

Erfolgreich Events planen

Pitch gewonnen und was nun?

Nach zahlreichen Bewerbungsrunden, vielen PowerPoint Slides und Präsentationen ist es endlich geschafft: die Beauftragung zur Event-Planung! Doch wo soll man anfangen und wie kann man sicherstellen, dass die Ziele erreicht werden? Eine strukturierte und zielgerichtete Projektplanung ist das Handwerk eines jeden Projektleiters.* Wir zeigen Ihnen die wichtigsten Steps von der Beauftragung bis hin zum Event, geben einen Überblick über die typische Veranstalter-Fehler und geben Ihnen Tipps, wie Sie diese in Zukunft ganz einfach vermeiden können. Am Ende des Dokuments finden Sie noch eine Checkliste mit allen wichtigen Organisationspunkten, sodass einem erfolgreichen Event nichts mehr im Wege steht.

*Aus Gründen der Lesbarkeit wird die männliche Form verwendet, wobei diese Bezeichnung völlig geschlechtsneutral zu verstehen ist.

1. Definition der Anforderungen und Meilensteinplanung

Zuerst werden die im Pitch genannten Anforderungen des Kunden im Detail aufgenommen und definiert: Was ist das Ziel des Events? Wer ist die Zielgruppe? Anzahl der Teilnehmer? Wann, wo und wie soll das Event stattfinden? Wie hoch ist das Budget? Nachdem all diese Fragen beantwortet wurden, geht es im zweiten Schritt an die Meilensteinplanung, in der die notwendigen Schritte mit Zeitangaben und Verantwortlichkeiten bis zum Event festgehalten werden. Zudem sind eindeutige und klare Kommunikations- und Abstimmungskanäle zum ständigen Austausch mit den Kunden in Form von weeklies, dailies etc. und Verteilung der Verantwortlichkeiten während der gesamten Projektplanung von elementarer Bedeutung. Die zu klärenden Punkte können in einer LOP-Liste („Liste offener Punkte“) festgehalten und jederzeit ergänzt werden. Zusätzlich sollen alle Termine inklusive dailies und weeklies protokolliert und die LOP-Liste nachgehalten werden.

2. Matching

Nach Eruiierung der gegebenen Rahmenbedingungen und Vorgabe des Events, findet eine intensive Recherche dieser Parameter statt. Zu jedem „Logistik-Parameter“ (wie z.B. Hotel, Catering) und „Administration-Parameter“ (z.B. Hostessen, Security) sollten im besten Fall mindestens zwei Alternativen existieren. Zum Überblick kann eine Matrix hilfreich sein, bei der die gegebenen Parameter im besten Fall mit mindestens zwei Alternativen festgehalten sind. Aus der Recherche und der Matrix resultierend, werden anschließend zahlreiche Anfragen an die unterschiedlichen Partner geschickt, um ein möglichst großes Portfolio zu haben. Aus der Vielzahl an Anfragen erfolgt die erste natürliche Selektion der jeweiligen Partner, die nicht alle Anforderungen abdecken können. Diejenigen, die alle Anforderungen erfüllen können, können in die Matrix mit aufgenommen werden. Anschließend wird mit Rücksprache des Kunden eine Priorisierung der Partner (mit allen Vor- und Nachteilen) vorgenommen. Anhand dessen werden die favorisierten Partner erneut für konkretere Vertragsverhandlungen kontaktiert. Die Vertragsverhandlungen können sich auf unbestimmte Zeit hinauszögern, da in den seltensten Fällen sofort bei den ersten Verhandlungen eine Einigung erzielt wird.

Ebenfalls kann es vorkommen, dass ein Partner vor, während oder nach den Verhandlungen entfällt. In dem Fall kann, aufgrund der vorangegangenen Recherche und Priorisierung, die Verhandlungen mit einem neuen Partner aufgenommen werden. In diesem Zusammenhang ist besonders hervorzuheben, dass mit der Recherche und der ersten Kontaktaufnahme so früh wie möglich erfolgen sollte, da es im weiteren Verlauf zu Timelags führen kann (z.B. Antwortgeschwindigkeit der Partner, Vertragsverhandlungen, Neuverhandlungen etc.).

3. Konzeption

In diesem Schritt wird das Event hinsichtlich der zeitlichen und inhaltlichen Vorgaben konzeptioniert. Dabei müssen folgende Punkte berücksichtigt und beantwortet werden:

Zeitliche Konzeption:

Ausgangspunkt des zeitlichen Ablaufs ist die allgemeine Eventdauer. Hier muss festgelegt werden ob das Event an einem Tag oder über mehrere Tage/Wochen stattfindet. Daraus lassen sich die Anzahl der Themen/Programmpunkte ableiten. Wechselseitig kann die Anzahl der Themen/Programmpunkte die allgemein Eventdauer definieren. Darauf folgend muss die Dauer der einzelnen Themen/Programmpunkte bestimmt werden. Die Dauer ist abhängig von der „Art“ der Themen/Programmpunkte z.B. Begrüßungsrede, Dankesrede. Ein sehr wichtiger und nicht zu unterschätzender Punkt sind die Pausenzeiten. Es ist wichtig, dass die Teilnehmer zwischen den einzelnen Themen/Programmpunkte Zeit haben, um sich über das vorherige austauschen und sich auf den nachfolgenden Programmpunkt einlassen zu können. Hier sollten je nach Themen/Programmpunkte die Pausenzeiten spezifisch angepasst sein, um die Motivation der Teilnehmer hoch zu halten, sie aber gleichzeitig nicht überfordern und überfluten an Informationen.

Inhaltliche Konzeption:

Unter diesem Punkt werden zwei grundsätzliche Fragen beantwortet: Was möchte ich den Teilnehmer mit dem jeweiligen Thema/Programmpunkt vermitteln? Und wen oder was brauche ich dafür um dieses Ziel zu erreichen? Zur Beantwortung der ersten Frage müssen die Inhalte der einzelnen Themen/Programmpunkte (grob) bestimmt werden. Danach wird beschlossen „wer“ oder „was“ die Inhalte umsetzen kann. Nach dieser Zuteilung können die Inhalte mit den jeweiligen Verantwortlichen detailliert, fachlich abgestimmt und abgenommen werden.

Räumliche Konzeption:

Auf Grundlage der Themen/Programmpunkte und der Anzahl der Teilnehmer lässt sich ein Teil des Aufbaus und der Ausstattung der Location ableiten. Wichtige Aspekte der räumlichen Konzeption finden Sie unten in den Checklisten. Berücksichtigt werden sollte, dass das Event sich auch über mehrere Räume oder sogar Locations erstrecken kann.

4. Feinplanung: Techniken & Werkzeuge

Nachdem bereits in den vorherigen Schritten der grobe Rahmen der Veranstaltung geplant und festgelegt wurde, geht es in die Feinplanung. Die Feinplanung ist der zeitintensivste Schritt und daher sollte man hier schon von vornherein viel Zeit einplanen. In der Feinplanung werden v.a. folgende Dinge zur Sicherstellung eines reibungslosen Events finalisiert: Effektives Projektmanagement führt Events effizienter und budgetkonformer zum Erfolg. Die konsequente Anwendung von Techniken und Instrumenten des Projektmanagements führt in der Phase der Konzeptumsetzung zur Qualitätssicherung und einer wesentlichen Optimierung der Abläufe:



- Das **Briefing** informiert über Ziele und Rahmenbedingungen für das Projekt.
- **Team-Meetings** bilden das Skelett der internen Planungskommunikation.
- Eine **Agenda** strukturiert vorab Themen, Zeitbedarf und Inhalte.
- Ein **Protokoll** dokumentiert die Gesprächsergebnisse und hält fest, was es zu tun gibt. Vertieft wird das durch den **Aktionsplan**.
- Ein **Projektplan** (z. B. als Balkendiagramm) ist die grundlegende und strukturierte Aufstellung von Aufgaben, Personal, Zeit und Kosten.
- Ein **Projektstrukturplan** (z.B. als Ablauforganigramm) zerlegt das Projekt in verschiedene Aufgabenpakete.
- Ein **Phasenplan** (z.B. als Zeitstrahl) stellt die Aufgaben zeitlich strukturiert dar.
- Ein **Organigramm** (als Dokument der Aufbauorganisation) veranschaulicht die personelle und informationshierarchische Kommunikationsstruktur.
- Eine **Kostenkalkulation** strukturiert das Budget oder ermittelt den Angebotspreis.
- **Kontaktlisten** geben eine Übersicht über die Projektbeteiligten.
- Checklisten für Location, Hotel, Rebriefing sowie Pack und Ladelisten helfen uns, den Überblick zu behalten.
- Der **Ablaufplan** schließlich ist für alle Eventbeteiligten die ultimative Übersicht, noch verfeinert durch den gewerkeorientierten Regieplan.

5. Dry Run

Man kann Dinge im Vorfeld noch so gut planen, doch das Resultat zeigt sich erst bei der praktischen Umsetzung. Aus diesem Grunde sollte ein Probelauf (ein sogenannter „Dry Run“) vor der eigentlichen Veranstaltung durchgeführt werden. Dies dient zur Überprüfung der geplanten Abläufe, der „vor Ort-Situation“ und einer kritischen Auseinandersetzung der gesamten Planung. Zusätzlich können noch Anpassungen, die sich nach dem Probelauf kristallisierten, vorgenommen werden, um ein erfolgreiches Event gewährleisten zu können.

6. ZIEL: Veranstaltung - Let me entertain you!

Nachdem alles genauestens geplant, geprobt und viel Zeit investiert wurde, fängt nun (endlich) das Event an. Es müssen nochmals an dem Tag die verschiedenen Aufgaben der einzelnen Akteure eindeutig besprochen und zugewiesen werden. Zudem muss rund um die Uhr ein Ansprechpartner des Organisationsteams, zur Gewährleistung des geplanten Ablaufs, erreichbar sein. Besonders herausfordernd ist, dass die Qualität des Events von Anfang bis Ende für jeden einzelnen Teilnehmer auf höchstem Niveau sichergestellt werden muss. Es können und werden in der Regel einige Stolpersteine während des Events geben. Hier gilt es zu beachten, dass im Vorfeld Ausweichmöglichkeiten und Alternativen bei der Planung berücksichtigt werden sollten. Dennoch können einige unvorhergesehene Situationen, wie z.B. Personalausfall, Technikausfall, Wetterbedingungen, Catering, Änderung der Programmpunkte sowohl zeitlich, als auch inhaltlich auftreten. In diesen Momenten ist es wichtig, dass die Projektleitung proaktiv auf die Verantwortlichen zu geht, um die Probleme so schnell wie möglich zu lösen. In den meisten Fällen kann gemeinsam mittels einer offenen, direkten und unmittelbaren Kommunikation Lösungen gefunden werden. Unabhängig davon ob Probleme auftauchen ist wichtig, dass nach dem Event ein Austausch mit den einzelnen Partnern stattfinden, in dem das gesamte Event inklusive der Planung sowohl positive Dinge, als auch Verbesserungsvorschläge nachbesprochen werden („Lessons learned“).



7. Typische Fehler bei der Eventorganisation:

1. Wenig Engagement der Besucher: Gute Events müssen Erinnerungen für Besucher schaffen und ein Erlebnis, das auch über die zeitlichen Grenzen des Events hinaus Gefühle kreiert, darstellen. Wenn Besucher nicht aktiv involviert werden, bleibt die erhoffte Steigerung des Brand Engagements oft aus. z.B. durch interessante Gewinnspiel-Aktionen, die Spas **Bieten Sie Besuchern auf ihrem Event einen echten Mehrwert!**

2. Kein Sammeln von Besucherdaten: Auf vielen Events wird auf das Erheben der Gästedaten verzichtet, weil die Generierung von Leads nicht selten als unangenehm und für die Gäste abschreckend dargestellt wird. Dabei gibt es heute Möglichkeiten, Kontaktdaten ganz subtil und authentisch von Besuchern einzuholen, ohne dem Ruf der Marke zu schaden. Der Erfahrung nach sind viele Besucher dazu bereit, Kontaktdaten anzugeben oder sogar ganze Umfragen auszufüllen um ein soeben erstelltes Foto zu erhalten. Dann haben Besucher durch Social Sharing die Möglichkeit, eine Erinnerung mit der Online-Community zu teilen. Werden diese darüber hinaus noch individuell gebrandet, steigern Sie das Brand Engagement ihrer Marke.

3. Fehlende Networking-Gelegenheiten: Besucher kommen nicht nur wegen dem Event als solches, sondern vor allem um Kontakte zu knüpfen und ihr Netzwerk auszuweiten. Veranstalter sollten sich in der Pflicht sehen, Leute zusammenzubringen und Networking-Möglichkeiten zu schaffen. Eine Unterstützung vor dem Event kann die Erstellung einer Facebook-Gruppe oder Event-Seite sein, auf der Besucher sich bereits vor Veranstaltungsbeginn austauschen können oder auf der Informationen zum Programm bereitgestellt werden.

4. Schlechter WLAN-Zugang: Ein Aspekt, der oft nicht richtig ernst genommen wird, jedoch heute zu Tage ein absolutes "Must-Have" darstellt, ist der Internetzugang. Ein funktionierendes WLAN-Netz ist bei Eventbesuchern heute Standard. Probleme mit der Verbindung führen schnell zu Verstimmungen – besonders bei den internationalen Besuchern, die für mobile Datenverbindungen zahlen müssen. Wer will, dass die Besucher auch fleißig auf Social Media über das Event berichtet, der sollte also sicherstellen, dass das Internet auf der Location stabil funktioniert.

Fazit

Der Schlüssel liegt in der soliden Projektplanung. Befasst sich der Event-Projektmanager nicht bereits im Planungsstadium mit Unsicherheiten, kann das erhebliche Auswirkungen auf die Gesamtleistung haben. Wobei eine solide Projektplanung nicht unbedingt heißt, im Vorfeld alles noch genauer zu planen. Gefragt sind vielmehr gerade im Projekt eine hohe Flexibilität sowie schnelle Reaktionsfähigkeit des Projektmanagers verbunden mit einer guten und offenen Kommunikation zwischen allen Beteiligten. Auch wenn es sicherlich während der Planung und der Veranstaltungen einige ups and downs geben wird, wird man am Ende der Veranstaltung mit einem positiven Feedback der Teilnehmer belohnt und wertgeschätzt.



CHECKLISTE

Konzeptphase

- Eventkonzept erarbeiten
- Adressliste Zielgruppe
- Anzahl Gäste/Teilnehmer definieren
- Festlegen von Veranstaltungsdatum, -dauer und -ort
- Grobbudget erstellen
- Moderation / Unterhaltung
- Dekoration (Raum-Konzept / Thema)
- Veranstaltungstechnik
- Catering
- Produktion Einladungen
- Übernachtungen
- Transfer (Anreise, Transporte)
- Personal
- Give Aways
- Eventkommunikation (Eventbewerbung, etc.)
- Zeitplan für gesamte Organisation des Anlasses
- Definition Programm-Inhalte
- Präsentationsunterlagen vorbereiten
- PR-Unterlagen vorbereiten
- Namensschilder vorbereiten
- ggf. Tickets zuteilen

Programmablauf

- Referenten/Moderatoren bestimmen
- Drehbuch, zeitlicher Ablauf
- Show- oder Musikeinlagen
- Attraktionen

Location / Rauminfrastruktur

- Garderobe für Referenten/Künstler/Mitarbeiter
- Sind genügend Parkplätze vorhanden?
- Sind öffentliche Verkehrsmittel leicht erreichbar?
- Shuttle? (Wendeplatz für Busse?)
- Nachbarn (Lärm- und Schmutzmissionen)
- Behindertengerecht
- Belüftung
- Sanitäre Anlagen
- Notausgangsbeschilderung
- Technische Infrastrukturen (Licht, Ton, Video etc.)
- Bestuhlung, Mobiliar, Bühne, Raumtrenner etc.?
- Stromanschlüsse / Strombedarf
- Infrastruktur/Mobiliar

Catering

- Catering-Konzept (Service, Buffet, Umsetzung)
- Verpflegung für Auf- und Abbautage

- Diäten/spezielle Menuwünsche beachten
- Verpflegung von externem Personal
- 5 Dekoration
- Miet-Pflanzen
- Fahnen
- Teppich
- Tischdekor
- 6 Logistik
- Aufbau
- Telefonlisten für Crew
- Beschriftung m. Logo (Branding)
- Strassen-Signalisation (Wegführung zum Event)
- Ausschilderung Areal (Parkplatz, im Gebäude,...)
- Parkplätze für Aufbau und Anlieferungen
- Transport von/zu Flughafen, Bahnhof etc.
- Welcome Desk im Hotel: Empfang, Geschenk
- Infostand
- Sanitäre Anlagen inkl. Reinigung am Event
- Abbau
- Endreinigung

Personelles

- Dresscode (eigene und externe Mitarbeiter)
- Briefing zum Anlass für anwesende Crew
- Verhalten, Instruktion bei Notfällen
- Security
- Sanität
- Dolmetscher
- Feuerwehr (Brandwache)
- Platzanweiser
- Garderobendienst
- Hostessen
- Fotografen
- Parkplatzbetreuung
- Telefondienst
- Ein-/Ausgangskontrolle
- Künstlerbetreuung

Rechtliches und Sicherheit

- Verkehrsregelung mit Gemeinde-/Stadtpolizei
- Urheberrechte (SUISA etc.)
- Versicherungen (Transport, Haftpflicht, Diebstahl)
- Fluchtwege und Notausgänge und Abnahme durch Feuerpolizei
- Statik von Gebäuden bei Aufhängung
- Zufahrt für Feuerwehr und Krankenwagen
- Lärmschutz
- Notfallapotheke, Samariter, Sanität, Notarzt etc.
- Security Bewachung, Eingangskontrolle etc

