
Inhalt

Vorwort von Günther Rebel	13
1 Einleitung	15
2 Skizze eines Stadtteilstestes: „Fiesta Mexikana“ 2002 in Ahlen (Westf.)	19
3 Event aus betriebswirtschaftlicher Sicht	20
3.1 Merkmale des Events	20
3.2 Ziele des Events	25
3.2.1 Leitziele des Events	25
3.2.2 Erlebnisorientierung	27
3.3 Das Instrument Event-Marketing.....	30
3.4 Die Organisationsform Projektmanagement.....	33
4 Event aus sozialpädagogischer Sicht	42
4.1 Definition der Sozialen Arbeit	42
4.1.1 Professionsdiskussion.....	43
4.2 Ziele der Sozialen Arbeit	44
4.3 Methoden der Sozialen Arbeit	47
4.4 Wirtschaftlichkeit in der Sozialen Arbeit	48
4.4.1 Effektivität und Effizienz	49
4.4.2 Konkurrenz- und Wettbewerbsorientierung.....	50
4.4.3 Marketingorientierung.....	51
4.4.4 Dienstleistungsorientierung.....	54
4.4.5 Kundenorientierung.....	55

4.4.6	Mitarbeiterorientierung.....	57
4.5	Warum Events in der Sozialen Arbeit?.....	58
4.5.1	Event als Kommunikationsmittel.....	59
4.5.2	Kontaktintensität.....	66
4.5.3	Bleibender Eindruck.....	67
4.5.4	Finanzierungswege – Beispiele Fundraising und Social-Sponsoring.....	70
5	Planung des Stadtteilstestes „Fiesta Mexikana“ 2003 als Event.....	77
5.1	Initialisierung.....	77
5.1.1	Sozialraumorientierung.....	78
5.1.2	Sachzielorientierung.....	80
5.1.3	Teamarbeit.....	82
5.1.4	Grobkonzeption.....	83
5.2	Start.....	84
5.2.1	Termin.....	85
5.2.2	Strukturplanung.....	86
5.2.3	Ablaufplanung.....	88
5.2.4	Ressourcenplanung.....	88
5.3	Vorbereitung.....	90
5.3.1	Öffentlichkeitsarbeit.....	91
5.3.2	Infrastruktur.....	93
5.3.3	Gastronomiebereich.....	94
5.3.4	Rahmenprogramm.....	96
5.3.5	Bühnenprogramm.....	97

5.4	Durchführung	99
5.4.1	Aufbau	99
5.4.2	Veranstaltungstag	100
5.4.3	Abbau.....	102
5.5	Nachbereitung	102
6	Schluss	105
	Abbildungsverzeichnis	109
	Literatur	111
	Anhang.....	115
	Checklisten.....	115
	Fragebogen zur „Fiesta Mexikana“ ’02; analog für ähnliche Stadtteulfeste.....	141