

3.1 Marketing

Unter dem Begriff „Marketing“ sammeln sich viele verschiedene Abläufe, die in einem Unternehmen oder bei einem Reiseveranstalter in der Freizeitplanung auftauchen:

- Produktpolitik (Welche Freizeit bieten wir an?)
- Preispolitik (Was kostet die Freizeit uns und was berechnen wir den Teilnehmenden?)
- Kommunikationspolitik (Wo werben wir und wie?)
- Distributionspolitik (Auf welchen Wegen können die Teilnehmenden sich anmelden?)

Schwerpunkt dieses Kapitels ist der Punkt Kommunikationspolitik: Wo werben wir und wie? Die folgenden fünf Schritte vereinfachen den Weg zur passenden Werbung.

Definition der Zielgruppe

Wichtig für alle weiteren Überlegungen ist die klare Definition der Zielgruppe. Wer soll erreicht werden? Eine Surffreizeit für Jungen von 14 bis 17 Jahren hat beispielsweise die Zielgruppe Jungen, sportbegeistert, 14 bis 17 Jahre alt.

Detailinformationen suchen

Um die Werbung noch klarer zu platzieren, sollten weitere Detailinformationen zur Zielgruppe gesucht werden. Sollen zum Beispiel nur Jungen aus dem Ort angesprochen werden, weil aus der Freizeit eine Jungen-Jugendgruppe entstehen soll?

Richtige Plattform suchen

Wie ist die Zielgruppe einzuschätzen? Sind die Jungen viel online? Oder treffen sie sich ständig beim Kicken in der Sporthalle? Sind sie in der Kirche aktiv oder sollen sie erst für die Jugendarbeit begeistert werden? Der nächste Schritt ist daher die Frage, wo wir diese Zielgruppe erreichen:

- über die Website
- über die Facebook-Seite
- über die regionale Zeitung
- über den Gemeindebrief
- über eine bestehende Gruppe, z. B. die Nach-Konfigruppe
- über andere Sport- oder Jugendgruppen
- ...

Maßnahmen definieren

Daraus ergeben sich dann verschiedene Maßnahmen, die gestartet werden können:

- Handzettel zur Verteilung an der Schule
- Werbeanzeige oder redaktioneller Text im Gemeindebrief
- Postkarten-Aktion an alle konfirmierten Jungen in der Gemeinde (Tipp: Die Adressen sind über das Büro der Kirchengemeinde zu erhalten.)
- Plakate in Läden oder Gemeinderäumen im Ort
- Persönliche Nachrichten via Facebook
- ...

Mut zu Neuem

Bei allem braucht es eine große Portion Individualität und persönliche Kontakte. Denn jeder Ort tickt völlig anders. Was bei den einen klappt, kann im Nachbarort völlig schief gehen. Man muss mutig sein, offensiv nachfragen, Neues ausprobieren und bei finanziellen Engpässen der Kreativität freien Lauf lassen. Vielleicht findet sich ein Sportartikel-Laden als Sponsor für die Handzettel oder es gibt die Anzeige in der Zeitung umsonst?

Autorin: Johanna Krohmer

LEGENDE

Zeitpunkt

- >> noch über ein Jahr
- >> noch 6 Monate
- noch 12 Wochen
- noch ein paar Tage
- in dieser Sekunde
- die Stunden danach

Absprache

- >> mit Vorstand/Gemeindeleitung
- >> mit Mitarbeiterteam
- mit Eltern und Teilnehmenden

Aufgabe

- >> für Leitung
- >> für Mitarbeitende
- für Teilnehmende
- für Externe

3.2 Werbemedien und rechtliche Hinweise

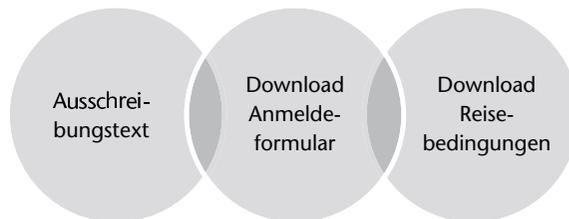
Viele verschiedene Werbemedien bringen genauso viele rechtliche Auflagen mit sich. Die folgende Aufstellung soll Klarheit für Werbung und Ausschreibung einer Freizeit bringen.

Fall 1: Internetwerbung

Auf der Website ist ein toller Ausschreibungstext mit den perfekten Urlaubsbildern veröffentlicht. Daneben steht ein Button, über den die Jugendlichen auf ein Anmeldeformular kommen. Dort werden die Daten abgefragt und danach eine Bestätigung verschickt. *Aber da fehlt etwas!*

Zusätzlich zum Ausschreibungstext und zum Anmeldeformular müssen direkt bei der Ausschreibung die Freizeitbedingungen zum Download bereitstehen. Wer keinen Download anbieten kann, darf online keine Anmeldung ermöglichen. Eine Alternative wäre dann, dass die Interessenten Anmeldeformular und Freizeitbedingungen telefonisch anfordern können.

Richtig ist also diese Kombination:

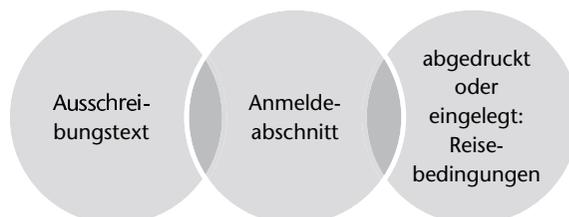


Fall 2: Flyer- und Prospekt-Werbung

Für ein Winter-Ski-Camp gibt es einen tollen Flyer. Stylisch mit viel Farbe auf vier Seiten, Bildern und tollen Texten. Ganz hinten ist noch Platz für einen Anmeldeabschnitt. *Auch hier fehlt etwas!*

Neben dem Ausschreibungstext und dem Anmeldeabschnitt müssen im Flyer die Freizeitbedingungen abgedruckt werden oder sie müssen ausgelegt jedem Flyer beiliegen.

Richtig ist also diese Kombination:



- Ausschreibungstext
- Bilder (mit Genehmigung der Abgebildeten bzw. des Bildanbieters, siehe Kapitel 3.4)
- Anmeldeformular zum Download oder online
- Reisebedingungen zum Download



- Ausschreibungstext
- Bilder (mit Genehmigung der Abgebildeten bzw. des Bildanbieters, siehe Kapitel 3.4)
- Anmeldeabschnitt
- Reisebedingungen (abgedruckt oder eingelegt)



LEGENDE

Zeitpunkt

- >> noch über ein Jahr
- >> noch 6 Monate
- >> noch 12 Wochen
- >> noch ein paar Tage
- >> in dieser Sekunde
- >> die Stunden danach

Absprache

- >> mit Vorstand/Gemeindeleitung
- >> mit Mitarbeiterteam
- >> mit Eltern und Teilnehmenden

Aufgabe

- >> für Leitung
- >> für Mitarbeitende
- >> für Teilnehmende
- >> für Externe

Verweise

- >> auf Kapitel 3.4 Umgang mit Bildern
- >> auf Kapitel 3.5 Freizeitausschreibung

3.3 Werbetexte

Es gibt die unterschiedlichsten Möglichkeiten, eine Freizeit zu beschreiben. Für diese Arbeit sollte man sich genügend Zeit lassen, denn häufig werden Texte ohne eine zusätzliche persönliche Werbung wahrgenommen und müssen richtig gut wirken.

Grundsätzlich ist darauf zu achten, dass die Werbetexte in kurzen Sätzen ein Gefühl von Urlaub und Freizeit vermitteln. Sie sollten nicht zu lang sein und wenig Füllwörter wie und, weil, einfach, also usw. enthalten. Einen kleinen Onlinetest zu Texten gibt es unter www.schreiblabor.com.

Die Ansprache der Leserinnen und Leser hängt vom Alter ab. Für Jugendliche können Texte locker und umgangssprachlich formuliert werden, für Erwachsene hingegen sollten die Texte förmlicher sein. Auch die Verwendung von bestimmten Wörtern vermittelt unterschiedliche Eindrücke, viele Verben wirken z. B. aktiv.

Die folgenden drei Beispiele beschreiben eine Freizeit für verschiedene Zielgruppen. Im Mitarbeiterteam kann über folgende Fragen diskutiert werden, um anschließend den Werbetext für die eigene Freizeit optimieren zu können:

- Welcher Text spricht euch an?
- Für welche Zielgruppen würdet ihr so schreiben?
- Was würdet ihr nie so sagen?
- Welche Worte schaffen bei euch „Bilder im Kopf“?
- Was langweilt euch?
- Wo versteht ihr Formulierungen nicht?
- Wie wird eigentlich beschrieben, dass es um eine christliche Freizeit geht?

Text 1: Sommer, Sonne, Strand und me(h)r

Na klar, denn das Freizeithaus liegt am Atlantik in Frankreich und bis zum Strand sind es nur 300 Meter. Also Badesachen nicht vergessen! Das gemütliche Haus ermöglicht uns ausgiebige Möglichkeiten zum Relaxen. Als Programmpunkte erwarten euch kreative Workshops, weiterhin wird es spannende Abendprogramme geben und wir wollen uns Zeit nehmen, um in Gruppen darüber nachzudenken, welche Rolle Jesus im persönlichen Lebensfilm spielt.

Text 2: Park + Ride – eine Freizeit, zwei Urlaubsstile

Park

Wir wohnen in einem der faszinierendsten Orte Südfrankreichs: einer 900 Jahre alten, toprenovierten Klosteranlage. Sie liegt traumhaft auf einem Hügel am Rande der Pyrenäen, nicht

weit von den Stränden des Mittelmeers entfernt. Der Ort ist wie geschaffen dafür, sich intensiv mit einem Teil der Bibel zu beschäftigen und herauszufinden, was du selbst glaubst.

Ride

Zwischendrin genießen wir einige Tage relaxten Camping-Urlaub. Fahren wir Richtung Barcelona an die Strände der Costa Brava? Oder bleiben wir in Frankreich und tauchen ein in das genussvolle Leben der Camargue? Ihr entscheidet! Denn ihr legt die Route auf dieser ungewöhnlichen Freizeit fest.

Text 3: 1001 Nacht – heute schon im Morgenland

Eintauchen in ein Meer fremder Gerüche, seltsamer Sitten und exotischer Abenteuer

Eine Karawane zieht vorüber, getaucht in das Licht der untergehenden Sonne. Krummsäbel blitzen rot auf. Die warme Luft schmeckt nach Gewürzen und Tee. Saitenspiel und Gesang vermischen sich mit dem Lärm des bunten Markttreibens ...

Die große, geheimnisvolle Welt des Orients zeigt sich von ihrer aufregendsten Seite – auf einem kleinen Zeltplatz am See.

Wer dabei ist, wird gefesselt vom Zauber des Morgenlands und erhält zehn Tage lang die besondere Chance, große Fragen zu stellen: Wird es jemals Abend im Morgenland? Was wird morgen sein? Und: Ist Gott heute schon im Morgen?

Willkommen in einem Land voll von Geheimnis und Weisheit und Abenteuer!

Autorin: Johanna Krohmer

(Auflösung: Text 1: Zielgruppe Teens, Text 2: Zielgruppe 17- bis 21-jährige, Text 3: Zielgruppe Jungen von 14 bis 17 Jahren)

LEGENDE

Zeitpunkt

- noch über ein Jahr
- >> noch 6 Monate
- noch 12 Wochen
- noch ein paar Tage
- in dieser Sekunde
- die Stunden danach

Absprache

- mit Vorstand/Gemeindeleitung
- >> mit Mitarbeiterteam
- mit Eltern und Teilnehmenden

Aufgabe

- für Leitung
- >> für Mitarbeitende
- für Teilnehmende
- für Externe

Verweis

- >> auf die Website www.schreiblabor.com (Stand März 2014)

3.4 Umgang mit Bildern

Im Urlaub ist die Digitalkamera immer dabei. Auch auf Freizeiten werden viele Bilder gemacht. Die schöne Landschaft wird festgehalten, der lustige Schnappschuss und natürlich alle möglichen Aktivitäten. Jeder möchte so viel von seinem Urlaub konservieren wie nur irgend möglich. Das ist soweit auch unproblematisch. Bei der späteren Verwendung und Veröffentlichung der Bilder muss aber auf bestimmte gesetzliche Dinge geachtet werden.

Recht am eigenen Bild

Jeder Mensch hat sogenannte Persönlichkeitsrechte. Diese gelten auch im Bereich von Bildern und Videoaufzeichnungen. Geregelt sind diese Rechte im § 22 des Kunsturheberrechtsgesetz (KUG). Dieser Paragraph besagt, dass für jedes Bildnis, das z. B. für die Werbung oder zur Berichterstattung eingesetzt wird, die Zustimmung der abgebildeten Person(en) einzuholen ist. Das gilt unabhängig von der Anzahl der abgebildeten Personen (es gibt keine Ausnahmen ab 5, 7 oder 12 Personen). Bei Minderjährigen muss zusätzlich die Zustimmung einer/eines Erziehungsberechtigten eingeholt werden. Einige Ausnahmen definiert § 23 – für die klassische Freizeitarbeit fallen diese aber kaum ins Gewicht. Selbst fotografierte Landschaftsbilder oder Bilder, auf denen Menschen so abgebildet sind, dass sie nicht erkannt werden bzw. nur Nebensache sind, dürfen verwendet werden.

Ein wichtiger Aspekt: Bilder, die auf Facebook veröffentlicht werden, sind immer öffentlich, da Facebook das Recht am Bild erhält. Auch in privaten Gruppen sind Bilder nur bedingt „sicher“, da man die Verbreitung kaum steuern kann.

Konkret heißt das: Vor der öffentlichen Verwendung von Bildern von Freizeiten (oder anderen Aktivitäten) müssen die abgebildeten Personen um ihr Einverständnis gefragt werden. Am besten macht man dies schriftlich und heftet die Einverständniserklärungen zur dauerhaften Aufbewahrung ab. Im privaten Rahmen (also z. B. innerhalb der Freizeitgruppe) dürfen diese Bilder natürlich verwendet werden. Eine pauschale Klausel im Freizeitrundbrief, die die Verwendung der Bilder abfragt, ist nicht rechtsgültig, da das Persönlichkeitsrecht nicht pauschal abgegeben werden kann. Es zeigt zwar guten Willen, hilft aber im Zweifel vor Gericht nicht.

Urheberrechte

Neben dem Recht am eigenen Bild muss beim Verwenden von Freizeitbildern auch auf das Urheberrecht geachtet werden. Geht es z. B. um die Gestaltung des Freizeitprospektes, greift man gern auf den Bildpool des letzten Jahres zurück. Hier dürfen aber nur Bilder ver-

wendet werden, bei denen die oben beschriebene Einverständniserklärung vorliegt und zudem auch die Nutzungsrechte geklärt sind. Wurde das Bild von einem Teilnehmenden gemacht, liegt das Urheberrecht bei ihm. Um das Bild nutzen zu können, muss die Einverständniserklärung über die Nutzung des Bildes eingeholt werden. Auch hier empfiehlt es sich, diese schriftlich einzuholen, abzuheften und dauerhaft aufzubewahren.

Der Umgang mit Bildern ist also nicht wirklich einfach. Die Praxis der letzten Jahre zeigt aber, dass die nötige Beachtung der gesetzlichen Regelungen absolut wichtig ist, denn Urheberrechtsverstöße können schnell einmal mehrere Tausend Euro Strafe kosten. Meist geht es dabei um Bilder, die direkt aus dem Internet „geklaut“ wurden.

Aber auch bei Bildplattformen wie photocase.de, fotolia.de u. a., bei denen man die Bilder legal erworben hat, müssen die entsprechenden Lizenzbedingungen beachtet werden. Es kann vorkommen, dass die Bildplattform die Nutzung der erworbenen Bilder im „religiösen Umfeld“ konkret verbietet. In diesem Fall sollte mit dem Urheber/Fotograf Kontakt aufgenommen und geklärt werden, ob das Bild trotz der anders lautenden Lizenzbedingungen verwendet werden darf. Auch sollten nur Bilder verwendet werden, die zur kommerziellen Nutzung freigegeben sind. Alles andere kann teuer werden.

Liegt die Einverständniserklärung vor, muss ein ©-Hinweis direkt am Bild oder an geeigneter Stelle der Publikation kenntlich machen, wem das Bild gehört.

Autor: Florian Maier

LEGENDE

Zeitpunkt

- >> noch über ein Jahr
- >> noch 6 Monate
- noch 12 Wochen
- noch ein paar Tage
- in dieser Sekunde
- >> die Stunden danach

Absprache

- >> mit Vorstand/Gemeindeleitung
- >> mit Mitarbeiterteam
- >> mit Eltern und Teilnehmenden

Aufgabe

- für Leitung
- >> für Mitarbeitende
- für Teilnehmende
- für Externe

Verweis

- >> auf Kapitel 7.3 Urheberrecht

3.5 Freizeitausschreibung

Wenn eine Freizeit eine Pauschalreise ist, unterliegt sie dem Reiserecht, das auch für kommerzielle Reiseveranstalter gilt. Eine Pauschalreise ist dann gegeben, wenn **mindestens zwei selbstständige Einzelleistungen** des Veranstalters zu einem **von vornherein festgelegten und ausgeschriebenen Programm** mit einem **einheitlichen Preis angeboten** werden.

Ganz konkret ist also z. B. eine Freizeit mit Übernachtung in der Jugendherberge (Leistung 1), einem fest gebuchten Besuch des Erlebnisbads (Leistung 2) und einem fest gebuchten Essen im Piratenrestaurant (Leistung 3) eine Pauschalreise.

Im Sinne des Verbraucherschutzes hat das Bundesjustizministerium die BGB-Informationspflichten-Verordnung (BGB-InfoV) erlassen. Diese fordert unter der Überschrift „Prospektangaben“ in § 4 Abs. 1 einen Mindestinhalt für Reiseausschreibungen. Als absolut zwingender Mindestinhalt der Ausschreibung gilt die deutlich lesbare, klare und genaue Angabe des **Reisepreises** sowie der **Zahlungsmodalitäten**, also die Höhe einer zu leistenden Anzahlung sowie die Fälligkeit des Restbetrages. Alle weiteren erforderlichen Angaben hängen von der jeweiligen Bedeutung für die Freizeit ab. Je nachdem zählen dazu:

- Bestimmungsort
- Transportmittel
- Art, Lage, Kategorie und Hauptmerkmale der Unterbringung
- Mahlzeiten
- Reiseroute
- Erfordernis von Pass und Visum
- Mindestteilnehmerzahl und Zeitpunkt der Information über ein Nichtzustandekommen der Freizeit aufgrund zu geringer Teilnehmerzahl

Beispiel

Eine Woche Camp mit einigen hundert Jugendlichen plus eine Woche, in der du einen ehrlichen Einblick in das Land der unbegrenzten Möglichkeiten bekommst: Mit Kleinbussen fahren wir durchs Land. In Addis Abeba und Adwa werden wir uns mit jungen Leuten von dort Zeit nehmen, um über unseren Glauben ins Gespräch zu kommen.

Leistungen: Vollverpflegung (an 4 Tagen nur Frühstück und Imbiss), Unterbringung in Mehrbettzimmern, Auslandsrankenversicherung

Anreise: Linienflüge mit Ethiopian Airlines Frankfurt-Addis Abeba-Frankfurt inkl. aller Steuern und Gebühren, Bahnfahrt mit Rail&Fly-Ticket nach Frankfurt, 3 Inlandsflüge in Äthiopien, Transporte in ortsüblichen Minibussen

Kosten: 1.500 Euro

Reiseunterlagen: Reisepass (mind. 6 Monate über das Reiseende hinaus gültig), Visum (nicht im Reisepreis enthalten)

Gesundheitliche Vorschriften: Das Auswärtige Amt empfiehlt folgende Impfungen: X,Y. Darüber hinaus sollten die Standardimpfungen auf dem aktuellen Stand sein.

Autorin: Johanna Krohmer

LEGENDE

Zeitpunkt	Absprache	Aufgabe
>> noch über ein Jahr	>> mit Vorstand/Gemeindeleitung	>> für Leitung
>> noch 6 Monate	>> mit Mitarbeiterteam	für Mitarbeitende
noch 12 Wochen	mit Eltern und Teilnehmenden	für Teilnehmende
noch ein paar Tage		für Externe
in dieser Sekunde		
die Stunden danach		

3.6 Online-Dokumentation

Freizeiten und Urlaub sind immer wichtige Themen. Und genau hier liegt eine der Stärken der evangelischen Jugendarbeit. Umso wichtig ist es, dass wir unsere Reisen „ins Schaufenster stellen“, um die Teilnehmenden zu begeistern. Warum hierfür nicht Blogs und soziale Netzwerke nutzen?

Tagebuch/Dokumentation – Blog

Kaum etwas unterstützt das Werben für die nächste Freizeit so gut wie eine umfassende und ansprechende Dokumentation der letzten Freizeit. Ein gutes Instrument dafür sind Blogs. Warum also nicht einen Mitarbeitenden mit auf die Freizeit nehmen, der für die Dokumentation der Aktionen zuständig ist? Mit einer Digitalkamera oder einem guten Smartphone kann man sowohl Videos als auch Fotos aufnehmen, dazu einen kurzen, interessanten Text schreiben und beides auf einer Webseite online stellen. Die Teilnehmenden haben so nach der Freizeit die Möglichkeit, ihren Familien und Freunden die Dokumentation zu zeigen und können neue Teilnehmende begeistern.

Wichtig bei solchen Formaten ist immer, den Wortanteil so gering wie möglich zu halten und viele aussagekräftige Bilder zu zeigen (dabei natürlich die Veröffentlichungsrechte vorab klären – siehe Kapitel 3.4). Benötigt werden dazu neben einer Digitalkamera noch ein Rechner/Tablet mit Internetanbindung sowie eine entsprechende Dokumentationsplattform, z. B. ein Blog bei wordpress.com, ein selbst gehosteter Blog, ein Blog bei tumblr.com oder andere Storytellingwerkzeuge wie Storehouse u. Ä.

Experimentiert man mit einem ganz besonderen Freizeitformat, kann solch eine Dokumentation auch bei der Evaluation und der eigenen Öffentlichkeitsarbeit helfen. Das Beispiel der Berichterstattung einer „Null-Euro-Freizeit“ zeigte, dass auch klassische Medien (Lokalradio oder Zeitung) ein großes Interesse an diesem Format haben.

Neue Medien als Spielfeld

Die GermanGames (ein vom Evangelischen Jugendwerk in Württemberg entwickeltes Freizeitformat für Jungen-Gruppen) und andere Formate zeigen: das Thema Internet ermöglicht die Durchführung großartiger Deutschlandrallyes. Teams bekommen via Internet Aufgaben für bestimmte Städte/Orte zugewiesen und müssen diese lösen. Dokumentiert wird alles auf Plattformen im Internet.

Aber auch in kleinerem Rahmen, z. B. in einem Ort, ist das möglich. Warum nicht zwei Jugendkreise gegeneinander auf einer Freizeit antreten lassen und ihnen Aufgaben via Blog, YouTube oder Facebook zukommen lassen? Wer zuerst ein Foto mit der Lösung oder ein Video postet, das die Gruppe beim Lösen zeigt, gewinnt das Rennen. Durch die massive Verbreitung von Smartphones und den relativ geringen Kosten für mobiles Internet sind diese Spielmodelle kein großes technisches Problem mehr.

Autor: Florian Maier

LEGENDE

Zeitpunkt

- >> noch über ein Jahr
- noch 6 Monate
- noch 12 Wochen
- noch ein paar Tage
- >> in dieser Sekunde
- >> die Stunden danach

Absprache

- >> mit Vorstand/Gemeindeleitung
- >> mit Mitarbeiterteam
- mit Eltern und Teilnehmenden

Aufgabe

- für Leitung
- >> für Mitarbeitende
- für Teilnehmende
- für Externe

Verweis

- >> auf Kapitel 3.4 Umgang mit Bildern