



### Veranstaltung/Meetings

## Jetzt werden Ihre Feste zu Events

**Kennen Sie diese Situation? Neben Ihrer eigentlichen Arbeit sollen Sie bitte schnell mal eben die nächste Feier organisieren. Das machen Sie doch gerne – nur: Ihr Schreibtisch war auch vorher nicht gerade leer.**

Ganz gleich, welche Veranstaltung Sie realisieren möchten: Für Ihre Planung, Recherche und Organisation benötigen Sie zahlreiche **Hintergrundinformationen** rund um das geplante Ereignis. Der erste Schritt für Ihre Planung sollte daher ein Briefing-Gespräch mit Ihrem Vorgesetzten sein. Schließlich ist es Zeitverschwendung, loszurennen, wenn Sie das Ziel noch nicht kennen!

Bereiten Sie dieses **Briefing-Gespräch** gründlich vor: Klären Sie vorab für sich, welche Fragen aus dem folgenden Leitfaden noch offen sind bzw. über welche Informationen Sie bereits verfügen.

### Briefing-Leitfaden

#### 1.) Um welche Art von Veranstaltung handelt es sich?

Was ist der **vordringliche Zweck** Ihrer Veranstaltung: Information, Motivation, Unterhaltung? Um diesen zentralen Punkt wird Ihr gesamtes Veranstaltungskonzept aufgebaut.

#### 2.) Wer soll Ihre Veranstaltung besuchen?

Handelt es sich um eine öffentliche oder eine geschlossene Veranstaltung? Sollen nur unternehmensinterne Teilnehmer oder auch externe Gäste, wie Kunden, wichtige Kontakte etc. eingeladen werden? Werden Ihre Gäste mit Begleitperson(en) geladen?

Aus diesen Fragen ergeben sich **Teilnehmerzahl** und Vorlaufzeit für die Einladungen.

#### 3.) Wie viel darf die Veranstaltung kosten?

Gibt es bereits ein zur Verfügung stehendes **Budget** oder Erfahrungswerte aus der Vergangenheit? Oder sollen Sie die Kosten der Veranstaltung vorab ermitteln? Können auch Einnahmen erzielt werden, beispiels-

weise über Teilnahmegebühren oder ein Sponsoringkonzept?

#### 4.) Was wird den Teilnehmern geboten?

Welche Inhalte, Themen, Referenten, Unterhaltungsformen sind für die Zielgruppe interessant? Wie möchten Sie den Anreiz zur Teilnahme erhöhen? Hiermit sollte in der Einladung **gezielt geworben** werden. Kalkulieren Sie aber auch Zeit für die Kommunikation der Teilnehmer untereinander und der (Inter-)Aktion ein.

#### 5.) Wann muss/kann/soll Ihre Veranstaltung stattfinden?

Werktags oder am Wochenende? Tagsüber oder abends? Gibt es bereits einen bestimmten Termin oder ein **Zeitfenster** (beispielsweise bei Jubiläen)?

Personen, für die eine **Teilnahmeverpflichtung** besteht, sollten möglichst umgehend über den geplanten Termin informiert werden.

**PRAXIS-TIPP:** Sie merken, die Fragen **bauen aufeinander** auf. Erst wenn Sie eine Vorstellung über die zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel haben, können Sie sich mit Programm oder Catering befassen. Nur wenn der Termin feststeht, können Sie mit der Recherche und Auswahl der passenden Location beginnen etc.

#### 6.) Wie lange soll die Veranstaltung andauern?

Soll diese eintägig oder mehrtägig, mit festem Ende oder „auslaufend“ sein? Bei mehrtägigen Veranstaltungen stellt vor allem die **Abendveranstaltung** einen überproportionalen Kostenfaktor dar.

Soll es ein **Rahmenprogramm** „um Ihre Veranstaltung herum“ oder ein Partnerprogramm für Begleitpersonen geben?

#### 7.) Wo soll Ihre Veranstaltung stattfinden?

Möchten Sie **firmeninterne Räumlichkeiten** nutzen oder externe? Schwebt Ihnen eine ungewöhnliche, überraschende oder exklusive Event-Location vor oder wünscht Ihr Chef weniger aufwendige Räume?

#### 8.) Von wem wird was erledigt?

Sollen bestimmte Aufgabenpakete und Arbeitsschritte an **externe Dienstleister** oder Agenturen vergeben werden oder möchten Sie die komplette Veranstaltung intern planen, organisieren und durchführen? Sind Sie in Ihrem Unternehmen Einzelkämpfer oder stehen Ihnen Kollegen, Praktikanten oder Azubis zur Seite, die Sie unterstützen können?

**PRAXIS-TIPP:** Die Aufgaben und Zuständigkeiten müssen ganz genau definiert und vergeben werden. Denn: Die **Reibereien** in der Praxis entstehen an den Schnittstellen!

#### 9.) Welche rechtlichen Vorgaben sind zu beachten?

Müssen Sie für Ihre Veranstaltung **Genehmigungen** einholen oder Abgaben die entrichtet werden (z. B. an die GEMA Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte oder Künstlersozialkasse)?

#### 10.) Fanden früher bereits vergleichbare Veranstaltungen statt?

Wenn ja, kann ein Gespräch mit den Kollegen, die diese Veranstaltungen organisiert haben, **wichtige Hinweise** (z. B. eventuelle Pannen, Feedback) liefern.

Vielleicht können manche Fragen zunächst noch nicht in der Ausführlichkeit beantwortet werden – manches ergibt sich eventuell auch erst in der Planungs- oder Umsetzungsphase. Doch die **Mühe lohnt** sich, denn Sie reduzieren damit den Zeitaufwand für Änderungen erheblich und legen damit den Grundstein für Ihren Veranstaltungserfolg!

*Die Autorin: Melanie von Graeve ist Trainerin für die Themenbereiche Eventmanagement.*