

Redaktionelle Hinweise für kklick-Kulturanbieter*innen

Erfassung Kulturvermittlungsangebote

kklick publiziert Kulturvermittlungsangebote, d.h. Angebote mit einem vermittelnden Charakter. Eine Ausstellung, ein Konzert allein, ist nicht an sich ein kulturvermittelndes Angebot. Erst mit einer Führung, einer erläuternden Einführung, einem partizipativen Teil, einem Nachgespräch oder begleitenden didaktischen Unterlagen spricht kklick von einem Kulturvermittlungsangebot.

Es ist kklick ein grosses Anliegen, in Zusammenarbeit mit Kulturanbieter*innen und im Austausch mit Lehrpersonen die Qualität der Kulturvermittlungsangebote zu gewährleisten. Deshalb werden die erfassten Vermittlungsangebote vor der Aufschaltung geprüft.

Grundsätzliches Vorgehen zur Aufschaltung von Angeboten

Redaktion / Aufschaltung

Grundsätzlich ist der*die Kulturanbieter*in für die Textinhalte der Angebotsausschreibungen verantwortlich.

Die zuständige Geschäftsführung von kklick prüft die Einträge und nimmt allenfalls Anpassungen zu Gunsten der Verständlichkeit und aufgrund der redaktionellen Richtlinien vor. Der*die Kulturanbieter*in wird über grössere Anpassungen informiert.

Die Freischaltung von neu erfassten Angebotsausschreibungen erfolgt laufend zeitnah.

Schulen haben mitunter lange Vorlaufzeiten. Angebote sollten vier bis sechs Monate vor der möglichen Nutzung aufgeschaltet sein.

Spezielle Redaktionsschlüsse, z.B. für die kklick-Broschüre, werden über den kklick-Newsletter kommuniziert oder sind [hier](#) einsehbar.

Anbieter*innen

Grundsätzlich werden nur Anbieter*innen mit mindestens einem aktuellen Angebot aufgeschaltet.

Hat ein*e Anbieter*in nur ein Angebot online und löscht dieses, bleibt er*sie noch einige Zeit im Anbieter*innen-Verzeichnis sichtbar. Über den Zeitraum entscheidet die zuständige Geschäftsführung.

Abgelaufene und wiederkehrende Angebote

Angebote, die nicht mehr aktuell sind, sind von den Anbieter*innen selbstständig zu löschen. Andernfalls werden diese einmal jährlich von den Geschäftsführungen bereinigt. Abgelaufene Angebote sollten nicht zu neuen Angeboten umgeschrieben werden, da bei der Ersterfassung ein Timestamp erstellt wird und bei Anpassung das Angebot immer mehr „altert“ und in der Darstellung untergehen kann.

Bei jährlich wiederkehrenden Angeboten sollte nach der jeweiligen Durchführung das Verfügbarkeitsdatum (Online ab/Online bis) angepasst werden.

Anzahl Angebote

In der Regel sollen pro Anbieter*in nicht mehr als fünf verschiedene Angebote online sein.

Die Anbieter*innen sind angehalten, die Angebote von Zeit zu Zeit zu variieren. Dies sorgt für Abwechslung und Bewegung auf der Plattform.

Überkantonale Angebote

Angebote, die nur einen Kanton betreffen, werden von der jeweiligen kantonalen Geschäftsführung betreut und zeitnah online geschaltet.

Die Aufschaltung von mobilen Angeboten, die mehrere Kantone ansprechen, klärt die zuständige Geschäftsführung mit den übrigen kantonalen Geschäftsführungen ab.

Hinweise zur Erfassung von Angebotsinformationen

Titel des Angebots	Der Titel soll kurz sein und Aufmerksamkeit erregen. Er ist <u>keine</u> Beschreibung des Angebots.
Untertitel	Der Untertitel beschreibt die Art des Angebots (Workshop, Führung, Schulvorstellung, Einführung für Lehrpersonen).
Beschreibung	<p>Die Ausschreibung soll alle wichtigen Informationen zu Art, Ablauf, Methode und Zielsetzung des Vermittlungsangebots enthalten.</p> <p>Der Text sollte so kurz wie möglich und so lang wie nötig sowie auf die Zielgruppe zugeschnitten sein. Mitunter bedarf es einer Anpassung der Texte aus der allgemeinen Kommunikation.</p> <p>Bei der Formulierung einer Angebotsausschreibung ist zu bedenken, welches Vorwissen ein*e Leser*in besitzt: Mitunter sind die Institution und deren weiteren Angebote gänzlich unbekannt, jedoch sollte sich bei der Angebotsbeschreibung der Kontext trotzdem erschliessen.</p> <p>Zu vermeiden sind Informationsdoppelungen, z.B.</p> <ul style="list-style-type: none"> - „Führungen sind auf die jeweilige Altersstufe abgestimmt“ → Davon kann ausgegangen werden, wenn in der Angebotsinformation (Infoblock auf der rechten Seite der Angebotsbeschreibung) das Zielpublikum erwähnt ist. - Die Informationen in den Angebotsinformationen müssen nicht nochmals im Lauftext erwähnt werden.
Verfügbarkeit	<p>Die Verfügbarkeit bezeichnet das Durchführungsdatum des Angebots und gibt an, wann das Angebot stattfindet, bzw. verfügbar ist.</p> <p>Wochentage und Monate werden ausgeschrieben, Uhrzeiten: hh.mm Uhr</p> <p>Bei freier Terminwahl: <i>Termine auf Anfrage</i></p> <p>Bei freier Terminwahl innerhalb eines Zeitraumes: <i>15. August bis 25. November 2020, jeweils Montag bis Donnerstag, Termine auf Anfrage</i></p> <p>Bei konkreten Terminen: <i>Mittwoch, 20. September 2019, 15.15 Uhr</i></p> <p>Bei mehreren konkreten Terminen: <i>Mo, 03.09.19 / Di, 04.09.19 / Do, 06.09.19</i></p> <p>Bei konkreten Tagen: <i>Dienstag bis Donnerstag, 8.00 bis 11.30 Uhr</i></p>

Dauer

Die Dauer beschreibt, wie lange ein Angebot dauert. Sie ist nach Möglichkeit in Minuten anzugeben.

Beispiele:

90 Minuten

60 bis 70 Minuten („bis“ ausschreiben)

2 Halbtage

3 Tage

nach Absprache

Preis

Der Preis soll so eindeutig wie möglich angegeben werden.

Schreibweise: CHF xx.xx

Beispiele:

CHF 350.00

*Eintritt CHF 15.00 pro Schüler*in*

kostenlos

CHF 100.00 plus Spesen, Materialkosten

*CHF 100.00 plus Eintritt CHF 5.00 pro Schüler*in*

Nach Absprache (nur in Ausnahmefällen)

Zielgruppe Lehrpersonen

Die Zielgruppe „Lehrpersonen“ ist nur anzukreuzen bei Angeboten, die speziell für Lehrer und Lehrerinnen stattfinden (z.B. Lehreinleitungen).

Schreibweisen

- Wir achten auf gendergerechte Formulierungen: Entweder ausgeschrieben («Künstlerinnen und Künstler») oder mit Gender* («Künstler*in»)
- Vornamen ausschreiben
- St.Peterzell, St.Gallen etc. (ohne Leerschlag)
- Strassenbezeichnung ausschreiben (Beispiel: Davidstrasse)
- Bezeichnung des Schuljahres: "2019/20"
- Keine Abkürzungen, ausgenommen gebräuchliche wie z.B., u.a., inkl., bzw. usw. (nicht "etc.")