



# Tätigkeitsbericht

Zeitraum: September 2015 – August 2016



Eintritt frei

## Deutsch- Russische Festtage

10.–12. Juni 2016

digibet Pferdesportpark  
Berlin-Karlshorst • Treskowallee 129  
[www.drf-berlin.de](http://www.drf-berlin.de)



Германо-Российский Фестиваль Festtage  
Deutsch-Russische Festtage

### Große Eröffnungsshow mit Feuerwerk Russische Rocknacht

Eddie-Rosner-Jazzfestival  
Jugendfestival „Neuer Wind“  
Festival „Kultur-Brücke“  
Lesungen im Literaturzelt  
Theater & Russisches Kino  
Deutsch-Russischer Renntag



rbb  
Fernsehen

radioBERLIN  
BRB



RUSSIA  
Kultur im Zentrum

Abendblatt

BERLIN 24.RU

GAZPROM  
GERMANIA

WIEH



# Vereinsportrait

## Deutsch-Russische Festtage e.V.

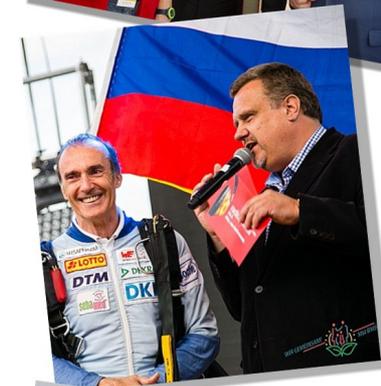
### Völkerverständigung - Dialog - Integration

Der 2005 gegründete gemeinnützige Deutsch-Russische Festtage e.V. (DRF e.V.) ist ein Vereinigung engagierter Menschen mit dem Ziel der Förderung der deutsch-russischen Beziehungen, der Völkerverständigung im Allgemeinen, des offenen Gedankenaustausches und der wechselseitigen Annäherung der Zivilgesellschaften. Das zentrale Instrument bei der Umsetzung der Vereinsziele ist die jährliche Durchführung der gleichnamigen dreitägigen Festtage, einem Projekt, bei dem viele Vereine, Organisationen zusammenarbeiten.

Die Deutsch-Russischen Festtage sind eine mehrtägige interkulturelle Veranstaltung. Themenschwerpunkte 2016 waren das zwischen Deutschland und Russland vereinbarte Jahr des Jugendaustausches und die Integration von Menschen mit Migrationshintergrund. Die Festtage sind für Berlin von großer gesellschaftlicher Bedeutung: Sie haben sich innerhalb weniger Jahre zur größten deutsch-russischen Kulturveranstaltung in Deutschland entwickelt.

Am 12. Juni 2016 gingen die X Deutsch-Russischen Festtage zu Ende. Sie hatten eine hervorragende Resonanz in der Öffentlichkeit und lockten ca. 130.000 Besucher in den Pferdesportpark. Der Eintritt war frei.

Gerade die persönlichen Begegnungen zwischen Menschen aller beruflichen und sozialen Schichten fördern den unmittelbaren Austausch von Informationen, das Entstehen von Verständnis und Vertrauen. So werden Vorurteile und Klischees abgebaut. Vielschichtigkeit und Besonderheiten der Kulturen werden erlebbar, das friedliche Miteinander in Achtung und Respekt zur Selbstverständlichkeit.





## Bereiche der Festtage

### Sport: „beFAIR, beFIT – Integration durch SPORT – SPORT für BERLIN“

Sport während der Deutsch-Russischen Festtage 2016

Das Sportprogramm der Deutsch-Russischen Festtage ist sehr vielseitig und sportartenübergreifend. Nach Ansicht der Organisatoren ist Sport bestens geeignet, Menschen egal aus welcher gesellschaftlichen Gruppe oder Nation zusammenzuführen. Um den eigenen hohen Ansprüchen gerecht zu werden, entschied sich der DRF e.V., gemeinsam mit einem funktionierenden Netzwerk tätig zu werden. Der Vorteil besteht darin, mit dem einmal eingerichteten Netzwerk eine Vielzahl von Projekten durchführen zu können, ohne sich immer wieder neue Kooperationspartner suchen zu müssen. So organisiert das Netzwerk neben dem Fußball-Integrationsturnier „EIN BALL VERBINDET“ auch Fußballturniere für Grundschulen und Turniere für Freizeit- und Kiezteams.

Das Fußball-Integrationsturnier „EIN BALL VERBINDET“ ist ein Bestandteil des Sportbereichs, das seit 2009 durch das Netzwerk „Integration durch Fußball für Berlin“ unter der Leitung von Siegfried Abé entwickelt, organisiert und während der Deutsch-Russischen Festtage durchgeführt wird. Unter seiner Federführung fanden und finden regelmäßige Sitzungen des Netzwerkes statt, bei denen Probleme und deren Ursachen besprochen, Ziele formuliert und Maßnahmen zur Zielerreichung beschlossen werden. Die Mitglieder des Netzwerkes setzen ihre unterschiedlichen Möglichkeiten und Potentiale ein, um die gemeinsamen Ziele zu erreichen:





## Bereiche der Festtage

### Sport: „beFAIR, beFIT – Integration durch SPORT – SPORT für BERLIN“

#### Fußball-Integrationsturnier "Ein Ball verbindet"

- Werbung für den Vereinssport,
- Aktive Einbeziehung von Menschen mit Migrationshintergrund (auch der Eltern),
- Förderung der interkulturellen und sozialen Kompetenz,
- Förderung des Mädchenfußballs,
- Verbesserung der Lernmotivation der Kinder und Jugendlichen durch Fußball in Verein und in der Schule

Unter dem Motto „beFAIR, beFIT – Integration durch SPORT – SPORT für BERLIN“ organisierten diverse Vereine im Sportareal Vorführungen, Aktionen zum Mitmachen und Wettkämpfe im Fußball, Boxen, Karate, Sambo, Turnen, Volleyball, Schach und weiteren Disziplinen, um möglichst viele Kinder und Jugendliche an diese Sportarten heranzuführen. Der gesamte Sportbereich der Festtage erfreut sich wegen dieser Vielfalt stets großer Beliebtheit.

Das Fußball-Integrationsturnier „EIN BALL VERBINDET“ richtete sich speziell an Kinder und Jugendliche. Am Samstag und am Sonntag - jeweils ab 11:00 Uhr fand es mit Unterstützung des Programms Integration durch Sport des DOSB, des DFB und des Berliner Fußballverbandes und unter der Schirmherrschaft des Senators für Gesundheit und Soziales Mario Czaja statt. Dieser freute sich besonders, dass auch Kinder und Jugendliche aus Berliner Notunterkünften für Flüchtlinge am Turnier teilnehmen. Aus diesem Anlass war auch extra der DFB-Integrationsbeauftragte und Ex-Fußball-Profi Jimmy Hartwig angereist.





## Bereiche der Festtage

### Sport: „beFAIR, beFIT – Integration durch SPORT – SPORT für BERLIN“

Die Mannschaften bestanden jeweils aus drei Mädchen und/oder Jungen verschiedener Altersklassen. Es spielte keine Rolle, ob es sich um reine Jungen-, Mädchen- oder gemischte Teams handelte. Mehr als die Hälfte der Turnierteilnehmer hatte einen Migrationshintergrund (ehemalige Sowjetunion, Türkei, Vietnam, Flüchtlinge).

Das Maskottchen Ritter Keule vom 1.FC Union war vor Ort, führte Siegerehrungen mit tollen Preisen durch und warb gemeinsam für Respekt und Fair Play.

#### Zahlen des Projektes

##### Deutsch-Russische Festtage 2012

10 Teams mit 82 Mädchen und Jungen und wesentlich mehr als 150.000 Besucher an drei Tagen bei den Festtagen und Public Viewing zur EM im Sportbereich

##### Deutsch-Russische Festtage 2013

10 Teams mit 82 Mädchen und Jungen und mehr als 150.000 Besucher an drei Tagen bei den Festtagen

##### Deutsch-Russische Festtage 2014

28 Teams mit 168 Mädchen und Jungen und ca. 130.000 Besucher an drei Tagen bei den Festtagen

##### Deutsch-Russische Festtage 2015

14 Teams mit 84 Mädchen und Jungen und ca. 150.000 Besucher an drei Tagen bei den Festtagen

##### Deutsch-Russische Festtage 2016

34 Teams mit 178 Mädchen und Jungen und ca. 130.000 Besucher an drei Tagen bei den Festtagen





# Kommunikation

## Strategie

Das geteilte Meinungsbild in Deutschland, das nicht nur zwischen den Generationen, sondern auch zwischen Ost und West verläuft, verlangt eine Differenzierung der Kommunikation. Ähnlich verhält es sich bei den historisch gewachsenen Vorurteilen und Ängsten. Diese sind vorhanden und können nicht kurzfristig überwunden werden.

Angesichts der knappen finanziellen und personellen Ressourcen des Vereins wurde und wird bei der Öffentlichkeitsarbeit ein vielschichtiger strategischer Ansatz verfolgt, bei dem der Schwerpunkt auf der größtmöglichen Optimierung des Kosten-Nutzen-Verhältnisses liegt. Die entscheidenden Elemente sind hierbei: kontinuierliche Analyse des Meinungsbildes und gezielte Verschiebung des Schwerpunktes von der Masse zur Wirkung der Botschaft.

Das Internet ist inzwischen die erste Anlaufstation, um Informationen zu sammeln. Erfolgreiche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist daher nicht mehr ohne eine professionelle Online-PR vorstellbar. Der Verein präsentiert sich in einer Reihe populärer Foren wie z.B. Facebook, Twitter, Vkontakte, Odnoklasniki, Xing etc.

Die konsequente Ausrichtung garantiert nicht nur den nötigen Nachrichtenwert, sie sorgt auch dafür, die Aufmerksamkeit auf die Leitidee der Festtage - „Begegnung zweier Nationen“ - zu lenken und gegebenenfalls Haltungen, Meinungen oder das Verhalten zu ändern.





# Kommunikation

## Medienpartner 2016

2016 konnten wichtige Medienpartner gewonnen werden, mit deren Hilfe zahlreiche Publikationen in den Medien erzeugt wurden. Gleichzeitig wurden Kontakte zu weiteren Medienvertretern geknüpft und gepflegt. Der Verein präsentierte sich serviceorientiert. Die Zusammenarbeit beinhaltete u.a. die Bereitstellung von redaktionellen Beiträgen auf Deutsch und Russisch sowie Info- und Bildmaterial für die Partner. Die Zusammenarbeit mit den Medienpartnern funktionierte reibungslos.

### Nachrichtenagenturen

	Russische Nachrichtenagentur RIA Novosti <a href="http://www.de.rian.ru">www.de.rian.ru</a>
---	--

### Rundfunk

	radio BERLIN 88,8 <a href="http://www.radioberlin.de">www.radioberlin.de</a>
	RBB Funkhaus Europa <a href="http://www.funkhauseuropa.de">www.funkhauseuropa.de</a>

### Print

	Tageszeitung "Neues Deutschland" <a href="http://www.neues-deutschland.de">www.neues-deutschland.de</a>
	Ein Projekt der Tageszeitung Rossijskaja Gaseta, der offiziellen russischen Regierungszeitung. <a href="http://www.rusland-heute.de">www.rusland-heute.de</a>
	Musikmagazin Melodie und Rhythmus (M&R) <a href="http://www.melodieundrhythmus.com">www.melodieundrhythmus.com</a>
	Wochenzeitung „Berliner Abendblatt“ <a href="http://www.abendblatt-berlin.de">www.abendblatt-berlin.de</a>
	Das Bezirks-Journal ist Berlins neue Monatszeitung. <a href="http://www.bezirks-journal.de">www.bezirks-journal.de</a>

### Online

	Informations- und Nachrichtenportal Berlins <a href="http://www.berlin24.ru">www.berlin24.ru</a>
---	---



# Kommunikation

## Inhaltliche Einschätzung

Die Deutsch-Russischen Festtage sind die größte deutsch-russische Kulturveranstaltung in Deutschland. Von 2007 bis 2016 ist es gelungen, ihr Image in der Öffentlichkeit positiv zu gestalten.

Ursache hierfür ist das Veranstaltungskonzept der Festtage selbst wie auch die erfolgreiche Arbeit mit den Medien. Pressemitteilungen wurden meist vollständig oder teilweise übernommen. Publikationen erfolgten über den gesamten Berichtszeitraum, in allen Medien (Rundfunk, Print- und neue Medien) und waren durchgängig positiv.

In nahezu gleichem Umfang wie in den Vorjahren wurde der Hörfunk und das Internet erfolgreich dazu benutzt, einem großen Personenkreis Informationen über die Festtage zugänglich zu machen.

Sowohl Veranstaltungen oder Maßnahmen von Kooperationspartnern wie auch bekannte größere PR-Kampagnen Dritter wurden genutzt, um den Trägerverein und die Festtage mit einem positiven Image weiter bekannt werden zu lassen. Im Berichtszeitraum waren das u.a. die Expolingua 2015 (20. - 21.11.2015), die Russische Filmwoche in Berlin (25.11. - 01.12.2015), sowie die StudyWorld 2016 - (22. - 23.04.2016).

Zusammen mit den flankierenden Aktivitäten, die die einzelnen Bereiche der Festtage wirkungsvoll ergänzen, besteht ein ausgewogenes Konzept, das die deutsch-russischen Beziehungen, die humanistischen und völkerverbindenden Traditionen sowie den offenen Gedankenaustausch befördert.





## Kommunikation

### Inhaltliche Einschätzung

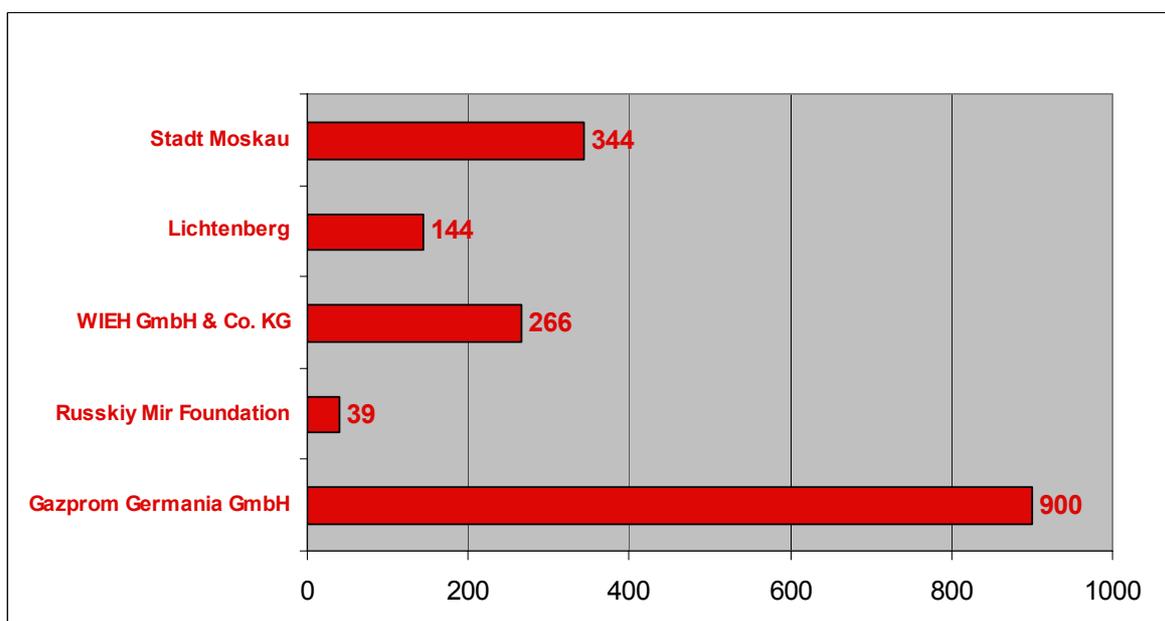
Nennung der Sponsoren

Inklusive Anzeigen, Onlinebeiträge und auf Plakaten wurden in den 532 Publikationen insgesamt

**1693 Nennungen**

der Sponsoren und Partner gezählt.

Darunter:





# Kommunikation

## Inhaltliche Einschätzung

### Präsenzanalyse

Nahezu 100% von 3390 Aussagen sind positiv oder neutral. Es gab lediglich neun kritische Beurteilungen: u.a. wurde eine breitere Teilnahme bzw. Unterstützung durch Russland sowie Verbesserungen der Sicherheit und Sauberkeit vor Ort gefordert. Schwerer wogen da schon Fragen zur Integration von Flüchtlingen angesichts der russischen Beteiligung am Syrien-Konflikt.



532 Publikationen	Nr	Suchbegriffe / Kernaussagen	Nennungen
	1	Deutsch-Russische Festtage/Festtage/Fest/Festival/Volksfest	1926
	2	Kultur/Russische Rocknacht/Jazzfestival/Theater/Bandcontest/Kino/Erwähnung deutscher & russischer Künstler	1633
	3	Sport/Boxen/Fußball/Karate/Gorodki/Turnen/Durak/Renntag/Erwähnung von VIP's	1578
	4	Tourismus/russ.Handwerk/russ.Regionen/Reisezelt	430
	5	Bildung/Sprache/Wissenschaft/Literaturzelt/Lesungen/LibgNetzwerk/RacingClub	535
	6	Städtepartnerschaft/Erwähnung von Schirmherren oder Politikern/Rundgang/VIP/PodDis	663
	7	Jugend/Jugendfestival/Kulturbrücke/Disko	664
	8	Wirtschaft/Wirtschaftstreffen	162
	9	Erwähnung der Leitidee "Begegnung zweier Nationen"	278
	10	Jahr der russischen Sprache in Deutschland/Jahr der deutschen Sprache in Russland	119
	11	Russische Küche/Abacus	102

Die Auswertung der 532 Publikationen ergab, dass alle Bereiche der Festtage eine angemessene und ausgewogene Erwähnung fanden. Erwartungsgemäß überwiegt das Thema Kultur in der Berichterstattung, gefolgt von den Themen Sport, Jugend, Politik, Bildung und Tourismus. Die Woche der Russischen Küche wurde nur am Rande erwähnt.

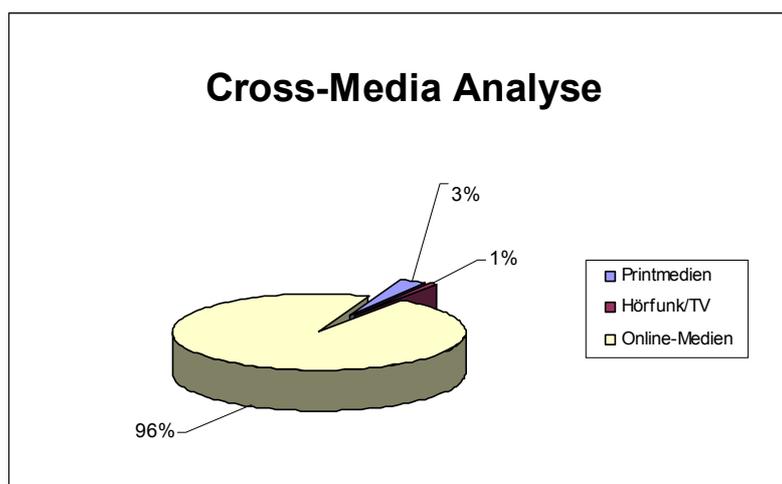


# Kommunikation

## Inhaltliche Einschätzung

### Präsenzanalyse

Die Cross-Media Analyse stellt den Media Split nach Mediengruppen in Prozenten dar und vergleicht die Anteile der Berichterstattung in Print, Hörfunk, TV und Internet. Hier zeigt sich, dass der größte Anteil der Berichterstattung durch die Online-Medien geleistet wurde.



### Werbewert-Analyse

Medium	Anzahl Publikationen	Auflage Hörer/Zuschauer Kontakte	Euro
<b>deutsche Printmedien</b>	25		
Print Überregional	8	433.000	606.200,00 €
Print Regional	8	596.955	31.125,23 €
Print Lokal	9	190.500	6.509,39 €
<b>Medien RF (gesamt)</b>	1	55.000	4.812,50 €
<b>TV</b>	3		
davon deutsche Beiträge	2	60.000	1.326,60 €
davon russische Beiträge	1	180.000	3.979,80 €
<b>Hörfunk</b>	5		
davon deutsche Beiträge	2	800.000	2.688,00 €
davon russische Beiträge	3	340.000	1.142,40 €
<b>Online Medien</b>	498		
davon deutsche Beiträge	212	29.680.000	296.800,00 €
davon russische Beiträge	243	34.020.000	340.200,00 €
davon V-Tipp	43	6.020.000	60.200,00 €
<b>Youtube (seit 2007)</b>	378	1.054.810	2.109,62 €
<b>DRF-Festtagszeitung</b>		80.000	6.800,00 €
<b>Kalkulatorischer Gesamt-Werbe-Wert</b>	<b>910</b>	<b>73.510.265</b>	<b>1.363.893,54 €</b>

Am Gesamtbudget hatte die Kommunikation mit ca. 23.000 Euro einen Anteil von 6%. Davon gingen 52% in die Printmedien und 40% in die Online-Medien. Der Rundfunk (TV und Radio) wurde über kostenfreie Medienpartnerschaften realisiert.



## Kommunikation

### Inhaltliche Einschätzung

TV-, Video- und Hörfunkproduktionen

**3 TV-Beiträge**

**und**

**seit 2007**

**378 Videos**

**allein auf**

**YouTube**

**mit**

**>1.050.000**

**Aufrufen**

**... und**

**5 Hörfunk-  
Beiträge**





Германо-Российский Фестиваль Festtage  
Deutsch-Russische Festtage

www.drff-berlin.de

Begegnung zweier Nationen



# Kommunikation

## Inhaltliche Einschätzung

Printbeiträge

# Insgesamt 26 Publikationen

# davon 25 Beiträge in deutschen Printmedien

# und 1 Beitrag in russisch- sprachigen Printmedien





## Kommunikation

### Inhaltliche Einschätzung

Printbeiträge

**Insgesamt 26 Publikationen**

**davon:**

**9 Beiträge in überregionalen Medien**

(u.a. Moskauer Deutsche Zeitung,  
Neues Deutschland)

**8 Beiträge in regionalen Medien**

(u.a. Berliner Telegraph, Berliner Morgenpost,  
Berliner Abendblatt, Berliner Woche)

**9 Beiträge in lokalen Medien**

(u.a. Kultur Treptow – Köpenick,  
Lichtenberger Rathausnachrichten,  
Bezirks-Journal, etc.)



Германо-Российский Фестиваль Festtage  
Deutsch-Russische Festtage

[www.drf-berlin.de](http://www.drf-berlin.de)

Begegnung zweier Nationen



# Kommunikation

## Inhaltliche Einschätzung

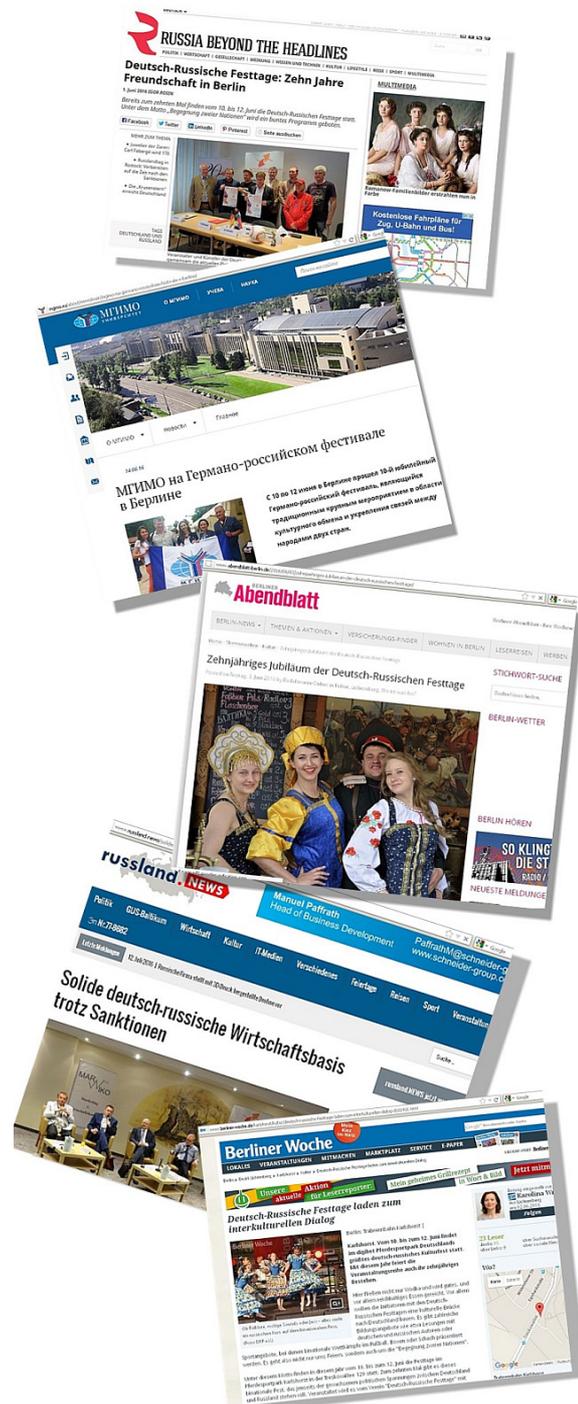
Onlinebeiträge

**Insgesamt  
455  
Publikationen**

**davon:**

**212 deutsche  
Beiträge**

**243 russische  
Beiträge**





## Kommunikation

### Inhaltliche Einschätzung

Onlinebeiträge

**Insgesamt 455 Publikationen**

davon:

**102 Beiträge**

**in Blogs und sozialen Netzwerken**





# Kommunikation

## Werbemaßnahmen

### Festtagszeitung

Ein Programmheft hat bei den Festtagen Tradition. Es genießt als Informations- und Werbemedium sowohl bei Partnern als auch bei den Besuchern eine hohe Akzeptanz.

2016 wurde es in Form einer 12-seitigen farbigen Festtagszeitung im Rheinischen Format (36,4 x 25,5 cm) mit einer Auflage von 80.000 Exemplaren hergestellt. Der vierseitige Innenteil ist als zweisprachige Programmübersicht gestaltet und mit einem Lageplan versehen, der die einzelnen Bereiche der Festtage hervorhebt.

55.000 Exemplare wurden einer Tageszeitung, die im gesamten Bundesgebiet erscheint. Die übrigen Exemplare wurden vor und während der Festtage verteilt.

### Flyer

Sehr erfolgreich wurden auch in diesem Jahr Flyer im Postkartenformat (148 x 105mm) eingesetzt. Inhaltlich wurde das Plakatmotiv eins zu eins genutzt. Der Inhalt des Flyers war somit klar formuliert, lesefreundlich gestaltet und enthielt alle wichtigen Informationsdaten zur Veranstaltung (Ort, Zeit, etc.). Dadurch war diese Form der Flyerwerbung relativ einfach zu realisieren.

Bei vielen Veranstaltungen wurde er zielgerichtet eingesetzt. Insgesamt wurden mehr als 30.000 Flyer verteilt.





# Kommunikation

## Werbemaßnahmen

### Folder

Ein mittlerweile bewährtes und wirksames Mittel in der Werbung des Vereins ist das Verteilen von zweisprachigen Foldern.

Der Inhalt ist klar formuliert, lesefreundlich gestaltet und enthält alle wichtigen Informationen zur Veranstaltung (Ort, Zeit, etc.).

Bei den über das ganze Jahr verteilten Begleitveranstaltungen des Vereins wurde er in den Vorjahren zielgerichtet eingesetzt. 2016 wurde aus Kostengründen auf dieses Werbemittel verzichtet.



### Allgemeine Plakatwerbung

Plakatwerbung ist das ideale Medium für Werbung mit regionalem Bezug.

Sie erfolgte 2016 mit freundlicher Unterstützung verschiedener Einkaufszentren und der Imagerunde Lichtenberg. Bei der Kampagne wurden unterschiedliche Formate verwendet:

- 50 x A1 (42 × 59,4 cm);
- 100 x A3 (29,7 × 42 cm);
- 1.000 x A4 (21 × 29,7 cm).

Durch die Verwendung des traditionellen Motivs von 2008 erkannten viele Besucher die Plakate wieder.





Германо-Российский Фестиваль  
Deutsch-Russische Festtage

www.drf-berlin.de

Begegnung zweier Nationen



# Kommunikation

## Werbemaßnahmen

### Anzeigenschaltung

Durch gestaltete ein- und mehrfarbige Anzeigen waren die Deutsch-Russischen Festtage in deutschen und russischsprachigen deutschen Printmedien auf lokaler, regionaler wie auch auf überregionaler Ebene sichtbar.

Die Anzeigenwerbung wurde auf die Stadtbezirke Lichtenberg, Marzahn-Hellersdorf, Friedrichshain, Treptow-Köpenick, Wilmersdorf, Spandau und Charlottenburg konzentriert, in denen die meisten russischsprachigen Mitbürger anzutreffen sind.





# Kommunikation

## Werbemaßnahmen

### Bannerwerbung

Berlin ist die Stadt der Staus und die Stadt der vollen Straßen.

Bannerwerbung an hoch frequentierten Straßen erweckt leicht die Aufmerksamkeit von Autofahrern, Radfahrern oder Fußgängern.

Da der Veranstaltungsort an sie grenzt, ist die Bannerwerbung an der viel befahrenen Treskowallee besonders kostengünstig und effektiv zugleich.

Zur Ankündigung der Veranstaltung wurden ebenfalls zwei PVC-Planen (3,80 x 2,80 m) produziert und an zwei Prismavisionswänden an den Hauptverkehrsachsen Hauptstraße/Ecke Rheinstraße sowie Falkenberger Chaussee angebracht.



### Radiospots

Radiowerbung ist in Deutschland effizienter als Fernsehwerbung.

Vielhörer sind täglich sieben Stunden lang vorm Radio und machen fast ein Drittel der Bevölkerung aus.

Zur Radio-Primetime, wochentags zwischen sieben und zwölf Uhr, sind 60 Prozent der Radiofans zu erreichen. Radiospots der Deutsch-Russischen Festtage waren auf Deutsch und Russisch auf verschiedenen Sendern zu hören.

Hinzu kamen noch eine Reihe von Interviews und redaktionellen Beiträgen.





# Kommunikation

## Öffentlichkeitsarbeit

### Internetauftritt

Beim Internetauftritt der Deutsch-Russischen Festtage lag das Augenmerk auf einer ansprechenden, benutzerfreundlichen Gestaltung. Es ist gelungen, eine den Festtagen angemessene Symbolik (Nationalfarben beider Länder) in die Seite zu integrieren. Die Inhalte wurden regelmäßig aktualisiert und mit Bildmaterial ins Internet gestellt. Nach wie vor ist die zweisprachige Navigation der Seite ein Problem, das es künftig zu beheben gilt. Die Verwendung von Subdomains (z.B. kreativwettbewerb.drf-berlin.de, gewinn.drf-berlin.de oder pressefoto.drf-berlin.de) hat sich in der praktischen Arbeit bewährt und sollte beibehalten und weiter entwickelt werden.



Von Juli 2015 bis Ende August 2016 wurden auf der Internetseite mehr als 236.000 Besucher gezählt. Ein deutlicher Anstieg erfolgte erwartungsgemäß mit dem Einsetzen der Werbemaßnahmen ab April 2016. Auf [www.drf-berlin.de](http://www.drf-berlin.de) konnten in den Monaten April bis Juni 153.026 einzelne Seitenaufrufe verzeichnet werden. Die Seite ist mit vielen Seiten verlinkt, dadurch findet sie sich im Google-Ranking häufig auf Platz 1.

### www.drf-berlin.de als Informationsquelle

	2015-2016	Jul 15	Aug 15	Sep 15	Okt 15	Nov 15	Dez 15	Jan 16	Feb 16	Mrz 16	Apr 16	Mai 16	Jun 16	Jul 16	Aug 16	Summe
Anzahl der Besucher		318	410	220	279	301	316	457	350	4536	8437	13750	28143	9063	9263	75843
Anzahl der besuchten Seiten		19	33	37	59	173	61	109	109	14618	29838	41297	81891	32380	35524	236148
Links von anderen Seiten		16	16	16	28	21	53	22	30	897	1304	2271	4704	1722	1641	12741



Германо-Российский Deutsch-Russische  
Фестиваль Festtage

www.drff-berlin.de

Begegnung zweier Nationen

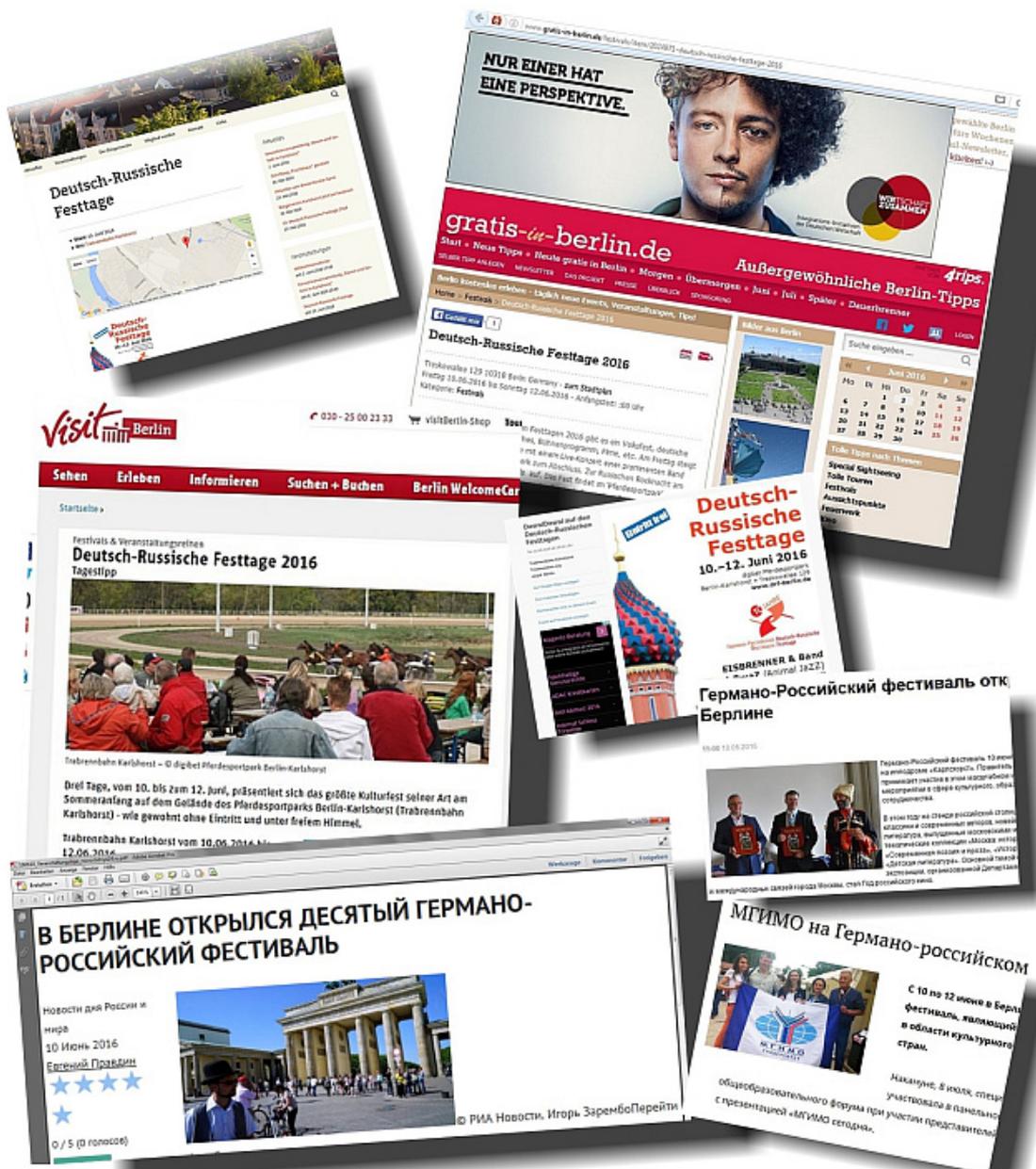


# Kommunikation

## Öffentlichkeitsarbeit

Veranstaltungshinweise im Internet

# 43 Veranstaltungshinweise





Германо-Российский Deutsch-Russische  
Фестиваль Festtage

www.drf-berlin.de

Begegnung zweier Nationen



# Kommunikation

## Öffentlichkeitsarbeit

### Newsletter

In Vorbereitung der Festtage 2016 wurden vier zweisprachige Newsletter verschickt. Der Verteiler umfasst mittlerweile mehr als 2.800 valide Kontakte aus Deutschland und Russland.

Der Newsletter wird aufwendig betreut:

Die Kontakte werden laufend gepflegt. Es erfolgt eine Fehlerrückmeldung des Versands, ggf. auch ein zweiter Versand des aktuellen Newsletters. Das Feedback wird zeitnah zur Verfügung gestellt.

Der Erfolg des Newsletter als Instrument der Kommunikation ist messbar: Die Zahl der Abonnenten steigt stetig. Der Verein erhält regelmäßig ein überwiegend positives Feedback. Die Zahl der Abbestellungen liegt deutlich unter einem halben Prozent.





## Kommunikation

### Öffentlichkeitsarbeit

Versand von Pressemitteilungen

## Insgesamt 5 Pressemitteilungen

### **29.04.2016 - PRESSEMITTEILUNG (deutsch)**

„Deutsch-Russische Festtage e.V. unterstützt Leseclubs in Berliner Bezirken“  
Am 27. April organisierte der Deutsch-Russische Festtage e.V. mit seinen Partnern aus Anlass des UNESCO - Welttages des Buches eine Media Tour durch zwei Berliner Bezirke. Dabei wurden zwei Leseclubs für Kinder von 6 bis 12 Jahren eröffnet.

### **13.05.2016 - PRESSEMITTEILUNG (deutsch & russisch)**

„Deutsch-Russische Festtage feiern zehnjähriges Jubiläum“  
Begegnung zweier Nationen - Miteinander im Dialog bei Kultur, Bildung und Sport.

### **27.05.2016 - PRESSEMITTEILUNG (deutsch & russisch)**

„Sport verbindet über Grenzen hinweg“  
Das Sportangebot der X. Deutsch-Russischen Festtage reicht von Fußball bis hin zu Kampfsportarten. Familien mit Kindern sind herzlich eingeladen!

### **11.06.2016 - PRESSEMITTEILUNG (deutsch & russisch)**

„Jubiläum: Deutsch-Russische Festtage starten ins zehnte Jahr ihres Bestehens“  
Begegnung zweier Nationen - Musik statt Krieg!

### **12.06.2016 - PRESSEMITTEILUNG (deutsch & russisch)**

„Deutsch-Russische Festtage 2016 gingen erfolgreich zu Ende“  
Vielfältige Angebote aus den Bereichen Jugend und Kultur sowie Sport und Tourismus vereinten die Menschen beider Länder.



# Kommunikation

## Öffentlichkeitsarbeit

Pressekonferenz

# 11. Mai 2016

## Russisches Haus der Wissenschaft und Kultur

# 15 Journalisten anwesend

Die Mehrheit der Journalisten (Wort und Bild) vertraten die Medienpartner der Festtage.





Германо-Российский Фестиваль  
Deutsch-Russische Festtage

[www.drf-berlin.de](http://www.drf-berlin.de)

Begegnung zweier Nationen



# Kommunikation

## Öffentlichkeitsarbeit

Pressebetreuung vor Ort

**10. bis 12. Juni 2016**  
**digibet Pferdesportpark (Trabrennbahn)**  
**Treskowallee 129, 10318 Berlin**

Betreuung von  
**42 akkreditierten Journalisten**  
durch das Team des Pressebüros vor Ort

Die Mehrheit der Journalisten (Wort und Bild) vertraten die Medienpartner der Festtage. Außerdem anwesend: die Berliner Presse Agentur, die Moskauer Deutsche Zeitung, der Kudamm Kurier, die Online-Medien berlin-visual.com und liveberlin.ru sowie ein Filmteam und mehrere freie Fotografen.





# Kommunikation

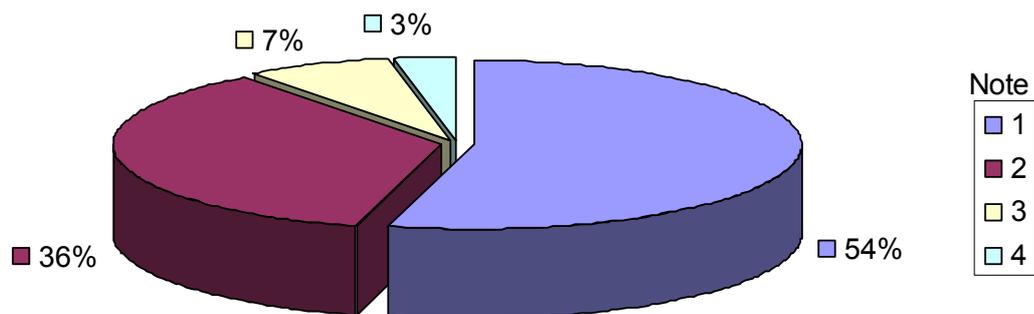
## Öffentlichkeitsarbeit

### Besucherumfrage

Während der Festtage 2016 wurde unter den Besuchern eine Umfrage durchgeführt. Insgesamt wurden 229 Personen befragt.

### Bewertung der Deutsch-Russischen Festtage 2016

90% der Besucher benoten die Deutsch-Russischen Festtage mit "Gut" oder "Sehr gut".

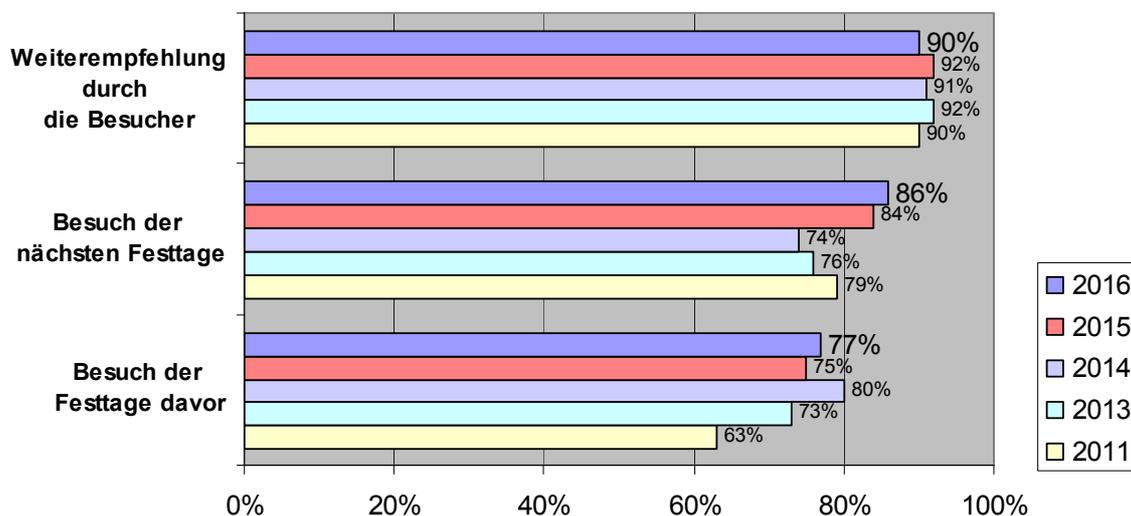


77% der Besucher waren bereits bei vorangegangenen Deutsch-Russischen Festtagen.

86% der Besucher planen, die Deutsch-Russischen Festtage 2016 zu besuchen.

90% der Besucher würden die Deutsch-Russischen Festtage weiterempfehlen.

### Bewertung der Festtage im Vergleich

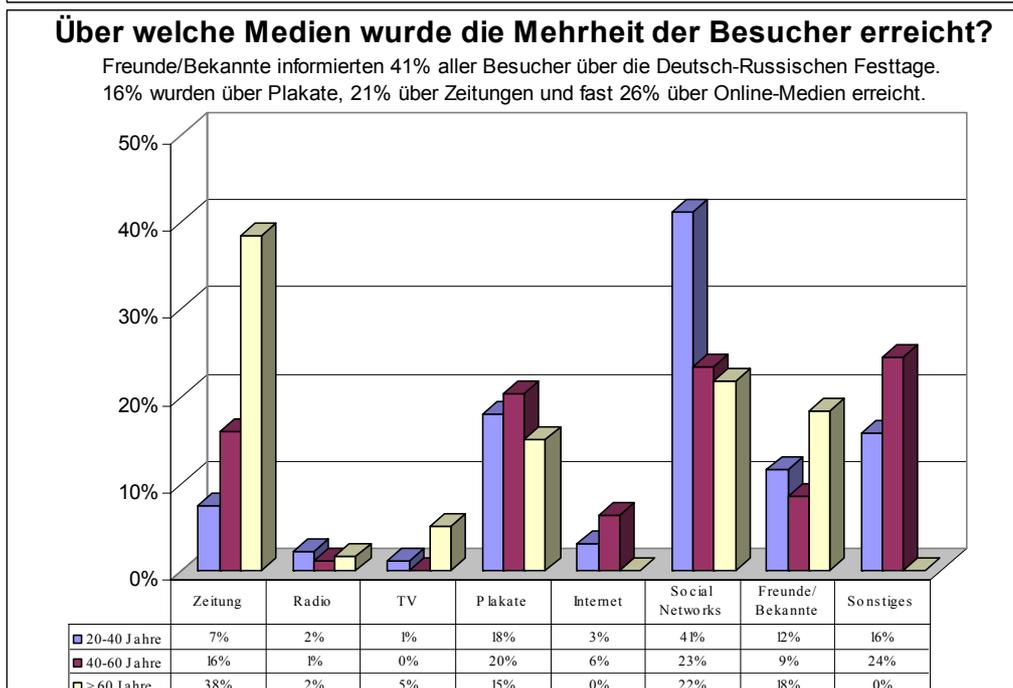
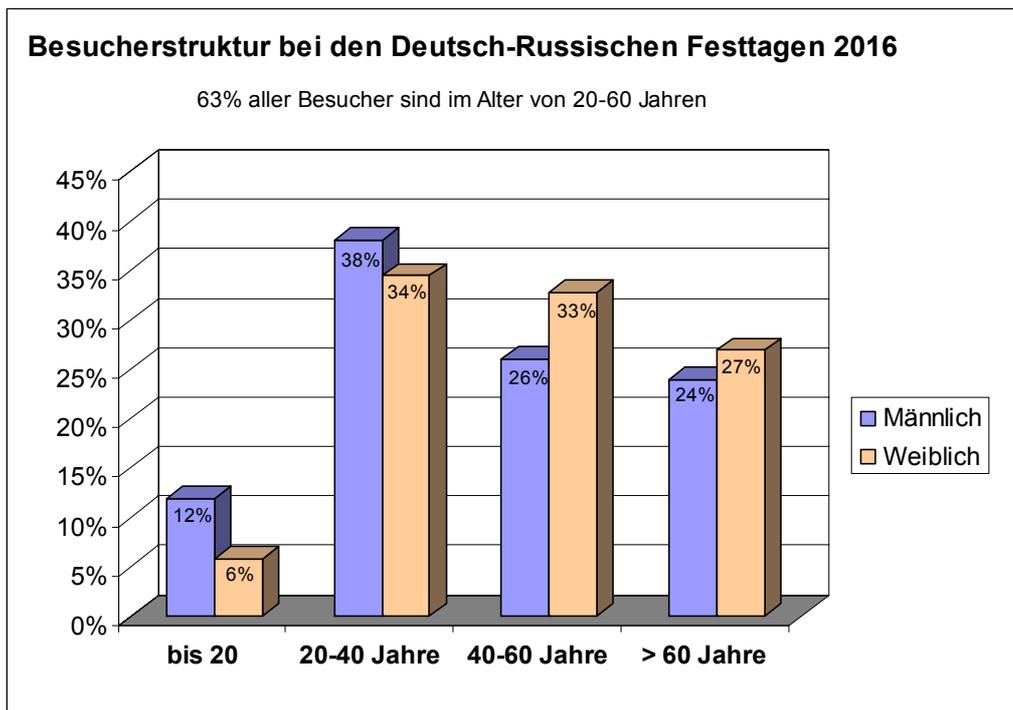




# Kommunikation

## Öffentlichkeitsarbeit

### Besucherumfrage





# Kommunikation

## Öffentlichkeitsarbeit

### Gewinnspiel

Um neue Kontakte für den Newsletter zu generieren und die Popularität der Festtage weiter zu steigern, wurde mit Hilfe der Festtagszeitung (Auflage: 80.000) ein Preisausschreiben durchgeführt. Bei richtiger Beantwortung einiger leichter Fragen konnten u.a. zwei Erlebnisaufenthalte der GAZPROM Germania im Europa-Park Rust, Konzertkarten für „Stars in Concert“ oder eine Fahrt für zwei Personen mit dem Weltballon von Air Service Berlin gewonnen werden. Die Verlosung der Gewinner erfolgte am 21. Juni unter Ausschluss des Rechtsweges.

## Gewinnspiel

Liebe Freunde,  
nehmen Sie an unserem Gewinnspiel teil und gewinnen Sie mit etwas Glück wertvolle Preise!

- bitte die richtigen Antworten ankreuzen,
- den Ausschnitt am 10. und 11. Juni an einem der Info-Stände der Deutsch-Russischen Festtage abgeben,
- am 11. Juni um 21 Uhr bei der Verlosung im Rahmen der Russischen Rocknacht auf der Hauptbühne dabei sein!

Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Wir bitten Sie deshalb, die Adressfelder vollständig auszufüllen.  
(Wir versichern Ihnen, dass Ihre Daten nicht an Dritte weitergegeben werden.)

<b>1 Der Name des russischen Nationaldichters lautet...</b>	<b>2 Welcher berühmte Platz befindet sich in Moskau?</b>	<b>3 Wie heißt die bekannte Rote-Bete-Suppe aus der russischen Küche?</b>
<input type="checkbox"/> Johann Wolfgang von Goethe <input type="checkbox"/> Alexander Puschkin <input type="checkbox"/> William Shakespeare	<input type="checkbox"/> Grüner Platz <input type="checkbox"/> Blauer Platz <input type="checkbox"/> Roter Platz	<input type="checkbox"/> Borschtsch <input type="checkbox"/> Gazpacho <input type="checkbox"/> Bouillabaisse

Name, Vorname \_\_\_\_\_  
Adresse \_\_\_\_\_  
Telefon / E-Mail \_\_\_\_\_

Möchten Sie zukünftig unseren Newsletter erhalten? JA  NEIN



**Preise 2016:**

- **2 x 1 Erlebnisaufenthalt mit jeweils zwei Tagen Parkeintritt inklusive 1 Ü/F in einem der 4-Sterne-Hotels des Europa-Park Erlebnis-Resort für bis zu vier Personen** (ohne An- und Abreise)  
(zur Verfügung gestellt von GAZPROM Germania)
- **2 x 2 Gutscheine für Konzertkarten Stars in Concert**  
(zur Verfügung gestellt von Stars in Concert)

Alle Fragen richtig beantwortet? Dann geben Sie den Coupon am **Freitag, 10. Juni oder Samstag, 11. Juni**, an einem der **Info-Stände des DRF e.V.** ab. Die Verlosung findet am 11. Juni um 21 Uhr statt.

**Das Team der Deutsch-Russischen Festtage wünscht Ihnen viel Glück!**

Mitarbeiter der Deutsch-Russischen Festtage und der beteiligten Partner sind vom Gewinnspiel ausgeschlossen.



## Planung der Zukunftsperspektive

Die XI Deutsch-Russischen Festtage werden vom 16. Juni bis zum 18. Juni 2017 stattfinden. Die aktuelle Situation zeigt, wie notwendig es ist, sich in unserer Stadt für ein friedliches Zusammenleben und den Abbau von Hemmnissen für eine Verständigung stark zu machen.

Der Deutsch-Russische Festtage e.V. ist ein gemeinnütziger Netzwerkverein. Indem er die Begegnungen und die Kommunikation der Menschen untereinander fördert, fördert er auch gegenseitigen Respekt und Toleranz in der Hauptstadt. Das trägt zu einem positiven Image der Hauptstadt bei. Hinzu kommt, dass soziale Kompetenzen insbesondere der jüngeren Besucher im Rahmen des Netzwerkes geschult und entwickelt werden.

Berlin steht für Toleranz, Weltoffenheit und kulturelle Vielfalt. Menschen aus aller Welt kommen aus unterschiedlichsten Gründen hierher, auch aus Ländern der ehemaligen Sowjetunion. Die russischsprachige Community Berlins wird auf ca. 300.000 Menschen geschätzt. Viele von ihnen sind gut integriert, haben sogar deutsche Pässe und werden von der deutschen Gesellschaft nicht mehr als Migranten wahrgenommen. Der Verein unterstützt diesen Prozess und ist ständig bemüht, die Ziele seiner Arbeit einer breiten Öffentlichkeit vorzustellen und so neue Mitglieder, Partner und Förderer zu gewinnen. Auch 2016 wurden aus diesem Grund Bewerbungen bei verschiedenen Initiativen wie dem Integrationspreis, Sterne des Sports oder dem Deutschen Bürgerpreis eingereicht.





## Clipping & Kontakt

Den Nachweis über die in die Auswertung eingeflossenen Publikationen (Clipping) finden Sie in Deutsch und Russisch auf der dem Tätigkeitsbericht beigefügten CD.  
Sollte die CD fehlen, wenden Sie sich bitte an:

### **Steffen Schwarz**

Vorsitzender

Deutsch-Russische Festtage e.V.

Tel.: 0174/858 68 67

oder:

KAISER**communication**<sub>GmbH</sub>  
Public Relations | Marketing

### **Guntram Kaiser**

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
Deutsch-Russische Festtage e.V.

Phone: +49 30 72 61 88 43 5

Fax: +49 30 72 61 88 43 6

[Kaiser@kaisercommunication.de](mailto:Kaiser@kaisercommunication.de)

[www.kaisercommunication.de](http://www.kaisercommunication.de)