

Kalkulation / Einnahme-, Ausgabenrechnung	Werbemittelinsatz / Vermarktung	Besuchererwartung	Medienkooperation / Medienresonanz	Synergieeffekte / Vernetzungen	Nachhaltigkeitsaspekte
<p><b>1. Ausgaben-Kalkulation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Darstellung / detaillierte Listung aller Einzelkostenfaktoren, die in Vorbereitung / Umsetzung des Veranstaltungsprojekts als entgeltliche Leistungen fällig werden.</li> <li>- Nicht jedoch erstattete / kostenneutrale Leistungen Dritter sowie Aufwendungen des Geschäftsbetriebs (Raum-, Personal-, Betriebskosten)</li> <li>- Kostenbezogener Einzelnachweis aller Marketingmaßnahmen, die zur Projektwerbung / -vermarktung eingesetzt werden.</li> <li>- Nicht jedoch Bewirtungskosten /</li> <li>- Special Offers für besondere Personenkreise.</li> </ul> <p><b>2. Einnahmen-Kalkulation</b></p> <p>Angabe der Refinanzierungen aus:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Eintrittserlösen</li> <li>- Verkaufsumsätzen (Katalogen / Merchandising evtl. Gastro)</li> <li>- Beiträgen weiterer Zuwendungsgeber (öffentl. Hand/Stiftungen/Fonds)</li> <li>- Sponsoring</li> <li>- Eigenleistung / Risikoabdeckung</li> </ul> <p><b>* Fehlbedarfsnachweis / BIS-Ausgleich</b></p>	<p><b>3. Klassische Werbung</b></p> <p>Listung aller Einzelmaßnahmen an:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plakaten</li> <li>- * Belegung SIAS / Sondersäulen</li> <li>- * Weiterer Anschlag / Anzahl in Streuung: lokal/reg. 50 km/ überreg. 200 km / national</li> <li>- * Ladenhänger, Anzahl</li> <li>- - Flyer / Folder, verglb. / Auflage in Streuung / Reichweite: lokal, Stck. / reg. Stck. / überreg. Stck / national Stck.</li> <li>- Anzeigen in Medien/ Titeln: Mailings: <ul style="list-style-type: none"> <li>* an Einrichtungsbezogene Zielgruppe / Anzahl</li> <li>* an Projektbezogene Zielgruppe / Anzahl</li> </ul> </li> <li>- Hörfunk- / TV- Spots bei Sendern / Ausstrahlungsfrequenz</li> </ul> <p><b>4. Neue Medien</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Projekt-Homepage / Domain, www...</li> <li>- Projekt-Berücksichtigung unter Einrichtung-Homepage</li> <li>- Projekt-Verlinkung zuss. auf Domains</li> <li>- Projekt-CD</li> </ul> <p><b>5. PR</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pressebetreuung selbst / Agentur</li> <li>- Presseaktivitäten / Art, Anzahl</li> <li>- Nationale PR / Journalistenreise / spezielle Ansprache ausgewählter Medien / TV</li> <li>- Specials für weitere Kommunikatoren / Wirtschaft verglb.</li> </ul>	<p><b>6. Besucher-Prognose / Gesamt</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Anzahl Besucher / total</li> <li>- Anzahl auswärtig. Besucher / total</li> <li>- * davon % aus: reg. 50 km / überreg. 200 km / national</li> <li>- Zielgruppen-Ansprache: Aufkommen aus: <ul style="list-style-type: none"> <li>* Einrichtungs-Zielgruppe / Dateiumfang</li> <li>* Projekt-Zielgruppen (welche, wie erreichbar, Anzahl)</li> </ul> </li> <li>- Weitere Zielgruppenmaßnahmen / Umfang (Bildungseinrichtung, Verbände, Vereine, verglb.)</li> </ul> <p><b>7. Besucher-Erfassung / Dokumentation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Erfassung Kartenverkauf / Anzahl</li> <li>- Erfassung nach Postleitzahlen / nach Herkunft (vorhanden / geplant / realisiert bis)</li> <li>- Erfassung durch externe Zählung, Befragung / Controlling</li> </ul> <p><b>8. Besucher-Aufwand /-Subvention</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ermittelt pro Kopf / Gesamtkosten (Pro Kopf-Aufwand)</li> <li>- Ermittelt pro Kopf /BIS-Zuschuss (Pro Kopf-Subvention)</li> <li>- Abschätzung Subventionstendenz fallend / steigend (bezogen auf verglb. Veranstaltungen / Reihen)</li> </ul> <p><b>9. Projekt-Markteinschätzung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Projekt-Angebot im nachgefragten, aktuellen Trend</li> <li>- In Entsprechung Zielgruppen-Nachfrage</li> <li>- Innovativ, zukunftsfähig</li> </ul>	<p><b>10. Medienkooperation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Medienunternehmen als Veranstaltungspartner / Exkl. Präsentator / ausgew. Sponsor</li> </ul> <p><b>11. Medienresonanz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Allgem. Publikumsmedien</li> <li>- Erwartete Print-Beiträge (Prognose gestützt auf Ergebnisse verglb. Projekte)</li> <li>- * lokal / reg. Anzahl</li> <li>- * überreg. (200 km), Anzahl</li> <li>- * national, Anzahl</li> <li>- * Hörfunk-Beiträge; lokaler/ überreg. Sender, Anzahl</li> <li>- * TV-Beiträge lokaler/ überreg. Sender Anzahl</li> <li>- Fach- / Zielgruppenmedien, Erwartete Beiträge, Anzahl</li> </ul> <p><b>12. Dokumentation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Presse-Echo Erfassung durch <ul style="list-style-type: none"> <li>* Hausseitige Artikel-Sammlung</li> <li>* Professionellen Ausschnittdienst, extern</li> </ul> </li> </ul>	<p><b>13. Externer Vermarktungspartner:innen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Erlebnis Bremerhaven GmbH als Projekt-Vermarkter</li> <li>- Erlebnis Bremerhaven GmbH als Package-Vermarkter / Projekt + Hotel</li> <li>- Andere Vermarktungs- / Buchungspartner:innen</li> </ul> <p><b>14. Projekt-Kooperationen / Vernetzungen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Partner:innen in Projekt-Realisierung / -Art, Bedeutung</li> <li>- Verschränkung mit anderen Veranstaltungen (Pakete)</li> <li>- Gemeins. Werbe-, Vermarktungsaktivitäten</li> <li>- Verstärkungseffekte / Zusatzpotenziale Ressourcen, Werbeeinflüsse, Nachfragesteigerung</li> <li>- Kooperations-Rentabilität / erzielte Ressourceneinsparung durch Bündelung, langfristige Marketingeffekte</li> </ul>	<p><b>15. Barrierefreiheit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Schaffung von barrierefreien Angeboten (Veranstaltungsort, Erreichbarkeit, Toiletten, Kommunikation, etc.)</li> </ul> <p><b>16. Klimaverträglichkeit und Nachhaltigkeit (inkl. sozialer Aspekte)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Schaffung von nachhaltigen und klimaverträglichen Angeboten</li> <li>- Nachhaltigkeitskonzept für die Veranstaltung (Umfang, Themen)</li> <li>- Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten während des gesamten Bewilligungszeitraums (inkl. Planung)</li> </ul>