

Erfolgreich Events durchführen

Vom Putzeimer bis zur Zielgruppenanalyse – einen Event erfolgreich durchzuführen, bedarf sorgfältiger Planung. Welche Kniffs und Hürden einem dabei begegnen, erläutert Ewa Ming im Interview.

VON PREDRAG JURISIC

ORGANISATOR: *Ob eine Roadshow, eine Fachmesse oder ein Kundenevent: Frau Ming, Sie als Geschäftsführerin der SuisseEMEX kennen die Schweizer Eventszene wie Ihre Westentasche. Was braucht es alles, damit ein Kundenevent oder ein interner Firmenanlass gelingt?*

Ewa Ming: Das Gelingen eines Events hängt von verschiedenen Faktoren ab: Für wen mache ich den Anlass mit welchem Ziel und was will ich dabei kommunizieren? Verfolgt mein Anlass meine Unternehmensziele? Ist er in meine Unternehmenskommunikation eingebettet? Daneben braucht es eine sorgfältige Planung sowie Koordination aller beteiligten Partner – vom Putzeimer bis

zur Zielgruppenanalyse muss ich an alles denken und es den richtigen Personen zuteilen.

Welche Fallen gibt es, die manche Unternehmen bei der Eventplanung übersehen?

Die grösste Falle, in die Unternehmen tappen können, ist, an der Zielgruppe und deren Bedürfnissen vorbei zu kommunizieren. In der Planung dürfen Bewilligungen, Alternativprogramme oder die Sicherheit nicht vergessen werden. Je nach Lokalität – ob drinnen oder draussen – sind wichtige Abklärungen vorzunehmen: Hat es genügend Notausgänge? Welche feuerpolizeilichen Vorschriften muss ich beachten? Störe ich

Nachbarfirmen oder Anwohner? Was mache ich, wenn ich einen Outdoor-Event plane und es aus vollen Kannten regnet? Habe ich Ersatz, falls ein Künstler ausfällt?

Haben auch kleinere Unternehmen mit eher wenigen Mitteln eine Chance, einen grossartigen Anlass zu organisieren?

Ja, die haben sie. Ein erfolgreicher Anlass hängt nicht unbedingt immer vom Budget ab. Dank Eigenleistungen der eigenen Mitarbeiter und Nutzung eigener Infrastruktur können grosse Budgetposten im Rahmen gehalten werden. Viel wichtiger für einen gelungenen Anlass ist die Eventidee: Wer eine gute Idee von

«Dank Eigenleistungen der eigenen Mitarbeiter und Nutzung der eigenen Infrastruktur können grosse Budgetposten im Rahmen gehalten werden.»

A bis Z umsetzt, bleibt in Erinnerung bei den Eventteilnehmern.

Was heisst «von A bis Z»?

Das heisst, dass sich die Idee oder das Thema des Anlasses in allen Bereichen widerspiegelt: von der Einladung über die Dekoration bis hin zum Catering und der Location. Lautet das Thema «Römischer Abend», erfolgt die Einladung in einer antiken Schrift auf einem pergamentähnlichen Papier mit einem römischen Siegel darunter. Die Dekoration mutet ebenfalls römisch an – seien es alte Plastiken von römischen Kaisern oder metallene Teller beim Dinner. Dies geht dann bis zur Bekleidung der Teilnehmer, die sich als Römer verkleiden und das Thema damit nochmals aufnehmen.

Ab wann macht es Sinn, eine professionelle Eventagentur beizuziehen?

Das hängt von der Zielvorgabe und den vorhandenen Ressourcen des Unternehmens ab. Eine professionelle Agentur kann auch bei Teilschritten in der Eventplanung und Organisation ihren Beitrag leisten. Ob dies ein Brainstorming zum Finden einer Eventidee ist, die Umsetzung eines Events oder die gesamte Konzeption, Planung und Realisation – je nach Bedürfnis, Eigenleistungen und Möglichkeiten des Unternehmens ist eine Agentur variabel einsetzbar. Grundsätzlich lohnt es sich immer, eine professionelle Agentur



Ewa Ming, Geschäftsführerin der EMEX Management GmbH und Fachfrau für Eventorganisation.

ZEHN TIPPS ZUR EVENTORGANISATION

1. Rahmenbedingungen definieren:

Ziel des Anlasses, Zielgruppe und deren Bedürfnisse, Datum, Ort (In-/Outdoor), Dauer, Anzahl Personen, Programm/Ablauf, Verantwortlichkeiten/Timing.

2. Budgetrahmen festlegen: Wie viel kann ich pro Person ausgeben?

3. Offerten einholen (Catering/Location/Agenturen/Referenten/Künstler), Bewilligungen und Sicherheitskonzept prüfen.

4. Einladungen erstellen: Gäste, Verantwortliche, Partner, Medien.

5. Catering, Dekoration und Infrastruktur (Möbiliar, Technik, sanitäre Anlagen) gemäss Programmablauf vorbereiten und mit entsprechenden Partnern absprechen.

6. Programm organisieren: Reden, Vorträge, Show, Künstler, Alternativprogramm.

7. Dokumente erstellen: Zeitplan, Kontaktlisten (Verantwortliche, Partner, Lieferanten, Notfallnummern), Anfahrtspläne, Drucksachen.

8. Last Check: Instruktion aller Verantwortlichen vor Ort, Ablaufcheck/Probe, Catering, Deko, Infrastruktur.

9. Diverses nicht vergessen: Versicherungen, Notfallnummern/Erste Hilfe, Kinderbetreuung, Parkmöglichkeiten, Transfer, ÖV/Taxi, Reinigung, Entsorgung.

10. Nachbearbeitung: Abrechnungen, Feedback der Gäste verarbeiten, Medien informieren.

anzufragen, gerade wenn ein Unternehmen noch wenig bis keine Erfahrung im Eventmanagement hat. Schliesslich sorgen Events für ein nachhaltiges Erlebnis, das mit allen Sinnen erfasst wird und lange im Gedächtnis bleibt.

Was können Folgen sein, wenn ein Event unprofessionell organisiert ist?

Ist ein Event schlecht organisiert oder nicht nach dem Geschmack der Teilnehmer, kann der Schuss ziemlich nach hinten losgehen. Die Folgen können dramatisch sein: Verschlechterung des Images bei Kunden, wenn es ein Kundenevent ist, oder Schwächung des eigenen Firmenklimas, wenn es sich dabei um einen Mitarbeiteranlass handelt. Und wir alle wissen, dass negative Erlebnisse sehr lange im Gedächtnis von Menschen bleiben. Um dann das Vertrauen wieder aufzubauen, braucht es einen weitaus höheren Effort als eine ordentliche Planung und Organisation mithilfe von professionellen Agenturen.

Welche «Profi-Tipps» können Sie kleineren Unternehmen geben, die einen Event organisieren wollen?

Immer an die Zielgruppe und deren Bedürfnisse zu denken: Was möchten meine Gäste erleben? Was stellen sie sich vor? Was ist ihre Motivation teilzunehmen? Welche Vor-

«Wichtig ist: Ich darf den Anlass nicht aus der eigenen Perspektive ausrichten und mich dabei allzu stark in Szene setzen. Das wirkt aufgesetzt.»

lieben haben sie? Wichtig ist: Ich darf einen Anlass nicht aus der eigenen Perspektive ausrichten und mich dabei allzu stark in Szene setzen. Das wirkt aufgesetzt und hinterlässt einen faden Beigeschmack. Die Teilnehmer muss ich umgarnen – wie bei mir zuhause, wenn ich jemanden zum Abendessen einlade: Hier profilieren sich mich durch meine Gastfreundschaft und dadurch, dass ich meinen Gästen alle Wünsche von den Lippen ablese, und nicht, indem ich ausdrücklich auf meine tolle Faltkunst der Servietten hinweise, die ich mal irgendwo gelernt habe.

Predrag Jurisic, Medienbeauftragter der EMEX Management GmbH

Ewa Ming ist Geschäftsführerin der EMEX Management GmbH, welche auch in diesem Jahr die schweizweit wichtigste Fachmesse für Marketing durchführt. Datum: 23.–25. August 2011, Messe Zürich. www.suisse-emex.ch



Ihr Zug – einzigartig erfolgreich.

RailAway

SBB RailAway – Ihr Ansprechpartner für bewegende Anlässe.

- Exklusive Kundenevents
- Erlebnisreiche Firmenausflüge
- Rollende Seminare und Meetings
- Erinnerungsreiche Pensioniertenanlässe
- Attraktive Mitarbeiterincentives
- Zügige Roadshows

www.sbb.ch/charterzug