

## HOW TO ... EXPERT\*INNEN?

.....for English version please scroll down to page 5.....

Zielsetzung: Dieser Leitfaden beinhaltet grundsätzliche Informationen, Unterstützung bei der Suche nach geeigneten Expert\*innen durch die Datenbank des Dachverband Tanz Deutschland, eine Muster-Ausschreibung und -Anfrage für alle, die themenorientierte Veranstaltungen oder Beratungen organisieren und dafür Expert\*innen suchen.

- Professionelle Anfragen an Expert\*innen für eine Veranstaltung stellen (Muster)
- Aussagekräftige Ausschreibungen für die Expert\*innensuche erstellen (Muster)
- Checkliste für die Zusammenarbeit mit Expert\*innen
- Zugang zur Expert\*innen-Datenbank und zum Netzwerk des DTD
- Abschließen eines Vertrages mit dem/der Expert\*in

<b>Inhaltsverzeichnis</b> .....	1
1. RECHERCHE UND ANFRAGE .....	2
Definition des Formats/Rahmenbedingungen.....	2
Recherche .....	2
Anfrage beim DTD Expert*innenpool .....	2
Anfrage.....	2
Ausschreibung.....	3
2. ONBOARDING UND VERTRAG .....	3
Erstes Treffen .....	3
Zweites Treffen .....	3
3. BRIEFING: INFORMATIONEN ZUR VERANSTALTUNG.....	4
4. NACHBEREITUNG .....	4
5. AUSFÜHRUNGSZEITRAHMEN.....	4
Meilenstein 2: Recherche .....	4
Meilenstein 3: Anfrage.....	4

## 1. RECHERCHE UND ANFRAGE

### Definition des Formats/Rahmenbedingungen

- Welches Thema hat die Veranstaltung/mein Format?
- Welche Zielgruppe möchte ich mit der Veranstaltung ansprechen? Soll der/die Expert\*in aus der Zielgruppe kommen (z.B. Tänzer\*in oder Choreograf\*in), oder ist das zweitrangig und die Expertise ist wichtiger?
- In welchem Rahmen bzw. wo soll mein Format stattfinden? Braucht es dafür seitens der Expert\*in bestimmte Voraussetzungen, z.B. die Bereitschaft zu reisen, digitale Affinität, Fremdsprache?
- In welcher Sprache soll mein Format stattfinden?
- In welcher Form soll meine Veranstaltung/Beratung etc. stattfinden? 1 to 1, als Podiumsdiskussion, Seminar, Workshop, Symposium, online, analog oder hybrid? Lade ich nur einen oder mehrere Expert\*innen ein? Bei mehreren – wer soll wieviel Raum einnehmen? Gibt es eine Keynote?
- Wie viele Teilnehmer\*innen erwarte ich in meinem Format?
- Kooperiere ich mit einem Partner, der in die Suche nach Expert\*innen bzw. in die inhaltliche Abstimmung mit eingebunden werden müsste?

### Recherche

- Brainstorming: Wen kann ich in meinem Netzwerk anfragen? Wer könnte entsprechende Menschen kennen? Gibt es bei vorhergehenden Formaten jemanden, den ich gerne wieder einladen würde bzw. der /die mir weiterhelfen könnte?
  - Benchmarking: wer hat ähnliche Format in der Vergangenheit durchgeführt und wer wurde dafür angefragt? Wäre eine der der involvierten Kandidat\*innen für mein Format geeignet? Kenne ich jemanden, der einen Kontakt herstellen könnte?
  - Recherche: Suchmaschinen, Linked.in und Xing, Social Media Kanäle
  - Ergebnisse dokumentieren, Nachrecherchieren – was möchte ich von den Kandidat\*innen wissen: Biografie, Selbstrepräsentation im Netz, Artikel, Referenzen, Kommentare und Posts auf Social Media
- ⇒ Priorisieren, wer als erstes angefragt wird

### Anfrage beim DTD Expert\*innenpool

- Mail an [produktionsbuero@dachverband-tanz.de](mailto:produktionsbuero@dachverband-tanz.de)
- so weit wie möglich alle Informationen zu meinem Format (siehe Definition Format/Rahmenbedingungen)

### Anfrage

Eine Anfrage sollte persönlich und professionell sein und folgende Informationen enthalten:

- so weit wie möglich alle Informationen zu meinem Format (siehe Definition Format/Rahmenbedingungen)
- warum ich gerade ihn/sie für dieses Thema anfrage
- was sollte die Teilnehmer\*innen aus dem Format mitnehmen, welche Expertise ist gefragt
- wie ich auf ihn/sie aufmerksam geworden bin (Empfehlung, Artikel, andere Veranstaltung usw.)
- wie ich am besten zu erreichen bin, wie ich mir die nachfolgende Kommunikation vorstelle (z.B. Zoom-Call)

### **Ausschreibung**

Ich möchte statt einer Recherche eine Ausschreibung machen oder ich komme durch meine Recherche/mein Netzwerk nicht an geeignete Kandidat\*innen. Dann erstelle ich eine Ausschreibung, die folgendes enthält:

- so weit wie möglich alle Informationen zu meinem Format (siehe Definition Format/Rahmenbedingungen)
- WANN, WO und WIE sich Interessierte bewerben können
- Auswahlkriterien/interne Entscheidung/Jury
- ⇒ Beispiel-Ausschreibung siehe Anhang.
- Abstimmung der Ausschreibung intern und mit etwaigen Kooperationspartnern
- Definition der Kanäle für die Veröffentlichung (Online, Newsletter; Social Media, Linked.in/Xing)
- Aussand, Ergebnisse dokumentieren
- ⇒ Entscheid

## **2. ONBOARDING UND VERTRAG**

### **Erstes Treffen**

- Was sind meine Erwartungen, was die meines Gegenübers?
- Was kann sie/er für Referenzen aufweisen?
- Wie würde die Expert\*in das Thema/Format angehen und strukturieren? Gibt es Erfahrungswerte der Expert\*in die sie/er teilen kann? Was sagt sie/er zu meinem Ansatz? Muss ich mein Konzept überdenken?
- Kennt sie/er sich mit der Zielgruppe aus oder braucht sie weiterführende Informationen?
- In welcher Form soll das Ganze stattfinden?
- Gibt es schon Vorstellungen von einem zeitlichen Ablauf?
- Wie könnte das Setting sein? Was braucht die Expert\*in, um ihre Arbeit gut machen zu können? (z.B. Headset vs. Handmikro)
- Wie schätzen wir den zeitlichen Aufwand ein, inklusive Vorbereitungstreffen? Was sind die Honorarvorstellungen der Expert\*in? Was habe ich als Honorar veranschlagt? Können wir uns da entgegenkommen? Würde die Rechnung mit oder ohne MwSt. gestellt?
- Bei Expert\*innen aus dem Ausland unbedingt vorher Doppelbesteuerungsabkommen, Quellsteuersatz und ähnliches recherchieren. Siehe auch Webseite von Touring Artists
- Hinweise zum Datenschutz und Einwilligung in Foto- oder Videoaufnahmen sollten angesprochen (und dann im Vertrag konkretisiert) werden.
- Termin für nächstes Treffen direkt vereinbaren
- Gegebenenfalls Pressematerial (Bio, Fotos) und Adresse erfragen
- ⇒ Entwurf Honorarvertrag nach Muster, dabei unbedingt Passus zum Datenschutz, Einwilligung Foto/Video, Honorar inkl./ohne MwSt., Datum, genaue Aufgabenbeschreibung, Reisekostenregelungen und Ausfallhonorare definieren.
- ⇒ **Versand Honorarvertrag**

### **Zweites Treffen**

- Feintuning
- Inhaltliche Fragestellungen in der Tiefe besprechen
- Letzte organisatorische Absprachen

### 3. BRIEFING: INFORMATIONEN ZUR VERANSTALTUNG

Es sollte ein Briefing für die Expert\*in erstellt werden mit folgenden Informationen:

- Anfahrt / Zugänge- wo und wann treffen wir uns genau?
- Hygiene- und Sicherheitsvorschriften
- Teilnehmer\*innenliste und Informationen zu weiteren Expert\*innen vor Ort – vor allem, wenn es sich um eine Moderation handelt
- Ablauf/Agenda der Veranstaltung
- Änderungen?

### 4. NACHBEREITUNG

- Feedbackgespräch – was ist gut gelaufen, was nicht? Was können wir als konstruktives Learning aus der Zusammenarbeit herausziehen?
- Gegebenenfalls Durchsprechen von Umfragen und Teilnehmerfeedback
- Rechnung: ist die Rechnungsstellung korrekt erfolgt? Hat die Buchhaltung alles, was sie benötigt, zum Beispiel die Steuernummer?
- Gegebenenfalls Freigabe der Dokumentation durch die Expert\*in

### 5. AUSFÜHRUNGSZEITRAHMEN

Die wichtigsten Projektdaten werden nachstehend aufgeführt. Die Daten sind Schätzungen und können bis zur eigentlichen Projektausführung geändert werden.

Beschreibung	Startdatum	Enddatum	Dauer
Die Zielsetzung			
Meilenstein 1: Definition des Formats/Rahmenbedingungen		Max 4 Monaten vor dem Event	
Meilenstein 2: Recherche		Max 3 Monaten vor dem Event	
Meilenstein 3: Anfrage		Max 2 Monaten vor dem Event	
Phase 1 abgeschlossen			
Meilenstein 4: Onboarding und Vertrag		Max 1 Monat vor dem Event	
Meilenstein 5: Briefing: Informationen zur Veranstaltung		Max 2 Wochen vor dem Event	
Phase 2 abgeschlossen>			
Meilenstein 6: Nachbereitung		Max 1 Monat nach dem Event	
Projektende			

## HOW TO ... FIND EXPERTS?

Objective: This guide contains basic information, support in the search for suitable experts through the database of the Dachverband Tanz Deutschland, a sample invitation to tender and inquiry for all those who organize theme-oriented events or consultations and are looking for experts.

- Making professional inquiries to experts for an event (sample)
- Creating meaningful tenders for the search for experts (sample)
- Checklist for working with experts
- Access to the DTD's expert database and network
- Conclude a contract with the expert

<b>Inhaltsverzeichnis</b> .....	1
1. RECHERCHE UND ANFRAGE .....	2
Definition des Formats/Rahmenbedingungen.....	2
Recherche .....	2
Anfrage beim DTD Expert*innenpool .....	2
Anfrage.....	2
Ausschreibung.....	3
2. ONBOARDING UND VERTRAG .....	3
Erstes Treffen .....	3
Zweites Treffen .....	3
3. BRIEFING: INFORMATIONEN ZUR VERANSTALTUNG.....	4
4. NACHBEREITUNG .....	4
5. AUSFÜHRUNGSZEITRAHMEN.....	4
Meilenstein 2: Recherche .....	4
Meilenstein 3: Anfrage.....	4

## 1. RESEARCH AND INVITATION / CALL FOR APPLICATION

### Definition of the format/framework conditions

- What is the topic of the event/my format?
- Which target group do I want to address with the event? Should the expert come from the target group (e.g. dancer or choreographer), or is this secondary and the expertise is more important?
- In what setting or where should my format take place? Does the expert need to meet certain requirements, e.g. willingness to travel, digital affinity, foreign language?
- In which language should my format take place?
- In what form should my event/consultation etc. take place? 1 to 1, as a panel discussion, seminar, workshop, symposium, online, analog or hybrid? Do I invite just one or several experts? If several - who should take up how much space? Will there be a keynote?
- How many participants do I expect in my format?
- Am I cooperating with a partner who needs to be involved in the search for experts or in coordinating the content?

### Research

- Brainstorming: Who can I ask in my network? Who might know relevant people? Is there anyone from previous formats who I would like to invite again or who could help me further?
  - Benchmarking: who has held similar formats in the past and who has been asked to do so? Would one of the candidates involved be suitable for my format? Do I know someone who could make a contact?
  - Research: search engines, Linked.in and Xing, social media channels
  - Document results, follow-up research - what do I want to know from the candidates? Biography, self-representation online, articles, references, comments and posts on social media
- ⇒ Prioritize who is approached first

### Request info from DTD Expert\*pool

- Mail to [produktionsbuero@dachverband-tanz.de](mailto:produktionsbuero@dachverband-tanz.de)
- as much information as possible about my format (see definition of format/framework conditions)

### Invitation

A request should be personal and professional and contain the following information:

- as much information as possible about my format (see definition of format/framework conditions)
- why I am asking him/her for this topic in particular
- what the participants should take away from the format, what expertise is required
- how I became aware of him/her (recommendation, article, other event, etc.)
- how I can best be reached, how I envisage the subsequent communication (e.g. Zoom call)

### Call for applications

I would like to make a call for applications instead of a search or I cannot find suitable candidates through my research/my network. Then I create a call, which contains the following:

- as much information as possible about my format (see definition of format/framework conditions)
- WHEN, WHERE and HOW interested parties can apply

- Selection criteria/internal decision/jury
- ⇒ See appendix for example call for entries.
- Coordination of the call internally and with any cooperation partners
- Definition of the channels for publication (online, newsletter; social media, Linked.in/Xing)
- Dispatch, document results
- ⇒ Decision

## 2. ONBOARDING AND CONTRACT

### First meeting

- What are my expectations and those of my counterpart?
- What references can she/he provide?
- How would the expert approach and structure the topic/format? Does the expert have any experience to share? What does he/she say about my approach? Do I need to rethink my concept?
- Are they familiar with the target group or do they need further information?
- In what form should the whole thing take place?
- Do I already have an idea of a timeline?
- What could the setting be like? What does the expert need to do their job well? (e.g. headset vs. handheld microphone)
- How do we estimate the time required, including preparatory meetings? What are the expert's fee expectations? What have I estimated as a fee? Can we come to an agreement? Would the invoice be issued with or without VAT?
- In the case of experts from abroad, it is essential to research double taxation agreements, withholding tax rates and the like beforehand. See also the Touring Artists website
- Information on data protection and consent to photo or video recordings should be addressed (and then specified in the contract).
- Arrange a date for the next meeting directly
- If necessary, ask for press material (bio, photos) and address
- ⇒ Draft fee agreement based on a sample, including a clause on data protection, consent to photo/video, fee incl./excl. VAT, date, exact description of the task, travel expense regulations and cancellation fees.
- ⇒ **Send contract**

### Second meeting

- Finetuning
- Discuss content issues in depth
- Final organizational arrangements

## 3. BRIEFING: INFORMATIONS ON THE EVENT

A briefing should be prepared for the expert with the following information:

- Directions / access - where and when exactly do we meet?
- Hygiene and safety regulations
- List of participants and information on other experts on site - especially if it is a moderation
- Schedule/agenda of the event
- Any changes?

#### 4. FOLLOW-UP

- Feedback discussion - what went well, what didn't? What can we learn constructively from the collaboration?
- If necessary, discuss surveys and participant feedback
- Invoice: has the invoice been issued correctly? Does the accounting department have everything it needs, for example the tax number?
- If necessary, approval of the documentation by the expert

#### 5. TIME FRAME

The most important project data are listed below. The data are estimates and are subject to change until the project is actually implemented.

Description	Startdate	End date	Duration
Objective			
Milestone 1: Definition of format/conditions		Max 4 months before the event	
Milestone 2: Recherche		Max 3 months before the event	
Milestone 3: Anfrage		Max 2 months before the event	
Phase 1 closed			
Milestone 4: Onboarding and contract		Max 1 months before the event	
Milestone 5: Briefing		Max 2 weeks before the event	
Phase 2 closed			
Milestone 6: Follow-up		Max 1 months after the event	
End of project			