibenden abdruckt.

Erfahrungen zeigen, dass bei konsequentem Herangehen

- Festlegung eines kompetenten Verantwortlichen,
- Nutzung der bestehenden geschäftlichen Beziehungen,
- Heranziehung eines Grafikers, der die Vorlagen in Form bringt,
- Erstellung eines Mediablattes, aus dem die potentiellen Anzeigenkunden Größe, Preise und weitere Festlegungen wie Farbe, Dateiformat für den Druck etc. entnehmen können),
- über Anzeigen ohne weiteres die Herausgabe einer Festschrift oder eines Programms zu finanzieren ist.

Dabei gibt es einen wichtigen Nebeneffekt: Auf der Suche nach Anzeigen bringt sich der Verein bei der örtlichen Geschäftswelt ins Gespräch, erhöht seine Bekanntheit und erschließt je nach Aktivitäten mehr oder weniger neue Kontakte, die sich auch anderweitig (Trikotwerbung, Bandenwerbung auf dem Sportplatz, Unterstützung bei Tombolen etc.) nutzen lassen.

Nicht zuletzt aus diesem Grund sollte die Gewinnung von Anzeigen für Publikationen in der Regie des Vereins bleiben und nicht an Außenstehende abgegeben werden – es sei denn, diese übernehmen entsprechende weitergehende Verpflichtungen.

Mit Anzeigenwerbung ist es aber nicht getan: Viele Vereine nutzen gerade Jubiläen, um mit ihrem guten Namen in die Öffentlichkeit zu kommen und zusätzlich damit Geld zu verdienen. Kaffeetassen mit dem Vereinswappen, Trikots mit einem Sonderdruck, Fahnen, Anstecker, Autoaufkleber ... der Fantasie sind kaum Grenzen gesetzt, wenn es darum geht, mit "Merchandising" sich bekannt zu machen und der Vereinskasse Gewinne zuzuführen.

Dabei seien jedoch drei Hinweise erlaubt:

- Alles zu sehr vermarkten zu wollen, kann auch dazu führen, dass der Verein in einen schlechten Ruf ("Geldschneider") gerät.
- Auch Merchandising muss sehr realistisch geplant werden: Sonst gibt es im Verein für die nächsten 10 Jahre an Weihnachten immer die gleichen Handtücher mit dem Vereinswappen oder Trikots mit einem Spruch zum 50. Geburtstag, weil man sich ein klein wenig verkalkuliert hat.
- Wichtig ist eine einheitliche, durchgängige Gestaltung der verschiedenen Artikel. Ein einziges Logo, ein einziges Motto, alles in den gleichen Farben – dies klingt selbstverständlich, ist es aber, wie man täglich beobachten kann, keineswegs.

Ziel sollte immer sein: Ein positives, attraktives Gesicht des Vereins zeigen.

Darüber hinaus gibt es Formen, wie die örtliche Geschäftswelt den Verein unterstützen kann. Dies gelingt umso leichter, je besser wir das Prinzip "Geschäfte auf Gegenseitigkeit" verstehen und anwenden. Preise für die Tombola (die Spender werden genannt); Blumen für den Festakt von der Gärtnerei, die in ihrem Fenster eine Vereinsdekoration aufbaut; Plakate von einem Grafiker und/oder einer Druckerei, die darauf ihre Eigenwerbung unterbringen und dafür einen Kostenanteil übernehmen: Möglichkeiten gibt es genug, die sich auch ohne weiteres zum Wohl der Vereinskasse – und sei es nur, weil Geld gespart wird – niederschlagen. Ergebnis ist ein verstärktes Auftreten in der Öffentlichkeit, ohne dass der Etat belastet wird.

Und wie oben schon erwähnt: Ergebnis ist auch ein engeres Verhältnis zur Geschäftswelt im Ort, eine Verstärkung der Kontakte über das Jubiläums-Jahr hinaus.



Multimedia

Je nach technischem Niveau, das in der Regel einzelne Mitglieder des Vereins erreicht haben, bieten sich zur Darstellung in der Öffentlichkeit zwei weitere Felder an, die unter dem Oberbegriff "Multimedia" zusammengefasst werden:

Nicht nur zur Dokumentation, sondern auch im Vorfeld und zur Werbung kann mit einem Video/Film über den Verein gearbeitet werden. Beispiel: Im örtlichen Fernsehgeschäft läuft auf dem Vorführgerät im Schaufenster ein Film über die Geschichte des Sportvereins: Wenn dieser gut gemacht wurde (und Qualität ist hier unverzichtbar - schließlich geschieht diese Selbstdarstellung in einer kritischen und vielen Eindrücken ausgesetzten Öffentlichkeit), ist er mit Sicherheit innerhalb kurzer Zeit Ortsgespräch.

Ähnlich ist es mit der Präsenz des Vereines im Internet über eine eigene Homepage. Auch hier darf nicht "gut gewollt" mit "gut gemacht" verwechselt werden; mindestens ebenso wichtig ist bei diesem Medium die Aktualität. Nichts ist schlimmer als eine Internet-Terminliste, die mit dem vorletzten Monat endet.

Hilfe von Profis sollte zumindest erwogen werden; vielleicht ist ja einer von ihnen "bislang passives" Mitglied im Verein!

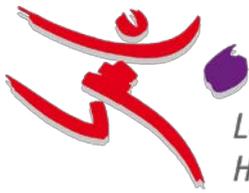
3.4. Das Jubiläum dokumentieren

Als letzter Punkt soll ein Sachverhalt angesprochen werden, der zu oft übersehen wird: Zur gelungenen Öffentlichkeitsarbeit in einem Festjahr gehört unbedingt, die eigenen Aktivitäten zu dokumentieren.

Aufbewahrt und dokumentiert werden sollte im Prinzip alles:

- Fotos und Filme von Veranstaltungen und Ereignissen,
- Texte von Reden und Grußworten,
- das Gästebuch, das bei Veranstaltungen wie der Akademischen Feier begonnen und im gesamten Jubiläumsjahr geführt werden kann,
- Zeitungsausschnitte der örtlichen Berichterstattung,
- Plakate und Broschüren, die vom Verein erstellt wurden,
- alles ...

Es kann sich sogar anbieten, ein Jubiläumsjahr mit einer Veranstaltung zu beenden, in der das gesammelte Material nochmals (evtl. in einer Ausstellung) präsentiert wird. Mit Sicherheit hinterlässt eine solche Dokumentation des Jahres einen bleibenden Eindruck in- und außerhalb der Mitgliedschaft. Vor allem aber vermittelt sie das realistische Gefühl dafür, wie viel alle Beteiligten unternommen haben, wie aktiv sie waren, wie viel sie zustande gebracht haben. Und daraus lässt sich mit Sicherheit viel Kraft schöpfen - für die Zeit bis zum nächsten Jubiläum...



4. Finanzen und rechtliche Aspekte

Die folgenden Hinweise und Anregungen sind nicht zuletzt deswegen so wichtig, weil bei allem guten Willen sich auch im Verein letztlich nicht viel bewegt, wenn nicht die finanziellen Voraussetzungen gegeben sind; und dazu gehört, dies vorweg, vor allem eine klare, für alle Beteiligten durchsichtige finanzielle Planung des Jubiläums-Jahres.

Was also bei den Erörterungen über die strategischen Ziele und organisatorische Vorgaben ausgeführt wurde, gilt im finanziellen Bereich umso mehr: Verbindlich planen, kontrolliert ausgeben, durchschaubar "abrechnen".

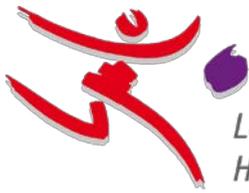
Je nach Größe und Umfang der Vorhaben ist es sinnvoll, für das Jubiläum einen gesonderten Finanzplan zu erstellen. Je ausführlicher dieser alle entstehenden Unkosten aufführt, desto realistischer wird die Planung. Hier sollte also einige Zeit auf Details verwendet werden!

Dabei ist es in der Regel so, dass nicht alle Kosten durch die allgemeinen Mittel des Vereines zu decken sind: Mit der Vorbereitung des Jubiläums ist also auch die Erschließung von zusätzlichen Mitteln verbunden. Der Grundsatz "Es muss bezahlbar sein" gilt also auch hier. Dazu später noch konkrete Hinweise.

Sparsames Wirtschaften sollte allerdings nicht zu Geiz, zum Sparen an der falschen Stelle führen: Wenn Ausgaben letztlich vorteilhaft für das Gelingen der Feierlichkeiten sind, sollten sie getätigt werden - und Mühe darauf verwendet werden, wie die Mittel beschafft werden können. Beispielhaft sei auf die Öffentlichkeitsarbeit verwiesen: Oftmals lohnt die Einbeziehung oder sogar die Delegation der Arbeit an einer Festschrift an Profis (wahrscheinlich aus dem Verein, damit es immer noch preisgünstiger wird), weil sich der Verein als Ganzer von vielen Kleinigkeiten entlastet, weil die Arbeit einen gewissen Anspruch erfüllen kann, weil Zeit für andere Aufgaben frei wird ... und weil die Gefahr besteht, dass die Unzufriedenheit an gut gemeinten, aber deshalb noch nicht guten Ergebnissen die Freude über die gesparten Beträge überwiegt. Dies kann sogar bis zu dem Punkt führen, dass beispielsweise auch die Akquisition der Anzeigen voll verantwortlich (incl. der gesamten Rechnungslegung) außerhalb des Vereins stattfindet - dies hat u.a. den Vorteil, dass dem Verein erst gar keine Einnahmen entstehen...

Dabei gibt es im Zusammenhang mit Jubiläen und ähnlichen Ereignissen eine Reihe von Möglichkeiten, Einnahmen zu tätigen:

- *Programmhefte und Chroniken* können für einen Kostenbeitrag verkauft werden; sie sollten es sogar, weil dadurch ihre Wertschätzung und Beachtung größer ist; Einnahmen bei bestimmten Veranstaltungen (Bunter Abend, Disco etc.) sind ohne weiteres vertret- und erklärbar;
- oft gibt es im Verein Spezialist/innen, die mit großem Einsatz und Erfolg eine *Tombola* organisieren: Der Mittelstand vor Ort, Spender der kleinen und großen Preise, wird auf diese Weise auch in die Vorbereitungen zum Jubiläum eingebunden;
- auf die Möglichkeiten des "*Merchandising*" wurde schon mehrfach hingewiesen: T-Shirts mit dem Logo und/oder Motto des Jubiläums-Jahres sind eigentlich immer ein Renner; weiteren Ideen (Kaffeetassen, Wimpel, Autoaufkleber, Regenschirme, Mützen ...) sind eigentlich kaum Grenzen gesetzt;
- die wahrscheinlich wichtigste Quelle für Einnahmen aber sind *Anzeigen* der örtlichen Geschäftswelt. Damit lässt sich nicht nur eine Festschrift finanzieren, sondern werden auch die Beziehungen zu den Gewerbetreibenden vor Ort verstärkt: unschätzbare Stärke eines jeden in der Kommune verankerten Vereines.



4.1. Möglichkeiten der Finanzierung

Welche Möglichkeiten gibt es nun im Einzelnen, und wie können sie erschlossen werden? Unterschieden werden sollte, wenn es um Unterstützung durch die Geschäftswelt geht, zwischen Anzeigen, Spenden und umfassenderem Sponsoring.

Spenden

Sachspenden dienen vor allem dazu, die schon angesprochene Tombola attraktiv zu gestalten, sind also eindeutig projektbezogen. Allgemeine Geldspenden hingegen fließen im Normalfall in den allgemeinen "Jubiläums-Topf". (Vor konkurrierendem Sammeln: hier die Jugend, dort eine Abteilung, hier der Vorstand, ist dringend abzuraten: Damit wird mehr Schaden angerichtet, weil sich die Geschäftsleute "gemolken" fühlen und außerdem der Eindruck von Chaos entsteht.) Dies kann, gerade im Zusammenhang mit dem Jubiläum, auch in ungewöhnlichen Formen ("Vereins-Aktien" vergeben, Bausteine etc.) geschehen.

Sponsoring

Beim Sponsoring liegen die Dinge etwas anders: Die jeweiligen Geldgeber spenden üblicherweise größere, eindeutig zielgerichtete Beträge (beispielsweise für Trikots, aber auch zur Finanzierung von Künstlern oder zur Ausstattung des Festsaales); als Gegenleistung erwarten sie, deutlich im positiven Licht dargestellt zu werden, sei es durch die Platzierung des Firmenlogos, durch die Erwähnung bei der Veranstaltung usw.

Auf Gemeinde-Ebene gibt es darüber hinaus auch Möglichkeiten, an Zuschüsse zu kommen: Eine Unterhaltung mit dem Kultur-Verantwortlichen oder mit dem Stadtarchiv, ob für die große Abschlussveranstaltung ein Zuschuss gegeben oder ob zur Erstellung der Chronik etwas hinzugegeben werden kann, lohnt immer, auch wenn die Kommunen im Normalfall auf ihre leeren Kassen verweisen. Schon die Bereitstellung eines Spielmobils zu besonderen Konditionen oder die kostenfreie Anlieferung von Kleinfeldtoren entlastet die Vereins-Finzen; Zuschüsse sind gegebenenfalls auch zur Finanzierung der Reisekosten von Turnierpartnern von weit her (Partnerstädte etc.) zu erhalten. Auch hier gibt es im Übrigen eine Art von Sponsoring: Der städtische Sport-Dezernent bringt im Normalfall zu seinem Grußwort auch einen Scheck mit...

Wichtiger als alle einzelnen Hinweise erscheint den Verfassern jedoch, auf ein allgemeines Prinzip bei der Sicherung von Finanzen hinzuweisen: auf das der Gegenseitigkeit. Jeder, der etwas gibt, will auch etwas erhalten, und wenn sich beiden Seiten nicht übervorteilen, sondern eine Partnerschaft zum gegenseitigen Vorteil eingehen, dann hält diese auch über die eine Aktion, das eine Ereignis, das eine Jubiläum hinaus: Verein und Partner kommen sich auf Dauer näher.

Dieses Prinzip gilt nicht nur in seiner Allgemeinheit, sondern lässt sich auch sehr konkret umsetzen: Die eine oder andere örtliche Zeitung ist bereit, längere Artikel oder sogar eine Sonderseite zum Jubiläum zu "fahren", wenn umgekehrt im Verein die Zeitung ausliegt oder verstärkt zum Abonnement angeboten wird. Wenn in einem der örtlichen Blumenläden nicht nur einmalig die Dekoration für die akademische Feier besorgt wird, sondern die Vereinsmitglieder auch bei anderen Anlässen und privat dort einkaufen, ist ein Entgegenkommen bei der Preisgestaltung zu erwarten. Gleiches gilt für Druckerei-Betriebe, für Speisen- und Getränke-Lieferanten, für den Elektrohändler, der die Musikanlage stellt etc.

So geplant, sollte das Jubiläum auf jeden Fall keine großen Kosten verursachen; es gibt genug Beispiele, wo sogar noch ein gelungenes Helfer-Fest aus dem erzielten kleinen Gewinn steigen konnte...

Und was noch wichtiger ist: Wenn in dieser Weise die örtlichen Kontakte einbezogen werden, verankert sich der Verein viel stärker in der Geschäftswelt und im öffentlichen Bewusstsein vor Ort als zuvor. Dies aber ist ein Effekt, dessen längerfristige Bedeutung gar nicht hoch genug eingeschätzt werden kann.



4.2. Finanz- und steuerrechtliche Vorschriften

Bei all dem gilt es zu beachten, dass auch Vereine in ein enges Korsett von finanz- und steuerrechtlichen Vorschriften gepresst sind. Die damit verbundenen Auflagen nicht zu beachten, kann sehr schnell die Feierlichkeiten trüben. Hier gilt es sich auch schon im Vorfeld ausreichend zu informieren und abzusichern. Im Normalfall sollte der Vereinskassierer die einschlägigen Vorschriften – genannt seien nur beispielhaft der Umgang mit Einnahmen, deren Geringhalten durch die Vergabe von Aufträgen an Dritte, die Berücksichtigung von Sachleistungen der Mitglieder, die Vorschriften beim Ausstellen von Spendenbescheinigungen – kennen (es sei in diesem Zusammenhang auf den [Steuerwegweiser](#) des Hessischen Ministeriums für Finanzen verwiesen); gegebenenfalls empfiehlt sich ein Kontakt mit einem Steuerberater, der evtl. ohnehin für den Verein aktiv ist.

4.3. Rechtliche und Genehmigungsfragen

Aber nicht nur steuerrechtliche Fragen sollten im Auge behalten werden, auch eine ganze Reihe von weiteren rechtlichen Vorschriften werden im Rahmen von Jubiläums-Veranstaltungen (natürlich nicht nur bei diesen) berührt.

Stichwortartig sei auf folgende Themenbereiche hingewiesen:

- Eine Reihe von Veranstaltungen, Umzügen etc. ist anmeldepflichtig; entsprechende Genehmigungen stellen in der Regel die kommunalen Behörden aus. Dort erhält man auch entsprechende Hinweise oder Formulare. Es können aber auch völlig andere Behörden involviert sein: Bei einem Luftballon-Wettbewerb beispielsweise ist die Luftüberwachung zu informieren.
- Hinzu kommen eine Reihe von Erlaubnissen (Ausschank, Essensverkauf), die angemeldet und für die teilweise besondere Genehmigungen (Gesundheitspass) benötigt werden.
- Auch für Feste gelten besondere Vorschriften über entsprechende Lautstärken und über Sperrstunden; wer sich vorher damit vertraut macht, erspart sich Ärger.
- Wird ein Zelt oder eine ähnliche größere Baulichkeit errichtet, so werden baurechtliche Vorschriften tangiert.
- Vorschriften des Jugendschutzgesetzes greifen gerade bei Sportvereinen in vielfältiger Weise, sei es bei sportlichen oder geselligen Veranstaltungen, bei Fahrten oder Feiern.
- In nahezu jedem Fall hält die GEMA die Hand auf, wenn Musik wiedergegeben wird.
- Vor allem bei Veröffentlichungen ist auf das Copyright (z.B. bei übernommenen Artikeln/Bildern) bzw. auf Persönlichkeitsrechte (Fotos von Veranstaltungen, auf denen Privatpersonen zu sehen sind) zu achten, wenn nachträgliche Beschwerden und Kosten vermieden werden sollen.
- Auch geschäftliche Abmachungen mit Dritten sollten in Ruhe formuliert werden, damit ein vertrauensvolles Kooperieren nicht durch Unklarheiten getrübt wird.

Auskünfte zu all diesen Punkten erhält man im Einzelnen bei Kommunen bzw. beteiligten Behörden oder Verbänden; wichtige Hinweise enthalten auch die entsprechenden Abschnitte hier im Vereinsberaterportal. Die z.T. recht komplexe Materie sollte aber nicht zur Resignation führen; auch hier gilt, dass oftmals sehr kompetente Mitglieder sogar im Verein sind, die entsprechende Informationen einholen und weitergeben können.