**Checklisten zur Durchführung eines Vorhabens**

Ist die Planungsphase abgeschlossen, können die einzelnen Arbeitsschritte und Zuständig­keiten in Checklisten festgehalten werden, die zur Steuerung der Umsetzungsprozesses dienen. Dies sieht am Beispiel der Feinplanung einer Publikation dann etwa so aus:

**Checkliste: Erstellung einer Publikation**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Wann? | Was? | Wer? |
|  | Zeitplan erstellen: ausreichende Zeitfenster für alle Arbeits­phasen berücksichtigen, auch z. B. für Korrekturschleifen, Abstimmungen und Freigaben, bei Online-Angeboten für Beta-Tests und Nachbesserungen |  |
|  | Auswahl zielgruppengerechtes Medium (eventuell zweigleisig fahren z. B. Print- und Online-Publikation) |  |
|  | Festlegung der Inhalte, Gliederung |  |
|  | Falls Printpublikation: Seitenzahl und Auflagenhöhe |  |
|  | Falls Online-Publikation: Planung der Rubriken (inkl. Aktuali­sierungsturnus), redaktionelle Zuständigkeiten für Inhalte, Gewährleistung der Aktualität |  |
|  | Auftragsvergabe an externe Autorinnen und Autoren |  |
|  | Briefing Autorinnen / Autoren (z. B. Textumfang, Zielgruppe), ggf. Hinweise in einem Autorenmerkblatt zusammen fassen |  |
|  | Auftragsvergabe Grafik und Layout |  |
|  | Briefing Grafikagentur und Layouter/in |  |
|  | Beschaffung und Auswahl des Grafikmaterials |  |
|  | Logos der durchführenden Partner an Layouter/in |  |
|  | Förderhinweis und Logos der fördernden Institutionen an Layouter/in, bei Förderung aus OloV-Mittel OloV Corporate-Design-Handbuch mitgeben |  |
|  | Auftragsvergabe schriftlich dokumentieren (zuwendungsrecht­liche Rahmenbedingungen beachten, z. B. Einholen mehrerer Kostenvoranschläge, Auswahl wirtschaftlichstes Angebot, Schwellenwerte für Vergabeverfahren aus öffentlichen Mitteln) |  |
|  | Schreiben der Texte |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| *Fortsetzung Checkliste: Erstellung einer Publikation* | | |
| Wann? | Was? | Wer? |
|  | Vorwort (i. d. R. Leitungsebene der herausgebenden Institution oder des Auftraggebers) |  |
|  | Redaktion: Texte vor dem Layout Korrektur lesen und redaktionell bearbeiten (mindestens eine Korrekturschleife) |  |
|  | Produktion zusätzlicher Werbemittel (z. B. Flyer, Plakate, Werbebanner für Websites) |  |
|  | Nutzungsrechte für alle zur Verwendung vorgesehenen Bilder und Textauszüge einholen und schriftlich dokumentieren |  |
|  | Freigaben externer Autorinnen und Autoren einholen und schriftlich dokumentieren |  |
|  | Endredaktion: Texte, Bildauswahl, Bildunterschriften und Quellenangaben vor dem Layout auf formale und inhaltliche Korrektheit überprüfen |  |
|  | Falls Printpublikation: Druckvorlage nach dem Layout über­prüfen (z. B. Konsistenz von Überschriften, Inhaltsverzeichnis, ggf. beim Layout entstandene Fehler im Text) |  |
|  | Falls Online-Publikation: Nachbesserungen und Beta-Test |  |
|  | Falls Printpublikation: Druckfreigabe erteilen und schriftlich dokumentieren |  |
|  | Anlieferung (Inhalt und Anzahl überprüfen) |  |
|  | Abnahme der gedruckten Publikation bzw. der Website |  |
|  | Rechnungen anweisen |  |
|  | Vorstellung der Publikation in einem öffentlichkeitswirksamen Rahmen |  |
|  | Pressemeldung / auf den Websites der beteiligten Akteure veröffentlichen und an Redaktionen verschicken |  |
|  | Werbeanzeigen und redaktionelle Beiträge in Zeitschriften, Websites und Newslettern der beteiligten Akteure |  |
|  | Versand von Belegexemplaren an Autorinnen bzw. Autoren und Freiexemplaren an relevante Institutionen aus Wissenschaft, Wirtschaft und Regionalpolitik |  |