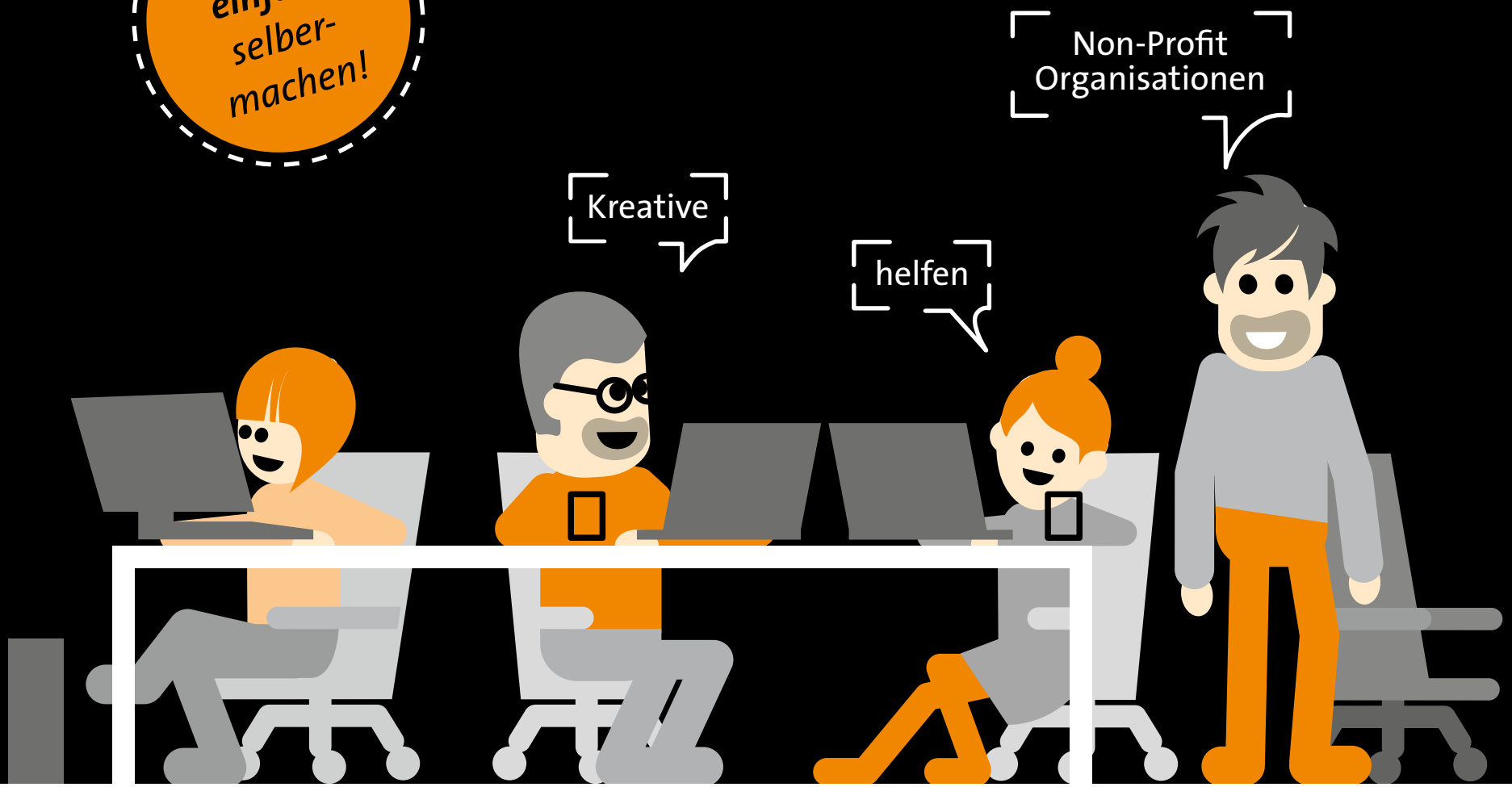
NACHT SCHICHT

8 Stunden
Kompetenz spenden
für den guten Zweck

Eine **STEP-BY-STEP**-Anleitung

Jetzt **einfach** selber-machen!



LIEBE NEU-NACHTSCHICHTLER,

als wir zum ersten Mal die NACHTSCHICHT in Berlin ausrichteten, ahnten wir nicht, auf welchen spannenden Weg wir uns begeben hatten. Gemeinnützige Organisationen finden, Kreative gewinnen, Räume suchen, Bewerbungen sichten, Medienpartner ins Boot holen – der Berg der Vorbereitungen schien immer höher zu werden. Aber: Als die erste NACHTSCHICHT am 21. Februar 2014 vorüber war, morgens gegen 4 Uhr, lagen wir uns in den Armen und waren stolz wie Bolle. Wir hatten es geschafft: Einen Kreativmarathon für den guten Zweck. Seitdem schockt uns die Arbeit nicht mehr. Im Gegenteil: Längst sind wir zu Wiederholungstätern geworden und wollen, dass sich uns weitere Engagierte anschließen. Vielleicht ja auch Sie?!

Wir in Berlin sind ein knappes Dutzend Engagierte, die sich für die NACHTSCHICHT zusammengefunden haben. Alle bringen dabei ihre jeweiligen eigenen Kompetenzen ein, Zeit und Ressourcen. Und das nun schon seit einigen Jahren. Wir könnten jetzt viel darüber sagen, was für den Erfolg eines Events wie die NACHTSCHICHT nötig ist: Erfahrung in Projektmanagement vielleicht, Kontakte in die Kreativszene oder Erfahrungen in der Durchführung von Veranstaltungen. Alles Quatsch. Fast zumindest. Sie brauchen in erster Linie Mut, Lust – und manchmal einen klaren Kopf.

So wie die Pioniere der NACHTSCHICHT. Bei einer Studienreise in die Niederlande haben uns Henk Kinds, Reggy Broekhuyse und Saskia van Dijk von „Matchpoint“ in Amersfoort auf das Format aufmerksam gemacht. Unter dem Slogan „8 Hours Overtime for a Good Cause“ engagieren sich seit 2004 in vielen niederländischen Städten vor allem Freiberuflerinnen und Freiberufler im Rahmen einer „NACHTSCHICHT“ für Nonprofit-Organisationen (NPOs) in ihrer Stadt. Mehr dazu finden Sie hier: **www.8-i.org**

Das wollen wir auch schaffen – eine landesweite Bewegung sozusagen. Dieser Leitfaden ist ein erster Schritt dazu und soll der Orientierung und Inspiration dienen. Natürlich können Sie dieses kleine Handbuch Punkt für Punkt abarbeiten – aber man kann es auch als Grundlage für etwas ganz Eigenes nehmen. Wir betrachten den Leitfaden als eine gute Empfehlung, immerhin haben wir die NACHTSCHICHT bereits vier Mal ausgerichtet.

Egal wie Sie das Format umsetzen – wir würden uns freuen, wenn Sie Ähnliches in Ihrer Stadt unternehmen würden. Und wenn dieser Leitfaden und die Materialsammlung dazu dienen, dass Sie den festen Entschluss fassen, einen solchen Event auszurichten und zum Erfolg zu führen, haben wir unsere kleine Mission erfüllt. Nur Mut! Machen Sie die Nacht zum Tag. Für einen guten Zweck. Viel Erfolg!

Herzlich, Ihr NACHTSCHICHT-Team Berlin

Das Berliner NACHTSCHICHT-Team
v.l.n.r: Reinhard Lang, Ellen Sturm, Bernd Wiedemann, Birgit Bierenriede, Annette Conradt, Michael Camici, Thomas Friemel, Hauke Brekenfeld, Oliver Weise

INHALT

Worum geht es hier eigentlich? **05**
Acht Stunden auf Schicht – für den guten Zweck 05
Und was kommt dabei ‘rum? 06
Der Gewinn für Nonprofit-Organisationen, Kreative und Unterstützer 07
Das goldene Trio für den Erfolg 08

Dann mal los! **10**
Augen auf bei der Partnerwahl 10
Kick-Off: Meilensteine und Zeitplanung 10

Meilensteine und Zeitplanung **11**

Phase 1: Vorbereitung **12**
Was Sie zum Start benötigen: Name, Logo, Flyer, Website 12
Internet- und Facebookseite 13
Die NACHTSCHICHT-Location 13
Unterstützer, Kooperationspartner 14
NACHTSCHICHT-Ressourcen: Zeit, Geld, Pro-Bono-Leistungen 15

Phase 2: Nach draußen gehen **17**
Den Finger heben 17
Jetzt tagt die Grand Jury 18

Phase 3: Endspurt bis zur NACHTSCHICHT **20**
Die letzte Meile 20
Wer mit wem – und wer hat das Sagen? 20
Die letzten Schritte vor dem Startschuss in die Nacht 22

Schichtbeginn: Die NACHTSCHICHT **27**
Auf zur Schicht! 27
Nach dem Spiel ist vor dem Spiel 29

Auf ein letztes Wort **30**

Arbeitsergebnisse **31**

Materialanhang 33
Impressum 33

WORUM GEHT ES HIER EIGENTLICH?

Es ist eigentlich ganz einfach: Bei der NACHTSCHICHT kommen Kreative zusammen, um pro bono jenen zu helfen, die sich deren Unterstützung meistens nicht leisten können, ihrer aber dringend bedürfen: gemeinnützige Organisationen, Vereine, Projekte, Initiativen. Was ihnen gemein ist: Sie arbeiten für unser aller Gemeinwesen, und das meistens mit äußerst begrenzten Mitteln. Warum also nicht genau jenen ein wenig zur Seite springen und sie in ihren Anliegen unterstützen?!

Auf dem Weg der NACHTSCHICHT finden engagierte Unternehmen und diese Organisationen zusammen. Das ist nicht neu, denn viele Unternehmen engagieren sich auf die ein oder andere Weise in ihrem Umfeld. Die meisten von ihnen spenden Geld und Sachmittel, doch seit etwa 15 Jahren werden die Aktivitäten vielfältiger. Der Grund: Auch Wirtschaftsbetriebe wollen mithelfen, die gesellschaftlichen Probleme zu lösen – mit Zeit, mit Wissen, aktiv und lösungsorientiert. Gemeinnützige Organisationen sind dafür genau die richtigen Partner, denn sie kennen die gesellschaftlichen Herausforderungen und versuchen, diese zu überwinden.

Eine Form dieser neuen Unternehmens-Gaben sind Kompetenzspenden: Ein Unternehmen unterstützt eine Nonprofit-Organisation (NPO) kostenfrei mit den Leistungen, die den eigentlichen Geschäftszweck ausmachen. Eine Win-win-Situation: Die Profis aus dem Betrieb helfen, die ideelle Arbeit besser zu machen und Ressourcen zu sparen – die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihrerseits bekommen Einblicke in eine andere Form der Arbeit, lernen spannende Menschen und Projekte kennen – und haben schließlich eine Menge Spaß.

Genau das ist es, was eine NACHTSCHICHT will – und zwar mit einer einfachen Aktion, die überall nachgemacht werden kann. Und die sowohl den Unternehmen, aber auch den NPOs und der öffentlichen Hand mit guten praktischen Beispielen zeigt, was alles möglich ist und gemeinsam besser geht.

ACHT STUNDEN AUF SCHICHT – FÜR DEN GUTEN ZWECK

Um es also kurz zu sagen: Bei der NACHTSCHICHT stellen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kleiner, mittelständischer aber auch großer Kreativ- und Beratungs-Firmen sowie Freiberufler/innen ihr Wissen pro bono in den Dienst gemeinnütziger Organisationen. Und das über Nacht: Beginn bei uns in Berlin ist um 18 Uhr, um 2 Uhr in der Frühe fällt der Hammer.

Das Setting ist ganz einfach. In Berlin kommen sieben Teams mit je fünf bis sieben Expertinnen und Experten aus unterschiedlichen Kreativ-Bereichen zusammen: Grafikerinnen und Kommunikationsstrategen, Texterinnen und Journalisten, Illustratorinnen, Event-Fachleute und andere. Ihre Aufgabe: Acht Stunden an einer konkreten Aufgabe arbeiten, zum Beispiel ein PR-Konzept oder Schulungsmaterialien entwickeln, ein neues Logo oder eine Plakatkampagne entwerfen, eine Imagebro-

»Gerade Kompetenzspenden der Kreativbranche lenken die Aufmerksamkeit noch stärker auf den gemeinnützigen Sektor, dessen vielfältige Leistungen für viele Menschen und an vielen Stellen in der Stadt unverzichtbar sind. Die NACHTSCHICHT macht die Anliegen, die Angebote und die Leistungsfähigkeit dieses Sektors in der Stadt noch bekannter.«

Hella Dunger-Löper, ehem. Staatssekretärin in der Senatskanzlei Berlin und Schirmherrin der Berliner NACHTSCHICHT von 2014 bis 2016

schüre oder eine Webseite konzipieren. Je nach dem, mit welcher Aufgabe sich die NPOs bei uns beworben haben. Am Ende werden die Ergebnisse präsentiert, die die Gemeinnützigen gleich mitnehmen und direkt einsetzen können.

Die Räume in Berlin hat unser Kooperations- und Medienpartner Der Tagesspiegel zur Verfügung gestellt, für Technik und Arbeitsmaterialien sind wir als Veranstalter zuständig. Kleine Snacks und Getränke bekommen wir von einem Cateringunternehmen, natürlich auch pro bono – wie die gesamte Veranstaltung.

Dreh- und Angelpunkt der NACHTSCHICHT sind wir, eine kleine Gruppe engagierter Organisationen und Unternehmen mit Kompetenz und Erfahrung in den Bereichen Nonprofit, Kreativbranche, Veranstaltungsmanagement, PR – unterstützt von örtlichen Unternehmen, Stiftungen, Verbänden und der Verwaltung.

UND WAS KOMMT DABEI ‘RUM?

In Berlin bringen bei der NACHTSCHICHT gut 50 Kreative 400 Stunden for Good ein. Die Gründe für diese Bereitschaft sind vielfältig: Zum einen ist die NACHTSCHICHT mit ihrer einprägsamen Marke ein niedrigschwelliger Event, bei dem viele mitmachen können und der direkt verstanden wird. Vor allem schätzen die Teilnehmenden, dass es am Ende der Nacht handfeste Ergebnissen gibt, die direkt von den NPOs genutzt werden können.

Zudem erzeugt die NACHTSCHICHT eine hohe Aufmerksamkeit für das Engagement von Unternehmen via Kompetenzspenden und für den Sinn solchen Engagements. Und nicht zu vergessen: Das Format zeigt, wieviel Spaß es machen kann, sich zu engagieren und wie einfach es ist, eine NACHTSCHICHT auf die Beine zu stellen und neue Kooperationen zu initiieren.

Als wir 2014 loslegten, ahnten wir noch nicht, wohin unser Engagement führen würde – und welche Magnet-Wirkung es entfalten sollte. So ist es uns zuletzt sogar gelungen, für einen Platz bei der NACHTSCHICHT jedes Jahr ein besonderes besonderes Angebot auszuloben: Die Unternehmen Wall und Ströer stellten je einmal kostenfreie Plakatflächen zu Verfügung, auf denen sich ein Ergebnis der NACHTSCHICHT präsentieren durfte – zudem konnten konnten beide Unternehmen ihre Hausdruckereien dazu bewegen, den Druck pro bono zu übernehmen. 2017 durfte sich ein Projekt mit einem in der NACHTSCHICHT erstellten Spot im Berliner U-Bahn-TV „Berliner Fenster“ zeigen, das immerhin 2,1 Millionen Kontakte pro Tag erreicht.

Keine Frage: Das sind echte Perlen, denn so etwas sorgt für Aufmerksamkeit – bei den Kreativfirmen, die ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern solche Gelegenheiten vielleicht nicht so oft bieten können; bei NPOs, die mit einem Schlag gleich eine ungeheure Reichweite erhalten; und schließlich für die NACHTSCHICHT und ihr Anliegen, das auf diesem Weg bekannt wird.

↘ 10 gute Gründe für Veranstalter, NPO, Kreative und Unterstützer

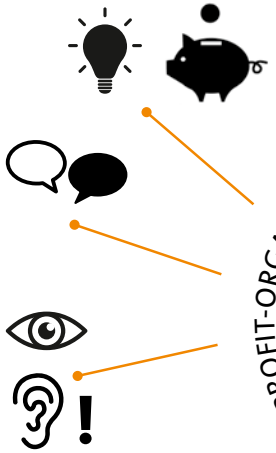
Tom Zips, DIE DRAUSSENWERBER, die der NACHTSCHICHT 2014 knapp 700 Plakatflächen für die Kampagne einer NPO zur Verfügung gestellt haben (siehe S. 32)

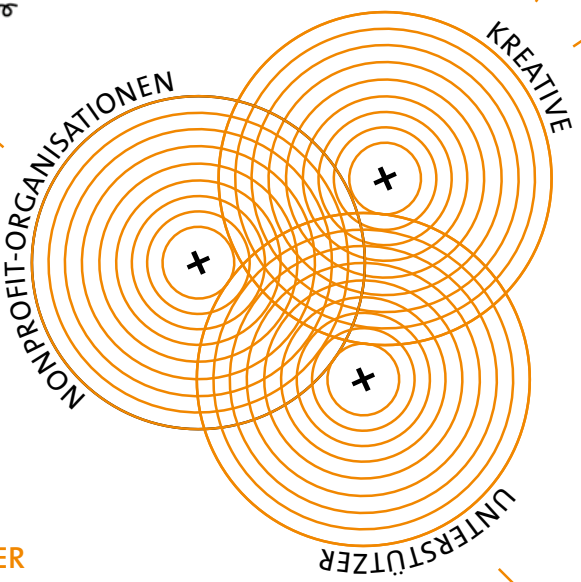
Ein Event wie die Nachtschicht eignet sich natürlich auch für andere Themen und Branchen: Organisationsentwicklung, Rechtsberatung, Finanzen, Personalthemen, IT – für alles gibt es bereits praktische Beispiele, die in unterschiedlichen Settings für fünf oder 15 NPOs mit 30 oder 50 Profis funktionieren. Mit anderen Worten: Die Möglichkeiten sind grenzenlos …

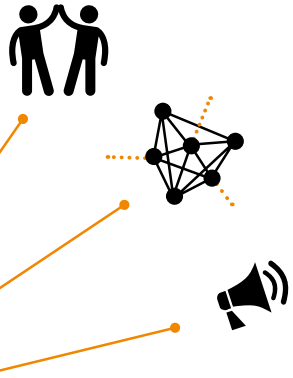
Weitere „NACHTSCHICHTen“ finden Sie hier:
www.nachtschicht-berlin.de/kontakt/

DER GEWINN FÜR NONPROFIT ORGANISATIONEN

Nach ein paar Jahren Erfahrung können wir sagen: Die Kompetenzspenden von Kreativunternehmen machen die Arbeit von NPOs ein klein wenig besser und helfen, ihre Anliegen besser und gezielter zu verbreiten. Und all das, ohne für diese professionelle Unterstützung in Kommunikation und Marketing zahlen zu müssen. Kein schlechter Deal. Zumal manchmal sogar in sehr kurzer Zeit kreative Lösungen entstehen, die sich sonst über Monate hinziehen.





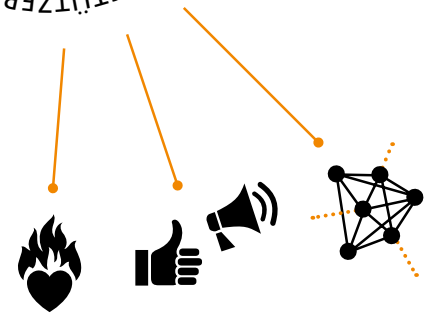


... FÜR KREATIVE

Auch für die engagierten Kreativ-Profis bringt die Nacht einiges: Sie knüpfen Kontakte zu anderen Kreativen, die die Nacht mitunter überdauern und in neue geschäftliche Beziehungen münden. Und sie tragen den Geist der Nachschicht auch nicht selten zurück ins Unternehmen, wo sie wieder andere motivieren, das nächste Mal mit von der Partie zu sein.

... FÜR UNTERSTÜTZER

Unterstützer einer Nachtschicht sind Pioniere. Die Strahlkraft einer innovativen und aufmerksamkeitsstarken Aktion lässt auch sie in neuem Lichte glänzen. Unternehmen, Stiftungen, Verbände, die sich für mehr Engagement und Kooperation im Gemeinwesen stark machen wollen, können dies hier sehr wirksam tun: nett, einfach, praktisch, überzeugend. Die Nachtschicht sorgt dafür, dass alle entsprechend in Erscheinung treten.



»Berlin ist noch nicht die Hauptstadt des bürgerschaftlichen Engagements – die NACHTSCHICHT zeigt aber, dass Berlin die Hauptstadt vielfältiger, bunter und innovativer Projekte ist. Der PARITÄTISCHE unterstützt die NACHTSCHICHT, weil hier eine anregende Plattform für zeitlich begrenzte Kompetenzspenden von Unternehmen geschaffen wird, die für die beteiligten Projekte viel Nutzen stiften.«

Oswald Menninger, Dr. Gabriele Schlimper,
PARITÄTISCHER Wohlfahrtsverband Berlin

DAS GOLDENE TRIO FÜR DEN ERFOLG

Praktische Ergebnisse, eine hohe NPO-Diversität und erfahrene Kreative – die tragenden Säulen der NACHTSCHICHT

1

Es geht um praktische Ergebnisse, echte Bedarfe und eine direkte Verwertung – die Kreativ-Teams arbeiten nicht für die Schublade. Sie sollten konkrete Aufgaben haben, die unmittelbar gebraucht werden, nicht „nur“ Konzepte entwickeln. Das heißt: die NPOs müssen einen aktuellen Bedarf haben und in der Lage sein, dieses Ergebnis auch fertigzustellen (z. B. wenn eine in der NACHTSCHICHT fertig getextete und gestaltete Broschüre noch gedruckt werden muss) und wie geplant einzusetzen.

2

An der NACHTSCHICHT nehmen kleine, mittlere und auch größere NPOs teil, die für unterschiedliche Themen und Zielgruppen arbeiten und mit anerkannt guter Arbeit eine gewisse Reichweite erzielen. Vielfalt und Relevanz – diese Mischung ermöglicht nicht nur eine breite Teilnahme nahezu aller NPOs, sondern ist schließlich auch für die engagierten Kreativen interessant.

3

Die engagierten Kreativen sind echte Profis mit relevanter Berufserfahrung. Nur so können in der kurzen Zeit gute und wirklich verwertbare Ergebnisse erzielt werden, die den NPOs auch wirklich etwas nützen. Natürlich sind auch Studierende und Berufsanfängerinnen und Berufsanfänger gerne gesehen – doch mehr als eine Person pro Team sollte es nicht sein.

ZUGEHÖRIGKEIT
BINDUNG
PROBLEME LÖSEN
Wirksamkeit
GEMEINSCHAFT
DEMOKRATIE-BILDUNG
ZUGEHÖRIGKEIT DAUERHAFT!
EINMISCHEN

DANN MAL LOS!

Klingt alles vernünftig und gut?! Prima! Dann mal „Butter bei die Fische“, wie die Nordlichter zu sagen pflegen. Wie also führe ich eine Veranstaltung wie die NACHTSCHICHT konkret durch? Grundlegend sind: ein gutes Projekt-Team, eine geeignete Location, eine Webseite und ein paar Materialien. Aber der Reihe nach.

AUGEN AUF BEI DER PARTNERWAHL

Gute Partner zu finden, ist nicht einfach – das gilt für Beziehungen wie für Projekte. Sprechen Sie also mit Personen, denen Sie vertrauen und denen Sie insbesondere zutrauen, einen langen Atem zu haben. Hören Sie sich um, wer Lust haben könnte mitzumachen. Halten Sie die Augen auf, wer passende Kompetenzen mitbringen könnte – und natürlich, wer strategisch Sinn macht. Denn den Kern der NACHTSCHICHT bildet ein handlungsfähiges Projekt-Team, das die NACHTSCHICHT vorbereitet und durchführt. Später brauchen Sie einen Kreis passender Unterstützer und Kooperationspartner. Im Projekt-Team sollten neben einem hohen Engagement möglichst die wesentlichen Kompetenzen vertreten sein:

1. Eine **gemeinnützige (Mittler)Organisation**, die sich um Unternehmenskooperationen mit NPOs in der Region kümmert oder gewisse Erfahrungen damit hat wie z.B. Freiwilligenagenturen. Vielleicht hat sie Kontakte zu Unternehmen und zur öffentlichen Hand, auf jeden Fall aber in in den gemeinnützigen Bereich und kennt die NPOs in der Region gut. Diese Organisation ist die Spinne im Netz, hält Kontakt zu NPOs, Politik und Verwaltung und eignet sich für die Koordination des Projekt-Teams wie als Ansprechpartner für die NACHTSCHICHT. Dafür braucht sie natürlich die nötigen zeitlichen Kapazitäten.

2. Ein **erfahrenes Kreativunternehmen**, das entsprechende Aufgaben für die NACHTSCHICHT übernehmen kann wie Gestaltung, Text, Materialien, Webseite und Marketing. Diese Fachleute können zudem beurteilen, welche Aufgaben in einer NACHTSCHICHT gut zu bearbeiten sind, welche Kompetenzen dafür gebraucht werden – und welche engagierten Firmen mit welchen Kolleginnen und Kollegen für die NACHTSCHICHT gewonnen werden könnten und sollten.

3. Ein **Veranstaltungsprofi**, die oder der weiß, welche Locations in Frage kommen, deren Verantwortliche kennt und den Ablauf der NACHTSCHICHT in die Hand nimmt. Solche Firmen haben einen Blick für effektive Planungsprozesse und Kontakte zu potenziellen Unterstützern – für das Catering während der NACHTSCHICHT wie für ein finanzielles Sponsoring.

4. **Erfahrene Kommunikations-Expert/innen** für Social-Media-Kanäle und für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit mit Verbindungen zu den lokalen Redaktionen sollten ebenfalls dabei sein. Damit steht und fällt die Attraktivität der NACHTSCHICHT für alle Mitwirkenden – NPOs, Kreative und Unterstützer. Naja, und schreiben sollten sie auch können.

KICK-OFF: MEILENSTEINE UND ZEITPLANUNG

Steht Ihr Projekt-Team, kann ein Fahrplan helfen, wann und wo Sie mit Ihrem NACHTSCHICHT-Bus halten sollten. Die folgenden Meilensteine und Zeiten haben sich für uns als passender Rahmen für eine reibungslose Vorbereitung und Durchführung der NACHTSCHICHT erwiesen.

Unsere Erfahrung hat gezeigt, dass die Vorbereitungszeit begrenzt sein sollte, damit Motivation und Spannung im Team erhalten bleiben und der persönliche Zeitaufwand der Beteiligten kalkulierbar bleibt. Bei Ihrer zweiten NACHTSCHICHT werden Sie wahrscheinlich schon weniger Zeit zwischen den einzelnen Phasen einplanen und insgesamt sehr viel weniger Zeit benötigen. Da „Start“ und „Vorbereitung“ dann zusammenfallen, reicht in der Regel ein Kick-off sechs Monate vor Schichtbeginn.

Tipps zur Arbeitsweise:
Sorgen Sie von Anfang an dafür, dass alle Mitglieder des Teams auf alle Dokumente zugreifen können (Dropbox, Google-Drive, Office 365, ...). Sparen Sie Zeit mit kurzen regelmäßigen Updates per Telefonkonferenz – aber planen Sie zu Beginn Zeit für persönliche Meetings ein, bei denen Sie sich kennenlernen und die wesentlichen Ziele und Merkmale Ihrer NACHTSCHICHT festlegen.

MEILENSTEINE UND ZEITPLANUNG

PHASE 3: ENDSPURT BIS ZUR NACHTSCHICHT
▸ 3 MONATE VORHER

- Festlegung Projekt-Patinnen und -Paten
- TeamCaptains gewinnen
- Projekte: Check, Vorstellung auf Webseite, Facebook
- Kreative gewinnen
- Aktive Pressearbeit: Projekte, Kreative
- Briefings NPOs, Zuarbeit
- Zusammenstellung der Teams
- Technik, Materialien, Logistik, Catering für die Nachtschicht
- Pressematerial

SCHICHTBEGINN
▸ VERANSTALTUNGSTAG

18:00 Uhr Start
19:00 Uhr Arbeitsphase
1:30 Uhr Präsentation der Ergebnisse
2:00 Uhr Gruppenfoto, Sekt, Musik

WAS WIR DANACH TUN

- Ergebnisse, Kreative, NPOs, Fotos, Presseresonanz auf Webseite und Facebook stellen
- Dank an TeamCaptains, Kreative, Unterstützende versenden
- Medienresonanz sichten und zusammenstellen
- Auswertung und Feedback bei einem gemeinsamen Essen

NACH 3-4 MONATEN:

- Abfrage NPOs: Status Projekte, Bitte um Statements

START: DANN MAL LOS!
▸ 9 MONATE VORHER

- Projekt-Team
- Kick-off: erste Meilensteine, die Zeitplanung und die Abläufe festlegen.

PHASE 2: NACH DRAUSSEN GEHEN
▸ 5 MONATE VORHER

- NPOs gewinnen: Ausschreibung
- Jurysitzung: Auswahl NPOs
- Start Gewinnung Kreative

PHASE 1: VORBEREITUNG
▸ 7 MONATE VORHER

- Name/Titel, Logo, Flyer
- Webseite, Facebook
- Raum, Termin
- Unterstützende, Kooperationspartner
- Ressourcen

PHASE 1

VORBEREITUNG

WAS SIE ZUM START BENÖTIGEN: NAME, LOGO, FLYER, WEBSEITE

Grundlagen schaffen

Sie brauchen einen Namen, so viel ist klar. Wir haben uns entschieden für „NACHTSCHICHT: 8 Stunden Kompetenz spenden für den guten Zweck“ – diesen stellen wir Ihnen natürlich gerne inklusive Logo zur Verfügung. Auch in Wien, Kärnten und in der Steiermark gibt es eine NACHTSCHICHT, in Nürnberg und Jena hingegen findet die Veranstaltung tagsüber statt als „Creative Service Jam“ und „Kreativmenü“. Wie auch immer: Der Name sollte Aufmerksamkeit schaffen.

Zur Grundausstattung in der Vorbereitung gehören alle Basis-Informationen: Wer macht was wann wo mit wem und für wen? Unsere schwarzen Flyer und die Webseite haben sich für unsere externe Kommunikation z. B. mit Interessenten als echte Hingucker erwiesen, auch diese stehen Ihnen zur Nutzung zur Verfügung. Beide sollten die wichtigsten Fragen beantworten: Was ist die NACHTSCHICHT? Wann muss ich als Kreativer oder NPO was tun und was habe ich davon? Wie bewerbe ich mich? An wen kann ich mich wenden für Nachfragen?

↘ **Flyer NACHTSCHICHT Berlin**

↘ **Textbausteine Kurzinfo**

Ganz wichtig: Stimmen Sie schon zu Beginn alle formalen Fragen und hier insbesondere den gemeinnützigen Charakter der Veranstaltung und die „Spielregeln“ der NACHTSCHICHT (Teilnahme, Haftung, Nutzungsrechte, Verschwiegenheit, Fotorechte, etc.) ab und teilen Sie dies allen Beteiligten transparent auf der Internetseite mit.

Hier geht’s zu den ↘ **Spielregeln**

Das sagen die Mitglieder des NACHTSCHICHT-Teams in Berlin:

»Wir möchten mit unserer Fachkompetenz gerade die sozialen Unternehmen und Organisationen unterstützen, die aus eigener Kraft nicht in der Lage sind, sich Aufmerksamkeit in der öffentlichen Wahrnehmung zu verschaffen.«

Michael Camici,
CAMICI Agentur für Kommunkation GmbH
CAMICI ist eine Kommunikationsagentur mit der Kernkompetenz im Gesundheitswesen, im Sozial- und Umweltbereich.
www.camici.berlin

INTERNET- UND FACEBOOKSEITE

NACHTSCHICHT im Netz

Die Webseite sollte alle wesentlichen Informationen über die NACHTSCHICHT enthalten, die NPOs, Kreative, Partner, Unterstützer und die Öffentlichkeit benötigen: Interessenten möchten wissen, wer die NACHTSCHICHT veranstaltet, wie sie mitmachen und wie sie sich anmelden können. Auch die Ergebnisse der NACHTSCHICHT sollten auf der Webseite publiziert werden – beim ersten Mal können Sie gerne auf die Ergebnisse und die Bildergalerien der Berliner NACHTSCHICHT verweisen
www.nachtschicht-berlin.de/nachtlese-2016/

Die Facebook-Seite dient wie meistens dazu, möglichst viele Interessent/innen mit allen aktuellen Infos zu versorgen und die NACHTSCHICHT zu vernetzen – und zwar so, dass dies leicht von mehreren Teammitgliedern getan werden kann. Hier können nach und nach die NPOs mit ihren Anliegen und später die Ergebnisse, Bilder und aktuelle Statements von Unterstützern vorgestellt werden. Liken, teilen und sprechen Sie darüber. Dies ist die Bitte des Projekt-Teams an alle ihre Netzwerke. Schließlich sollten Sie auch alle Beteiligten ermuntern, Ihre Liveberichterstattung von der NACHTSCHICHT selbst zu multiplizieren, um eine möglichst große Reichweite zu erzielen.
www.facebook.com/N8SCHICHT

DIE NACHTSCHICHT-LOCATION

Auf ein Wort über den Ort

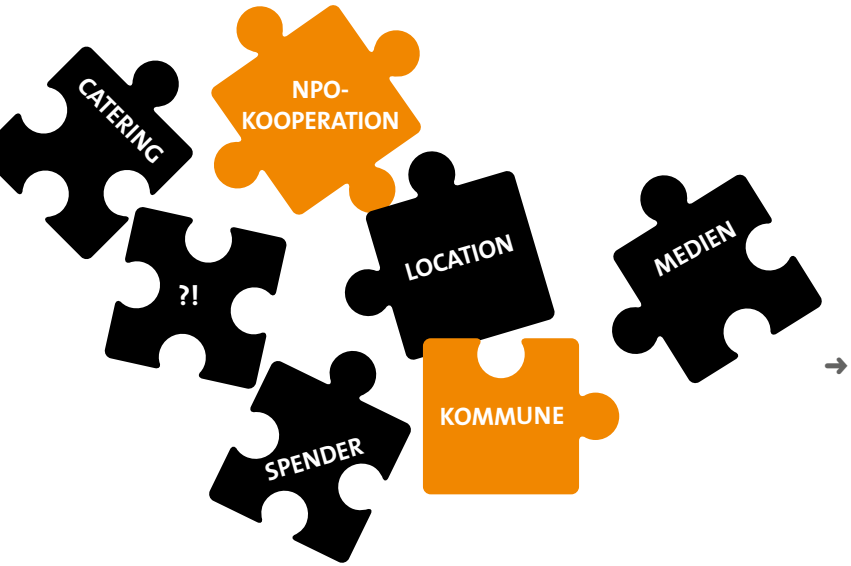
Eine gute Location ist natürlich Geschmackssache und hoch individuell. Trotzdem kommen hier ein paar Ratschläge, die Sie beherzigen können: Der Ort sollte nicht plüschig, elitär oder stylisch, sondern eher „rough“ sein und eine Arbeitsatmosphäre versprühen. Schön wäre es natürlich, wenn die NACHTSCHICHT gut gelegen und mit öffentlichen Verkehrsmitteln gut erreichbar ist.

Und ganz klar: Die Räume müssen ausreichend Platz bieten. Ein großer Raum für alle ist fast ein Muss, hier könnten Eröffnung und Präsentationen stattfinden. Für jedes Team sollte es einen eigenen Raum geben, zumindest aber einen Arbeitsplatz mit Technik samt Arbeitsmaterialien. Für die angenehmen Seiten sollte das Catering die ganze Nacht über zugänglich und am besten in einem netten Ambiente platziert sein mit Sitzmöbeln, vielleicht einem Kicker und Musik. Aber manchmal kann man sich solch einen Ort nicht backen – da sollten Sie kompromissfähig sein.

Das sagen die Mitglieder des NACHTSCHICHT-Teams in Berlin:

»Für uns ist die Nachtschicht eine gute Gelegenheit, für mehr und dringend benötigte Professionalität in der Kommunikation für gesellschaftliche Anliegen zu sorgen. Wir hoffen sehr, dass mit diesem Engagement nicht nur für eine Nacht, sondern dauerhaft Impulse für mehr gemeinwohlorientiertes Engagement in der Kreativbranche gesetzt werden können.«

Thomas Friemel und Hauke Brekenfeld, KOMBÜSE
KOMBÜSE (Kommunikationsbüro für Social Entrepreneurship) unterstützt Sozial- und nachhaltige Unternehmen, Projekte der Wohlfahrt und Stiftungen in allen Fragen der Kommunikation.
www.kombuese.org



UNTERSTÜTZER, KOOPERATIONSPARTNER

Hilfe von allen Seiten

Je mehr Kooperationspartner Sie finden, desto einfacher wird es. Insbesondere die folgenden Bereiche sollten Sie nach Möglichkeit mit Unterstützern abdecken:

- **Location:** Wer hat geeignete Räume für die NACHTSCHICHT? In Berlin stellt der Tagesspiegel jedes Jahr seine Konferenzetage inklusive Technik kostenfrei zur Verfügung, in Nürnberg das örtliche Stadtmagazin, in Wien ein Unternehmen. Um einen guten Ort zu finden, sollten Sie mit möglichst konkreten Vorstellungen in Ihr Netzwerk gehen.

- **Catering:** Die Verpflegung während der NACHTSCHICHT ist essentiell – wer am Freitagabend noch ein paar Überstunden schrubbt, der will wenigstens Spaß dabei haben und ein wenig verwöhnt werden. Also gerne unterschiedliche Snacks und Getränke, und natürlich Kaffee, Schokolade und Obst vorhalten. Auch die Mitternachtssuppe wird gerne angenommen. In Berlin übernimmt der Caterer auch den Service. Falls nicht, können Sie hier auch andere Organsiationen, die sich sozial engagieren wollen, für Servicepersonal ansprechen, wie z. B. den Rotary Club.

- **NPO-Kooperation:** Auch ein noch so gut vernetztes Projekt-Team kann weitere Zugänge in den gemeinnützigen Bereich und Informationen bei der Beurteilung der NPOs und ihrer Arbeit gebrauchen. Kein Muss, aber hilfreich: Mit einem Wohlfahrtsverband (oder der örtlichen LIGA) als Kooperationspartner gewinnen Sie zudem an Seriosität und Verbindungen zur öffentlicher Hand.

- **Kommune:** Natürlich wäre es hilfreich, wenn die Stadt Ihre Initiative unterstützt, aber auch das ist kein Muss. In der Regel gibt es in Politik und/oder Verwaltung Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner für Engagementförderung, die Ihnen weitere interessante Zugänge öffnen. Wie in Berlin kann die Kommune durch die Übernahme einer Schirmherrschaft die Bedeutung gemeinwohlorientierter Kooperationen fürs Gemeinwesen unterstreichen.

- **Weitere Unterstützer:** Regionale Stiftungen, Spenden, Unternehmen und Verbände, die das Anliegen der NACHTSCHICHT gut finden, kommen als weitere Unterstützer in Frage – aber es geht auch weitgehend ohne: die Berliner NACHTSCHICHT ist fast gänzlich ohne finanziellen Support gestartet und hat bis heute nicht gerade ein üppiges Budget.

Das sagen die Mitglieder des NACHTSCHICHT-Teams in Berlin:

»Unternehmen tragen Verantwortung für die Gesellschaft, in der sie agieren. Das ist unsere feste Überzeugung. Die NACHTSCHICHT ist die ideale Plattform für kleine und mittelständische Firmen, hier Flagge zu zeigen und sich mit eigenen Kompetenzen, seien es Dienst- oder Sachleistungen, einzubringen und die Welt zu verbessern.«

Bernd Wiedemann, pcma
pcma ist eine Kongressagentur, die Kongresse, Tagungen, Konferenzen und Messen europaweit organisiert. Zu ihren Stärken zählt die Konzeption passender Veranstaltungsformate und das Optimieren vorhandener Veranstaltungen (Meeting Architecture).
www.pcma.de

➜ **Medien:** Die Medien am Ort als Partner zu gewinnen, kann ein großer Vorteil sein, weil sie hier mit Ihren Aufrufen und Botschaften mit einem Schlag viele Menschen erreichen und Ihren Unterstützern eine attraktive Plattform bieten können. Es empfiehlt sich, sozial engagierte Redakteure zu identifizieren und gezielt anzusprechen, auch ein Redaktionsbesuch (allerdings angekündigt) kann nicht schaden. In Berlin ist der Tagesspiegel mit an Bord.

NACHTSCHICHT-RESSOURCEN: ZEIT, GELD, PRO BONO-LEISTUNGEN

Losfahren ohne Knatter

Ein Event wie die NACHTSCHICHT kann tatsächlich ganz ohne Budget auskommen. Denn: Die Unternehmen im Projekt-Team wirken im Rahmen ihres Engagements mit – Sie als Initiatorin oder Koordinator des Projekt-Teams müssen wahrscheinlich früher oder später für sich klären, ob Ihre Arbeit ebenfalls im Rahmen des Engagements Ihrer Organisation oder als Bestandteil Ihrer hauptamtlichen Leistungen erfolgt.

Bei Ihrer ersten NACHTSCHICHT brauchen Sie für die Vorbereitung sicher etwas mehr Zeit. Ab dem zweiten Mal reduziert sich der Zeiteinsatz für die Koordination plus Betreuung der NPOs und Ihres Projekts (siehe S. 20) auf durchschnittlich fünf bis sechs Stunden pro Woche über einen Zeitraum von ca. sechs Monaten. Das ist natürlich abhängig von der Anzahl der Mitglieder im Projekt-Team, von der Aufteilung der Aufgaben sowie von der Anzahl der Projekte (und der benötigten Kreativen) und der Bewerbungen von NPOs.

Was Sie sonst noch brauchen – also Materialien, Räume, Technik, Catering oder Getränke –, kann durch pro bono-Leistungen von Unterstützern realisiert werden. Die Gestaltung Ihrer Materialien, Flyer, Webseite sowie Raumgestaltung und Equipment für die Entspannung, die Fotos während der Nachtschicht, ein Display für die Logos, Namenschilder, Pressemappe etc. – auch wenn wir Ihnen hier einiges schon zur Verfügung stellen können, alles andere wird im Idealfall von Mitgliedern Ihres Projekt-Teams oder ebenfalls von Unterstützern übernommen. Aber: Sprechen Sie im NACHTSCHICHT-Team darüber, wo Ihre Grenzen liegen und wie Sie damit umgehen, wenn es doch nicht gelingt, für alles Unterstützer oder eine kleine Summe für allfällige Aufwände zu gewinnen.

Das sagen die Mitglieder des NACHTSCHICHT-Teams in Berlin:

»Die NACHTSCHICHT ist ein tolles Format, um Kompetenzspenden von Unternehmen anzuregen und für gemeinnützige Anliegen eine sehr wirkungsvolle Unterstützung und Professionalisierung zu mobilisieren. Das möchten wir in viele andere Städte übertragen.«

Ellen Sturm und Reinhard Lang, UPJ

UPJ ist das Netzwerk engagierter Unternehmen und gemeinnütziger Mittlerorganisationen in Deutschland. Im Mittelpunkt stehen Projekte, die zur Lösung gesellschaftlicher Probleme beitragen, indem sie Verbindungen zwischen Unternehmen, gemeinnützigen Organisationen und öffentlichen Verwaltungen schaffen. Diese Akteure unterstützt der gemeinnützige UPJ e.V. darüber hinaus mit Informationen und Beratung bei der Entwicklung und Umsetzung ihrer Corporate Citizenship- und Corporate Social Responsibility-Aktivitäten. **www.upj.de**

»Nachtstunden schieben für den guten Zweck? Das passt zu Berlin. ›NACHTSCHICHT‹ steht für Berlin. Einfach, praktisch und wahnsinnig sympathisch werden im 8-Stunden Marathon Kooperationen engagierter Berliner Unternehmen mit der Zivilgesellschaft organisiert, Know-how vermittelt und so gezeigt: Wenn wir es gemeinsam anpacken, gelingt uns noch viel mehr.«

Sawsan Chebli, Staatssekretärin in der Senatskanzlei Berlin und Schirmherrin der NACHTSCHICHT 2017

PHASE 2

NACHT DRAUSSEN GEHEN

DEN FINGER HEBEN

Die ersten Arbeiten sind getan, nun müssen Sie sich draußen zeigen und in Kontakt treten – insbesondere zu den NPOs und den Kreativen.

So gewinnen Sie die NPOs

Am Anfang steht die Ausschreibung des NACHTSCHICHT-Angebots an die gemeinnützigen Organisationen. Dabei können die zu lösenden Aufgaben vielfältig sein: PR/Marketing, Gestaltung in Form von Audio, Video oder Foto, Web/IT oder Beratung zum Beispiel. Um die nötigen und so konkrete Informationen wie möglich zu bekommen, haben wir ein Bewerbungsformular entworfen. Ähnlich wie bei einer Partnervermittlung fragt das Formular wichtige Informationen ab, die für eine Bewertung und Vermittlung des Projektes wichtig sind:

- das Profil und die Aufgaben der gemeinnützigen Organisation
- die zu lösenden Aufgaben/der Bedarf
- die Art und Weise, wie die Lösung der Aufgabe zur Verbesserung der Arbeit der Organisation beitragen kann und
- ein Grund, warum das Vorhaben bisher nicht realisiert werden konnte.

Was den Nonprofits hilft, machbare Bedarfe und sinnvolle Aufgaben für eine NACHTSCHICHT zu erkennen und zu beschreiben, sind konkrete exemplarische Ergebnisse. Hier können Ihnen die Ergebnisse vorangegangener Nachtschichten helfen.

Ergebnisse vorangegangener NACHTSCHICHTen: **www.nachtschicht-berlin.de/nachtlese-2016**

Um die Ausschreibung unter die Leute zu bringen und in der gemeinnützigen Szene zu streuen, nutzen Sie am besten verschiedene Kanäle. Als Multiplikatoren eignen sich zum Beispiel die Wohlfahrts-, Kultur-, Sport- und Umweltverbände mit ihren Medien, die Fachressorts ihrer Kommune, Freiwilligenagenturen, Bürgerstiftungen und ähnliche Einrichtungen, Ihre Unterstützer, Kooperationspartner und die Schirmherrin oder der Schirmherr. Textbausteine gibt es zur freien Verfügung.

In Berlin zum Beispiel ist UPJ im Projekt-Team mit seinen vielfältigen Zugängen zum Gemeinnützigkeitssektor für die die Information und Gewinnung der NPOs verantwortlich. UPJ sorgt dafür, dass die Ausschreibung in der Stadt verteilt wird und bedient sich dabei der o. g. Verbindungen. Achten Sie darauf, dass Sie explizit auf die regionale Begrenzung verweisen – sonst bekommen Sie Bewerbungen aus dem gesamten Bundesgebiet. Um die Zahl der Bewerbungen in einem angemessenen Rahmen zu halten, sollten Sie gut über die Wucht des Paukenschlags nachdenken – in der Hauptstadt setzen wir eher auf den Buschfunk und trommeln etwas leiser.

Auf der Homepage und der Facebook-Seite werden das laufende Ausschreibungsprozedere und die aktuellen Bewerbungsfristen kommuniziert. Hier können sowohl das Bewerbungsformular für NPOs als auch das für die Kreativen abrufbar und online ausfüllbar sein.

Ausschreibung NPO
Bewerbungsformular Kreative

Die Facebook-Seite dient dem Aufruf und der Verbreitung der Nachricht über die Ausschreibung – NACHTSCHICHT-Posts machen es einfach, viele potentielle Bewerberinnen und Bewerber zu gewinnen. **www.facebook.com/N8SCHICHT**

Werbung um die Kreativen

Ganz nach dem Motto „Nachteulen für den guten Zweck gesucht!“ geht es parallel auf die Pirsch nach den kreativen Köpfen in Ihrer Region. Angesprochen werden Kreativ-Unternehmen aus allen ausgeschriebenen Kompetenzbereichen: Art-Direktorinnen, Texter, Strateginnen, Onliner und Hacker, Konzeptionerinnen, Illustratoren, Grafikerinnen, Filmer, Redakteurinnen und alle anderen Kommunikations-Schaffende.

Die Ansprache der Kreativen passiert in der Regel über Branchen-Kanäle. Recherchieren Sie in Ihrer Stadt, ob es Stammtische oder Kreativ-Netzwerke gibt, bei denen Sie die Nachtschicht präsentieren können. Leichter wird es natürlich, wenn Sie eine Firma aus der Kreativszene im Organisationsteam haben, die gut vernetzt ist. Wenn Sie bei Ihren eigenen Kontakten anfangen und die NACHTSCHICHT vorstellen, funktioniert die Mund zu-Mund-Propaganda dann sehr gut.

Zu diesem Zeitpunkt geht es in erster Linie darum, in der Szene Aufmerksamkeit zu erzeugen und Interessenten einzusammeln. Erst später werden Teams mit den passenden Kompetenzen für die konkreten Bedarfe der NPOs zusammengestellt. Machen Sie also von Anfang an deutlich, dass Sie deshalb vielleicht nicht alle Interessierten einsetzen können – aber dankbar sind, wenn es genügend Kreative gibt, die bei möglichen kurzfristigen Absagen auf der Ersatzbank zur Verfügung stehen.

JETZT TAGT DIE GRAND JURY

Wer in der Jury sitzt und die NPOs auswählt, ist natürlich vollkommen Ihnen überlassen. Bei uns firmiert das gesamte Projektteam als Jury, aber natürlich können Sie auch Kooperationspartner und Unterstützerinnen und Unterstützer berufen. Getagt wird in Berlin rund drei Stunden lang. Eine Aufbereitung aller Bewerbungen in einer Kurzübersicht (Organisation, Bereich, Projektfeld, Anmerkungen, Kontakt, Voting) sollte allen Jurymitgliedern rechtzeitig im Vorfeld der Sitzung zur Verfügung stehen.

Die Auswahl der Projekte unterliegt bei uns folgenden Kriterien:

- **Regionalität**
- **Gemeinnützigkeit**
- **Machbarkeit/Umsetzbarkeit** in der Nacht,
- **Relevanz des Projektes** (Reichweite, Bedeutung, ggf. Innovation),
- **direkte Nutzung/Anwendung** und Kapazitäten/Ressourcen der NPO dafür
- **Nachtschicht-Ziel befördern**

Die Auswahl erfolgt dann in mehreren Schritten und hat zum Ziel, eine größtmögliche **Vielfalt** und ein ausgewogenes „Mischungsverhältnis“ an unterschiedlichen Aufgaben (Gestaltung, Video, IT etc.), Größen der NPOs, Arbeitsbereichen und konkreten und sichtbaren Ergebnissen (wenig Konzepte) abzudecken (siehe auch S. 8).

Das Ergebnis der Jurysitzung ist eine Shortlist inklusive möglicher Nachrücker-Projekte. In einem Telefonat mit jeder NPO auf der Liste wird abgefragt, ob die Bewerbung noch aktuell ist, ob das Ergebnis ggf. fertiggestellt werden kann und direkt eingesetzt wird. Zudem werden noch offene Fragen geklärt. Die Sieger-Organisationen und ihre Projekte werden auf der Webseite und auf Facebook veröffentlicht. Zudem geht die Liste der Auserwählten auch an alle Unterstützer, Kooperationspartner und an die Presse. ↘ **Kurztexte Presse**

Aufgepasst: Falls eine Organisation etwas braucht, für das Sie bisher keinen Kreativen in petto haben, sollten Sie sich spätestens jetzt auf die Suche nach dieser Person machen.

Und noch ein Hinweis: Wenn es toll läuft, haben Sie mehr spannende Aufgaben von relevanten Organisationen als Sie Plätze zur Verfügung haben. Gleichzeitig gibt es vielleicht Kreative oder ganze Firmen-Teams, die gerne mitmachen würden, aber an Ihrem NACHTSCHICHT-Termin keine Zeit haben. Dann wäre es doch schön, das eine oder andere Projekt auch außerhalb der NACHTSCHICHT zu matchen.

»Allein für die Fülle der Ideen hat sich diese NACHTSCHICHT für uns gelohnt!«

Maik Turni, Ricam Hospiz (2016)

PHASE 3

ENDSPURT BIS ZUR NACHTSCHICHT

DIE LETZTE MEILE

Eine Menge ist nun geschafft: Die Projekte sind ausgewählt, mehr und mehr Kreative haben zugesagt und sitzen in den Startlöchern, die Partner und Unterstützer sind auf dem Laufenden. Jetzt geht es in die heiße Phase, bis endlich der Startschuss fällt. Dabei sind Strukturen eine feine Sache, insbesondere wenn es sich um so ein Event wie die NACHTSCHICHT handelt, an der diverse Menschen aus den unterschiedlichsten Bereichen und mit verschiedensten Motivationslagen zusammenkommen. Das haben wir uns irgendwann auch gedacht und dem Ganzen einen genauen Plan gegeben, damit in der Nacht nichts im Dunkeln bleibt. Also bringen wir ein wenig Licht in die Black Box der letzten Meile.

WER MIT WEM – UND WER HAT DAS SAGEN?

Sobald die NPOs und ihre Bedarfe feststehen, überführen wir die Informationen in eine einfache Übersicht, mit deren Hilfe wir die konkrete Planung der Projekt-Teams vornehmen. Die alles entscheidende Frage ist hier: Welche und welcher Kreative/r passt zu welchem Projekt? Fehlt vielleicht noch eine bestimmte Expertise im Team? Und wenn der oder die keine Zeit oder Lust hat, wen kann ich dann noch von der Ersatzbank holen? Bei der NACHTSCHICHT in Berlin übernimmt die Einteilung der Teams die Kommunikationsagentur Camici, die mit ihrem fachlichen Blick und den Zugängen in die Szene diese Aufgabe am besten ausfüllen kann.

Ein Kreativteam besteht in der Regel aus fünf bis sechs Mitgliedern, wobei eine Person die Rolle des **Team-Captains** übernimmt. Die Team-Captains sorgen im Vorfeld für eine genaue Klärung der Aufgaben für ihre Teams mit den ausgewählten NPOs. Während der NACHTSCHICHT sind sie verantwortlich für einen guten Ablauf, treffen ggf. Entscheidungen und sind Ansprechpartnerinnen und Anprechpartner für das Kreativ-Team und die NPO-Vertreterinnen und -Vertreter.

Das heißt für Sie: die Team-Captains suchen Sie gleich, sobald die Projekte der NPOs feststehen. Professionelle Erfahrungen mit der Projekt-Aufgabe wie mit der Leitungs-Rolle sowie Engagement für diese Zusatzaufgabe sind die wichtigsten Eigenschaften guter Team-Captains.

Der Pate und sein Captain

Jede NPO wird von der Auswahl bis zur Abfrage, was aus dem Ergebnis geworden ist, etwa vier Monate nach der NACHTSCHICHT, von einer Patin oder einem Paten aus dem NACHTSCHICHT-Team begleitet. Sie oder er ist Bindeglied zwischen NPO, Team-Captain und NACHTSCHICHT-Team, hat also eine ziemlich zentrale Rolle.

- Team-Übersicht
- Briefing Team-Captains
- Briefing NPO

Eine kleine Checkliste, welche Aufgaben die Team-Captains übernehmen können:

Vor der NACHSCHICHT:
- Auftrags- und Zielklärung mit der NPO
- Briefing des Kreativ-Teams
- Vorbereitung des Projekts für die Nachtschicht
- Informationsaustausch mit den Projekt-Pat/innen

Während der NACHSCHICHT:
- Entscheidungen treffen
- auf die Zeit achten
- ggf. Konflikte klären
- für Fertigstellung der Ergebnisse sorgen
- Präsentation am Ende vorbereiten

Die Aufgabe der Pat/innen: Team-Captain und NPO mit allen erforderlichen Informationen versorgen. Um es ganz konkret zu machen, kommt hier unser kleiner Ablaufplan:

1. Die Projekt-Patinnen und -Paten nehmen Kontakt zur NPO auf und erklären das Prozedere, nennen den Team-Captain und verschicken die Vorlage für die Auftrags- und Zielklärung (Briefing), mit der Bitte, das Formular auszufüllen und zurückzuschicken.
2. Diese Vorlage dient als Grundlage für das Auftrags- und Zielklärungsgespräch von Team-Captain und NPO und dann für das Briefing des Teams.
3. Die Team-Captains senden dieses Briefing an ihre Patinnen und Paten. Beide besprechen Briefing und Materialbedarf und klären ggf. offene Fragen. Die Team-Captains senden ihre Briefings an Teams und NPOs. Die Patinnen und Paten senden den Materialbedarf ans Projekt-Team.
4. Am Ende laden die Patinnen und Paten ihre Teams und NPOs mit Informationen zum Ablauf und Hinweis auf die Spielregeln zur NACHTSCHICHT ein.
5. Nicht vergessen: Das finale Team und die Informationen über das genaue Projekt werden auf Homepage und Facebook-Seite veröffentlicht, damit alle am Prozess Beteiligten auf dem Laufenden bleiben.

Was die NPO wissen sollte

Seitdem es die Berliner NACHTSCHICHT gibt, haben wir so einige Erfahrungen sammeln dürfen. Hier kommen ein paar wichtige Hinweise für die NPOs, die Sie kommunizieren sollten:

- ➜ Machen Sie sehr deutlich, dass alle Vorarbeiten für die NACHTSCHICHT zeitnah erbracht werden müssen. Notfalls arbeiten Sie mit Deadlines.
- ➜ Sagen Sie klipp und klar, dass es grundsätzlich keinen Anspruch auf Weiterarbeit an der Aufgabe über die NACHTSCHICHT hinaus gibt, falls das ggf. doch erforderlich sein sollte. Natürlich steht es aber Kreativen und NPOs frei, vor Ort eine eigene Vereinbarung zu treffen.
- ➜ Stellen Sie sicher, dass ein bis zwei passende NPO-Vertreterinnen und -Vertreter während der NACHTSCHICHT anwesend sind, alle eventuell erforderlichen Entscheidungen vor Ort fällen dürfen – und dies mit ihren NPOs auch so abgestimmt haben.
- ➜ Wenn es möglich ist, sollten die NPOs bei Nutzung der Ergebnisse auf die Unterstützung durch die NACHTSCHICHT hinweisen und vielleicht sogar auf ihrer Website zur NACHTSCHICHT-Homepage verlinken. Dafür erhalten sie von uns einen speziellen Nachtschicht-Button.
- ➜ Jede NPO sollte dem Team zu Beginn der Projektarbeit in fünf Minuten Organisation und Zielgruppe beschreiben sowie ihre Sicht auf die zu lösende Aufgabe. Das macht den Kreativen noch einmal den Mehrwert der Kompetenzspende deutlich und fördert die Motivation.

↘ Nachtschicht-Button
↘ Ablauf und letzte Infos

»Unsere Wünsche bei der NACHTSCHICHT sind in Erfüllung gegangen. Wir haben einen Messestand und Aktionsformate für unseren gemeinsamen Auftritt beim Deutschen Jugendhilfetag vorbereitet. Besonders beeindruckt, haben uns die Betreuung und der weitere Input der Coaches auch über die NACHTSCHICHT hinaus.«

Marc D. Ludwig, Servicestelle Jugendbeteiligung (2014)

Was die Kreativen wissen sollten

Auch den Kreativen sollten Sie ein paar wichtige Informationen im Vorfeld mit an die Hand geben:

- Machen Sie die Verbindlichkeit der Zusage deutlich, da sonst das Projekt nicht durchgeführt werden kann.
- Sagen Sie frühzeitig, dass alle ihre eigenen Rechner für die Projektarbeit mitbringen sollen.
- Weisen Sie darauf hin, dass alle auf ein konkretes Endergebnis hinarbeiten sollen. So vermeiden Sie Nacharbeiten!
- Machen Sie auf die Spielregeln aufmerksam, in denen Rechte und Pflichten sowie Versicherungsfragen geklärt sind.
- Einige Kreative wollten in der Vergangenheit eine Zuwendungsbestätigung für ihre Leistungen bekommen. Das ist kein Problem, sollte aber direkt mit der NPO geklärt werden.
- Kurz vor dem Start klären die Projekt-Patinnen und -Paten die letzten Details mit „ihren" Team-Captains und NPOs und schicken allen Beteiligten einen Ablaufplan mit allen wichtigen Details zur Veranstaltung.

DIE LETZTEN SCHRITTE VOR DEM STARTSCHUSS IN DIE NACHT

Während die inhaltlichen Projektvorbereitungen laufen, kümmert sich im Berliner Projekt-Team die Kongressagentur pcma um die gesamte Logistik und sorgt mit ihrem Know-how und ihren Kontakten für den reibungslosen Ablauf. Sie legt ihr Augenmerk auf die Auswahl und Vorbereitung der Location inklusive Veranstaltungstechnik, den Ablauf und das Briefing aller Rednerinnen und Redner zu Beginn der Veranstaltung, das Catering und ein Ambiente zum Wohlfühlen. Schauen wir uns zwei Bereiche noch einmal genauer an: Technik und Medien.

Check, check, check!

Eine funktionierende und vernetzte Technik bei der NACHTSCHICHT ist das A und O, weil die Zeit knapp ist und bei Problemen nicht erst Techniker/innen bemüht werden können – obwohl wir in Berlin immer einen Profi an der Seite haben, der uns vom Tagesspiegel zur Verfügung gestellt wird. Aber solch einen Luxus hat nicht jeder: Also hier ein paar Tipps, damit alles rund läuft.

- Die Location sollte über einen WLAN-Zugang für alle verfügen.
- Alle Teams können auf einen Drucker und einen Kopierer/Scanner zugreifen.
- Damit nichts von den Ergebnissen verloren geht, empfehlen wir für die Teams eine Cloud-Lösung (z. B. Dropbox) als Speicherort für ihre fertigen Dateien.
- Für alle Fälle bitten wir einen Mac- und einen IT-Experten, das NACHTSCHICHT-Team während der Nacht zu verstärken.
- Achten Sie darauf, dass neben der Technik jeder Raum so ausgestattet ist, dass die Teams darin arbeiten können. Also: eine ausreichende Anzahl Tische und Stühle, eine Pinn- und/oder eine Moderationswand, Stifte und Moderationsmaterial sowie ausreichend Papier und ggf. besondere Materialien, die die Team-Captains Ihnen übermittelt haben.

»Das was Karuna heute Abend vorhatte, war ein mutiges Vorhaben, und wir sind an einem Super-Punkt. Das ist ein extrem intensives Arbeiten.«

Martin Steinacker, (TeamCaptain Team Karuna), 2016

»Der Dank ist unsererseits. Ihr habt eine wunderbare Auffassungsgabe. Wir hätten nur unsere Diskussionen mitschneiden müssen und hätten schon den Film, den wir brauchen.«

Jörg Richert, Karuna, 2016

Gutes Tun – und darüber reden!

Wenn Ihr Event nicht unter einer Glasglocke bleiben soll, raten wir zu einer aktiven Öffentlichkeitsarbeit. Bei uns erledigt das KOMBÜSE, das Kommunikationsbüro für Social Entrepreneurship. Warum Öffentlichkeit? Weil natürlich auch andere Menschen animiert werden sollen, ähnliches auf die Beine zu stellen. Weil Sie damit für NPOs und ihre Projekte eine Wahrnehmung herstellen. Weil Ihre Partner und Unterstützer das sicher auch nicht so schlecht finden. Und weil sie für das nächste Mal als Marketingmaterialen dienen können. Hier ein paar Tipps:

- Laden Sie die Medien ein (Print, Online, Fernsehen oder Hörfunk), den Event redaktionell zu begleiten und darüber zu berichten. Nehmen Sie schon frühzeitig Kontakt auf und benennen Sie eine feste Ansprechperson im Projekt-Team für die Betreuung der Medienleute im Vorwege, vor Ort und nach dem Event.
- Die Medien brauchen ein paar übersichtliche Informationen. Als da wären: einen Hintergrundtext über die NACHTSCHICHT, einen Ablaufplan der Nacht, Übersicht der Organisationen und ihrer Projekte, Übersicht der engagierten Kreativ-Firmen und Unterstützer mit Statements zur NACHTSCHICHT.
- Sorgen Sie für eine Fotografin oder einen Fotografen, deren oder dessen Fotos zur Dokumentation und späteren Verwendung in der Öffentlichkeitsarbeit verwendet werden können. Wir in Berlin werfen sogar schon während des Event ausgewählte Fotos als Diashow auf eine Leinwand neben dem Buffet.
- Bitten Sie alle, bereits während der NACHTSCHICHT zu posten, zu liken und zu teilen, um Reichweite zu erzielen.
- Im Eingangsbereich zur Location in Berlin haben wir eine Stellwand mit Logos von allen Beteiligten, Förderern, Unterstützern und Sponsoren stehen – für den schnellen Überblick, auch für die Medien. Alle Beteiligten werden hier beim Ankommen – einzeln oder mit ihren Teams – fotografiert und erhalten das Bild am Ende der Veranstaltung zur Erinnerung an den gemeinsamen Abend mit nach Hause.
- Und last not least: Nutzen Sie die NACHTSCHICHT für die Kontaktpflege zu wichtigen Akteurinnen und Akteuren im Bereich der Engagementförderung und zu potenziellen Unterstützern. Wenn Sie persönlich zur Eröffnung der NACHTSCHICHT einladen und davon berichten, ist Ihnen Aufmerksamkeit sicher.

- **Kurztexte Presse**
- **Pressemitteilung**
- **Equipment, Materialien, Raumausstattung, Ablauf**

Einen Eindruck von der Nachtschicht vermittelt das Feature von **Susanne Arlt für Deutschlandradio Kultur:**

- **http://www.nachtschicht-berlin.de/wp-content/uploads/2014/03/businessplan_fuer_soziales_dradiokultur_4_3_14.mp3**

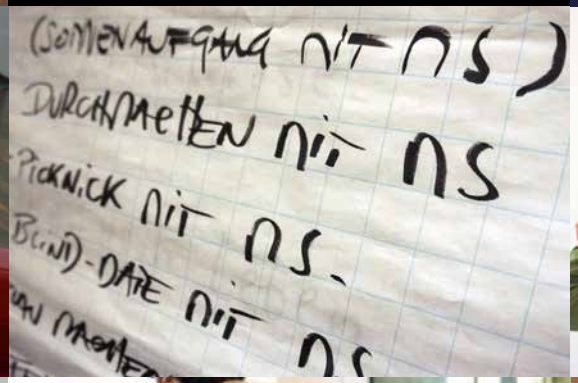
In Berlin von Anfang an dabei und verantwortlich für viele schöne Fotos: NACHTSCHICHT-Hoffotograf **Andreas Ernst** – hier mal vor der Kamera.

NACHT SCHICHT
8 Stunden
Kompetenz spenden
für den guten Zweck
Herzlich
willkommen
eam YouMeWe
SCHICHT-
BEGINN

NACHT SCHICHT

8 Stunden
Kompetenz spenden
für den guten Zweck

www.nachtschicht-berlin.de



»Es war toll zu sehen, wie viele unserer Leute sich gemeldet hatten um mitzumachen, und mit welcher Lust und Energie alle hier rangehen. Auch dass alle mit Kolleginnen aus anderen Agenturen zusammenarbeiten und mal viel freier an die Aufgaben herangehen können, als das im Alltag in den Projekten für unsere ›normalen‹ Kunden möglich ist, ist klasse.«

Niels Struckmeyer, brandung (2016)

SCHICHTBEGINN
DIE NACHTSCHICHT

AUF ZUR SCHICHT!

Nach monatelanger Vorbereitung ist es nun endlich so weit: Die NACHTSCHICHT beginnt. Gehen Sie davon aus: Sie können an alles gedacht haben, Sie können jeden Punkt dieses Leitfadens abgearbeitet haben, jede noch so abwegige Eventualität eingeplant haben – am Ende gibt es immer ein paar Stolpersteine, an die Sie nicht gedacht haben. Aber die gute Nachricht ist: Macht nichts! Sie schaffen das schon.

Unser Fahrplan durch die Nacht in Berlin:

- **18:00 Uhr** Eintreffen aller Beteiligten, Teams lernen sich kennen
- **18:25 Uhr** Grußworte von Schirmherrin und Gastgeber. Wir als Veranstalter erläutern den Ablauf und danken den Kreativen und Unterstützern.
- **18:35 Uhr** Kurzvorstellung der Aufgaben durch die NPOs
- **19:00 Uhr** Beginn der Arbeit in den Teams
- **24:00 Uhr** Mitternachtssuppe
- **01:30 Uhr** Präsentation der Ergebnisse, Gruppenfoto
- **02:00 Uhr** Ende mit Musik und einem Drink

18.00 Uhr:
Hallo, Willkommen und Prost!
Die jeweils zwei bis drei Vertreterinnen und Vertreter der NPOs und die Kreativen werden von uns als Veranstaltungsteam mit einem Glas Sekt direkt am Eingang begrüßt. Wir sind einheitlich ganz in Schwarz gekleidet und tragen entweder ein orangefarbenes Halstuch oder eine orangefarbene Krawatte entsprechend unseres Corporate Designs. Hintergrund: So können uns alle bei etwaigen Fragen schnell identifizieren und finden.

Mit einem Namensschild ausgestattet begleiten wir die Gäste zu „ihrem“ Team-Tisch (bei uns sind es Stehtische), der entsprechend gekennzeichnet ist. Ist das Team vollständig und haben sich alle miteinander bekannt gemacht, bitten Team-Captain und Patin oder Pate zum Team-Shooting vor der Fotowand.

ab 18.25 Uhr:
Viele warme und ein paar wichtige Worte
Unsere Schirmherrin und der Gastgeber begrüßen die Anwesenden mit ein paar netten Worten. Wir als Veranstalter erklären noch einmal, um was es geht und nach welchen Regeln die NACHTSCHICHT funktioniert, ehe die NPOs in maximal drei Minuten ihre Organisation und ihren Bedarf für die Nacht vorstellen. Im Anschluss sammeln sich die jeweiligen Teams, die Projekt-Patinnen und Paten bringen „ihre“ Mannschaft in „ihren“ Raum. Kleiner Tipp: Geben Sie allen Rednerinnen und Rednern einen zeitlichen Rahmen vor.

19.00 Uhr:
Schichtbeginn – Glück auf!
Die Teams beginnen nach einem kurzen Briefing

»Die Verpflegung während der NACHTSCHICHT ist essentiell – wer am Freitagabend noch ein paar Überstunden schrubbt, der soll wenigstens verwöhnt werden.«

Heiß begehrt: das **Mövenpick-Team**, Unterstützer der NACHTSCHICHT 2015 und 2016

Kaffee!
Wichtiger Unterstützer der NACHTSCHICHT, von Anfang an dabei.

durch Team-Captain und NPO mit ihrer Arbeit – in welcher Weise diese erfolgt, ist jedem Team selbst überlassen. Manchmal sind die Vertreterinnen und Vertreter der NPOs nur am Anfang dabei und werden für Zwischenentscheidungen dazu geholt. Andere Teams wollen sie die ganze Zeit mit am Tisch haben. Die Projekt-Patinnen und -Paten sorgen dafür, dass es ihren Teams an nichts fehlt und achten auf die Einhaltung der Zeit – ohne auf Pausen zu verzichten.

0:00 Uhr:

Auf ein Süppchen

Um Mitternacht ertönt ein Gong, der alle zur Mitternachtssuppe ruft – ehe es dann in die heiße Phase geht. Jetzt heißt es: Nerven bewahren und konzentriert abarbeiten.

1.30 Uhr:

Dann zeigt mal her!

Knapp sechs Stunden Arbeit sind vorüber – und alle sind irgendwo zwischen „Flasche leer“ und Neugierde. Die Projekt-Patinnen und -Paten bringen ihre Teams ins Foyer, wo die Ergebnisse präsentiert werden und sich alle ihren Applaus abholen. Nach den Präsentationen macht es ein letztes Mal Klick: das Gruppenfoto wird gemacht.

Ab 2.00 Uhr:

Geschafft und glücklich

Wer jetzt noch kann und mag, bleibt auf ein letztes Getränk und lässt mit anderen die Nacht noch einmal Revue passieren. Wenn Sie mögen, können Sie sogar noch per Fragebogen ein kurzes Feedback und Hinweise einholen, was Sie beim nächsten Mal vielleicht besser machen können – ehe auch der letzte Gast mit „seinem“ Team-Foto in den Rest der Nacht entlassen wird. Wir als Veranstalter räumen noch ein wenig auf und dann heißt es auch für uns Allerletzte: Ab ins Bett!

»Die NACHTSCHICHT bietet die Gelegenheit, abseits des üblichen Verhältnisses zwischen zahlendem Auftraggeber und Auftragnehmer zu arbeiten. Die Freiwilligkeit der Teilnahme, das Nicht-Kommerzielle sowie die gemischte Team-Zusammenstellung förderten meines Erachtens eine wohlwollende, freundliche Begegnung zwischen den Beteiligten, die letztlich der Arbeit an der Sache zu Gute kommt.«

Stefan Gauß,
julibrands KREATIVAGENTUR BERLIN (2014)

NACH DEM SPIEL IST VOR DEM SPIEL

Auch wenn die NACHTSCHICHT auf die NPOs und ihre Projekte fokussiert ist und Sie selber viel um die Ohren haben werden – es gibt ein paar Punkte, an die Sie während der NACHTSCHICHT und danach denken sollten. Denn dies kann Ihnen z. B. bei der Planung der nächsten NACHTSCHICHT helfen:

- Machen Sie viele Fotos von Projekten und Teams und holen Sie Statements ein, um eine Grundlage zu haben für eine Dokumentation auf der Website und auf Facebook. Sie können das Material auch für eine Broschüre oder einen Flyer nutzen, um für Ihr Event werben zu können. Insbesondere Partner und Unterstützer freuen sich über den Nachweis Ihrer Arbeit.

- Schreiben Sie im Nachklapp eine Dankes-Mail an alle Beteiligten inklusive Link zu den Bildern und Ergebnissen auf Ihrer Website, insbesondere an Kreative, Förderer und Kooperationspartner – dann ist die Hürde für ein Mitmachen beim zweiten Mal gleich deutlich niedriger.

- So lange die Motivation hoch und der Gedanke an das Event noch frisch ist, können Sie sich die ersten Commitments für das zweite Mal abholen, Patenschaften für einzelne Projekte über die Veranstaltung hinaus anschieben oder versuchen, ganze NPOs von einem Unternehmen pro bono betreuen zu lassen.

- Nach drei oder vier Monaten können Sie bei den NPOs einmal nachhaken: Was ist aus den Projekten geworden? So könnten Sie auch unterjährig für ein wenig Bewegung auf Ihrer Facebook-Seite sorgen und allen Beteiligten einen Einblick geben, was die NACHTSCHICHT gebracht hat. Informieren Sie darüber auch die Kreativ-Teams, Ihre Unterstützer und die Schirmherrin.

- Machen Sie als Projekt-Team eine interne Auswertung: Was lief gut? Was können wir besser machen? An was sollten wir beim nächsten Mal denken? Wir in Berlin verbinden das gerne mit einem kleinen Essen am Abend.

- Schmieden Sie Pläne für Erweiterungen der NACHTSCHICHT. Wer könnte Unterstützer sein speziell für die Fertigstellung der Ergebnisse (Drucker, Programmierer, etc.)? Gibt es Möglichkeiten, Patenschaften für einzelne Projekte zu initiieren? Lässt sich die Übernahme von nicht ausgewählten aber gleichwohl tollen Projekten durch ganze Unternehmensteams außerhalb der NACHTSCHICHT organisieren?

Hier sind Vorlagen für die Auswertung mit den Teams (am Ende der NACHTSCHICHT) und den NPOs (ein paar Tage danach):

Auswertung Teams: Kommentare
Auswertung NPO: Nachlese

AUF EIN LETZTES WORT

Sie haben gesehen: Es ist gar nicht so schwer, eine NACHTSCHICHT in Ihrer Stadt auf die Beine zu stellen und viele beispielhafte Kooperationen zwischen Unternehmen und NPOs zu initiieren. Und seien Sie versichert: Es macht eine Menge Spaß – sowohl Ihnen wie auch allen Beteiligten. Wir haben die Erfahrung gemacht: Egal wem wir von der NACHTSCHICHT erzählt haben, wir sind stets auf offene Ohren gestoßen und auf helfende Hände.

Damit sich die Hürde für Ihren Start weiter senkt, versorgen wir Sie mit unseren NACHTSCHICHT-Materialien ↘ Materialanhang, die Sie frei nutzen und Ihren Bedarfen anpassen können. Auch Logo und Webseite stellen wir Ihnen gerne zur Verfügung – eine Mail an die Adresse info@upj.de reicht.

Um sich einen ersten Eindruck zu verschaffen, laden wir Sie gerne dazu ein, bei der nächsten NACHTSCHICHT in Berlin dabei zu sein. Die Kolleginnen und Kollegen an den anderen Standorten bieten Ihnen sicher diese Gelegenheit auch an. Seien Sie herzlich willkommen! www.nachtschicht-berlin.de/kontakt/

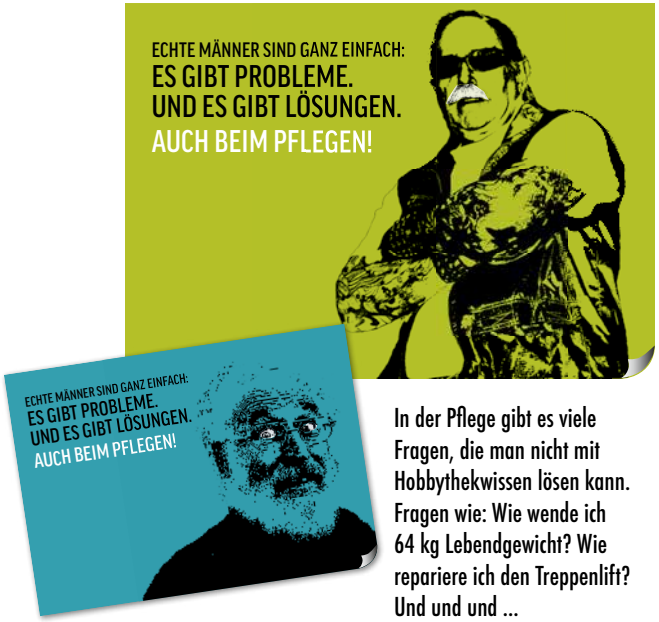
Abseits dessen stehen wir Ihnen für jedwede Fragen gerne zur Verfügung, sei es per Telefon oder per E-Mail.

Ein letztes Wort des Danks geht an die vielen Kolleginnen und Kollegen, die uns inspiriert und unterstützt haben. Wir bedanken uns besonders bei Henk Kinds, Reggy Broekhuyse und Saskia van Dijk von „Matchpoint“ in Amersfoort, die uns auf das Format der NACHTSCHICHT aufmerksam gemacht haben. Bei Andreas Ernst für die Fotos. Beim Tagesspiegel für die breite Unterstützung als Medien- und Kooperationsparter. Bei Hella Dunger-Löper, ehemalige Staatssekretärin in der Senatskanzlei Berlin und Schirmherrin der Berliner NACHTSCHICHT für ihren Support, ihre Wertschätzung und die Kontakte, die sie für die NACHTSCHICHT hergestellt hat. Bei Dr. Gabriele Schlimper und Oswald Menninger vom Paritätischen Wohlfahrtsverband Berlin für die Unterstützung bei der Werbung und Auswahl von NPOs. Beim Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend für die Möglichkeit, diese Anleitung herzustellen – und natürlich bei allen Kreativen und NPOs, die bisher mitgemacht haben, und bei allen Unterstützern in Berlin, die die NACHTSCHICHT mit ermöglicht haben.

Und jetzt sind Sie dran.

ARBEITSERGEBNISSE

2014 | Unionhilfswerk



In der Pflege gibt es viele Fragen, die man nicht mit Hobbythekwissen lösen kann. Fragen wie: Wie wende ich 64 kg Lebendgewicht? Wie repariere ich den Treppenlift? Und und und ...

30 Prozent aller Menschen, die ihre Angehörigen pflegen, sind Männer. Zur Unterstützung will die Kontaktstelle PflegeEngagement des Unionhilfswerks eine Gesprächsgruppe für pflegende Männer eröffnen und weitere Angebote zum Erfahrungsaustausch machen.

Ergebnis: Kommunikationsstrategie für die Ansprache pflegender Männer und zwei Postkartenserien, die das Thema „Pflegende Männer“ in die Öffentlichkeit und direkt zur Zielgruppe transportieren.

Kreativ-Team: Gisela Köhler (TeamCaptain) | IKK Brandenburg und Berlin; Christine Nickel | Konzept + Text; Britta Paulich | Paulichwewerke; Lisa Fequet | lab.orange

»Mit der Postkartenserie konnten wir tatsächlich Teilnehmer für den neuen Männer-Pflegestammtisch gewinnen. Sie hat viel Aufmerksamkeit erregt und uns bekannter gemacht. So erreichen uns Nachfragen von anderen Einrichtungen, die unsere Postkarten wünschen. Sogar eine Zeitung hat angefragt, ob sie über unseren Männer-Pflegestammtisch berichten darf – das gab es bisher noch nicht.«

Tatjana Siek, Kontaktstelle PflegeEngagement des Unionhilfswerks (2014)

»Wir können die NACHTSCHICHT nur empfehlen – es war eine tolle Erfahrung und hat uns sehr weitergebracht. Danke dafür!«

Ekaterina Karabasheva, Jourvie (2014)

2014 | Jourvie

Mehr unter **www.jourvie.com**

Jourvie ist eine innovative App, die Menschen mit Essstörungen bei ihrer Therapie begleitet und unterstützt.

Ergebnis:
Entwicklung Corporate Desgin mit allen Elementen für hohe Nutzerfreundlichkeit und ein diskretes freundliches Erscheinungsbild zur Anwendung auf unterschiedlichen Medien

Kreativ-Team:
Gesine Grotrian (TeamCaptain) | www.gesinegrotrian.de; Julia S. Kuon | Studio für Gestaltung; Peter Tinnemann | Charité; André Krüger | AIM Online PR+Promotion; Paul Fleischanderl | dreier-schmiede

2016 | ASB Landesverband Berlin

Der **Arbeiter-Samariter-Bund ASB Berlin** hat mit „Berlin schockt“ eine Initiative für bessere Hilfe im Herznotfall gestartet. Weil schnelle Hilfe – im Idealfall der Einsatz eines Automatisierten Externen Defibrillators (AED, kurz: „Defi“) – Leben retten kann, wurde eine kostenlose App entwickelt, mit der der Weg zum nächsten verfügbaren Defi gefunden werden kann.

Ergebnis: Das Kreativteam hat „Berlin Schockt“ mit Konzept und Entwurf einer langfristig angelegten Social-Media-Kampagne unterstützt und und Ansätze für eine Kampagnen-Website entwickelt. Hier finden Nutzer/innen alle Infos zur Kampagne kompakt und übersichtlich dargestellt.

Kreativ-Team: Alex Fiebig (TeamCaptain) | AIM Online PR & Promotion; Laura Breuer, Charlotte Hofstetter, Erik Hortig | brandung; Anna Weil | www.anna-weil.de

»Es sind viele tolle Ideen für Strategie und Umsetzung entstanden, eine prima Grundlage für unsere geplante Kampagne.« **Melanie Rohrmann**, ASB

2015 | Deutsche Multiple Sklerose Gesellschaft, Landesverband Berlin e. V.

Mit einer Plakataktion will die **Deutsche Multiple Sklerose Gesellschaft, Landesverband Berlin**, vor allem jüngere Menschen ansprechen, mehr Aufmerksamkeit für die Krankheit und das Leben mit ihr sowie einen Abbau von Missverständnissen und Vorurteilen das Krankheitsbild betreffend erreichen.

Ergebnis: Die während der NACHTSCHICHT entworfenen Plakate des Kreativ-Teams wurden noch in der Nacht von der Druckerei Klingenberg pro bono aufs Papier gebracht und von der Wall AG in den frühen Morgenstunden auf knapp 700 kostenfrei zur Verfügung gestellten Werbeflächen angebracht.

Kreativ-Team: Gesine Grotrian (TeamCaptain) | www.gesinegrotrian.de; Julia S. Kuon | Studio für Gestaltung; Hermann Weiß | Konzept + Text; Detlef Eberhard | Text und Redaktion; Sven Lindhorst-Emme | studio lindhorst-emme

2015 | TIO Treff- und Informationsort für Migrantinnenn e. V.

TIO e. V. ist ein gemeinnütziger, interkultureller Frauenverein, der sich seit 1978 für die gleichberechtigte gesellschaftliche Teilhabe von Migrantinnen in Deutschland einsetzt. Mit einer Imagebroschüre, möchte der Verein seine besondere Geschichte abbilden und sein breites Aufgabenspektrum wirksam darstellen.

Ergebnis: In der Nacht hat das Kreativ-Team die Titelillustration, einen Seitenaufriss, die Idee mit dem Sprachband sowie erste Headlines erarbeitet und vor allem beherzt inhaltlichen Ballast abgeworfen. Texte sowie Feinschliff der Illustrationen und des Layouts hat das engagierte Team noch in Nacharbeit geleistet.
Kreativ-Team: Stefan Gauß | julibrands KREATIVAGENTUR BERLIN und Anne Mikus | mikus schreibt (TeamCaptains);

Didem Sentürk | Graphic Design; Jeannette Hupperten | Hupperten Kommunikation, Marketing & PR; Imke Trostbach | Illustration + Kunstprojekte; Annette Conradt | CAMICI Agentur für Kommunikation

MATERIALANHANG

Diese Materialien helfen Ihnen vielleicht bei der Organisation Ihrer NACHTSCHICHT. Auch das Logo und die Internetseite stellen wir Ihnen gerne zur Verfügung – eine Nachricht an info@upj.de genügt. Die meisten Materialien sind an den passenden Stellen im Text verlinkt, alle können Sie frei nutzen und an Ihre Bedarfe anpassen. Ein Quellenhinweis, ein Kommentar auf www.facebook.com/N8SCHICHT und/oder eine Verlinkung zu www.nachtschicht-berlin.de freut uns.

1. **10 gute Gründe für Veranstalter, NPO, Kreative und Unterstützer**
2. **Nachtschicht-Flyer**
3. **Textbausteine Kurzinfo**
4. **Spielregeln**
5. **Ausschreibung NPO**
6. **Bewerbungsformular NPO**
7. **Bewerbungsformular Kreative**
8. **Team-Übersicht**
9. **Briefing TeamCaptains**
10. **Briefing NPO**
11. **Nachtschicht-Button „Ich war dabei“**
12. **Ablauf und Letzte Infos an Teams-NPO-Team-Captains**
13. **Kurztexte Presse**
14. **Pressemitteilung**
15. **Equipment, Materialien, Raumausstattung, Ablauf**
16. **Auswertung_Teams: Kommentare**
17. **Auswertung_NPO: Nachlese**

Die Initiatoren der NACHTSCHICHT:

UPJ – unternehmen. verbinden. gestalten – upj.de

camici – AGENTUR FÜR KOMMUNIKATION GMBH – camici.berlin

pcma – professional congress & marketing agency gmbh – pcma.de

KOM BÜSE – KOMMUNIKATIONSBÜRO FÜR SOCIAL ENTREPRENEURSHIP – kombuese.org

IMPRESSUM

Text:
Thomas Friemel, Reinhard Lang, Ellen Sturm, Bernd Wiedemann

Gestaltung:
Birgit Bierenriede, Michael Camici

Fotos:
Andreas Ernst für die NACHTSCHICHT

Die Verantwortung für sämtliche Inhalte sowie das Copyright liegen allein bei UPJ. Lokale Organisatoren einer gemeinnützigen NACHTSCHICHT können die angebotenen Materialien gerne nutzen.

© UPJ, Berlin 2016
info@upj.de | www.upj.de

www.nachtschicht-berlin.de

Gefördert vom:
Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend