

Broschüre

Projektideen umsetzen

-

Ein Leitfaden für engagierte Studierende

In Zusammenarbeit mit dem Studentenrat der
TU Dresden und der Hochschulgruppe
Forum Universität Dresden

Verantwortlich:

Forum Universität Dresden (Nick Wagner, Christian Schwarzbach, Marie Münke)

Redaktionsschluss: 31. August 2007

Inhaltsübersicht

1 Die Ausgangsidee.....	7
2 Mitstreiter finden.....	8
3 Formale und zeitliche Form der Zusammenarbeit finden.....	10
3.1 Verein.....	10
3.2 Hochschulgruppe.....	11
3.3 Lockerer Zusammenschluss.....	12
4 Projektumsetzung.....	13
4.1 Untergruppen bilden oder Zuständigkeiten festlegen.....	13
4.2 Finanzierungen klären.....	14
4.2.1 Förderung durch die Fachschaftsräte.....	14
4.2.2 Förderung durch den StuRa.....	15
4.2.3 Förderung durch das Studentenwerk.....	17
4.2.4 Förderung durch Fördervereine.....	18
4.2.5 Förderung durch Stiftungen.....	19
4.2.6 Förderung durch wirtschaftliche Partner der TU Dresden.....	19
4.2.7 Förderung durch Bund und Land.....	20
4.2.8 Förderung durch Werbung und Sponsoring.....	21
4.2.9 Fundraising.....	21
4.3 Organisation von Veranstaltungen.....	23
4.3.1 Semesterbegleitende Veranstaltungen.....	23
4.3.2 Organisation von Partys.....	24
4.3.3 Ausstellungen.....	26
4.3.3.1 Ausstellungen in der SLUB:.....	26
4.4 Raumvergabe.....	28
4.4.1 Räume an der TU.....	28
4.4.2 Spezielle Räumlichkeiten.....	29
4.4.3 Kiosk Mommsenstrasse.....	29
4.4.4 Gästehäuser an der TU Dresden.....	29
4.5 Materialverleih.....	30
4.6 AVMZ (Audiovisuelle Medienzentrum):.....	33
4.7 Fahrzeugverleih.....	34
4.7.1 Studitransporter.....	34
4.7.2 Europcar.....	35
4.7.3 Teilauto.....	36

5. Öffentlichkeitsarbeit	37
5.1 Der Internetauftritt.....	37
5.1.1 Die Domain	37
5.1.2 Webspaces	38
5.1.2.1 Webspaces an der Uni:	38
5.1.2.2 Andere kostenfreie Anbieter:	39
5.1.3 Blogs.....	40
5.1.4 Foren.....	41
5.1.5 Online - Projektverwaltung	41
5.2.1 Mailinglisten.....	42
5.2.2 Newsletter.....	42
5.3 Medienarbeit.....	44
5.3.1 Zeitungen.....	45
5.3.1.1 Lokalzeitungen	45
5.3.1.2 Uni-Zeitungen	46
5.3.1.3 Dresdner Stadtmagazine.....	48
5.3.1.4 Rundfunk	50
5.3.2 Die Pressemitteilung	51
6 An der Uni	54
6.1 Drucken und Kopieren	54
6.1.1 Copyshops	54
6.1.2 Druckereien	56
6.2 Genehmigungen zum Aushängen an der Uni.....	57

Liebe Leserin,
Lieber Leser,

es sind meist die üblichen Verdächtigen, die sich innerhalb und außerhalb von Gremien für ihre politischen Interessen, helfend für anderen Menschen oder für eine kulturell bunte Universität – um nur einige Beispiele zu nennen – einsetzen. Die Möglichkeiten sich an einer Universität zu engagieren, seine Interessen zu artikulieren, sich im Ehrenamt auszuprobieren und versteckte Talente zu entdecken sind groß und dennoch werden diese Möglichkeiten von zu wenigen genutzt. Die Gründe hierfür sind vielfältig. Zuvorderst steht sicherlich die Mehrfachbelastung von Studierenden. Verschulte Studiengänge mit enormer Prüfungsbelastung, Studentenjobs und Praktika, vielleicht die erste kleine eigene Familie haben zur Folge, dass kaum Zeit und Kraft für ehrenamtliches Engagement an der Uni bleibt. Möchte man also das ehrenamtliche Engagement an der Uni stärken, so gilt es die Rahmenbedingungen für eben dieses Engagement dahingehend zu verbessern, dass ehrenamtliche Arbeit nicht an bürokratischen Hürden oder vermeidbaren Schwierigkeiten ausgebremst wird.

Diese kleine Broschüre will dabei helfen, indem sie relevante Informationen rund um ehrenamtliches Engagement an der Uni zusammenfassend bereitstellt. Von Fördermöglichkeiten über Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bis hin zum Materialverleih gibt der Leitfaden nützliche Hinweise, die dabei Helfen sollen, dass Dein Engagement langfristig zielführend und erfolgreich ist. Vielleicht gelingt es Dir so, mehr als nur die üblichen Verdächtigen für Dein Anliegen zu gewinnen!

Viel Erfolg wünschen Dir dabei der Studentenrat der TU Dresden und die studentische Initiative „forum universität dresden“!

1 Die Ausgangsidee

Auf einer Party wirst Du wieder einmal gefragt, was man denn eigentlich in dem Fach xy so die ganze Zeit macht. Und wieder einmal erklärst Du Dich und Deine Motivation eben genau dieses Fach zu studieren und was man da tagsüber so macht und warum das eigentlich wichtig ist. Irgendwie nervt das und seit geraumer Zeit überlegst Du schon, ob das denn jemals aufhören wird beziehungsweise was passieren müsste, damit auf der nächsten Party jemand sagt: „Ach Du studierst xy? Ja, hab ich schon mal von gehört. Oder, Moment ... War da nicht letztens diese Ausstellung?“

So oder so ähnlich könnte eine Situation aussehen, in der Du Dich entscheidest, an der Uni zu engagieren. In diesem Fall für Dein Fach bzw. dessen größere Bekanntheit. Einmal die hart erarbeiteten Seminarergebnisse einem breiten Publikum zugänglich zu machen kann eine starke Motivation sein, ein solches Projekt in die Hand zu nehmen. Aber auch andere Themen sind denkbar. Vielleicht eine Vortragsreihe zu einem politisch brisanten Problem? Oder ein Workshop zu einer wissenschaftlichen Fragestellung?

Ideen gibt es viele. Verwirklichte leider weniger. Um die Hemmschwelle, es selbst in die Hand zu nehmen, abzubauen, dafür ist diese Broschüre gedacht. Zentrale Fragen wie „Wen finde ich Wo, wenn ich Technik, Geld oder einen Raum brauche?“ werden hier beantwortet. Bevor es jedoch soweit ist, muss man in erster Linie Menschen finden, die die Begeisterung für die Idee teilen und bereit sind sich einzubringen

2 Mitstreiter finden

Wie finde ich Leute, die bei mir/uns mitmachen wollen?

Antworten auf diese Fragen können sein:

Sich im Bekanntenkreis umhören und gucken, wer interessiert sein könnte oder wer jemanden kennt, der sich für die Idee begeistern kann. Wenn der Anfang gemacht ist, finden sich oft Leute, die bereit sind mitzuarbeiten.

Eine weitere Herangehensweise ist, sich bei Mitarbeitern und/oder Professoren schlau zumachen. Vielleicht gibt es ja schon jemanden, der in einer ähnlichen Richtung was unternimmt und man kann sich zusammenschließen. Oder es kann ein Kontakt hergestellt werden, zu Kommilitonen vielleicht schon einmal ähnliche Gedanken geäußert haben.

Fast an jedem Institut gibt es ein Schwarzes Brett. Dort einen Aufruf auszuhängen ist sicherlich auch eine Idee. Allerdings sollte man sich bewusst sein, dass die Hürde für den Kontakt damit höher liegt, da es für viele oft schwierig ist, jemanden Fremden anzusprechen. Daher so weit es möglich ist den persönlichen Kontakt suchen. Stichwort: Netzwerk aktivieren

Hat man ein paar Leute gefunden ist es von größter Wichtigkeit, dass sich die Mitstreiter über das Ziel im Klaren sind und auf dieses auch einigen können. Ein (wenn auch abstraktes) gemeinsames Überziel hilft, auch verschiedene Meinungen zusammen zu bringen und so eine gemeinsame Diskussionsgrundlage zu haben, auf der man sich über Genaueres verständigen kann. So kann auch vermieden werden, dass nach einem enthusiastischen Beginn nach ein paar Treffen „die Luft raus ist“.

Allgemein zusammengefasst ist es wichtig:

- Das man sich über die Rollen- und Aufgabenverteilung einig wird. Dabei sind die unterschiedlichen Fähigkeiten und Kompetenzen der Beteiligten zu beachten. So können Verantwortlichkeiten (Inhalte, Finanzen, Öffentlichkeitsarbeit, ...) klar abgesteckt werden und Ansprechpartner benannt werden
- Handelt es sich um eine größere Gruppe (10 und mehr), kann es hilfreich sein Untergruppen zu bilden. So kann in den kleineren Gruppen (3-5 Leute) verantwortlich zusammengearbeitet werden ohne dass alle Mitglieder bei jeder Detailfrage einbezogen werden müssen. Ein zielgerichtetes Arbeiten wird so ermöglicht.
- Überschaubare und erreichbare Ziele müssen sowohl auf (Unter-)Gruppen, als auch auf individueller Ebene benannt werden.
- Daran anschließend ist es wichtig einen Zeitrahmen abzustecken, damit eine realistische Einschätzung der Zielerreichung gegeben ist. Gemeinsame Treffen

und Arbeitsschritte können so geplant werden. Wird dies nicht gemacht, besteht die Gefahr das Ziel allzu leicht aus den Augen zu verlieren.

- All das sollte schriftlich festgehalten werden (Protokoll). So entfallen nachträgliche Diskussion und den (vielleicht nicht anwesenden) Mitgliedern wird ein Nachschlagen ermöglicht
- Ganz wichtig: Um das Wir-Gefühl der Gruppe zu erhalten und zu stärken ist es von enormer Bedeutung auch außerhalb des Projekts gemeinsam aktiv zu sein. Das können Ausflüge, Kneipen- oder Partybesuche oder Spielabende sein. Denn nicht vergessen: Man ist auch noch Mensch, nicht nur Projektmitarbeiter

Zur Zusammenarbeit in Gruppen gibt es auch einige Literatur:

Gerade für Laien ist das folgende Buch besonders zu empfehlen. Es ist in Zusammenarbeit Schülern der gymnasialen Stufe erarbeitet worden und verzichtet weitgehend auf Fachtermini. Es widmet sich konkreten Situationen in einer Gruppe und gibt Ratschläge, wie man konkret damit umgehen kann.

- Marmet, Otto (2000): Ich und Du und so weiter. Kleine Einführung in die Sozialpsychologie. Beltz Verlag

Weitere Literatur:

- Antoni, Conny H. 2000: Teamarbeit gestalten. Grundlagen, Analysen, Lösungen. Weinheim: Beltz.
- Bennis, Warren and Patricia Ward Biedermann 1998: Geniale Teams. Das Geheimnis kreativer Zusammenarbeit. Frankfurt: Campus Verlag.
- Kauffeld 2001: Teamdiagnose, Göttingen: Hogrefe.
- Oppermann-Weber, Ursula 2001: Handbuch Führungspraxis. Berlin: Cornelsen Verlag. Bes. S. 287-308.
- Schneider, Helmut und Heinz Klebel 1995: Team und Teambeurteilung – Neue Trends in der Arbeitsorganisation. Köln: Wirtschaftsverlag Bachem.
- Stumpf, Siegfried und Alexander Thomas 2003: Teamarbeit und Teamentwicklung. Göttingen: Hogrefe.
- Tumascheit, Klaus D. 2001: Überleben im Projekt. 10 Projektfallen und wie man sie umschiffet. Zürich: Orell Füssli

3 Formale und zeitliche Form der Zusammenarbeit finden

Wie lange ihr als Gruppe zusammenarbeiten wollt, hängt davon ab, was ihr umsetzen möchtet, bestimmt aber auch gleichzeitig, welche formale Form der Zusammenarbeit ihr wählen solltet.

3.1 Verein

Hier sei auf die Broschüre „Alles zum Verein“ aus dem Jahr 2005 hingewiesen. Das vom Staatsministerium der Justiz des Freistaates Sachsen herausgegebene Faltblatt kann kostenlos bezogen werden bzw. als pdf-Datei aus dem Internet geladen werden. Hier findet ihr alles, was ihr zum Thema Vereinsgründung wissen solltet (bspw. Voraussetzungen für eine Gründung, Anerkennung der Gemeinnützigkeit, was wichtig ist für das Sammeln von Spenden oder Fördermitteln und damit für die Finanzplanung eines Vereins oder aber, welche staatlichen Förderungen es für Vereine gibt).

Weblink „Alles zum Verein“:

<https://publikationen.sachsen.de/bdb/index.do>

Weblink „Vereine und Steuern“:

http://www.sachsen.de/de/bf/staatsregierung/ministerien/smf/steuern/download/broschueren/files/broschuere_vereine_und_steuern.pdf

Der Vorteil eines Vereins besteht besonders darin, dass dieser erstmal auf Dauer angelegt ist und daher das Ziel verfolgt werden kann, die Arbeit unabhängig von den einzelnen Mitgliedern zu leisten, d.h., dass der Verein nicht zusammenbricht, wenn einzelne Mitglieder nicht mehr mitmachen und damit eine Struktur geschaffen und aufrechterhalten werden kann, die weitestgehend unabhängig von den Mitgliedern existiert.

3.2 Hochschulgruppe

Seit dem Sommer 2006 vergibt der Studentenrat das Label „anerkannte Hochschulgruppe“. Damit ergeben sich für Euer Projekt eine Reihe von Vorteilen. Ihr bekommt Unterstützung bei Eurer Öffentlichkeitsarbeit, das heißt konkret: Verlinkung auf der StuRa-Homepage, Vorstellung des Projekts im „Spirex“ (dem Studentenratgeber für Erstsemestler des StuRa) und Nutzung der Pinnwände zum Ankündigen von Terminen und/oder der Präsentation der Hochschulgruppe. Darüber hinaus kann die Scheidemaschine sowie der Broschürentacker des Studentenrats genutzt werden und beim Verteilen von Flyer und Plakaten geholfen werden. Die Anerkennung als Hochschulgruppe ist Voraussetzung für das Nutzen des Materialverleihs.

Nicht unterschätzen sollte man den Punkt, dass Euch die Geschäftsführer bei Anliegen, die sich an andere Institutionen richten, unterstützen können. Dies kann sehr nützlich sein, da die Geschäftsführer gewöhnlich über gute Kontakte und Wissen verfügen. Die Anerkennung als Hochschulgruppe erhöht die Legitimität des Projekts und macht es so einfacher auch außerhalb der Universität sich um Unterstützung zu bewerben.

Da viele studentische Projekte keine eigene Adresse besitzen, bietet der StuRa den anerkannten Hochschulgruppen ein Postfach zur freien Nutzung an. So können unkompliziert Brief- und Paketsendungen empfangen und im StuRa abgeholt werden. Es gibt ebenfalls die Möglichkeit, Gegenstände in den Kellerräumen des StuRa zu lagern.

Um in den Genuss dieser Unterstützungen zu kommen ist es notwendig einen Antrag zu stellen. Die Geschäftsführer oder die StuRa-Sitzung entscheiden dann über diesen Antrag. Dieser sollte eine kurze Beschreibung der Gruppe und deren Ziele informieren. Außerdem müssen Namen von Vertretern der Gruppe, wenn möglich Telefonnummern und eine E-Mail - Adresse genannt werden. Diese wird in einen vom StuRa moderierten Verteiler aufgenommen.

weitere Infos:

Weblink „Hoschulgruppe“:

<http://www.stura.tu-dresden.de/paper/hsgrtl.pdf>

Exkurs: Freier Zusammenschluss von StudentInnenschaften

Ohne Adressen keine Hochschulpolitik - Der studentische Adressreader ist ein umfassendes Adressverzeichnis zu Studierendenvertretungen, Hochschulen und bildungspolitischem Umfeld.

Der Adressreader ist ein studentisches Projekt, gegründet von Sabine Kiel und Wolfgang Schlieker, das beim Freien Zusammenschluss von StudentInnenschaften angesiedelt ist.

<http://www.adressreader.de/>

ein Adressenverzeichnis von hochschulpolitischen Akteuren auf Bundes- und Länderebene.

<http://www.fzs.de/service/links/index.html>

Links zu internationalen Organisationen, hochschulpolitischen Einrichtungen den studentischen Landesvertretungen und den fzs-Mitgliedern.

3.3 Lockerer Zusammenschluss

Dies kann wichtig sein, wenn ihr ein Projekt verwirklichen wollt, das eine einmalige ist und auch so angelegt ist, wie bspw. eine Veranstaltungsreihe oder Ringvorlesung zu einem Thema, eine Ausstellung oder ähnliches. Hier ist das Ziel, der Zeitrahmen und die erforderlichen Mittel, um das Ziel zu erreichen eindeutig formuliert und klar umsetzbar und eine langfristige Arbeit nicht angestrebt.

4 Projektumsetzung

Erste Fragen sind die folgenden:

- Welche Schritte müssen durchgeführt werden?
- Welche spezifischen Aufgaben fallen dafür an?
- In welcher Reihenfolge sollen diese Aufgaben durchgeführt werden?
- Wer ist für welche Erledigung verantwortlich?
- Wer wird noch mit einbezogen?
- Wer muss informiert werden?
- Wer hilft, Entscheidungen zu treffen?
- Wer klärt, welche Ressourcen nötig sind?

4.1 Untergruppen bilden oder Zuständigkeiten festlegen

Bei größeren Projekten kann es wichtig sein, dass ihr Untergruppen für die einzelnen Unterziele bildet, die dann mit ihrer jeweiligen Zuarbeit zum Gesamterfolg des Projekts beitragen. Wichtig ist hier aber auch wieder, dass ein Gruppenleiter die Arbeit der Untergruppen und die einzelnen Zuarbeiten koordiniert und dafür sorgt, dass bestimmte vorher festgelegte Zeiten und Ziele eingehalten und erledigt werden. Dieser Koordinator ist sehr wichtig für den Erfolg des Projekts, weil wie bereits erwähnt einstige Zielsetzungen schnell unwichtig werden können. Am besten eignet sich hier wohl jemand, der Spaß am koordinieren, organisieren und der Führung der Gruppe hat.

Exkurs: Vorgehen beim Projekttreff:

- Moderator festlegen: Ein wesentlicher Erfolgsfaktor für das Funktionieren von Teams ist die gekonnte Moderation der Teamsitzungen. Teams können vom Teamführer/-in, von einem anderen Teammitglied oder aber auch von einer externen Person moderiert werden.
- Protokollant festlegen
- nach der Diskussion: Nachbereitung des Themas, des Beschlossenen
- Ergebnisse zu den Tagesordnungspunkten (TOP) formulieren; sollte dies (noch) nicht möglich sein, ist es besser, diesen TOP zu vertagen
- Festlegen, Wer bis Wann für die Beschlossenen Dinge zuständig ist

Damit sich die Untergruppen untereinander trotzdem nicht aus dem Augen verlieren, sollte man sich immer wieder gegenseitig über Neuerungen informieren, dass kann dann per Mailingliste o. ä. an alle verschickt werden

4.2 Finanzierungen klären

Egal, um was es sich bei eurem Projekt handelt, so seid ihr wahrscheinlich immer auf finanzielle Unterstützung angewiesen, um es zu realisieren. Am besten ist es, sich den Fragen der Finanzierung bereits frühzeitig zu stellen. Die Möglichkeiten der Finanzierung, werden im folgenden Kapitel behandelt.

4.2.1 Förderung durch die Fachschaftsräte

Gewöhnlich ist der Fachschaftsrat der erste Ansprechpartner, wenn es um die Finanzierung eines studentischen Projekts geht. Alle FSRs erhalten ca. 0,90 Euro pro Student und Semester. Dieser Beitrag ist im Semesterbeitrag enthalten und wird vom Studentenrat festgelegt. Der Fachschaftsrat kann über diese Mittel im vorgeschriebenen gesetzlichen Rahmen frei verfügen. Folgende Aufgaben, die die Studentenschaft hat, werden im Sächsischen Hochschulgesetz (§ 74) genannt:

- die Wahrnehmung der hochschulpolitischen, hochschulinternen, sozialen und kulturellen Belange der Studenten
- die Unterstützung der wirtschaftlichen und sozialen Selbsthilfe der Studenten
- die Förderung des freiwilligen Studentensports

- die Pflege der überregionalen und internationalen Studentenbeziehungen
- die Förderung der politischen Bildung und des staatsbürgerlichen Verantwortungsbewusstseins der Studenten

Projekte, die sich in diesem Rahmen bewegen, können von den Fachschaftsräten finanziell unterstützt werden. Dazu ist es erforderlich, einen Finanzantrag an den jeweiligen Fachschaftsrat zu stellen. Dies sollte in der Regel mindestens eine Woche vor der Sitzung geschehen, in der über den Antrag entschieden wird. Oft ist es so, dass man gebeten wird, seinen Antrag in der jeweiligen Sitzung des FSR darstellen. Genauer findet sich auf den Websites der Fachschaftsräte oder kann direkt per E-Mail erfragt werden.

Weblink „Überblick der FSR-Websites“:
<http://www.stura.tu-dresden.de/links/fs>

4.2.2 Förderung durch den StuRa

Nach dem Fachschaftsrat ist der Studentenrat ein weiterer Ansprechpartner. Grundsätzlich ist immer der persönliche Kontakt zu den StuRa-Mitgliedern, insbesondere zu den Geschäftsführern, zu empfehlen, da die inhaltliche Kenntnis des geplanten Projekts eine wichtige Voraussetzung zur Entscheidung über den Finanzantrag ist.

Die Art und Weise der finanziellen Förderung von studentischen Projekten ist in der Finanzierungsrichtlinie sowie der Finanzordnung des StuRas geregelt.

In Paragraph 33 der „Finanzordnung der Studentenschaft der TU Dresden“ ist die prinzipielle finanzielle Förderung von studentischen Projekten als eigener Kostenpunkt im Wirtschaftsplan festgehalten. Auch hier muss ein Antrag gestellt werden, über den der StuRa entscheidet. Die Förderung von studentischen Projekten erfolgt dabei zweckgebunden.

Wichtig ist die rechtzeitige Antragsstellung. Einen Vorlauf von mindestens zwei Wochen sollte dabei eingehalten werden. Außerdem ist zu beachten, dass die Finanzmittel immer vor (!) deren Ausgabe beantragt werden müssen um Rückfragen der StuRa-Geschäftsführung zu ermöglichen. Da die Finanzordnung vorschreibt, dass Ausgaben anzumelden sind, ist ein nachträgliches Auszahlen nicht möglich.

Finanzanträge sind ausreichend zu begründen. Das heißt es sollte eine übersichtliche Kostenkalkulation erstellt und wenn möglich immer mehrere Angebote eingeholt werden. Bei Beträgen, die über eintausend Euro liegen, ist dies zwingend erforderlich.

Nachdem die StuRa-Geschäftsführer den Antrag für in Ordnung befunden haben, wird ein Vertreter des Projekts zur StuRa-Sitzung eingeladen um das Projekt vorzustellen, es zu begründen und sich Rückfragen der StuRa-Mitglieder zu stellen. Unter Umständen werden von den StuRa-Mitgliedern Auflagen erteilt, und / oder der gewünschte Betrag nach oben oder unten korrigiert. Ist ein Betrag beschlossen, so stellt dieser die Höchstfördersumme dar. Ein genauer Betrag wird zum Schluss des Projekts bei der Endabrechnung mit der Vorlage der Originalbelege ermittelt. Diese Abrechnung sollte spätestens vier Monate nach Ende des Projekts vorliegen. Ausnahmen davon können nur durch begründete Anträge gewährt werden.

Ein Vordruck für einen Finanzantrag findet sich auf der StuRa-Homepage.

Weblink „Finanzantrag“:
<http://www.stura.tu-dresden.de/paper/fa.pdf>

Hier lässt sich auch ein Leitfaden zum Finanzantrag finden, der in einfachen Worten die Schritte bei der Antragsstellung erläutert

Weblink „Leitfaden zum Finanzantrag“:
http://www.stura.tu-dresden.de/paper/leitfaden_zum_fa.pdf

Eine oft gestellte und berechtigte Frage ist:
Nach welchen Kriterien vergibt der StuRa Geld?

Die Kriterien für die Finanzierung von studentischen Projekten ergeben sich aus dem Sächsischen Hochschulgesetz, § 74 (Aufgaben der Studentenschaft) und § 79. Prinzipiell ist es wichtig, dass das Projekt studentischen Interessen folgt und überwiegend von Studierenden organisiert ist. Das heißt, es muss erkennbar werden, dass die Adressaten des Projekts die Studenten der TU Dresden sind. Damit sind alle Formen von rein „privatem Vergnügen“ ausgeschlossen. Über jeden Finanzantrag wird zudem einzeln in einer StuRa-Sitzung entschieden bzw. durch die beschlussfähige Geschäftsführung. Dazu werden die jeweiligen Studenten, die den Antrag stellen, eingeladen. Sie stellen ihren Finanzierungsplan vor und beantworten Fragen aus dem Plenum.

Für weitere Informationen wendet ihr euch am besten an den Geschäftsführer für Finanzen des Studentenrates.
E-Mail: finanzer@stura.tu-dresden.de

In besonderen Fällen kann der StuRa einer Hochschulgruppe auch ein Darlehn gewähren. Dazu ist ein begründeter Antrag zu stellen. Näheres dazu beim Geschäftsführer Finanzen oder im Netz.

Weblink „Dahrlehnsordnung“:
<http://www.stura.tu-dresden.de/paper/do.pdf>

4.2.3 Förderung durch das Studentenwerk

Eine Förderung eines studentischen Projekts kann auch durch das Studentenwerk erzielt werden. Förderungswürdig sind sowohl Hochschulgruppen und Studentenclubs als auch künstlerische Gruppen bzw. Vereine oder auch Einzelpersonen. Insbesondere werden gefördert:

- Kulturelle und künstlerische Projekte
- soziale Projekte, die eine deutliche thematische Verwandtschaft zu den sozialen Aufgabenstellungen des Studentenwerks erkennen lassen
- Öffentlichkeitsarbeit von studentischen Projekten
- Ausstellungstätigkeit in der Galerie STUWERTINUM

Die Förderung erfolgt auf verschiedenen Wegen. Einige Möglichkeiten seien hier genannt:

- kostengünstige Vermietung von Räumen für Clubtätigkeit, Proben­tätigkeit und Veranstaltungen (für ständig oder tageweise)
- Finanzielle Zuschüsse
- redaktionelle Artikel oder kostenlose Anzeigen im Spiegel-Ei
- kostengünstige Anzeigenwerbung im „Wegweiser“ des Studentenwerks
- kostenlose Flyerauslage (Achtung: groß angelegte Flyerwerbung ist kostenpflichtig!) in den Mensen und Cafeterien
- kostengünstige Displaywerbung, Plakatwerbung und Promotionaktionen in den Mensen
- kostengünstige Werbung auf der Website des Studentenwerks (Bannerwerbung)
- Durchführung von studentischen Ausstellungen, Ausrichtung einer Vernissage

Viele Details lassen sich gut in einem persönlichem Gespräch klären. Für Nachfragen oder Interesse an einer konkreten Unterstützung durch das Studentenwerk wendet Euch bitte an folgenden Personen:

- **Projektförderung/Öffentlichkeitsarbeit**

Ansprechpartnerin: Hannelore Stephan, Tel. 4697 545
E-Mail: Hannelore.Stephan@swdd.tu-dresden.de
Web: <http://www.studentenwerk-dresden.de/kultur/>

- **Werbemöglichkeiten Website/Mensen**

Ansprechpartnerin: Dr. Heike Müller, Tel. 4697 529
E-Mail: Heike.Mueller@swdd.tu-dresden.de
Web: <http://www.studentenwerk-dresden.de/mensen/werbung.html>

- **Raumvermietungen Tusculum/Max-Kade-Foyer/Ausstellungstätigkeit**

Ansprechpartner: Rainer Freckmann, Tel. 4697 544
E-Mail: Rainer.Freckmann@swdd.tu-dresden.de
Web: <http://www.studentenwerk-dresden.de/kultur/tusculum/>

4.2.4 Förderung durch Fördervereine

An der TU Dresden gibt es zahlreiche Fördervereine, die sich der Förderung von Fakultäten, einzelnen Instituten, Fachrichtungen oder anderen Bereichen innerhalb der TU Dresden verschrieben haben. Unterstützt werden Projekte, die eng mit der TU verbunden sind und bspw. in Zusammenhang mit einem bestimmten Studiengang stehen. Liegt euer Projekt innerhalb dieses Rahmens, kann es hilfreich sein, sich bei entsprechenden Fördervereinen vorzustellen.

Weblink "Fördervereine": http://tu-dresden.de/die_tu_dresden/foerderer

Daneben fördert auch die Gesellschaft von Freunden und Förderern der TU Dresden gezielt Projekte in Lehre und Forschung. Unterstützt werden dabei Studenten und Nachwuchswissenschaftler aller Fakultäten im Rahmen ihres Studiums bzw. während ihrer wissenschaftlichen Graduierung an der TU Dresden.

Förderungen durch den Verein werden gemeinnützig und personenbezogen gewährt, nicht jedoch pauschal an Studentengruppen vergeben. Damit sind die Möglichkeiten eingeschränkt, finanziell durch die Gesellschaft der Freunde und Förderer der TU Dresden unterstützt zu werden.

Kontakt:

- Gesellschaft von Freunden und Förderern der TU Dresden e. V.
Geschäftsführerin des Fördervereins, Frau Dr. Krätzig

Tel.: 0351 - 463 34442

Fax: 0351 - 463 33252

E-Mail: gff@mailbox.tu-dresden.de

Postanschrift:

Technische Universität Dresden

Gesellschaft von Freunden und Förderern der TU Dresden e. V.

Sekretariat des Kanzlers

01062 Dresden

4.2.5 Förderung durch Stiftungen

Einen sehr ausführlichen Überblick zu Stiftungen in Sachsen, deren Zielsetzungen und Ansprechpartner findet man im Netz.

Weblink: „Stiftungen in Sachsen“:

http://www.sachsen.de/de/bf/staatsregierung/ministerien/smi/smi/upload/Gesamtverzeichnis_-_Stiftungen_im_FSN.pdf

4.2.6 Förderung durch wirtschaftliche Partner der TU Dresden

Die TU Dresden arbeitet in Lehre und Forschung mit verschiedenen Wirtschaftsunternehmen zusammen. Für bestimmte Projekte kann es sinnvoll sein, gezielt bei Unternehmen nach einem Sponsoring nachzufragen.

Weblink „Wirtschaftspartner“:

http://tu-dresden.de/die_tu_dresden/partner

4.2.7 Förderung durch Bund und Land

Je nach Art und thematischer Ausrichtung des Projektes besteht auch die Möglichkeit, Förderungen beim Land Sachsen oder auch beim Bund zu beantragen.

Generell ist dabei ist zu beachten:

- Genügend Zeit zum Suchen eines geeigneten Förderprogramms bzw. der richtigen Förderrichtlinie. Dies kann einige Zeit in Anspruch nehmen. Es gibt aber gerade im Internet eine Fülle von Informationen und Ansprechpartner, die Beratung anbieten.
- Ausreichende überprüfen, ob die gestellten Bedingungen vom eigenen Projekt erfüllt werden, da sonst eine Förderung nicht bewilligt wird.
- Beim Beschreiben des eigenen Projekts darauf achten, dass knappe, aber genaue Angaben gemacht werden. Der Antrag sollte widerspruchsfrei und präzise über das zu fördernde Projekt informieren
- Anträge sollte sehr zeitig gestellt werden, da die Bearbeitungsfristen recht lang ausfallen können. Gegebenenfalls können auch Unterlagen nachgereicht werden. Wichtig ist in jedem Fall: Hauptsache ein Antrag ist gestellt, denn sonst gibt es auch kein Geld.

Wie bereits oben näher erläutert, können nach §74 des Sächsischen Hochschulgesetz studentische Projekte gefördert werden.

Auf den Seiten des Sächsischen Staatsministeriums für Wissenschaft lässt sich nachlesen, dass die Förderung vor allem helfen soll, Pluralität und Breite kultureller, politischer und sportlicher Betätigung der Studierenden zu ermöglichen, zu erhalten und zu erweitern.

Nachlesen könnt ihr unter folgendem Link außerdem, in welcher Art und welchem Umfang Förderung gewährt wird und wie darüber entschieden wird.

Weblink „Förderrichtlinie SMWK“:

http://www.smwk.de/elemente/dateien/FoerdRL_studentische_Veranstaltungen.pdf

<http://www.smwk.de/de/bf/ministerium/foerderrichtlinien/271.htm>

Weiter hilfreiche Websites zum Thema Fördermöglichkeiten durch Land und Bund:

Weblinks „Fördermöglichkeiten“:

<http://www.foerderdatenbank-sachsen.de/htm/start.htm>

<http://www.deutsche-kultur-international.de/>

<http://www.daad.de/hochschulen/index.de.html>

<http://www.wir-fuer-sachsen.de/>

<http://www.sachsen.de/de/wu/foerderfibel/>

Allgemeine Informationen:

<http://www.wegweiser-buergergesellschaft.de/>

4.2.8 Förderung durch Werbung und Sponsoring

Seit der Änderung des Hochschulrahmengesetzes von 1996 ist Werbung an den Universitäten erlaubt und als potentielle Kunden werden Studenten heiß umworben. Habt ihr also ein Projekt, auf das ihr durch Flyer, Plakate oder ähnliches aufmerksam machen wollt oder könnt ihr eine ähnlich Plattform für werbende Unternehmen bieten, so könnt ihr an die Firmen herantreten, die ein Interesse daran haben, den Studenten (als Kunden) zu erreichen. Auch auf der eigenen Website könnt ihr werben oder bei der eigenen Veranstaltung dankenswerterweise den Namen des Unterstützers nennen.

Zu möglichen Werbekunden zählen: Banken und Sparkassen, Krankenkassen, Copy-Shops, Kneipen in Uni-Nähe, Wohnungsbaugenossenschaften, Fitnessstudios oder aber auch Unternehmen, die Studenten als zukünftige Arbeitnehmer rekrutieren wollen.

Wichtig ist, dass ihr hier vor allem die ansprecht, die in ihrer Ausrichtung thematisch zu eurem Projekt passen, weil dann die Chance, dass ihr Werbung schalten könnt, höher liegt. Am besten sprecht ihr mögliche Ansprechpartner frühzeitig an, da Unternehmen oftmals Etats für Sponsoring haben und wenn das Geld für den laufenden Zeitraum schon verplant ist, sieht es schlecht.

Außerdem gilt: Stellt eure Idee am besten persönlich bei dem vor, der über die Vergabe von Werbegeldern entscheidet. Hebt dabei den Nutzen hervor, den eine Unterstützung eures Projekts für den Werbepartner hat und sagt genau, wo der Werbepartner werben soll und auftauchen wird. Macht euch über die jeweilige Größe Gedanken und wer wie viel bezahlen soll.

Bei Druckerzeugnissen müsst ihr euch natürlich vorher Gedanken darüber machen, welche Auflage ihr braucht und wie ihr diese finanzieren wollt. Je höher die Auflage eines Flyers bspw. ist, umso billiger wird es nicht nur für Euch, sondern umso interessanter auch für den Werbekunden, weil dieser mehr Zielgruppe erreichen kann.

Besonders wichtig wird sein, dass ihr immer wieder Klinken putzen geht, dran bleibt und immer wieder nachfragt bei den Werbekunden.

4.2.9 Fundraising

Zum Thema Fundraising , insbesondere in Bezug auf Fundraising an der TU Dresden fand im Juni 2007 eine offenes Treffen an der TU statt. Ziel dieser Veranstaltung war es Impulse für das Fundraising für Hochschulen zu geben und dabei Studenten mit einzubinden.

Viele Ergebnisse aus Workshops und Referaten und viele Informationen können im Internet nachgeschlagen werden

Weblink „Fundraising“:

<http://tu-dresden.de/events/studfund/>

<http://www.studenten-fundraising.de/doku.php>

<http://tu-dresden.de/events/studfund/grafiken/stud-fundraising-osdoku-2007.pdf> (7 MB)

Exkurs: Kontoeröffnung – Ja / Nein ?

Unter bestimmten Umständen kann es nützlich sein, ein Konto zu eröffnen. Dazu zählen vor allem Punkte wie z. B. die Möglichkeit als eingetragener Verein Mitgliedsbeiträge einzuziehen zu können oder Sponsoren eine Bankverbindung angeben zu können, etc.).

Eine Kontoeröffnung ist rechtsformabhängig. So können beispielsweise Einzelpersonen, Vereine oder gewerbliche Unternehmen ein Konto einrichten lassen. Viele Vereine sind bei der Sparkasse oder der Volks- und Raiffeisenbank. Auf deren Websites lassen sich dazu Informationen finden.

Meistens werden Kosten erhoben, um die 5 Euro im Monat (als gemeinnütziger Verein müsst ihr zum Beispiel bei der Volksbank keine Beiträge bezahlen, hierfür ist aber eine Bestätigung vom Finanzamt wichtig). Ein online-Konto ist oftmals das Günstigste, da ihr hier alle Transaktionen online durchführen könnt.

Wichtig ist, wenn ihr Beträge einzuziehen möchtet, benötigt ihr eine Ermächtigung zum Lastschrifteneinzug. Diese muss beantragt werden und kostet Geld, welches in Form einer Pauschale an die Bank abgeführt wird. Beim Einzug per Lastschriftverfahren ist es sehr wichtig sich eine schriftliche Einverständniserklärung von der betreffenden Person oder Institution zu holen.

Des Weiteren sollte geregelt werden, wer Zugriff auf das Konto haben darf. Es muss also geregelt werden, wer Unterschriftsberechtigt ist und somit alle Transaktionen durchführen kann. Sicherlich ist es ratsam dies mindestens zwei Personen unabhängig voneinander zu genehmigen, damit ein reibungsloses Arbeiten möglich wird.

In jeden Fall sollten all diese Dinge schriftlich festgehalten werden. Sowohl Gruppen-intern als auch gegenüber der Bank. Als Verein sind Satzung und Vereinsregister gegenüber der Bank offen zulegen.

Es bietet sich an, vor einer Kontoeröffnung sich ausgiebig beraten zu lassen und verschiedenen Angebote zu vergleichen.

4.3 Organisation von Veranstaltungen

4.3.1 Semesterbegleitende Veranstaltungen

Seminare, Workshops oder Vorlesungen, die begleitend zu einem Semester laufen sollen, umfassen mindestens 10 Sitzungen. Um eine solche Veranstaltung durchführen zu können benötigt man einen Dozenten von der Uni, der zumindest formal die Reihe mit trägt, um einem wissenschaftlichen Anspruch zu genügen und gegebenenfalls auch Scheine auszustellen. Außerdem ist es nur Mitarbeitern der TU gestattet Räume zu beantragen. Der Dozent muss dabei nicht bei jeder Veranstaltung anwesend sein, aber wenigstens auf dem Papier für die Veranstaltung verantwortlich

Steht das Thema der Veranstaltungsreihe und ein Dozent ist bereit die Schirmherrschaft zu übernehmen meldet ihr die Veranstaltung beim Dezernat 8 an. Anmeldeformulare könnt ihr dort bekommen. Bis Mitte Juli bzw. Anfang Januar sollten die Veranstaltungen jeweils für das folgende Semester angemeldet sein. Parallel dazu sollte der Raum beantragt werden und kräftig die Werbetrommel gerührt werden.

Wenn ihr euren Teilnehmern am Ende der Veranstaltung einen Schein ausstellen möchtet, dann achtet darauf, dass ihr regelmäßig eine Anwesenheitsliste führt, damit so ein Sitzschein ausgestellt werden kann. Für einen Leistungsschein müsst ihr euch eine Klausur oder andere Leistungen überlegen. Am Ende müssen die Scheine von dem Dozenten quittiert werden

Exkurs: Referenten anwerben

Kann man eine Referentin oder einen Referent von der TU Dresden gewinnen, so ist es nicht üblich etwas zu zahlen. Denkt auch daran, dass nicht nur Professoren angesprochen werden können, sondern auch wissenschaftliche Mitarbeitern oftmals gern bereit sind einen Vortrag zu halten um die eigene Reputation auszubauen.

Wichtig ist nur, dass ein wissenschaftlicher Anspruch gewahrt bleibt und die entsprechenden Personen über ein Thema reden, in dem sie sich auch auskennen, sprich aus ihrem Fachgebiet sprechen.

Sollten die Referenten nicht aus Dresden kommen, so stellt sich das Problem der Unterbringung. Für den Fall, dass die Dozenten nicht selbst eine Unterkunft finden, besteht die Möglichkeit die Gästehäuser der TU zu nutzen

-unterbringen könnt ihr die Referenten (wenn ihr nicht selber noch eine andere Idee habt oder die Referenten selbst aus Dresden kommen oder hier jemanden kennen) zum Beispiel in Gästehäusern der TU (siehe Abschnitt 4.4.3).

Für Referenten, die von außerhalb kommen, ist es üblich eine Aufwandsentschädigung zu zahlen. Diese kann vorab beim StuRa beantragt werden (siehe entsprechenden Abschnitt).

Weblink „Gästehäuser“:

<http://www.tu-dresden.de/gaestehaus/>

<http://www.studentenwerk-dresden.de/wohnen/gaestehaus.html>

4.3.2 Organisation von Partys

Eine Party kann man zu unterschiedlichsten Anlässen feiern. Als After-Show-Party nach einer Abschlussveranstaltung oder als Sommerfest der Freunde eines Seminars oder oder oder ...

Folgende Schritte kann man als Orientierungshilfe nehmen:

1. **Konzept für die Party überlegen**

d.h. Mottoparty, Grillparty, Kostümparty, Tanzparty, usw.

2. **Räumlichkeiten suchen**

Ausgangsfragen:

Wo kann ich das Konzept am besten verwirklichen?
(Hörsaal, Foyer, Club, Open-Air, usw.)

Was wird gebraucht?
Technik (Beschallung, Licht, Visualisierung, usw.),
Getränke, DJ, Personal (Ordner, Ausschank, Griller, usw.)

Was kann die Location bieten? Was muss ich selbst organisieren?
Übergabeprotokolle und Verträge (Kautions usw.) sorgfältig lesen!
Eventuelle Mängel an der Location (kaputtes Fenster, abgebröckelter Mörtel, abgelatschter Rasen, usw.) vorher feststellen und ins Übergabeprotokoll einfügen. Oft hilfreich dabei: Freundes- und Bekanntenkreis! Kennt jemand jemanden, der jemanden kennt? So spart man sich evtl. Kosten, Aufwand und Stress.
Beispiel: Eine befreundete Band verfügt meistens über grundlegende Beschallungstechnik; Clubs verfügen meist über eine technische Grundausstattung; ansonsten hilft auch der Technik-Verleih des StuRa

3. **Aufgaben und Zuständigkeiten klar verteilen**

"Springer" sind ein guter "Fallschirm"!
Organisation, Technik, Einlass, usw.

4. **Versicherung abschließen**

Wenn Du versicherungstechnisch nicht über den Veranstaltungsort abgesichert bist, Veranstaltungshaftpflicht abschließen. Hier leisten (unabhängige) Versicherungsmakler meist gute Dienste, da diese in der Regel das preiswerteste Angebot bieten können.

5. **GEMA anmelden**

Bei Beschallung (DJ, Konserve): GEMA anmelden! Wir wollen schließlich keinen Ärger, der eventuelle hohe Folgekosten hat.

Weblink „GEMA“: <http://www.gema.de/musiknutzer/>
hier kann man alles bequem ausfüllen, ausdrucken, faxen, usw.

Bei Band/DJ Zahlungsmodalitäten vorher klären, Verträge aufsetzen!
(z. B. Wenn die DJs kurzfristig unberechtigt abspringen - Konventionalstrafen)

6. **Ausschank-Genehmigung**

Bei eigenständigem Alkoholausschank / Nahrungsverkauf eine Genehmigung durch das Ordnungsamt einholen. Bei Clubs o.ä. wo der Ausschank nicht in Euren Händen liegt, ist dies nicht notwendig. Achtung: Im Zweifelsfall immer nachfragen! Getränkegroßhändler abklappern, Preise vergleichen, auf Kommission kaufen... Großhändler vermieten auch meist Partyzubehör (Zapfanlage, Biertische und -bänke, Pavillons/Festzelte (unabdingbar bei Open-Air-Veranstaltungen))

7. **Werbung**

2 Wochen vorher; 1 Woche vorher noch mal verstärkt; stetige Erinnerung; "up-to-date-halten" der Werbung (d.h. abgehangene Plakate ersetzen, überklebte befreien, usw.)

Plakate, Flyer (hierfür empfehlen sich Freunde/Bekannte mit kreativen Ideen und Kenntnissen der jeweiligen Grafikprogramme Druck bzw. Kopie in den Copyshops, Onlinedienste) Achtung: geringe Rücklaufquote bei Plakaten/Flyern beachten!

Anzeigen in den studentischen Zeitungen, Newsletter der Fachschaftsräte, mit Glück bekommt man bei einer "Bombenparty" und Sommerloch auch einen Artikel in den Uni-Zeitungen (einfach mal die Redaktion anfragen)

Freundes- und Bekanntenkreis informieren und um weitersagen bitten!
Einfach mal das komplette Telefonbuch im Handy anrufen/anschreiben

Internet! Werbung auf einschlägigen Seiten

www.exmatrikulationsamt.de; verschiedene Foren / Communities wo man selber oder Freunde aktiv sind

8. **Proben**

Bei komplizierten Partyabläufen / Technik vorher eine "Durchlaufprobe" (Funktioniert das Licht, der Sound, der Beamer, usw.); das gesamte Team sollte vor Veranstaltungsbeginn am Ort des Geschehens sein (unvorhergesehene Wendungen/Ereignisse mit einplanen)

9. **Feiern!**

Nicht durchdrehen, wenn die Leute nicht pünktlich zum Veranstaltungsbeginn erscheinen... Zwei Stunden "Eintrudelzeit" der Gäste einplanen.

10. **Abbau**

Perfekt ist es, wenn der Abbau einen Tag später erfolgen kann (mit für den Veranstaltungsort Verantwortlichen klären), dann kann man nämlich kräftig mitfeiern und hat nach der Show keinen Stress! Ansonsten Abbaucrow im Vorfeld festlegen, evtl. Zeitplan für den Abbau aufstellen.

11. **Nachdem alles vorbei ist:**

Sich in seinem Erfolg sonnen! Eventuell Nachberichterstattung schalten (Uni-Zeitungen, Website, Online-Foren)

4.3.3 Ausstellungen

Möchtet Ihr eine Ausstellung an der TU durchführen, so gibt es mehrere Möglichkeiten dies zu tun. Überlegt vorher genau, in welche Umgebung Eure Präsentation am besten passt. Nicht alles kommt überall entsprechend zur Geltung oder erreicht die Zielgruppe in dem Maße, wie es vielleicht angedacht ist. Wie bei fast allen Projekten gilt auch hier: Den direkten Kontakt zu den Verantwortlichen suchen, immer dran bleiben und sie von der eigenen Idee überzeugen.

4.3.3.1 Ausstellungen in der SLUB:

SLUB Dresden
Referatsleiter Controlling + Öffentlichkeitsarbeit
Michael Golsch
Tel.: 0351 - 4677-105
Fax: 0351 - 4677-111
E-Mail: golsch@slub-dresden.de

Veranstaltungen in der SLUB:
SLUB Dresden
Direktionsassistentin + Öffentlichkeitsarbeit
Doris Ander-Donath
Tel.: +49 351 4677-114
Fax: +49 351 4677-111
E-Mail: ando@slub-dresden.de

4.3.3.2 Kustodie

Die Kustodie der TU Dresden ist für die naturwissenschaftlichen und technischen Sammlungen, den Kunstbesitz und die Kulturdenkmale der Universität verantwortlich. In ständigen und wechselnden Ausstellungen werden verschiedene Sammlungen sowie der Kunstbesitz der TU gezeigt.

Für Hochschulgruppen oder Studenteninitiativen gibt es verschiedene Möglichkeiten, ihre Projekte in Zusammenarbeit mit der Kustodie auszustellen. Wichtig sind vor allem ein künstlerischer Anspruch und der Bezug zur TU Dresden. So zeigt die Kustodie oft Projekte von Studierenden, die diese mit ihrem Institut verwirklichten.

Habt ihr bereits eine konkrete Idee für eine Ausstellung, so ist zu empfehlen, dass ihr euch mit einem halben Jahr Vorlauf an die Kustodie wendet. Im Einzelfall und abhängig vom Ausstellungsgegenstand sind auch Spontanausstellungen möglich. Bereits Erfahrung haben die Mitarbeiter der Kustodie mit Studentenwettbewerben, deren Ergebnisse ausgestellt werden sollen.

Außerdem könnt ihr euch in den Räumen und bei den Ansprechpartnern der Kustodie Anregungen für eure Ausstellung holen. Ausdrücklich erwünscht ist der Besuch der ständigen und wechselnden Ausstellungen, um euch bei der eigenen Ausstellung inspirieren zu lassen.

Besucheradresse der Ständigen Ausstellung „Sammlungen und Geschichte der TU Dresden“:
Kustodie der TU Dresden
BZW, Zellescher Weg 17, Eingang A, Erdgeschoss
Tel. 0351- 463 32180
Fax: 0351- 463 37229
E-Mail: kustodie@tu-dresden.de

Ansprechpartner sind:

Klaus Mauersberger, Direktor der Kustodie
Tel.: 0351 463-33992
Fax: 0351 463-37229
E-Mail: Klaus.Mauersberger@mailbox.tu-dresden.de

Maria Obenaus, zuständig für den Arbeitsbereich "Kunst und Gestaltung"
Zellescher Weg 17, BZW, Zi. B 114
Tel.: 0351 463-36405
Fax: 0351 463-37742
E-Mail: maria.obenaus@mailbox.tu-dresden.de

Was nun die konkreten Ausstellungsmöglichkeiten der Kustodie angeht, so sind die „Galerie im Gang“, die ALTANA-Galerie und andere Freiflächen zu nennen. Ansonsten kann die Kustodie nicht über Räume verfügen, die Mitarbeiter helfen jedoch gern bei der Vermittlung von Ausstellungsflächen.

In der „Galerie im Gang“, die im Gerber-Bau liegt, werden hauptsächlich kleinere künstlerisch-gestalterische Projekte gezeigt. Größere Projekte und die Universitätssammlungen aus Kunst und Technik stellt die ALTANA-Galerie im Görges-Bau der TU Dresden aus. Hier ist jedoch eine langfristige Planung nötig: Der Vorlauf für Ausstellungen liegt oftmals bei bis zu einem Jahr. Abgesehen davon veranstaltet die ALTANA-Galerie zwischen Mitte Februar und Mitte März und von Mitte Juli bis Mitte August Semesterausstellungen, in denen Studierende ihre Arbeiten präsentieren können.

Universitätssammlungen Kunst + Technik der TU Dresden in der ALTANA-Galerie:
Görges-Bau,
Helmholtzstrasse 9
01062 Dresden
Tel.: 0351- 463 3 95 96
Weblink: www.altana-galerie-dresden.de

Montag bis Freitag 10.00 bis 18.00 Uhr geöffnet
Samstag 10.00 bis 14.00 Uhr geöffnet
an Sonn- und Feiertagen geschlossen

4.3.3.3 Foyer des HSZ

Es ist ebenfalls mögliche Ausstellungen oder anders im Foyer des Hörsaalzentrums zu gestalten. Es stehen im Ost- und Westflügel jeweils 150 m² Ausstellungsfläche zur Verfügung, die bei Bedarf auch erweitert werden kann. Die Kosten für einen m²/Tag belaufen sich auf 5,15 Euro. Jedoch gilt auch hier: Das persönliche Gespräch suchen, über den Charakter des Projekts informieren und nach Rabatten oder anderen Vergünstigungen fragen. Mehr zu den Modalitäten siehe unter Punkt 4.4.1

Weblink „Foyer HSZ“: <http://tu-dresden.de/service/raumvermietung/hoersaalzentrum/foyer>

4.4 Raumvergabe

4.4.1 Räume an der TU

Für die Raumvergabe an der TU Dresden ist die operative Raumvergabe an der TU der Ansprechpartner. Für die schriftliche Beantragung der Raumwünsche, Antragsformulare und genaue Sprechzeiten sei auf die Website verwiesen.

Lehrraumvermietung / Operative Raumvergabe

Antje Schöne

Hörsaalzentrum, Bergstrasse 64, 1.Etage, Zimmer 112

Tel.: 0351 - 463 34457

Fax: 0351 - 463 32883

E-Mail: raumvergabe@tu-dresden.de

Weblink „Raumvergabe“: <http://tu-dresden.de/service/raumvermietung>

Speziell für das Hörsaalzentrum gibt es gesonderte Informationen im Internet. Hier sind sowohl die unterschiedlichen Kapazitäten der Räume als auch Lagepläne verfügbar. Die Kapazitäten der Räume erstrecken sich von Seminarräumen mit 60 Plätzen bis zu 977 Plätzen im Audimax. Die Preise belaufen sich von 122,75 Euro/Tag für einen Seminarraum bis zu 2.045,20 Euro/Tag für den Audimax. Rabatte oder Staffelpreise können jedoch erfragt werden. Für genauere Angaben zu der jeweiligen Ausstattung der Räume sei auf die Website bzw. den persönlichen Kontakt zur Raumvermietung verwiesen.

Weblink „Hörsaalzentrum“: <http://tu-dresden.de/service/raumvermietung/hoersaalzentrum>

4.4.2 Spezielle Räumlichkeiten

Soll eine Videoreihe oder Themenabende veranstaltet werden, so ist das Kino im Kasten (KiK) sicher eine gute Wahl. Hier können Diskussionsrunden, Vorträge, Seminar aber auch Live-Musikabende abgehalten werden. Aber wie der Name schon sagt, ist das KiK für das Vorführen von Filmen geradezu prädestiniert. Die Filmbestellung und Vorführung kann von den Machern übernommen werden. Einfach sich bei Ihnen melden ...

Kino im Kasten
Hörsaal 3
August-Bebel-Strasse 20
01219 Dresden

Postanschrift:
Kino im Kasten
c/o TU Dresden
Weberplatz 5
01217 Dresden

Telefon: 0351 - 463 36 463
E-Mail: info@kino-im-kasten.de
Weblink: www.kino-im-kasten.de

4.4.3 Kiosk Mommsenstrasse

In Zusammenarbeit der studentischen Initiative Forum Universität Dresden (fud) und des Studentenrats der TU Dresden konnte das leer stehende Kiosk auf der Mommsenstrasse renoviert und für eine Nutzung durch studentische Gruppen hergerichtet werden. Mit dem Kiosk wird engagierten Gruppen an der Uni eine Plattform gegeben, auf der sie sich und ihr Projekt präsentieren können. Zu diesem Zweck wird jährlich ein Wettbewerb initiiert, zu dem sich studentische Gruppen mit ihrer Idee für eine Kiosknutzung bewerben können. Die drei Gewinner, die den Kiosk dann jeweils vier Monate nutzen dürfen, können sich über jeweils 500 Euro für die Umsetzung der Nutzungsidee freuen.

Genauere Angaben zu dem Kiosk (Maße, Ausstattung, Lage, etc.) sowie zu den Wettbewerbsbedingungen findet ihr auf der Website des fud oder des StuRa. Hier gibt es auch erste Impressionen von den laufenden Projekten. Also los, nichts wie beworben ...

Weblinks „Kiosk“:

<http://www.forum-universitaet-dresden.de/>
<http://www.stura.tu-dresden.de/kiosk>

4.4.4 Gästehäuser an der TU Dresden

Zur Unterbringung von Referenten oder Teilnehmern von Veranstaltungen bieten sich die Gästehäuser der TU an. Für Gäste von Dresdner Hochschulen kostet ein Doppelzimmer 70

Euro oder in Einzelnutzung 55 Euro. Die Preise beziehen sich auf eine Übernachtung mit Frühstück.

Gästehäuser für die Dresdner
Wissenschaft GmbH
Gästehaus „Am Weberplatz“
Weberplatz 3
01217 Dresden

Tel: 0351-4679300
Fax: 0351-4679394
E-mail: gha @ mail.zih.tu-dresden.de

Weblink „Gästehäuser“:
<http://www.tu-dresden.de/gaestehaus/>

Auch das Studentenwerk bietet Übernachtungsmöglichkeiten für kurzfristige Aufenthalte im „Internationalem Gästehaus“ an. Die Preise für eine Übernachtung mit Frühstück beginnen für Studenten bei 22,50 Euro; für Nicht-Studenten bei 40,50 Euro. Genauere Abstufungen, Gruppenrabatte und Details sind in der Preisliste auf der Homepage des Studentenwerk einsehbar.

Weblink „Gästehaus StuWe“:
<http://www.studentenwerk-dresden.de/wohnen/gaestehausdetails.html>

Studentenwerk Dresden
Internationales Gästehaus
Hochschulstraße 50
D-01069 Dresden
Fax: (0049)-351 469 27 82
E-Mail: igh@swdd.tu-dresden.de

4.5 Materialverleih

Der StuRa hat einen Materialverleih eingerichtet um engagierten Studenten den Zugang zu Technik und Präsentationsmitteln einfacher zu machen. Hier können unkompliziert und schnell die für Veranstaltungen notwendige technische Ausstattung entliehen werden. Voraussetzung ist die Anerkennung als Hochschulgruppe durch den StuRa (siehe Abschnitt 3.2).

Eine Übersicht über die entlehbaren Geräte findet ihr im Netz unter der angegebenen Adresse. Das Angebot reicht von Beamern und Glühweintöpfen über Mikrofone und Biertischen bis zur Flipchart und einem Moderationskoffer. Es wird für die ausgeliehenen Gegenstände eine Kautionshöhe von 5 bis 50 Euro erhoben. Reservierungen sind bis zu drei Wochen im Voraus im Servicebüro des StuRa möglich, welches auch für alle anderen Angelegenheiten in Punkto Materialverleih der Ansprechpartner ist. Für weitere Modalitäten im Zusammenhang mit dem Materialverleih sei auf die Internetseite des StuRa verwiesen.

Weblink „Materialverleih“:
<http://www.stura.tu-dresden.de/materialverleih>
<http://www.stura.tu-dresden.de/paper/materialrtl.pdf>

Materialliste

Bezeichnung	Menge	Kaution	Gebühr	Info
Beamer Epson EMP 760	1	50 €	3 €	incl. Beamertasche, USB-Kabel, Treiber-Software f. Win und Mac, Netzkabel, Audioadapter, PC-Video-kabel, Kurzanleitung (Dt., Eng., Frz., Span., It.), Fernbedienung (incl. Batterien) Ausgänge/Anschlüsse: USB-Anschluss, Audio-, Video-, S-Video- und Computer-/Monitor-Anschluss
Biertisch-Bank	10	5 €		
Biertisch-Tisch	4	10 €		
Boxen-Kabel	4	5 €		
Boxenstativ	2	5 €		
CD-Player	1	20 €		2 CD-Laufwerke, im Hardcase, incl. Verbindungskabel (2 Stk.), Audiokabel (2 Stk.), Stromkabel
Digitales Audio-Aufnahmegerät (Audiophile USB)	1	20 €		incl. Netzteil, USB-Kabel, Treiber für Win und Mac, Pro-Sessions-Demo-Software, Live (Software), User-Guide (Englisch) Ein-/Ausgänge: Kopfhörer Out, MIDI In, MIDI Out, 1/4" Analog Input (re/li), RCA Analog Inputs (re/li), RCA Analog Outputs (re/li), S/PDIF In, S/PDIF Out, USB-Anschluss, Stromanschluss
Flipchart	1	20 €		incl. Papier
Geldkassette	2	10 €		
Glühweintopf	1	5 €		
Grill	3	10 €		
Handkarren	1	20 €		
Herdplatte (2-er)	1	10 €		
Kabelbox	1			nur als Bestandteil anderer Ausleihen
Kabeltrommel	2	5 €		25m, 4 Anschlüsse, Schutzkappen für Steckdosen
Kartenständer (für Landkarten)	1	10 €		
Kundenstopper / Aufsteller	4	20 €		wetterfest, DIN A1, optional mit Prospektkorb
Megafon	2	5 €		incl. Batterien
Mikrofon	9	5 €		evtl. noch weitere Bestandteile
Mikrofon-Kabel 10m	9	5 €		Anschlüsse: 3-pin XLR weibl., Klinke männl.
Mikrofon-Kabel 20m (Verlängerungskabel)	2	5 €		Anschlüsse: 3-pin XLR männl./weibl.

Mikrofon-Kabel 7,5m	2	5 €		Anschlüsse: Klinke-XLR männl. (3-pin)
Mikrofon-Stativ	2	5 €		
Mikrofon-Tisch-Ständer	6			nur als Bestandteil anderer Ausleihen
Mischpult	1	20 €		im Hardcase, incl. Stromkabel, 8 Kanäle, Anschlüsse: Klinke (weibl.), XLR 3-pin weibl., AUX Bus Input, Prefader Output
mobiles Boxen- und Verstärker-set	1	20 €		
Moderationskoffer (incl. Material)	1	20 €		enthaltene Dauermaterial: Tragegurt, Plastikeinlage, 2 Schlüssel, Papierschere, Cutter-Messer, Teleskop-Zeigestab, Nadelkissen, Pins in 4 Farben enthaltene Verbrauchsmaterial: 4 dicke Eddinge (4 Farben), 6 schwarze Eddinge, 4 rote Eddinge, 2 Leimstifte, 1 Rolle Malerkrepp, 1 Rolle Klebeband, Moderationskarten (rechteckig, oval, rund (in 3 Größen)) in jeweils 6 Farben, farbige Klebepunkte
Plakatpappen A1	30	0,50 €		5 € Kautions pro 10 Stk.
Plakatpappen A2	50	0,50 €		5 € Kautions pro 10 Stk.
Prospekt-Tischständer A4	2	5 €		
Prospekt-Tischständer A5	2	5 €		
Prospekt-Tischständer A6	2	5 €		
Rednerpult	1	10 €		
runder Gartentisch	3	10 €		
Seitenbügelwagen	1	20 €		
Stehtisch	1	10 €		
Verteilersteckdose (6er)	5	0 €		mit Sicherheitsschalter, nur als Bestandteil anderer Ausleihen

4.6 AVMZ (Audiovisuelle Medienzentrum):

Das AVMZ bietet auch eine breite Palette an technischen Geräten zur Ausleihe an. Mitarbeiter und Studenten der TU Dresden können gebührenfrei die Technikausleihe für Lehre, Forschung und Studium nutzen. Allerdings ist zu beachten, dass man als Student seinen Antrag von einem Dozenten oder seinem Sekretariat abstempeln und unterschreiben lassen muss. Man braucht also auf jeden Fall einen Kontakt an die Uni bzw. eine offizielle Bestätigung.

Folgende Leistungen können in Anspruch genommen werden: Ausleihe von audio-visueller Technik für Lehre und Forschung; Ansprechpartner bei technischen Störungen und Problemen der Technik.

Genauere Informationen und Antragsformulare zum Ausdrucken gibt es auch der Website des AVMZ (siehe Weblink).

Genereller Ansprechpartner:
Dr. Klaus Lehmann

Postanschrift
Technische Universität Dresden
Mommsenstraße 5
Audiovisuelles Medienzentrum (AVMZ)
01062 Dresden

Sekretariat (Mommsenstraße 5):
Tel.: 0351 - 463-35011
Fax: 0351 - 463-34612
E-Mail: avmz@tu-dresden.de

Geräteausleihe/AV-Technik (HSZ E11)
Ansprechpartner Andreas Solarek
Tel.: 0351 - 463-36163
Fax: 0351 - 463-37784
E-Mail: av-tech@avmz.tu-dresden.de

Weblinks „AVMZ“:

http://tu-dresden.de/die_tu_dresden/zentrale_einrichtungen/avmz

http://tu-dresden.de/die_tu_dresden/zentrale_einrichtungen/avmz/leistungen/avtechnik

4.7 Fahrzeugverleih

Beim Durchführen von Veranstaltungen oder anderen Projekten kann es nötig werden, dass man ein Fahrzeug mieten muss. Sollte dies einmal nicht durch die kostenmäßig nicht zu schlagende Variante „Freunde und Bekannte“ zu bewerkstelligen zu sein, so bleiben immer noch die (un-)bekannten Autoverleiher als Lösung in Sachen Transport.

Die Kosten für die Anmietung eines Fahrzeugs variieren nach Fahrzeugtyp und Nutzungsdauer. Da sich die Angaben schnell ändern können, sollen hier nur Beispiele genannt werden, damit ein Eindruck von den Kosten und Mietkonditionen deutlich wird.

Im Folgenden werden verschiedene Anbieter kurz vorgestellt, bei denen man ein Fahrzeug mieten kann.

4.7.1 Studitransporter

Dieser Anbieter kommt vor allem für den Transport von größeren Gegenständen, wie z.B. Bühnen- und Präsentationstechnik in Frage.

Hier können online Transporter in zwei verschiedenen Ausführungen angemietet werden. Dazu müssen folgende Voraussetzung erfüllt sein:

- Besitz eines deutschen Führerschein (Klasse B oder 3) sowie
- eines deutschen Personalausweis
- eine Bankverbindung in Deutschland
- einen gültigen Studenausweis (ohne Studenausweis 10 EUR Aufpreis pro Miete)
- eine gültige E-Mail-Adresse und
- ein Mobiltelefon

Es stehen sowohl Transporter der Marke Ford Transit (Standardfahrzeug, 8,8 m³ Ladevolumen) sowie den Lieferwagen Renault Kangoo (2,75 m³ Ladevolumen) zur Verfügung. Details sind auf der Website zu entnehmen.

Die Preise variieren nach Nutzungsdauer und Anzahl der gefahrenen Kilometer. Die Kilometerpauschale beträgt 0,21 Euro/km (Transporter) bzw. 0,15 Euro/km (Lieferwagen), wobei der Preis für den Kraftstoff darin enthalten ist.

Die Nutzungsdauer wird in vier verschiedenen Varianten angeboten:

Preise Transporter

Vierteltags (8:00 - 14:00 oder 14:00 - 20:00 Uhr)	18 Euro
Halbtag hell (8:00 - 20:00 Uhr)	27 Euro
Halbtag dunkel (20:00 - 8:00 Uhr)	18 Euro
Ganztags (Ganztags, jeweils ab 08:00, 14:00 oder 20:00)	40 Euro

Preise Lieferwagen

Vierteltag	12 Euro
Halbtag hell	18 Euro
Halbtag dunkel	12 Euro
Ganztage	27 Euro

Der Buchungspreis für Studenten beträgt 7,50 Euro. Die genauen Buchungsmodalitäten sind bitte der Website zu entnehmen. Es besteht die Möglichkeit online die zeitliche Verfügbarkeit der Fahrzeuge einzusehen.

Im Schadensfall beträgt die Selbstbeteiligung 1.500 Euro. Eine Reduzierung dieser Summe auf 511 Euro ist gegen die Zahlung eines Aufpreises von 24 Euro möglich. Genauer zu Versicherungsfragen und Details zu den Nutzungsbedingungen entnehmen bitte der Website.

Albertplatz
Antonstr. 2a
01067 Dresden
E-Mail: Dresden@Studitransporter.de

Weblink „Studitransporter“:
<http://www.studitransporter.de/>

4.7.2 Europcar

Auch Europcar hat spezielle Studententarife, die nach PKW und LKW unterschieden werden.

Ab 57 Euro bekommt man einen VW Lupo mit allen Kilometern für einen Tag. Am Wochenende gibt's das für 47 Euro am Tag.

Einen Transporter von VW mit 100 km bekommt man für 56 Euro/Tag. Ein LKW bis 3,5 Tonnen kostet bei gleichen Bedingungen 75 Euro. Braucht man nicht ein so großes Fahrzeug, tut's auch der Lieferwagen für 49 Euro am Tag mit 100 km. Bei allen Angeboten ist Vollkaskoschutz dabei. Die Selbstbeteiligung im Schadensfall liegt zwischen 800 und 1.200 Euro.

Genauere bzw. aktuelle Angaben entnehmen bitte der Website oder direkt beim Vermieter.

Europcar Dresden
Strehleener Strasse 5
01069 Dresden
Telefon: (0351) 877320
Telefax: (0351) 8773266
<http://www.europcar.de/>

4.7.3 Teilauto

TeilAuto ist ein Carsharing-Anbieter mit einer Niederlassung in Dresden. Hier gibt es 16 Stationen im ganzen Stadtgebiet, an denen man ein Fahrzeug mieten kann.

TeilAuto hat sowohl größer Fahrzeuge als auch Kleinwagen, die nur für die Personenbeförderung geeignet sind, im Angebot. Dies könnte beispielsweise bei der Abholung von Referenten interessant sein.

Für Studenten gibt es spezielle Angebote. So muss nur eine herabgesetzte Kautions von 50 Euro hinterlegt werden, die man beim Austritt wieder zurück erhält. Der monatliche Grundpreis beträgt 3,- Euro. Der Startpreis entfällt ganz.

Die Fahrzeuge können stundenweise gemietet werden. Zu diesem Zeitpreis kommt noch der gestaffelte Kilometerpreis. Genaue Angaben entnehmt ihr bitte der Website, hier nur ein kleines Beispiel:

Minis gibt es ab 1,90 Euro/h plus 0,23 Euro/km bis zum 299. Kilometer. Eine kleine Stadtrundfahrt (2 Stunden, 50 km) kostet also 15,30 Euro.

Soll es eine größere Ausfahrt werden und ihr wollt einen Transporter oder einen Bus mieten so kosten diese 3,20 Euro/h und 0,35 Euro/km bis zum 299. Kilometer. Die Rundfahrt durch Dresden kostet dann 23,90 Euro.

Teilauto Dresden
Schützengasse 16 (im Umweltzentrum)
01067 Dresden
Tel.: 0351/4 94 33 71
Fax: 0351/4 94 34 71
E-Mail: Dresden@teilAuto.net
Öffnungszeiten: Di, Do 13-19 Uhr

Weblink „Teilauto“: <http://www.teilauto.net/>

Weitere Autoverleiher:

SIXTI Autovermietung
Dresden Zentrum
Hamburger Str. 11
01067 Dresden

Öffnungszeiten:
Mo. - Fr.: 06:00 - 20:00 Uhr
Sa.: 08:00 - 12:00 Uhr
So.: 08:00 - 12:00 Uhr

<http://www.sixti.de>

AVIS Dresden
Friedrichstraße 24
01067 Dresden
Tel.: 0351 4969613

Öffnungszeiten:
Mo. - Fr.: 07:00 - 18:30 Uhr
Sa.: 07:30 - 12:00 Uhr
So.: 08:30 - 11:00 Uhr

<http://www.avis.de/>

Hertz Autovermietung
Antonstrasse 39
01097 Dresden
Tel.: 0351 452630
Fax: 0351 4526363

Öffnungszeiten:
Mo. - Fr.: 7:00 - 19:00 Uhr
Sa.: 08:00 - 14:00 Uhr
So.: 09:00 - 12:00 Uhr

<http://www.hertz.de/>
E-Mail:
gedrs60dresdendt@hertz.com

5. Öffentlichkeitsarbeit

Allgemein gesprochen verfolgt Öffentlichkeitsarbeit einerseits das Ziel, die Gruppen und Personen anzusprechen und zu erreichen, die für die eigene Gruppe oder das Projekt wichtige Adressaten sind. Damit ist Öffentlichkeitsarbeit vor allem Selbstdarstellung und versucht, andere von den eigenen Zielen zu überzeugen oder überhaupt erstmal darauf aufmerksam zu machen. Hier kann es unterschiedliche Zielgruppen geben, die auch unterschiedlich angesprochen werden können oder sollten.

Für gute Öffentlichkeitsarbeit ist es daher wichtig, dass ihr euch über die eigenen Ziele und die (unterschiedlichen) Zielgruppe(n) Gedanken macht und wie ihr diese erreichen könnt. Vor allem wollt ihr durch Öffentlichkeitsarbeit bekannter werden und ein bestimmtes Bild von eurer Gruppe und euren Projekten vermitteln.

Dazu sollen in diesem Kapitel zunächst allgemeine Möglichkeiten der Öffentlichkeitsarbeit vorgestellt werden. Also Blogs, Newsletter und die eigene Internetseite, mit denen ihr gezielt kommunizieren könnt und die, die ihr erreichen wollt, adressiert.

Schließlich wird auf die Medienarbeit als Teil der Öffentlichkeitsarbeit eingegangen. Medien werden heute als Multiplikatoren verstanden und ihr erhofft euch durch gezielte Ansprache, dass eure „Botschaften“ auch über die Medien weitergetragen werden. Mit konkreten Ansprechpartnern von Presse- und Rundfunkunternehmen soll diese Broschüre hilfreich sein. Schließlich zählt dazu auch die Pressemitteilung, auf deren Erstellung anschließend eingegangen wird.

Welche Druckereien ihr ansprechen könnt, um eigene Plakate, Flyer oder andere Druckerzeugnisse zu vervielfältigen, wird schließlich thematisiert und was ihr bspw. beim Aushängen an der Uni beachten müsst.

5.1 Der Internetauftritt

Eines der wichtigsten Dinge im Bereich der Außendarstellung Eures Projekts ist der Webauftritt. Hier können sich Interessierte schnell und unkompliziert über Euch und Euer Vorhaben informieren.

Um eine Website schalten zu können, benötigt man eine Domain, Webspace und entsprechende Kenntnisse bzw. Software um die Seite zu gestalten.

5.1.1 Die Domain

Die Domain ist die Internetadresse beziehungsweise der Name der Homepage. Ob der gewünschte Name noch frei verfügbar ist, lässt sich mit einer Abfrage bei einem der Anbieter von Webkomplettpaketen schnell herausfinden.

Hier eine kurze Übersicht zu den bekanntesten und größten Anbietern:

Anbieter	Merkmale
http://www.strato.de/webhosting/domains/	<ul style="list-style-type: none"> • Unterschiedlichste Angebote (Einsteiger bis Profi) • kostenlose Domain ist möglich
http://www.1und1.de	<ul style="list-style-type: none"> • Domains ab 0,99 Euro / Monat (Einrichtungsgebühr: 1,99 Euro)
http://www.united-domains.de/	<ul style="list-style-type: none"> • .de - Domains für 12 Euro / Jahr
http://www.nic.de.vu/	<ul style="list-style-type: none"> • kostenlose Domains mit der Endung .de.vu • keine Werbung • Weiterleitung an andere Provider / Webspaces Anbieter möglich

5.1.2 Webspaces

Webspaces sind Speicherplätze im Internet, auf den dauerhaft über das Internet zugegriffen werden kann. Um eine Website für Euer Projekt zu schalten benötigt ihr Webspaces um die Dateien, die zur Homepage gehören, abzuspeichern. Webspaces gibt es bei verschiedenen Anbietern, aber auch direkt an der Uni.

5.1.2.1 Webspaces an der Uni:

Um eine eigene Website zu einem Projekt oder einer Veranstaltung zu veröffentlichen, bietet es sich an auf den von der TU Dresden zur Verfügung gestellten Speicherplatz zurück zugreifen.

Mit der Immatrikulation bekommt jeder Student / jede Studentin ein Login und ein erstes Passwort vom Zentrum für Informationsdienste und Hochleistungsrechnen (ZIH). Diese Angaben findet man auf dem Deckblatt des Studienbuchs.

In Verbindung mit diesem Login wird eine E-mail - Adresse nach dem Schema vorname.name@mailbox.tu-dresden.de eingerichtet. Darüber hinaus erhält man Festplattenspeicher in Höhe von 20 MB um eigene Dateien oder auch Websites abzuspeichern. Der Speicherplatz kann auf Anfrage auch erhöht werden. Für eine anfängliche (einfache) Präsentation ist der Speicher ausreichend.

Der Zugriff auf diesen Speicherplatz wird von jedem PC-Pool aus gewährleistet. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, sich auch von Rechnern außerhalb der TU, also von zu Hause oder von überall auf der Welt, einzuloggen. Um sich auf diesen Servern einloggen zu können, benötigt man „SSH“ (Secure Shell). Dieses Programm läuft auf den Servern des ZIH und sorgt für einen sicheren Datenaustausch. Es ist daher nötig sich von der Homepage des ZIH die Software SSH herunter zu laden und zu installieren. Das funktioniert recht problemlos.

Möchte man eine Website veröffentlichen, so müssen die dazu nötigen Dateien in dem Ordner „public_html“ abgelegt werden. Die dort hinterlegten (html-)Dateien können dann von jedem Browser gelesen werden. Die Internetadressen dafür folgen diesem Schema:

<http://wwwpub.zih.tu-dresden.de/~loginname/dok.htm>

Für „loginname“ und „dok.htm“ müssen jeweils die persönlichen Angaben eingetragen werden.

Weitere zahlreiche Informationen zum Veröffentlichen von Websites und alle wichtigen Angaben zu Servern, Sicherheitsstandards, Benutzerordnungen und vieles mehr findet sich im Netz unter folgender Adresse:

Weblink „ZIH“:

http://tu-dresden.de/die_tu_dresden/zentrale_einrichtungen/zih

Kontakt:

Technische Universität Dresden
Zentrum für Informationsdienste und
Hochleistungsrechnen (ZIH)
Willers-Bau A-Flügel
Zellescher Weg 12
01069 Dresden

Benutzerberatung (Willers-Bau A 218):
E-Mail: beratung@zih.tu-dresden.de
Telefon: 0351 - 463-31666
Öffnungszeiten:
Montag bis Freitag von 8.00 bis 17.00 Uhr

5.1.2.2 Andere kostenfreie Anbieter:

http://www.webspace4free.biz/	<ul style="list-style-type: none"> • 200 MB (Standard); mehr auf Anfrage • Begrenzung der Dateigröße auf 1024 KB • Popups und Werbebanner auf den Seiten
http://www.funpic.de/	<ul style="list-style-type: none"> • 2500 MB; Mehr auf Anfrage • Traffic inklusive • php fähig, FTP und MySQL-Zugang • schnelle Server in Deutschland (Auskunft: Website); 99% erreichbare Server • Download aller Dateitypen erlaubt • sofort verfügbar (Anmelden und loslegen) • externe Verlinkung möglich • Name der Webadresse (kann auch anders Verlinkt werden): <code>***.funpic.de</code>
http://www.freehost.ag/	<ul style="list-style-type: none"> • 250 MB • kein Traffic-Limit • sofort verfügbar • Banner und Popups

http://www.piranho.de/	<ul style="list-style-type: none"> • unbegrenzter Speicherplatz • unbegrenzt Traffic • <code>***.piranho.de</code> • Werbung optional (werbefreie Userseiten, Auskunft: Website)
---	--

5.1.3 Blogs

Eine andere Möglichkeit, sich im Internet zu präsentieren, bieten Blogs. Hier können ähnlich eines Tagebuchs, (regelmäßig) neue Informationen Eures Projekts veröffentlicht werden. So kann auf aktuelle Veranstaltungshinweise hingewiesen oder das Vorankommen des Projekts dokumentiert werden. Eine weitere Möglichkeit ist das Anstoßen von Diskussionen zu einem bestimmten Thema, da viele Blogs die Möglichkeit bieten, Kommentare zu hinterlassen. Somit kann es auch unter Umständen zur projektinternen Kommunikation genutzt werden. Ein Vorteil von Blogs liegt sicherlich in der unkomplizierten Einrichtung und einfachen und somit schnellen Bedienbarkeit bzw. Veröffentlichung von Informationen. Für eine permanente Präsentation im Internet ist es eher eine ungeeignete Form, da Blogs ein hohes Maß an Aktualität implizieren.

Anbieter (alle kostenlos):

Anbieter	Informationen
http://www.blogger.com/	<ul style="list-style-type: none"> • <code>http://DeinName.blogspot.com/</code>
http://www.blogg.de/	<ul style="list-style-type: none"> • <code>http://DeinName.blogg.de/</code>
http://www.blog.de/	<ul style="list-style-type: none"> • <code>http://DeinName.blog.de/</code>
http://www.blogianer.de/	<ul style="list-style-type: none"> • <code>http://DeinName.blogianer.de/</code> • werbefrei nur bei wöchentlichem bloggen
http://www.1on.de/	<ul style="list-style-type: none"> • verschieden Domains stehen zur Auswahl • Werbefrei, wenn mindestens aller drei Wochen gebloggt wird

5.1.4 Foren

Ein Forum im Internet eignet sich zum Gedankenaustausch und zur Diskussion. So können beispielsweise Projektideen virtuell diskutiert oder auch Feedback zu laufenden Projekten abgegeben werden. Oft wird das Forum in Ergänzung zu einer Homepage verwandt; kann jedoch auch einzeln genutzt werden.

Kostenlose Foren:

http://www.forenpardies.de/	<ul style="list-style-type: none">• umfangreiches Funktionsangebot (100% Administrator-Kontrolle, e.mail Benachrichtigung, Mitglieder sperren, private Nachrichten, Unterstützung von html-Tags, etc.)• keine Werbung oder Popups
http://www.board-z.de/	<ul style="list-style-type: none">• umfangreiche Funktionen• An Homepage anpassbar• Werbeeinblendungen
http://www.dynamicboard.de/	<ul style="list-style-type: none">• zahlreiche Funktionen• An das Layout der Homepage anpassbar• keine Werbung oder Popups
http://www.kostenlose-foren.org/	<ul style="list-style-type: none">• zahlreiche Funktionen• Werbung und Pop-ups• Subdomain: http://dein-name.kostenlose-foren.org

5.1.5 Online - Projektverwaltung

Wenn mehrere Leute an einem Projekt arbeiten, ergeben sich oft eine Reihe an Koordinierungsproblemen. Sei es die Terminfindung, das gemeinsame Ausarbeiten von Schriftstücken oder Brainstorming- oder Meinungsfindungsprozesse.

Im Internet gibt es mittlerweile zahlreiche Möglichkeiten derartige Probleme mit Hilfe von Online-Werkzeugen zu lösen. Genannt seien hier stellvertretend Antz@work und doodle.ch. Diese Plattformen bieten Euch die Möglichkeit gemeinsam genutzte Dateien zu hinterlegen (z.B. Protokolle), Aufgaben konkreten Mitgliedern zu zuordnen und deren Erledigung nach zuvollziehen sowie Diskussionen in eigenen Foren zu führen. Nutzt man derartige

Plattformen für das, was sie leisten können, sind sie eine hilfreiche Ergänzung und nützliche Arbeitserleichterung bei der Projektorganisation.

Weblink „Online - Projektverwaltung“:

<http://www.doodle.ch/>

<http://www.antzatwork.de/>

5.2.1 Mailinglisten

Eine Mailingliste ist eine Gelegenheit, innerhalb einer Gruppe mit Hilfe von E-Mails miteinander in Kontakt zu treten. Der Vorteil besteht darin, dass eine Mail an mehrere Empfänger weitergeleitet wird, ohne das man jedes Mal die Empfänger erneut eintragen muss. Dazu ist eine Liste erforderlich, in die alle Empfänger einmal eingetragen werden. Dazu kann ein Verwalter (Administrator) eingesetzt werden, der E-Mail-Adressen in diese Liste ein- und austrägt sowie gegebenenfalls die E-Mail-Liste auch moderiert. So kann beispielsweise festgelegt werden, dass bestimmte Mails erst vom Moderator freigegeben werden müssen, bevor sie an die Gruppe verschickt werden.

Wird eine E-Mail an die Liste geschickt, so wird sie an alle eingetragenen Empfänger weitergesendet ohne das dies durch anzeigen der E-Mail Adressen erkenntlich wird. So wird die Anonymität gewahrt und gleichzeitig ein wirksamer Schutz gegen Spam erzielt.

In kleinen Gruppen kann es ausreichen beim Versenden der E-Mail alle Empfänger mit Komma getrennt in die Empfänger- oder Blindkopiezeile einzutragen. Viele Mailprogramme bieten auch die Möglichkeiten Gruppen anzulegen, innerhalb derer verschiedene Empfänger zusammengefasst werden. Bei größeren Gruppen werden so genannte Mail-Verteiler eingesetzt.

Anbieter	Informationen
http://www.domeus.de/	Hier können kostenlos Mailinglisten angelegt werden.
http://www.gnu.org/software/mailman/	Eine freie Software zum managen von Mailinglisten

5.2.2 Newsletter

Ein Newsletter ist eine Art Rundschreiben welches regelmäßig an eine bestimmte Anzahl von Empfängern gesendet wird. Durch das Versenden eines Newsletters werden die Empfänger an das Projekt erinnert, das heißt man bringt sich in erster Linie in Erinnerung. Darüber hinaus werden (neue) Informationen über das Projekt, Veranstaltungen, Neuerungen auf der Website, neue Mitarbeiter, etc. mitgeteilt und vorgestellt.

Ein guter Newsletter hat einen hohen Wiedererkennungswert und hebt sich von der Flut der täglichen Mailings ab. Dazu ist es wichtig sich folgende Fragen zu stellen:

Wen will ich wie oft erreichen? Was will ich ihm mitteilen?

Einen hohen Stellenwert nimmt dabei die Formulierung des Betreffs ein. Dieser sollte prägnant, informativ bzw. witzig sein und sich von der Vielzahl der Mails abheben. Dabei ist es angebracht bei der Formulierung Verben zu verwenden, da diese Aktivitäten ausdrücken und den Leser direkt(er) ansprechen.

Der wichtigste Punkt beim Versenden von Newslettern ist: Nicht die Leser langweilen und sich immer fragen, wodurch sich mein Newsletter von anderen abhebt und damit einzigartig macht.

Außerdem sollten die Kontaktdaten wie Name, Adresse, Telefon, E-Mail und Webadresse angegeben werden um den Empfänger zu informieren und ihm die Möglichkeit zur Rückmeldung zu geben.

Newsletter können erstellt, versendet und verwaltet werden bei:

http://www.domeus.de/	Kostenloser Service, schnelle Anmeldung
http://www.newsletter-max.de/	Kostenloser, werbefreier Service, zur Integration auf der eigenen Homepage Besonders geeignet, um über Neuerungen auf der Homepage zu informieren Ähnlich auch: http://www.newsletterboy.de/

Für kleine Projekte mit überschaubarem Empfängerkreis eignet sich auch folgende freie Software:

Das Programm „LetterIt“ ist ein in PHP geschriebener Newsletter-Manager, der nahezu alle Features einer teuren Software bietet. Als OpenSource-Software kann die Software kostenlos heruntergeladen werden und auf einen Server installiert werden. Über den Browser wird der Newsletter-Versand geregelt. Die Verwaltung der Empfänger erfolgt über eine MySQL-Datenbank.

Quelle: http://de.wikibooks.org/wiki/Marketing/_Newsletter/_LetterIt

Weitere nützliche Hinweise:

Weblink „Listenverwaltung“: <http://www.listenverwaltung.de/>

Exkurs: Uni - Marketing

Das Uni-Marketing ist für die regionale bis internationale öffentlichkeitswirksame Darstellung der TU Dresden zuständig. Dazu zählt die Medienarbeit genauso wie das Gestalten und Herstellen von Druckerzeugnissen und Präsentationen, die helfen, die TU nach außen und innen darzustellen. Ansprechen könnt ihr die Verantwortlichen beim Uni-Marketing, wenn ihr Hilfe sucht bei eurem Marketing, bspw. wenn es darum geht, eigene Flyer, Broschüren oder Banner aus Plastikplane zu erstellen. Hier kann das Uni-Marketing mit Anregungen weiterhelfen. Wisst ihr bestimmte Termine oder eigens geplante Veranstaltungen schon weit im Voraus, gibt es bspw. auch die Möglichkeit, diese in dem einmal im Jahr erscheinenden Uni-Planer zu vermerken. Ein Vorlauf von mehr als einem Jahr ist jedoch wichtig dafür. Zuständig hierfür ist Katharina Leiberg.

5.3 Medienarbeit

Zur Öffentlichkeitsarbeit mit den Gruppen oder Personen, die wichtig für eure Projekte sind und die ihr erreichen wollt, zählt immer auch die Medien- oder Pressearbeit.

Das heißt, dass ihr mit Redakteuren von Zeitungen (und Radiosendern) regelmäßig in Kontakt tretet, diese mithilfe von Pressemitteilungen auf dem Laufen haltet und damit das Ziel verfolgt, dass über eure Arbeit (im Idealfall auch regelmäßig) berichtet wird. Persönliche Bekanntschaften sind gerade für Uni-Zeitungen wichtig.

Zuerst solltet ihr euch entscheiden, ob ihr eure Botschaften oder Ankündigungen via Print- oder Rundfunkmedien verbreiten wollt. Damit ihr das festlegen könnt, ist es ebenso wichtig, eure Zielgruppe definiert zu haben und was ihr mithilfe der Pressearbeit erreichen wollt, was also eure Ziele sind.

Wichtig für Medienarbeit ist, dass euer Thema einen so genannten Nachrichtenwert hat. Für Studentenzeitungen ist der bspw. gegeben, wenn das Thema einen Bezug zur Universität aufweist, für deren Studenten relevant sein kann. Regionale Straßenverkaufszeitungen setzen hier mehr auf den Bezug zu Dresden.

Unterhaltung, persönliche Betroffenheit, der Bezug zu bekannten Personen und ein regelmäßig wieder auftauchendes Thema sind ebenfalls Aspekte, die häufig garantieren, dass eine Meldung von Journalisten aufgegriffen wird.

Habt ihr euch dafür entschieden, verschiedene Zeitungen anzuschreiben, macht euch vor dem Griff zum Hörer Gedanken darüber, für welches Ressort das Thema geeignet ist und wo der Artikel erscheinen soll. Ziel ist hier (meist) im redaktionellen Teil der Zeitung aufzutauchen. (Teilweise kostenlose) Anzeigen können für bestimmte Ankündigungen, die eure Zielgruppen erreichen sollen, geschaltet werden, jedoch sind hier auch Flyer zu empfehlen.

Es empfiehlt sich, vorher zu recherchieren, wer genau die Kontaktperson für euer Anliegen ist und auf den Redaktionsschluss der Zeitung o.ä. zu achten.

Langfristig lautet das Ziel, eine Datenbank mit wichtigen Journalisten (und anderen Ansprechpartnern) aufzubauen. Das spart Zeit und Nerven.

Mögliche Kategorien für Datenbanken: Name, Medium, Kontaktdaten, Zuständigkeit, Form der Lieferung (bspw. bei Fotos)

Doch auch hier: Kontakte regelmäßig überprüfen, damit keine Mitarbeiter angeschrieben werden, die schon seit einem halben Jahr nicht mehr in der Redaktion tätig sind. Zu empfehlen ist wieder das Pflegen der Kontakte auf persönlicher Ebene.

5.3.1 Zeitungen

Am wichtigsten ist wieder, dass ihr eindeutig festlegt, wen ihr (mit was) erreichen wollt und in welchem Zeitraum. Abhängig davon könnt ihr alles Weitere planen.

Wen spreche ich an?

Ansprechpartner ist entweder der Chefredakteur, wenn bspw. nur dieser bekannt ist oder ihr nicht wisst, welcher Redakteur für euer Anliegen zuständig ist. Ansonsten ist der Chefredakteur auch dafür verantwortlich, Mails oder Anrufe an seine jeweiligen Redakteure weiterzuleiten. Deshalb wendet euch bei Unklarheiten besser zuerst an ihn. Ist das Ressort klar, so ist der verantwortliche Redakteur Ansprechpartner.

Im Folgenden sind verschiedene Zeitungen aufgelistet, die in und um Dresden berichten. Eher unrealistisch ist meist eine überregionale Berichterstattung, sollte euer Thema jedoch auch dafür geeignet sein, so wendet euch an dementsprechende Zeitungen.

Dresdner Straßenverkaufszeitungen sind vor allem zu empfehlen, wenn das Thema einen lokalen Bezug hat und damit relevant ist für die Dresdner Bürger. Zu kontaktieren ist in diesem Falle die Lokalredaktion der jeweiligen Zeitung. Ausgenommen ist hier die Hochschulszene, die jeden Dienstag während der Vorlesungszeit in der Sächsischen Zeitung erscheint und Themen aufgreift, die relevant für die Universität sind.

Die Stadtmagazine könnt ihr gut anschreiben, wenn ihr bspw. Projekte vorstellen oder eine Ausstellung oder andere Veranstaltung plant und dazu einladen wollt (zusätzlich zu bspw. Flyern). Da viele Projekte einen gewissen Bezug zur TU Dresden aufweisen (schon allein, weil ihr Studierende seid), sind die Uni-Zeitungen generell zu empfehlen.

5.3.1.1 Lokalzeitungen

Dresdner Neueste Nachrichten

Anschrift
(Verlag, Redaktion, Druckerei)

Hauptstraße 21, 01097 Dresden
Telefon: (0351) 8075-0
Telefax: (0351) 8041-824
E-Mail: post@lvz-online.de
Web: www.dnn-online.de

Redaktionsleitung: Dirk Birgel

Telefon: (0351) 8075-210
E-Mail: d.birgel@dnn.de;

Erscheinungszeitraum: Montag bis Samstag

Sächsische Zeitung

Anschrift
(Lokalredaktion Dresden – Stadt):

Ostra-Allee 20, 01067 Dresden
Telefon: (0351) 4864 – 0 oder die jeweilige
Durchwahl der verantwortlichen Redakteure
Telefax: (0351) 4864 - 2353
Web: www.sz-online.de

Redaktionsleitung: Dr. Peter Ufer

Telefon: (0351) 4864 - 2210
E-Mail: ufer.peter@dd-v.de

Erscheinungszeitraum: Montag bis Samstag

zusätzliche Infos:

- Jeden Dienstag während der Vorlesungszeit erscheint in der Sächsischen Zeitung die **Hochschulszene** (in Zusammenarbeit mit dem Institut für Kommunikationswissenschaft an der TU Dresden)
- Studentenredaktion: Nils Brabandt, Lars Kühl und Dirk Schulze

Uni in der Zeitung
TU Dresden, Postfach ---, 01062 Dresden

Telefon: (0351) 463-36271
Telefax: (0351) 463-37499
E-Mail: sz.hochschulszene@dd-v.de

5.3.1.2 Uni-Zeitungen

ad rem

Anschrift (Redaktion):

Ostra-Allee 25 (321), 01067 Dresden
E-Mail: redaktion@ad-rem.de
Web: www.sz-online.de/ad-rem/

Redaktionsleitung: Andreas Herrmann
Telefon: (0351) 4843801

Erscheinungszeitraum:
wöchentlich mittwochs (an den sächsischen
Hochschulstandorten Dresden, Görlitz und
Zittau)

zusätzliche Infos:

- Auflage: ca. 18.000 Exemplare im Regierungsbezirk Dresden, kostenlos
- Terminplan (mit Erscheinungsdatum, Deadline für Artikel usw.) unter dem Link <Service> <Erscheinungstermine>
- Private Kleinanzeigen erfragen unter Telefon: (0351) 48642408
- Anzeigen – Werbung unter Dresdner Magazin Verlag GmbH;

Projektleitung: Jörg Korczynsky (verantw.) Telefon: (0351) 48642408

- Anzeigenpreisliste unter Link <Service> <Anzeigenpreisliste>
- Anzeigenschluss: Mittwoch, 1 Woche vor Erscheinen, 12 Uhr

CAZ

Anschrift (Verlag):

Mediavsita KG; Lockwitztalstraße 20
01259 Dresden

Web: www.caz-lesen.de

Redaktionsleitung:

Daniela Münster-Daberstiel (v.i.s.d.P.)

Telefon: (0351) 8762740

Telefax: (0351) 8762799

E-Mail: redaktion@caz-lesen.de

Erscheinungszeitraum: wöchentlich montags
(außer in Semesterferien), an allen Dresdner
Hochschulen

zusätzliche Infos:

- kostenlos
- Private Kleinanzeigen: verschiedene Rubriken unter <Anzeigen schreiben>
Anzeigenschluss für Ausgabe am darauf folgenden Montag meist Freitag 8 Uhr,
- Anzeigen, Werbung: Udo Lehner (verantwortlich)
Telefon: 03 51/8 76 27-40
Telefax: 03 51/8 76 27-99
E-Mail: werbung@caz-lesen.de
- Anzeigenformate, Preisliste und Auftragsformular ausführlich unter <Werbung in der caz>
- Anzeigenschluss: Donnerstag 24 Uhr, für den folgenden Montag

Knackpunkt

(Zeitung des Dresdner Studentenrats)

Anschrift:

TU Dresden, Studentenrat
01062 Dresden

Sitz: TU-Kerngelände, Baracke 1

Web: www.stura.tu-dresden.de/knackpunkt

Redaktionsleitung:

Geschäftsführer Öffentliches

Telefon: (03 51) 463 320 43

E-Mail: oeffentl@stura.tu-dresden.de

Erscheinungszeitraum: unregelmäßig, daher
unbedingt mit dem Geschäftsführer für
Öffentliches in Kontakt setzen, ob es sinnvoll
und möglich ist, zu veröffentlichen

zusätzliche Informationen:

- Themen: u.a. Aktuelle Hochschulpolitik, Vorstellung von Gruppen und Initiativen der Universität , Kultur

Universitätsjournal

Anschrift Redaktion:

Nöthnitzer Straße 43
01187 Dresden

Telefon: (0351) 463-32882

Telefax: (0351) 463-37165

Web: <http://tu-dresden.de/>

[die_tu_dresden/verwaltung/dezernat_5/
sachgebiet_5_7/uj/index_html](http://tu-dresden.de/verwaltung/dezernat_5/sachgebiet_5_7/uj/index_html)

Redaktionsleitung:

Mathias Bäuml (V.i.s.d.P.)

E-Mail: uj@tu-dresden.de

Erscheinungszeitraum: 14-tägig freitags

zusätzliche Infos:

- Das Dresdner Universitätsjournal ist die Zeitung der TU Dresden Sie berichtet während der Semester aus Lehre und Forschung, aus den Fakultäten und der Verwaltung.

5.3.1.3 Dresdner Stadtmagazine

Dresdner – das Kulturmagazin

Anschrift:

Dresdner Kulturmagazin

Ostra-Allee 25

01067 Dresden

Telefon: (03 51) 80 72 1-0

Telefax: (03 51) 80 72 1-33

Geschäftszeiten: Mo - Fr: 10 - 17 Uhr

Web: <http://www.dresdner.nu/>

Redaktionsleitung:

Heinz K.

E-Mail: heinz@dresdner.nu

Cornelia Walter

E-Mail: c.walter@dresdner.nu

(oder: redaktion@dresdner.nu)

Erscheinungszeitraum: monatlich

zusätzliche Infos:

- Dresdner erscheint monatlich mit einer Auflage von 40.000 Heften kostenlos
- Dresdner veröffentlicht im Speziellen Beiträge, die mit Kultur zu tun haben, dabei gibt es unterschiedliche Redaktionen (Bühne, Musik, Kunst, Literatur, Film), am besten ist es, zuerst anzurufen und abzusprechen, ob das was ihr kommunizieren wollt überhaupt in den Dresdner passen würde (falls der Erstkontakt per E-Mail erfolgt, wendet euch an die Redaktionsleitung, diese bespricht das Thema, leitet es weiter an den verantwortlichen Redakteur des jeweiligen Ressorts)
- Wichtig: Mindestens einen Monat vorher anschreiben/-rufen (10. des Vormonats), bis dahin werden die Themen der folgenden Ausgabe geplant

frizz Anschrift: Rothenburger Straße 11 01099 Dresden Telefon: (0351) 3160935 Telefax: (0351) 2542584 E-Mail: info@frizz-dresden.de Web: www.frizz-dresden.de	Redaktionsleitung: Axel Nörkau Telefon: (0351) 316 09 34 E-Mail: redaktion@frizz-dresden.de Erscheinungszeitraum: monatlich
---	--

zusätzliche Infos:

- wichtig ist auch hier, dass Ihr euch rechtzeitig mit der Redaktion in Verbindung setzt, am besten mit dem Chefredakteur, der Auskunft darüber gibt, ob das Thema für einen Artikel in Frage kommt oder besser als Veranstaltungstipp veröffentlicht wird (bzw. zu einer aktuellen Ausstellung eurer Projekte)
- zusätzlicher Kontakt zu Kleinanzeigen und Veranstaltungen:
Karoline Spring (E-Mail: timer@frizz-dresden.de)

sax - Dresdner Stadtmagazin

Anschrift	Redaktionsleitung: Uwe Stuhrberg
Moderne Zeiten Medien GmbH & Co.	Telefon: (0351) 8 29 39 18
SAX Dresdner Journal KG	E-Mail: redaktion@cybersax.de
Bautzner Straße 22	Erscheinungszeitraum: monatlich
01099 Dresden	
Telefon: (0351) 82 93 90	
Telefax: (0351) 8 29 39 49	
Web: www.cybersax.de	

zusätzliche Infos:

- Die sax verbreitet monatlich etwa 11.000 Exemplare (Preis: 1,30 Euro). Redaktionelle Beiträge und Veranstaltungstipps sind grundsätzlich möglich. Empfohlen wird, sich per Pressemitteilung oder telefonisch mit dem Chefredakteur in Verbindung zu setzen. Auch hier wieder gilt: rechtzeitig Kontakt aufnehmen.

5.3.1.4 Rundfunk

Rundfunk ist dann eine gute Sache, wenn ihr bspw. sendefähige Hör- oder Sehbeiträge produzieren wollt, die auch gesendet werden sollen. Auch hier hängt es davon ab, was und wen ihr mit einem Beitrag erreichen wollt – und vor allem mit welchem Aufwand. Ein sendefähiger Beitrag kann jedoch auch auf der eigenen Internetseite veröffentlicht werden.

SAEK - Sächsische Ausbildungs- und Erprobungskanäle

SAEK im Medienkulturzentrum Pentacon

Anschrift:

SAEK Dresden
Schandauer Straße 64
01277 Dresden
Telefon: (0351) 31540 670
E-Mail: post@medienkulturzentrum.de
Web: www.sae-k-pentacon.de

Studioleniter Radio:

Prof. Dr. Werner Jokubeit
Telefon: (0351) 31540 672
jokubeit@medienkulturzentrum.de

Studioleniter Fernsehen:

Harald Schluttig
Telefon: (0351) 31540 674

zusätzliche Infos:

- In den Studios im Medienkulturzentrum Pentacon können eigene Fernseh- und Hörfunkbeiträge produzieren werden. Voraussetzung für die Arbeit sind Kenntnisse des fachgerechten Umgangs mit der Technik sowie inhaltliche Grundkenntnisse der Hörfunk- und Videoproduktion. Dafür bietet das Medienkulturzentrum entsprechende Kurse an (Programm auf der Internetseite). Technik wie Kerasets, portable Audiomischer oder verschiedene Mikrophontypen kann entliehen werden. Wochentags von 9-18 Uhr können eigene Beiträge produziert werden.

Coloradio

Anschrift

Radioinitiative Dresden e. V.
Jordanstr. 5 HH
01099 Dresden
Telefon: (0351) 3179225
Telefax: (0351) 3179226

E-Mail: coloradio@freie-radios.de
info@coloradio.org

Web: <http://www.coloradio.org/>
<http://www.freie-radios.de/coloradio/>

zusätzliche Infos:

- Coloradio ist ein freier, nichtkommerzieller Radiosender in Dresden, der jeden Tag ein Programm auf den lokalen Frequenzen 98,4 und 99,3 MHz ausstrahlt
- Jeden Dienstag ist Treff im Studio
18:00 Uhr Vereinssitzung
19:00 Uhr Redaktionsitzung (Redaktionssitzungen sind öffentlich)

Dresden Fernsehen

Anschrift

Dresden Fernsehen
Schandauer Straße 64
01277 Dresden

Telefon: (0351) 315 40 70
Telefax: (0351) 315 40 799

E-Mail: fernsehen@dresden-fernsehen.de
Web: www.dresden-fernsehen.de

zusätzliche Infos:

- Redaktion unter dem Link <Wir über uns>

5.3.2 Die Pressemitteilung

Die Pressemitteilung ist ein Standardwerkzeug guter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Sie soll einen Journalisten über (aktuelle) Ereignisse, Veränderungen oder Neuerungen informieren. Pressemitteilungen dienen der Öffentlichkeitsarbeit und sollen möglichst objektiv formuliert werden.

Damit die Pressemitteilung nicht in der Informationsflut verschwindet und dem Journalisten im (knappen!) Gedächtnis verbleibt, gilt es auf ein paar Dinge Rücksicht zu nehmen.

Formale Anforderungen

„Der Köder muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler“

Grundsätzlich sollte eine Pressemitteilung aktuell sein, einen relevanten Nutzen für den Leser enthalten, vollständig sein und trägt als regelmäßig eingesetztes Instrument idealerweise dazu bei, Kontakte zu halten und in Erinnerung zu bleiben.

Inhaltliche Anforderungen

Was enthält eine gute Pressemitteilung?

Hier sei die gute alte Nachrichtenpyramide erwähnt:

Kernaussage:	Das Wichtigste zuerst! Die Überschrift leitet also bereits zum Hauptthema hin und ist eindeutig und klar formuliert
W-Fragen:	Diese werden im ersten Satz oder Lead (Vorspann) der Pressemitteilung beantwortet
Die drei K's und die sieben W's:	Drei K's: Kurz, Klar, Kommentarlos Sieben W's: Wer? Was? Wann? Wo? Wie? Warum? Woher?
Hintergrundinformationen und Zusammenhänge:	Im Fließtext folgen schließlich weitere Details über Funktionen oder Beweggründe
Schmückende Zusatzinformationen:	Dieser Teil wird auch Backgrounder genannt und enthält wichtige und weiterführende Informationen über eure Gruppe, die ihr an jede Pressemitteilung anhängen könnt (Wann habt ihr die Gruppe gegründet? Wie viel Mitglieder habt ihr? Was sind wichtig Ziele, bisherige Erfolge? usw.)

Wichtig ist, dass ihr dieses Muster einhaltet, wenn Journalisten kürzen, dann nämlich zuerst von hinten. Unbedingt auch einen Ansprechpartner – normalerweise am Ende der Mitteilung – nennen. Dazu gehören Name, Funktion, Adresse, Telefon, Telefax und E-Mail. Der Text sollte 1500 bis 1800 Anschläge nicht überschreiten.

Die Pressemitteilung hilft den Medien auf die Sprünge. Deshalb Zitate und O-Töne einbauen, die Kernaussagen der Meldung wiedergeben. Photos machen sich ebenfalls gut, jedoch nicht die Angaben über den Fotografen und das Datum der Aufnahme vergessen (Fotos mit hohen Anforderungen an Speicherplatz außerdem vorher mit einem Bildbearbeitungsprogramm verkleinern).

Sprachliche Anforderungen:

Wie drücke ich mich in der Pressemitteilung aus?

Hier gibt es einige Anforderungen zu beachten: Am wichtigsten ist, dass die Pressemitteilung aktiv formuliert wird (Passivkonstruktionen vermeiden) und dass ihr Verben statt Substantivierung verwendet, kurze Wörter und übersichtliche Sätze („nachrichtlich schreiben“). Den roten Faden beizubehalten und auf die Rechtschreibung zu achten leuchtet ebenso ein.

Nicht in die Pressemitteilung gehören: Eigenlob, Superlative, Worthülsen, Floskeln, Füllwörter, Abkürzungen, Wiederholungen, Bandwurmörter und Schachtelsätze, Mutmaßungen, Prognosen, „ich“, „wir“ und „man“ und Füllwörter

Technische Anforderungen

Werden Pressemitteilungen per E-Mail versandt, so überprüft hier die Größe und das Format des Anhangs, damit der Empfänger die Mail auch problemlos öffnen kann.

Als Format machen sich pdf-Dokumente gut, die jedoch nicht als Massenmails versendet werden, weil diese öfter im Spamfilter landen.

Am besten schickt ihr die Pressemitteilung an den Chefredakteur der Zeitung oder erkundigt euch vorher telefonisch, wer als Ansprechpartner in Frage kommt.

Für einen Eindruck und um „echte“ Pressemitteilungen nachzulesen, ist das Presseportal als umfangreiche Datenbank für Presseinformationen zu empfehlen. Dahinter steht die dpa-Tochter newsaktuell, die im Auftrag von Parteien, Verbänden, Unternehmen und staatlichen Stellen Presseinformationen zugänglich macht.

Auf der Seite www.presseportal.de findet ihr unter <Links und Services> Pressemappen und -mitteilungen. Auch in der SLUB findet sich einiges an Literatur zum Thema.

6 An der Uni

6. 1 Drucken und Kopieren

Copyshops sind meist die erste Adresse, wenn es um das Erstellen von Flyern, Plakaten oder auch das Bedrucken von T-Shirts geht. Es gibt aber auch noch zahlreiche Alternativen, wenn es darum geht Werbung zu machen. In diesem Abschnitt werden ein paar Möglichkeiten aufgezeigt, wie und wo man Flyer, T-Shirts und andere werberelevante Artikel kommt.

6.1.1 Copyshops

Zahlreiche Copyshops findet man in der Nähe der Uni. Da Studenten die relevante Zielgruppe der Kopierläden sind, haben sie auch ein Interesse von ihren Kunden als positiv wahrgenommen zu werden. Es lohnt sich daher meist, mit den Betreibern über sein Projekt bzw. den gewünschten Service zu sprechen und eine Zusammenarbeit anzustreben. Eine solche Kooperation kann ganz unterschiedlich aussehen, wobei oft Rabatte gewährt werden, wenn man zum Beispiel bereit ist, das Logo des betreffenden Geschäfts mit auf seinen Flyer oder sein T-Shirt zu nehmen. Auch ein reines Sponsoring ist denkbar. Manche Projekte erlauben auch speziellere Abkommen, wenn also nicht nur zum Zwecke der Werbung zusammen gearbeitet wird. Dies kann zum Beispiel der Fall sein, wenn im Rahmen eines studentisch organisierten Seminars ein Reader erstellt wird, der dann zu einem Sonderpreis in dem jeweiligen Laden gekauft werden kann. Für beide Seiten wichtig ist in jedem Fall, dass eine Win-Win-Situation entsteht - also jeder was von der Kooperation hat.

Am besten ist es, wenn man sich mit seinem Projekt oder seiner Anfrage direkt und konkret an den jeweiligen Laden wendet:

Adressübersicht

Die Kopie

George-Bähr-Strasse 8
(Ecke Hettnerstrasse)
01069 Dresden
Tel: 03 51 - 4 51 95 50

Web: <http://www.diekopie.info/>

Mo.-Fr.: 9.00 - 18.00 Uhr

Copyshop an der Uni

Mommsenstr. 3
01069 Dresden
Tel: 0351/8776313
Fax: 0351/4725055

E-Mail: kopieren@aol.com
Web: <http://www.copyshop-unidd.de/>

Mo-Fr: 8 - 19 Uhr
Sa: 9-14 Uhr

Copy Cabana

George-Bähr-Str. 18
01069 Dresden
Tel. 0351 / 470 06-75
Fax 0351 / 470 06-76

E-Mail: info@CopyCabana-dd.de
Web: <http://www.copycabana-dd.de/>

Mo. - Fr.
09:00 - 19:00 Uhr

AFS-Print GmbH

Zellescher Weg 18 / SLUB
01069 Dresden
Tel. : 0351 / 4646 765
Fax : 0351 / 4646 775

E-Mail: info@afs-print.de
Web: <http://www.afs-print.de/>

Mo. - Fr.: 8-20 Uhr
Sa.: 11-16 Uhr

EMF Bürotechnik GmbH

Zellescher Weg 21
01217 Dresden
Tel.: 0351 / 4716890
Fax: 0351 / 4716820

E-Mail: info@emf-buerotechnik.de
Web: <http://www.emf-buerotechnik.de/>

Mo. - Fr.:
8:00 - 18:00 Uhr

Speziell T-Shirt Druck:

look&druck

Nicht-Thümmeler-Walther GbR

Münchner Straße 50
D-01187 Dresden
0351 / 647 54 52

E-Mail: info@look-und-druck.de
Web: <http://www.lookunddruck.de/>

6.1.2 Druckereien

Eine Alternative zu den Copyshops bieten Druckereien - online als auch herkömmlich. Hier ist fast alles erhältlich, was man sich in einer bunten Tüte voller Druckerzeugnisse vorstellen kann. Von Flyern und Broschüren über Aufkleber und Visitenkarten bis zu Postkarten und Schreibtischunterlagen ist fast alles zu bekommen. Über die Preise und genauen Anforderungen an die Druckvorlagen informiert man sich am Besten auf der Website des jeweiligen Anbieters, da diese je nach Produkt und Auflage recht stark variieren können. Einige Anbieter erklären sehr ausführlich, wie man zu einer idealen Druckvorlage gelangt und bieten darüber hinaus Downloads und „Tipps & Tricks“ an

Hier eine Auswahl an Druckereien in Dresden:

Druckhaus Dresden

Bärensteiner Str. 30
01277 Dresden
Telefon: 0351 - 318 70 - 0
Telefax: 0351 - 318 70 - 38

E-Mail: info@druckhaus-dresden.de
Web: www.druckhaus-dresden.de

Union Druckerei Dresden GmbH

Prießnitzstraße 39
01099 Dresden
Postfach: 10 01 10, 01071 Dresden
Telefon: 0351 - 800 02 - 0
Telefax: 0351 - 800 02 - 28

E-Mail: info@udd-dd.de / daten@udd-dd.de
Web: <http://www.udd-dd.de/>

A-Z Druck Dresden e. K.

Bamberger Str. 1
01187 Dresden
Telefon: 0351 - 471 56 17
Fax: 0351 - 471 56 16

E-Mail : info@azdd.de
Web: www.azdd.de

Alinea Digitaldruck GmbH

Königsbrücker Straße 96
01099 Dresden
Telefon: 0351 - 64 64 00
Fax: 0351 - 646 40 10

E-Mail: alinea-dresden@t-online.de
Web: <http://www.alinea-digitaldruck.de/>

Auch im Internet lassen sich zahlreiche Druckereien finden. Hier ein kleiner Überblick:

Weblinks „Online Druckereien“:

<http://www.meindruckportal.de/>

<http://www.flyerheaven.de/>

<http://www.flyerwire.de/>

<http://www.cyberhafen.de/>

<http://www.print24.de/>

6.2 Genehmigungen zum Aushängen an der Uni

Um auf dem TU-Gelände Plakate, Poster oder andere Druckwerke aufzustellen oder anzubringen braucht man eine Genehmigung. Dazu ist es notwendig, sich an das Dezernat 4, Sachgebiet 4.3 Liegenschaften zu wenden. Die Ansprechpartnerin ist Frau Christiane Malecki.

Der Antrag auf Genehmigung sollte mindestens 14 Tage vor dem benötigten Zeitraum eingereicht werden. Besser ist es man räumt etwas mehr Bearbeitungszeit ein. Der Antrag sollte die Dauer der Nutzung enthalten sowie kurz beschreiben in welchem Umfang Geworben wird. Das Beifügen eines Belegexemplars ist ausdrücklich erwünscht und sollte eine Selbstverständlichkeit sein. Da nur Werbungen für Veranstaltungen mit klarem Universitätsbezug genehmigt werden, erleichtert ein Belegexemplar darüber hinaus oft die Entscheidung. Bei erfolgreicher Genehmigung sind bis spätestens drei Tage nach der Veranstaltung die Plakate wieder zu entfernen. Darüber hinaus ist zu beachten, dass die TU-Verwaltung nur für die Fußwege auf dem Campus zuständig ist. Beispielsweise muss für das Anbringen von Plakaten am Geländer vor dem HSZ eine Genehmigung bei der Stadt Dresden eingeholt werden. Wird dies versäumt, kann es im schlimmsten Fall zu einer Bußgeldzahlung kommen.

Kontakt:

Christiane Malecki

Chemnitzer Str. 46a,

Falkenbrunnen, Zi. 129

Tel.: 0351 463-36475

Fax: 0351 463-36005

