

Veranstaltungsförderung der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH

Übersicht: Antragskriterien

Kalkulation	Werbemittleinsatz / Vermarktung	Besuchererwartung	Medienkooperation / Medienresonanz	Synergieeffekte / Vernetzungen	Nachhaltigkeitsaspekte
<p>1. Ausgaben-Kalkulation Darstellung aller Kosten, die in Vorbereitung / Umsetzung des Veranstaltungsprojekts als entgeltliche Leistungen für die einzelnen Kosten fällig werden. Nicht jedoch erstattete / kostenneutrale Leistungen Dritter sowie Aufwendungen des Geschäftsbetriebs (Raum-, Personal-, Betriebskosten)</p> <p>2. Einnahmen-Kalkulation Unter Angabe der Refinanzierungen aus: Eintrittserlösen, Verkaufumsätzen (Katalogen / Merchandising evtl. Gastro), Beiträgen weiterer Zuwendungsgeber differenziert (öffentl. Hände / Stiftungen / Fonds), Sponsoring, Eigenmittel / Risikoabdeckung</p> <p>3. Fehlbedarfsnachweis / Höhe des beantragten WFB-Ausgleichs</p>	<p>3. Klassische Werbung Listung aller Einzelmaßnahmen an: * Belegung CLs / Sondersäulen/ Moskitos inkl. Streuung: lokal / reg. 50 km / überreg. 200 km / national * Ladenhänger, Anzahl Flyer / Folder, Streuung / Reichweite: lokal, Stck. / reg. Stck. / überreg. Stck. / national Stck. * Anzeigen in Medien / Titeln * Mailings an einrichtungsbezogene Zielgruppen / Anzahl, an projektbezogene Zielgruppe / Anzahl * Hörfunk- / TV-Spots bei Sendern / Ausstrahlungsfrequenz</p> <p>4. Online-Marketing Projekt-Homepage, Projekt-Berücksichtigung unter Einrichtungs-Homepage, Projekt-Verlinkung auf Domains Dritter, Social Media</p> <p>5. PR Pressebetreuung selbst / Agentur, Presseaktivitäten: Art, Anzahl, Nationale PR / Journalistenreise / spezielle Ansprache ausgewählter Medien / TV / Blogs, Specials für weitere Kommunikatoren / Wirtschaft / Influencer</p>	<p>6. Besuchende-Prognose * Anzahl Besuchende total, Anzahl auswärtig (davon % aus: reg. 50 km / überreg. 200 km / national) * Zielgruppen-Ansprache / Aufkommen aus: Einrichtungs-Zielgruppe und Projekt-Zielgruppen (welche, wie erreichbar, Anzahl) * Weitere Zielgruppenmaßnahmen</p> <p>7. Besuchende-Erfassung / Dokumentation * Erfassung nach Kartenverkauf / nur Zahl * Erfassung nach Postleitzahlen / auch Herkunft (vorhanden / geplant / realisiert bis) * Erfassung durch externe Zählung, Befragung / Controlling</p> <p>8. Besuchende-Aufwand / -Subvention * Pro Kopf / Gesamtkosten * Pro Kopf / WFB-Zuschuss * Abschätzung Subventionstendenz fallend / steigend (bei wiederkehrenden Veranstaltungen)</p> <p>9. Projekt-Markteinschätzung * Projekt-Angebot im aktuellen Trend / Trendsetting Zielgruppen-Nachfrage Innovativ, zukunftsfähig</p>	<p>10. Medienkooperation Medienunternehmen als Veranstaltungspartner:innen / Exkl. Präsentator:in / ausgew. Sponsor:in</p> <p>11. Medienresonanz Erwartete Print-Beiträge (Prognose gestützt auf Ergebnisse vergl. Projekte) * lokal / reg. Anzahl * überreg. (200km), Anzahl * national, Anzahl * Hörfunk-Beiträge lokale Sender, Anzahl / überreg. Sender, Anzahl * TV-Beiträge lokale Sender, Anzahl / überreg. Sender Anzahl * Fach- / Zielgruppenmedien, Erwartete Beiträge, Anzahl * Online/ Social Media: Anzahl, Reichweiten</p> <p>12. Dokumentation Presse-Clipping inkl. Online-Berichterstattung: Erfassung durch * Hausseitige Artikel-Sammlung * Professionellen Ausschnittdienst, extern</p>	<p>13. Externe Vermarktungspartner und Integration in das jeweilige WFB/Bremen Themenjahr * WFB als Projekt-Vermarkterin * WFB als Package-Vermarkterin / Projekt + Hotel * Andere Vermarktungs- / Buchungspartner:innen * Integration in das Bremische Themenjahr</p> <p>14. Projekt-Kooperationen / Vernetzungen * Partner:innen in Projekt-Realisierung / Art, Bedeutung * Verschränkung mit anderen Veranstaltungen (Pakete) * Gemeinsame Werbe-, Vermarktungsaktivitäten * Verstärkungseffekte / Zusatzpotentiale Ressourcen, Werbeeinflüsse, Nachfragesteigerung * Kooperations-Rentabilität / erzielte Ressourceneinsparung durch Bündelung, langfristige Marketingeffekte</p>	<p>15. Barrierefreiheit Schaffung von barrierefreien Angeboten (Veranstaltungsort, Erreichbarkeit, Toiletten, Kommunikation etc.)</p> <p>16. Klimaverträglichkeit und Nachhaltigkeit inkl. sozialer Aspekte * Schaffung von nachhaltigen und klimaverträglichen Angeboten * Nachhaltigkeitskonzept für die Veranstaltung (Umfang, Themen) * Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten während des gesamten Bewilligungszeitraums (während der Planung)</p>