

# ARCHAEOWorks-Leitfaden

## 1. Allgemeines

Die Organisation einer ARCHAEOWorks sollte nicht mit einem Team unter 10 Leuten in Angriff genommen werden.

Es hat sich gezeigt, dass ein Zeitraum von 1 ½ Jahren für die Vorbereitung von ARCHAEOWorks nicht zu klein gewählt ist. Der Veranstaltungstermin sollte dabei möglichst früh festgelegt werden, wobei auf Großveranstaltungen in der Stadt und auf die Vereinbarkeit mit dem studentischen Kalender geachtet werden sollte. Außerdem hat sich der Frühling als Zeitpunkt einer ARCHAEOWorks als nicht so günstig herausgestellt, da zu diesem Zeitpunkt gerade die Grabungs- und Freilichtmuseumssaison beginnt. Wir empfehlen deshalb einen Termin zu Beginn des Wintersemesters.

Bevor die Arbeit beginnt, muss in dem Team eine gute Infrastruktur zur Kommunikation und Bearbeitung von Dokumenten geschaffen werden. Hierfür eignen sich Emailverteiler, ein gemeinsames Emailkonto und/oder Chatsysteme, sowie Quip, Piratepad, Googledocs oder ähnliches. Eine Dropbox oder gemeinsame Datencloud wird auch empfohlen, um das Austauschen von Dokumenten zu erleichtern.

Bei der Erstellung des Zeitplans sollte bedacht werden: Alle Aufgaben werden sich nach hinten verschieben und werden am Ende parallel abgearbeitet werden müssen. Das ist zu einem gewissen Grade normal, aber sehr stressig. Nehmt euch deshalb nicht zu viel auf einmal vor.

## 2. Konzept

Am Beginn der ARCHAEOWorks steht eine Konzepterstellung, wie in jedem Projektmanagement mit Finanz- und Zeitplan. Das Konzept sollte am Ende in einem guten Design vorliegen, da es benötigt wird, um Sponsoren von dem Vorhaben zu überzeugen. Wichtig ist es, Ziel und die Zielgruppe der Veranstaltung herauszustellen, den Sinn der Archäologie und die Wichtigkeit der Veranstaltung für Studierende der Archäologie zu beschreiben.

Gleichzeitig zur Konzepterstellung sollten Partnerinstitutionen (z. B. die eigene Hochschule, Forschungsinstitute am Ort o.ä.) gewonnen und sich auf die Räumlichkeiten festgelegt werden. Bei der Raumsuche an Universitäten kann es hilfreich sein, die Anfrage über jemanden mit Kontakten (wie z. B. einem\*r Professor\*innen) laufen zu lassen.

## 3. Finanzierung

Für die Finanzierung des Events werden Sponsoren benötigt. Hier ist es sinnvoll sich einerseits an den Sponsoren der letzten ARCHAEOWorks zu orientieren, als auch andere passende Stiftungen anzuschreiben. Die Anschreiben sollten personalisiert sein, d. h. Bezug auf die Satzung oder bereits geförderte Veranstaltungen des möglichen Sponsors nehmen. Hierfür reicht ein Absatz im sonst

generalisierten Text. Da dies ein längerer Prozess sein kann, ist es wichtig, auf die Datierung des Schreibens zu achten, damit es nicht zu sehr von dem Termin, an dem es beim Adressaten ankommen wird, abweicht. Sollten keine Antworten kommen, ist es sinnvoll nach 2-3 Wochen nachzuhaken, ob das Schreiben angekommen ist und wann / wie die Entscheidungen gefällt werden. Hierfür eignet sich ein Telefonat besser als Brief- oder Emailkontakt.

Bei einigen Sponsoren müssen bestimmte Fristen beachtet werden. Es empfiehlt sich, von Anfang an einen Überblick darüber zu haben.

Da die Sponsoren auf Flyern und Plakaten auftauchen möchten, ist es wichtig, das Thema der Finanzierung möglichst früh zu klären.

Den Finanzierenden ist im Nachhinein Rechenschaft über das ausgegebene Geld abzulegen. Deswegen müssen alle Rechnungen aufgehoben und nur angemessene Ausgaben getätigt werden.

#### **4. Programmerstellung**

Als nächstes können Aussteller\*innen und Referent\*innen gewonnen werden. Auch dies braucht mehr Zeit als man denken möchte. Hier ist es sinnvoll von Anfang an interne Deadlines zu setzen, bis wann eine Rückmeldung von der angefragten Person eingegangen sein muss, wann nachgehakt sein sollte und ab wann das Fehlen einer Antwort als Absage zu verstehen ist. Auch den Angeschriebenen sollte vermittelt werden, bis wann eine Rückmeldung erwünscht ist. Insgesamt haben wir die Erfahrung gemacht, dass Nachhaken gerne gesehen wird.

Grabungsfirmen sind schwieriger zu gewinnen, als wir vermutet hatten. Eine der Begründungen war, dass bereits zu viele Bewerbungen schlecht (praktisch) ausgebildeter Studierender eingehen und man sich durch die Messe nicht noch mehr „einfangen“ möchte. Doch gerade an der Messe bestünde die Möglichkeit mit Studierenden und auch den Auszubildenden, also Universitäten bzw. Professor\*innen, in Kontakt zu treten!

Die Deadlines für Zusammenfassungen / Abstracts sollten mindestens 2 Wochen vor dem absolut letzten Termin gesetzt werden, da sie gern vertrödelt werden oder aus akutem Zeitmangel verschoben. Hier warnen wir davor, mit dem Redaktionsschluss auf die letzte Zusammenfassung zu warten – es wird immer eine zu spät kommen / es nicht mehr ins Programmheft schaffen. Allerdings kann das Wort „Redaktionsschluss“ bei einigen bewirken, dass sie ihren Text doch noch rechtzeitig schicken.

Bei der Erstellung des Programms darf irgendwann keine Rücksicht mehr auf Extrawünsche genommen werden, da sie kompliziert genug ist. Da die Besucher auf das Programm warten, ist es eine gute Idee, lieber eine vorläufige Version etwas früher mit Lücken zu veröffentlichen und dann im Laufe der Zeit zu aktualisieren als bis auf die letzte Zusage zu warten.

Vor allem für das gedruckte Programmheft muss irgendwann ein Ablauf feststehen.

Stellt das Programmheft mindestens einen Monat vor Veranstaltungsbeginn fertig.

Wenn unter Zeitmangel gearbeitet werden muss, schleichen sich viele Fehler ein, versucht ihn deshalb zu vermeiden. Erarbeitet für das Korrekturlesen ein Rotationsprinzip, damit nicht zwei Leute gleichzeitig an einem Text arbeiten und so ein Fehler doppelt korrigiert wird. Sinnvoll ist es, wenn ein Text nacheinander von zwei Personen gegengelesen wird.

## **5. Werbung**

Gute Werbung ist sehr wichtig. Gerade, wenn ein Termin schon lange feststeht, kann man vorher „save the date“-Informationen rausschicken. So wird Neugier generiert. Werbung sollte Plakate, Flyer, Internetpräsenz (eigene Website, archäologische Websites, Kalender, Newsletter), Präsenz auf social media – Seiten (facebook, twitter) und Zeitschriften / Zeitungen umfassen. Früh sollte überlegt werden, ob eine Pressemitteilung versandt werden soll oder nicht.

Wurde die Werbung postalisch verschickt, ist es gut, bei den Instituten nachzufragen, ob sie angekommen ist. Das kann einerseits bei der Sekretärin als auch über studentische Verteiler geschehen.

Die facebook-Seite von ARCHAEOworks hat inzwischen über 650 likes – sie sollte weitergeführt werden. Social media haben eine große Reichweite, die möglichst gut genutzt werden sollte.

Die intensive Werbephase sollte mindestens 3 Monate umfassen.

## **6. Internetpräsenz und Anmeldungen**

Die eigene Website zu gestalten und aktuell zu halten ist ein wichtiger und zeitfressender Job. Hierfür sollte sich ein kleines Kernteam in enger Absprache zueinander bilden. Angaben auf der Website müssen richtig und aktuell sein, damit keine Verwirrung entsteht.

Benötigt werden eine Art Einleitung, Programm, wieviel es kostet, Anreise und Übernachtungsmöglichkeiten und eine Anmeldemaske.

Wird die Anmeldung mit Vorkasse gemacht, ist ein sehr enger Draht zum\*r Schatzmeister\*in des DASV wichtig, um Einsicht in die Eingänge auf das DASV-Konto zu bekommen. Die Listen der Angemeldeten richtig zu führen, ist essenziell, denn es geht um Geld. Hier sollten keine Fehler passieren.

## **7. Kontakt zu Vortragenden und Workshopleiter\*innen**

Im Kontakt zu Vortragenden und Workshopleiter\*innen, sollte man möglichst eine Person aus dem Team mit dem Kontakt zu einer Person betrauen. Hier ist es schwierig, „den Kontakt“ nach einer gewissen Zeit einem anderen Teammitglied abzugeben, da der schwerlich alle vorherigen Absprachen kennt. Auch bei der/dem Vortragenden oder Workshopleiter\*in kann das zu Verwirrung

führen. Es ist also gut, sich vorher zu überlegen, ob man als Teammitglied die ganze Zeit in der Lage sein wird, den Kontakt zu halten.

Allgemein gilt: Lieber etwas zu förmlich/höflich, als zu locker (“Sehr geehrte\*r alle Titel” und “mit freundlichen Grüßen”).

Wenn Kostenrückerstattungen angeboten werden (z. B. für die Anreise) ist es ungemein wichtig, von vorn herein klar zu erklären, unter welchen Bedingungen was erstattet wird. Hier ist z. B. wiederholt auf die Berechnungsgrundlage von Fahrtgeld zu verweisen, oder darauf, dass nur nach Absprache Materialtransporte finanziert werden. Musterrechnungen gehen ebenfalls gern “verloren”, hier könnte man einige ausgedruckte Exemplare bereithalten.

## **8. Helfer**

Ohne Freiwillige ist die eigentliche Durchführung der Messe kaum möglich. Hier haben wir die Erfahrung gemacht, dass es gut ist, die Helfer möglichst früh und nicht erst zum Antritt ihrer „Schicht“ in ihre Aufgaben einzuweisen. Auch vermeintlich leichte Jobs können Verwirrung stiften, wenn man den Hintergrund der Aufgabe oder die Technik nicht gut kennt. Hier sind kleine „Helferleitfäden“, auf denen auch die wichtigen Telefonnummern stehen, eine gute Idee. Außerdem sollten die Helfer mit den Räumlichkeiten und dem Zeitplan vertraut gemacht werden, um Wegweisung geben zu können.