

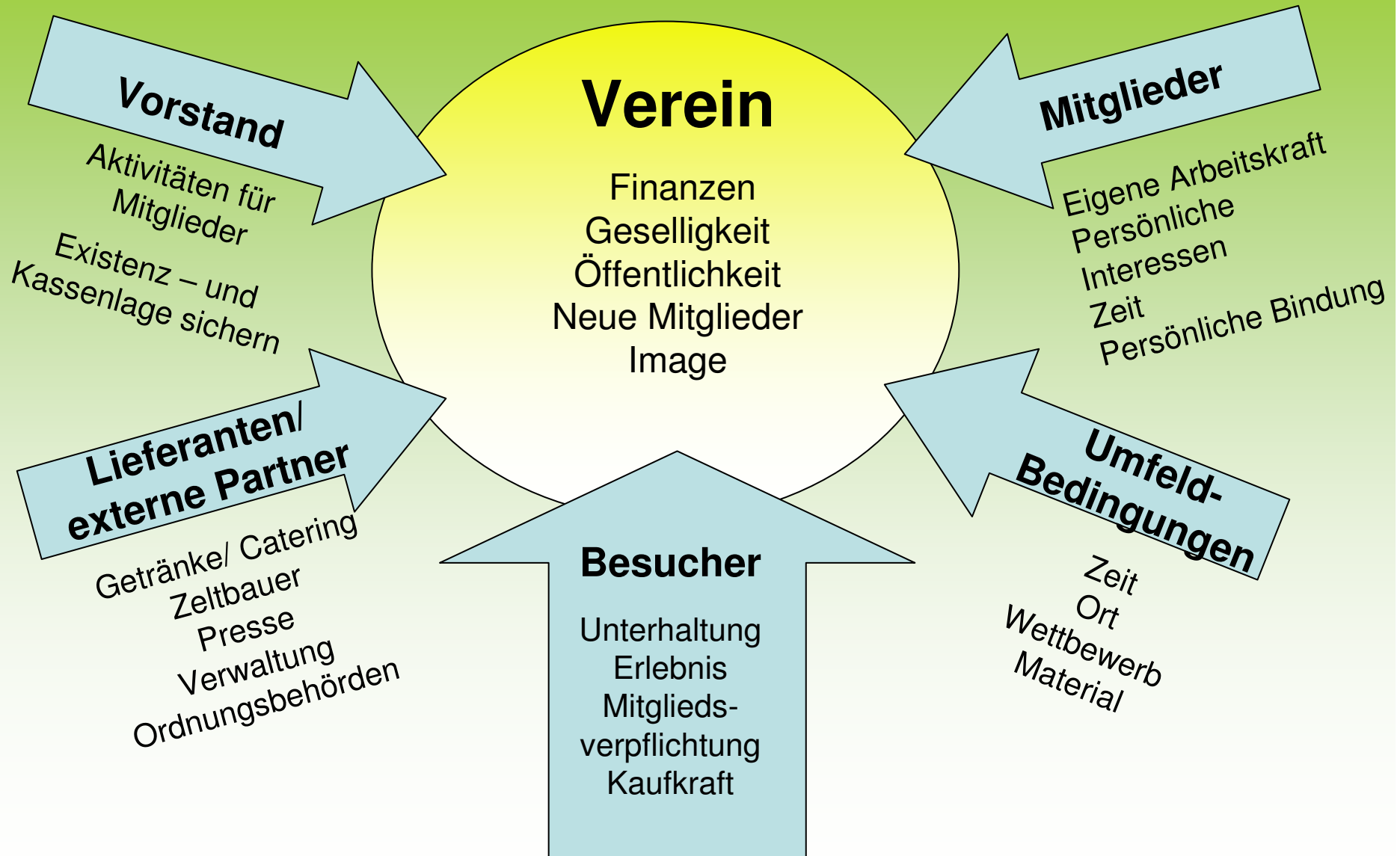
# 101 Erfolgs-Ideen zur Optimierung Ihrer Veranstaltung

Ideen-Workshop zur Konzeption  
und Organisation von Events und  
Veranstaltungen

Autor:  
Dieter Klenk,  
*Pro Mensch im Unternehmen GmbH*,  
Im Breitloh 13, 74523 Schwäbisch Hall

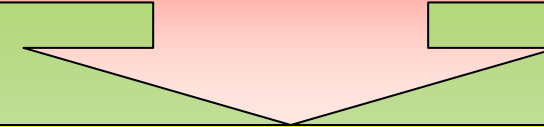
Telefon 0791/ 47441  
Telefax 0791/ 47442  
E-Mail [dieter.klenk@promensch.de](mailto:dieter.klenk@promensch.de)

# Unsere Veranstaltung im Focus



# Der einzige Weg zum Erfolg

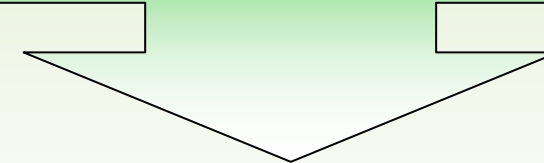
**ZIEL**

A red rectangular box with a black border containing the word 'ZIEL' in bold black capital letters.

**KONZEPT**

A yellow rectangular box with a black border containing the word 'KONZEPT' in bold black capital letters.

**UMSETZUNG**

A green rectangular box with a black border containing the word 'UMSETZUNG' in bold black capital letters.

**ERFOLG**

A yellow rectangular box with a black border containing the word 'ERFOLG' in bold black capital letters.

# Knackpunkte

## Finanzen

**Eigene  
Finanzmittel**

**Fremdmittel**

**Ausfall**

**Risiko**

## Material

**Verfügbarkeit**

**Herstellung/  
Aufbau/ Abbau**

**Kosten**

# Knackpunkte

Mitglieder

Programm-  
teilnehmer

Besucher

Menschen

VIP's

Helfer

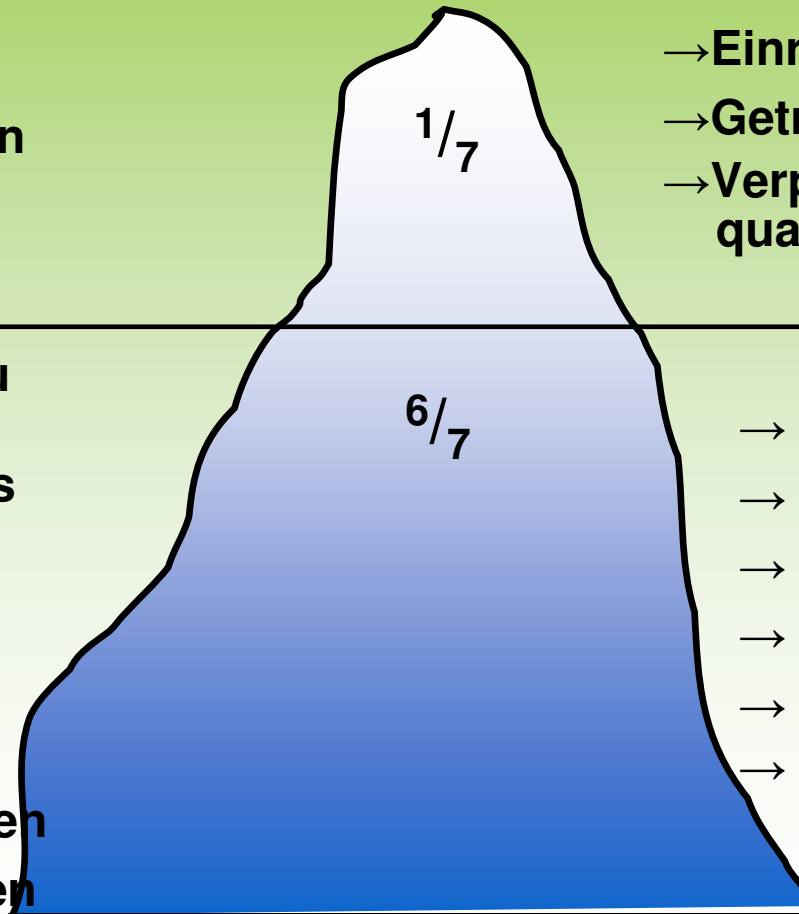
Verwaltung

# Der Mensch im Mittelpunkt

## Vereinsmensch

- Finanzkraft
- Sicherung von Übungsstunden
- Hallenmiete
- Finanzrisiko

- Sorge, Helfer zu gewinnen
- Freunde auf das Fest
- Bekannte/ Freunde treffen
- Applaus/ Bestuhlung
- Sich präsentieren
- Gewinnen wollen



## Besucher

- Eintrittsgelder
- Getränkepreise
- Verpflegungsqualität

Rational/  
Kopf

Emotional/  
Gefühl

- Spaß
- Freude
- Zeit sinnvoll verbracht
- Gute Stimmung
- Gute Erlebnisse
- Lange Schlange vor der Theke

## Vereine

Gewinn nach dem Fest  
Gute Kostendeckung  
Gute Presse

Viele Besucher  
Gute Stimmung  
Besucherlob  
Wiederwahl  
Wir-Gefühl im Verein spüren

## Besucher

Preis-Leistung stimmt  
Besuch hat sich gelohnt  
Kein Stress am Parkplatz

tolle Erlebnisse  
gute Küche  
Beschwingt sein  
Freude  
„positive Berührungen“

Möglichst  
viel  
Verschmelzung

# Zielsetzung

- **Warum** wollen wir die Veranstaltung durchführen?
- **Welche Besucher** wollen wir mit der Veranstaltung erreichen?  
(Bevölkerung/ Senioren/ Kinder/ Sportler/ andere Vereine/ Politiker)
- **Welche Bedürfnisse und Erwartungen** haben die Besucher?
- **Mit welchen Maßnahmen/ mit welchem Programm** können wir die (möglichst viele) Besucher begeistern?

# Zielsetzung

- **Welche Auswirkungen hat dies auf:**
  - Veranstaltungsort
  - Veranstaltungstermin
  - Catering
  - Besucherunterhaltung und Betreuung
  - Dekoration
  - Werbung
  - Öffentlichkeitsarbeit
  - Technik-Logistik
  
- **Welche ähnlichen Veranstaltungen gibt es und gab es bereits?**

**Welche Erfahrungen sind daraus bekannt?**

# Zielsetzung

- **Welche Überschneidungen gibt es mit anderen Veranstaltungen?**
  - Termin
  - Ort
  - Veranstaltungskonzept
  - Programm
  - Gäste/ VIP's?
  
- **Was sind die echten Besonderheiten unserer Veranstaltung?**

**Womit erzielen wir den WOW-Effekt**

# **Das schlüssige Konzept**

- **Am Anfang stehen die Idee und das Motto der Veranstaltung**
- **Die finanziellen Rahmenbedingungen/ Etat**
- **Auswahl Location/ Infrastruktur**
- **Terminklärungen**
- **Catering/ Ausschank**

# **Das schlüssige Konzept**

- **Veranstaltungsmaterial – Zelt/ Bestuhlung/ Dekoration/ Beschallung/ Beleuchtung**
- **Ausschank/ Küchen-/ Bühnentechnik**
- **Programmgestaltung/ Ehrengäste/ ViP's**
- **Sponsorenansprache**
- **Marketingmaßnahmen**

# **Das schlüssige Konzept**

- **Werbe- und PR-Konzept**
- **Verantwortlichkeiten festlegen**
- **Mitarbeiter gewinnen und motivieren**
- **Erforderliche Genehmigungen**
- **Hygiene/ Ökologie**

# Das schlüssige Konzept

- **Security**
- **Projektplan - Meilensteine formulieren**
- **Vermeidung von Pleiten, Pech und Pannen**
- **Nacharbeit – Dokumentation**
- **Nachkalkulation**

# Von der Idee zum roten Faden

Je ausführlicher und klarer die  
Zielsetzung ist,  
umso leichter findet  
sich eine tragende Idee.

**Brainstorming**

**Ideenwettbewerb**

**Mind Map**

# Von der Idee zum roten Faden

**Alle Ziele Ideen und Konzepte  
schriftlich fixieren**

**Nachvollziehbarkeit schaffen**

**DEN ROTEN  
FADEN  
DURCHHALTEN!!**



# Die finanziellen Rahmenbedingungen

**Einsatzbare Eigenmittel**

**Erforderliche Fremdmittel**

**Geplante Verkaufserlöse**

**Mitgliederumlage**  
Kasse

**Spenden**  
Zuschüsse  
Sponsoren

**Essen/ Getränke**  
Eintritt  
Anzeigen  
Programmheft  
Rechtverwertung  
Merchandising

# Die finanziellen Rahmenbedingungen

## Gepante Ausgaben

- Wareneinkauf
- Mieten
- Honorare
- Gebühren / Abgaben
- Personalkosten
- Werbung
- Übertragungstechnik
- Dekoration
- Energie
- Entsorgung
- Versicherung
- Steuern

# **Die finanziellen Rahmenbedingungen**

**Wer führt den laufenden Kosten und  
Einnahmenplan - wer überwacht den  
Etat fortlaufend?**

**Wie sind Mindereinnahmen abgesichert-  
Wer trägt das Kostenrisiko?**

**Welche sinnvolle Verwendung gibt es  
für den Überschuss?**

# Wie passt die Location zum Konzept

- ✓ Zelt oder Halle
- ✓ Open Air oder indoor
- ✓ Sportplatz oder Steinbruch
- ✓ Erwartete Besucher
- ✓ Erforderliche Genehmigungen

# Wie passt die Location zum Konzept

## ✓ Infrastruktur

**Strom/ Wasser/ Abwasser/ Sanitäre Anlagen/**

**Heizung/ Belüftung**

**Parkplätze/ Verkehrsregelung/ ÖPNV-**

**Anbindung**

**Rettungswege**

**Lager- und Nebenräume**

**Hygiene**

**Kühlung**

**Traglasten für Boden/ Decken/ Bühne**

**Anlieferungsmöglichkeiten Catering/ Technik/**

**Künstler**

**Transporthilfen**

# Wie passt die Location zum Konzept

- ✓ **Lärmbelästigung**

Aufbau – Veranstaltung – Abbau

- ✓ **Erforderliche Ausstattung**

Bühne

Bestuhlung

Küchentechniker/ Kühlung/ Kochen/ spülen

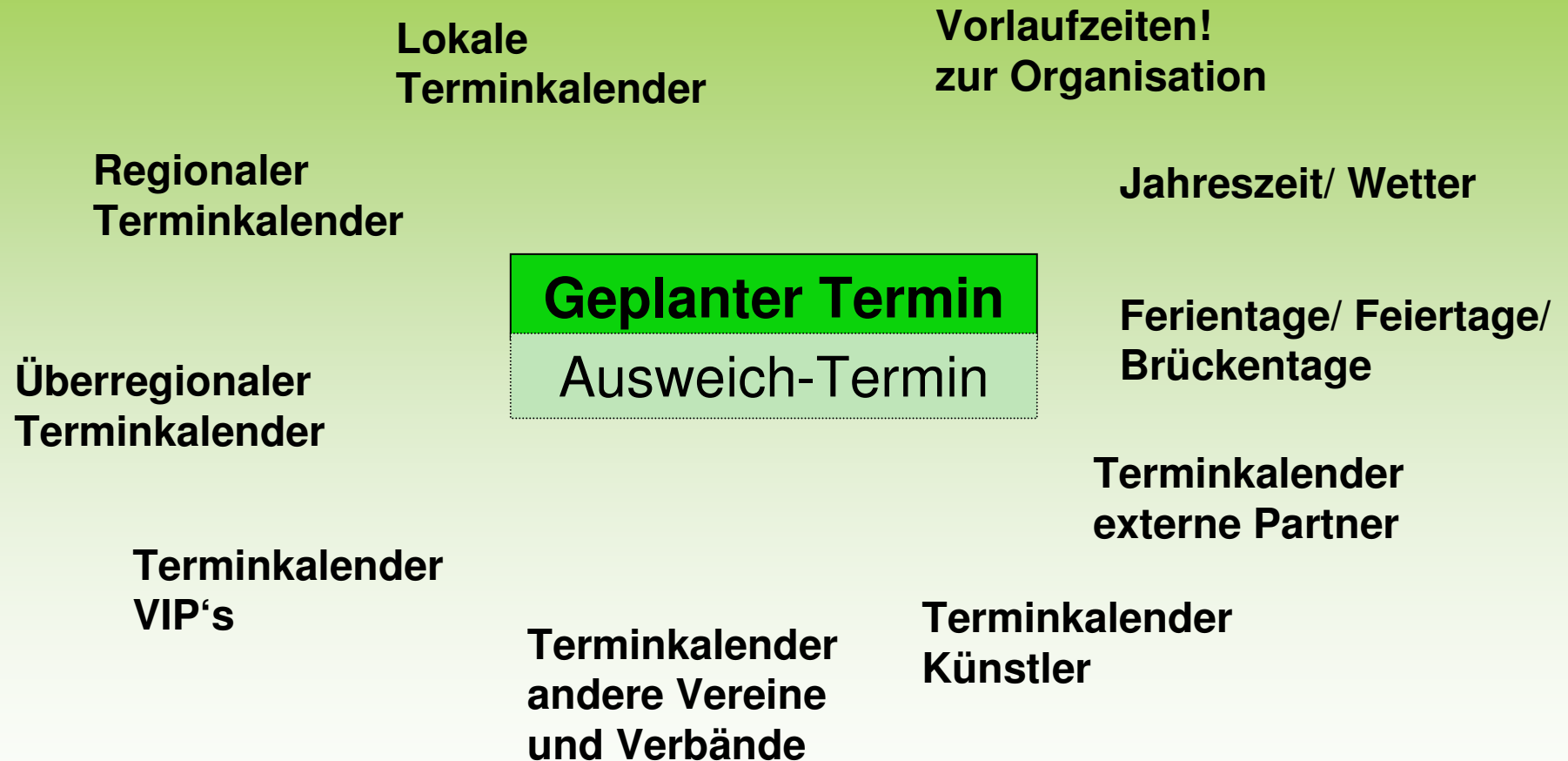
Ausschanktechnik/ kühlen/ lagern

Beleuchtung

Beschallung

Dekoration

# Damit beim Termin nichts dazwischen kommt!



**Endgültigen Termin auf breiter Basis bekannt geben!  
Zeit- und Projektplan mit Zwischenschritten/ Meilensteine festlegen.**

# Mehr als nur Steak und Bratwurst

- **Qualifizierten Partner suchen**

Mitglieder

Gastronom

Festwirt

Partnerverein

- **Angebots-Ideen entwickeln**

Motto berücksichtigen.

Angebot den Themen anpassen.

Aha und WOW-Effekte schaffen.

- **Technische Voraussetzungen:**

Belieferung/ Lager/ Kühlung/ Zubereitung/ Spülen/  
Abfallbeseitigung/ Geschirr/ Zapfanlagen/ Theken/  
Kühltheke (Kuchen, Fertigwaren).

Technische Anschlüsse:

Licht/ Strom/ Wasser/ Abwasser/ Gas

# **Mehr als nur Steak und Bratwurst**

- **Organisatorische Voraussetzung:**

**Mitarbeiter für Beschaffung/ Zubereitung/  
Theke/ Ausschank/ Kasse/ Service/  
abräumen/ spülen/ Reinigung/ Kasse  
Wechselgeld/ Bons**

**Organisation Künstlercatering**

**Preistafeln, Speise- und Getränkekarten**

**Lebensmittel- und Hygienevorschriften  
einhalten**

# Raumgestaltung zum Wohl-Fühlen

- Welche Ideen ergeben sich aus dem Motto?
- Redner und Künstler möchten im Rampenlicht stehen und vom Publikum verstanden werden, deshalb Beleuchtung und Akustik vom Profi.
- Der Zustand von Zelt und Inventar ist ein Spiegelbild der Veranstaltung

# Wohl-Fühlen mit fünf Sinnen

riechen,

**Bratwurstpommensmarlböroluft**

fühlen,

**Kalte Füße und Skiunterwäsche**

Schmecken,

**Drei Sterne Küche oder Frittenbude**

sehen,

**Auf in den Kampf gegen Tristesse im Festzelt**

hören,

**Was gibt's bei uns auf die Ohren?**

# Programmgestaltung ist Detailarbeit

## ➤ Der Programmprofi kennt...

... die Zielsetzung

... die zentrale Veranstaltungsidee

... die erwartete Besuchergruppe

... das Gesamtkonzept

und entwickelt dafür ein attraktives Programm.

## ➤ Dramaturgie und Inszenierung schaffen Spannung

Aufmerksamkeit am Beginn schaffen.

Auf dem Höhepunkt beenden!

Wo und wie wird das Publikum mit einbezogen?

Wechsel von unterschiedlichen Beiträgen:

Sprache – Musik – Tanz – Komik – Akrobatik

Professionelle Moderation verbindet alle Teile im Sinne des Themas.

# **Programmgestaltung ist Detailarbeit**

## **Hitliste der Stimmungskiller:**

- 1.) Langweilige und langatmige Redner.**
- 2.) Zu viele Redner.**
- 3.) Schlechte Beschallung.**
- 4.) Moderatoren, ohne Motivation.**
- 5.) Mitwirkende, die schlecht vorbereitet sind.**

# Programmgestaltung ist Detailarbeit

- **Der Programmgestalter entscheidet über Bühnenbau, Bühnenbeleuchtung, Beschallung und Übertragungstechnik.**

- **Detailabsprachen mit Künstlern über das Veranstaltungskonzept.**

Welche Aufgabe muss der engagierte Künstler erfüllen?

Vertragsbestandteil „Warum erfolgt der Auftritt!“

- **Minutengenauer Regie- und Ablaufplan des Programms.**
- **Keine Veranstaltung ohne Hauptprobe mit den wichtigsten Darstellern.**

# Programmgestaltung ist Detailarbeit

- **Attraktive Einbindung von Ehrengästen, VIP's, Sponsoren.**
- **Auch Pausen müssen attraktiv gestaltet werden**
- **Gäste sollen auch Zeit zum Konsumieren haben**
- **Dank und Geschenke an Beteiligte**

# Sponsoring ist Partnerschaft

- Ideensammlung über mögliche Sponsoren
- Welchen Vorteil hat der Sponsor durch eine finanzielle Beteiligung?

*Wie passt das Motto zur Zielsetzung des Sponsors?*

*Wie wird ein Kontakt von den Mitgliedern zum Sponsor gestaltet?*

*Wie kann sich der Sponsor bei der Veranstaltung sinnvoll darstellen?*

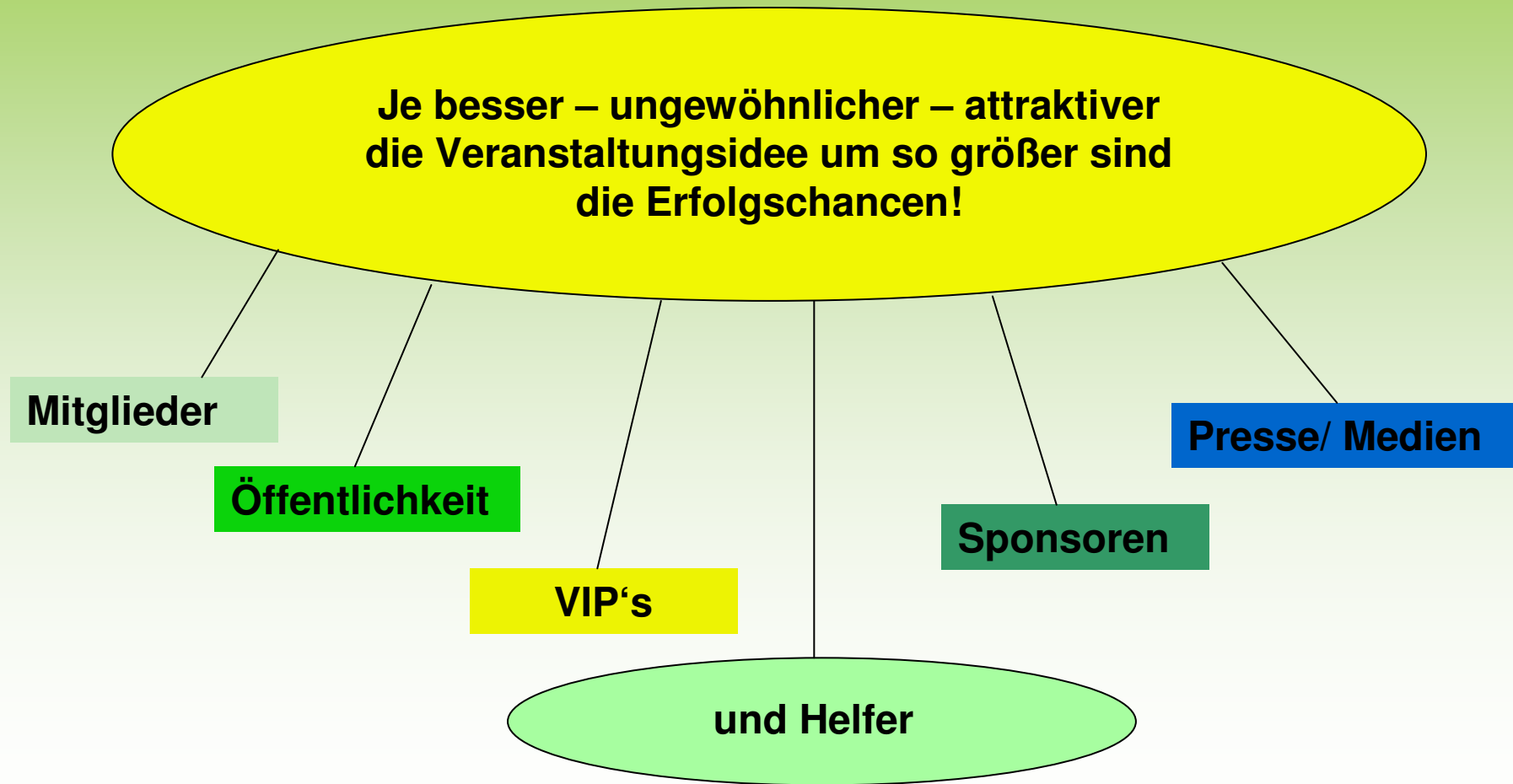
*Welche Möglichkeiten gibt es, den Sponsor ins Programm einzubinden?*

*Welche Wünsche des Sponsors können erfüllt werden?*

# **Sponsoring ist Partnerschaft**

- **Konkrete Vereinbarung mit Leistung des Sponsors und Gegenleistung des Veranstalters treffen.**
- **Nachvollziehbare und glaubwürdige Angaben zur Veranstaltung machen**
- **Sponsor in Organisation mit einbinden**

# Professionelles Veranstaltungsmarketing – mehr als ein Festschrift



# Marketing- Bausteine

**Werbekonzzept**

**Gestaltungslinie/ Logos  
Werbemittel  
Streuung**

**Pressearbeit**

**Pressekonferenz/  
Pressegespräch  
Presseinformation  
Bilderdienst**

**Angebot/ Preis**

**Speisen/ Getränke  
Programmgestaltung  
Eintrittsgelder**

**Merchandising**

**Artikel und Aktionen  
rund um die Veranstaltung  
Rechte-Verwertung**

# Durchgängiges Werbekonzept



Funkspots

Anzeigen

Festschrift

Handzettel

Einladungs-  
schreiben

Eintrittskarten

Banner

Aufkleber

Gewinnspiele

Internet

Fahnen

Postwurfsendung

E-Mail

Plakate

SMS

Gutschein

# Durchgängiges Werbekonzept

**A** Attraktion  
Auffallen

**A** nders

**I** Interest  
Interesse wecken

**A** ls

**D** Desire  
Wünsche auslösen

**A** ndere

**A** Aktion  
Handeln

*Was versteht  
unsere Zielgruppe?*

# Qualifizierte Pressearbeit

*„Interessant ist, was neu ist  
und was ungewöhnlich ist!“*

- **Presseinformationen nicht mit  
Veranstaltungswerbung verwechseln**
- **Pressekontakte langfristig pflegen**
- **Grundsätze für  
Presseveröffentlichungen beachten**

# Qualifizierte Pressearbeit

- **Pressegespräch** –  
im Verlag oder beim Festausschuss
- **Pressekonferenz** –  
nur bei außergewöhnlichen Events
- **Presseinformation** –  
vorgefertigter Presstext
- **Vorberichterstattung** –  
besondere Ereignisse
- **Wichtig: Pressearbeit nach innen**  
Laufende Mitgliederinformationen über  
Mitgliederzeitung

# Angebot und Preis

**Veranstalter**

**Kostendeckung,  
gute Erlöse  
Überschuss**

**Gast**

**Angebot ist seinen  
Preis „Wert“  
Leistung und Preis  
werden als stimmig  
erlebt**

**QUALITÄT**

# **Merchandising – zusätzliche Einnahmequellen erschließen**

oder: Wie kann die Veranstaltung noch weiter vermarktet werden

## **Kooperation mit externen Partnern**

- Bäcker – Jubiläumsbrot
- Brauerei – Jubiläumsbier

## **Fan-Werbemittelverkauf**

- T-Shirts
- Caps
- Schirm
- Feuerzeuge
- Plakate
- Fan Schals
- Badges

# Motivierte Mitstreiter gewinnen!

- **Ein schlüssiges Gesamtkonzept ist die „halbe Miete“**  
Wer seine Zeit in den Verein investiert, will auch wissen, warum er das tut!
- **Klare Organisationsstrukturen und Verantwortlichkeiten festlegen.**
- **Mitwirkende in die Ideenfindung und Entscheidungen mit einbinden.**
- **Wertschätzung vermitteln – Lob und Dank**
- **Informationen - Informationen - Informationen**
- **Langeweile vermeiden**
- **Arbeits- und Aktionspläne einhalten**
- **„Reservisten“ auch zum Einsatz bringen**

# Organisationsplan und Verantwortlichkeiten

**Gesamtorganisation  
Gesamtregie**

**Orgaplan/ Terminplan/  
Meilensteine**

**Mitarbeiter/ Motivation  
Genehmigungen**

**Sponsorenkontakt  
VIP's**

**Finanzen**

**Location/Technik**

**Programm**

**Catering**

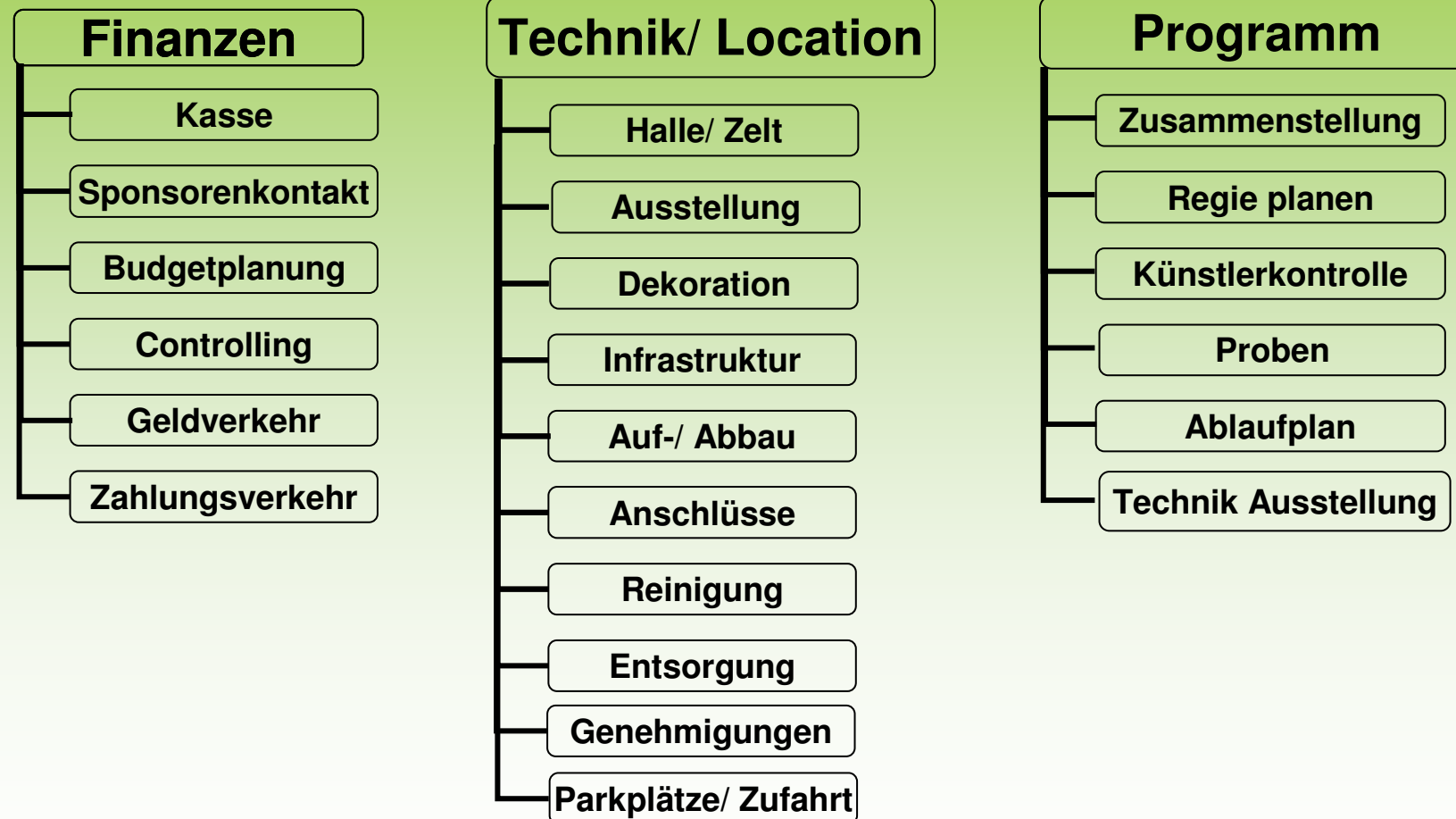
**Werbung**

**Presse/  
Öffentlichkeitsarbeit**

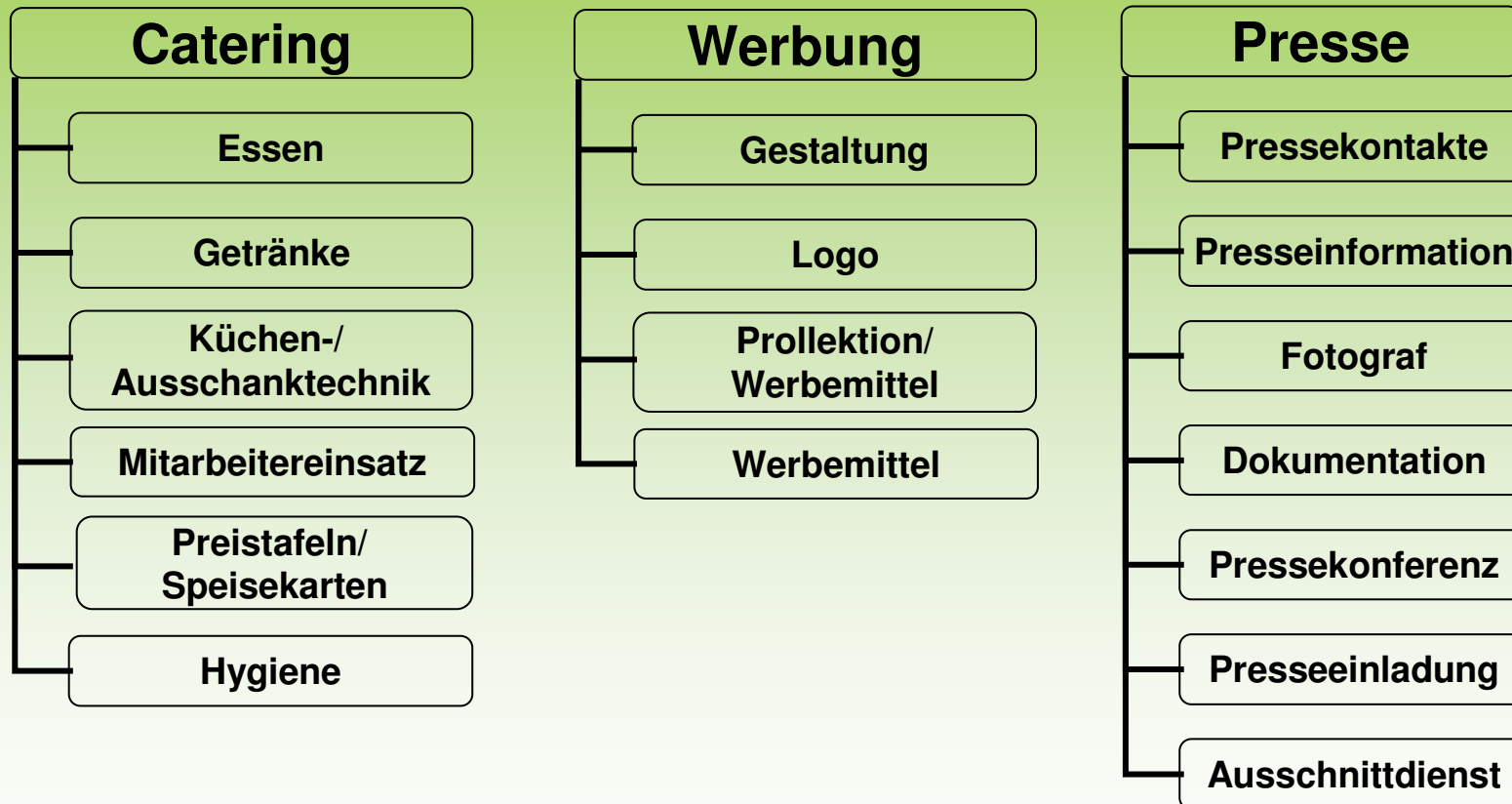
**Gästebetreuung/  
VIP'S**

**Allgemeine  
Organisation**

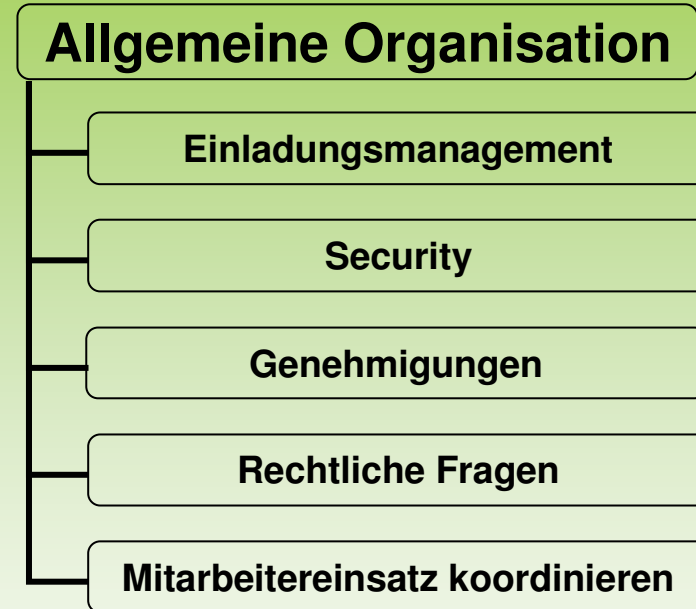
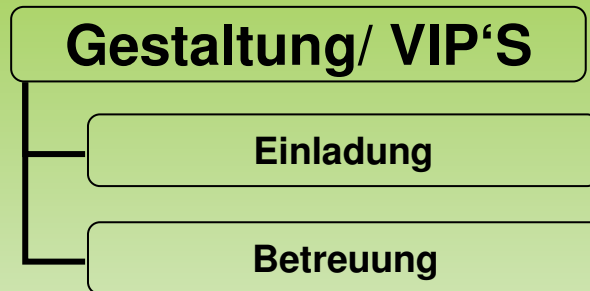
# Organisationsplan und Verantwortlichkeiten



# Organisationsplan und Verantwortlichkeiten



# Organisationsplan und Verantwortlichkeiten



# Recht, Hygiene und Ökologie

- **Rechtliche Vorgaben**

  - Schankgenehmigung – Sperrzeiten**

  - Lärmschutz**

  - Personenschutz**

  - Gema**

  - Lizenzen**

  - Steuerrecht**

  - Arbeitsrecht**

# **Recht, Hygiene und Ökologie**

- **Sauberkeit ist selbstverständlich aber... nicht alles:**

**Lebensmittelrecht  
Hygieneverordnung  
Gesundheitsverordnung  
Produkthaftungsgesetz  
Kennzeichnungsvorschriften**

**Ausführliche Informationen einholen:  
Gemeinde, Landratsamt, Gesundheitsamt**

# **Recht, Hygiene und Ökologie**

- **Eine Veranstaltung im Einklang mit der Umwelt schätzen auch die Besucher**
  - Müllvermeidung**
  - Mülltrennung**
  - Sorgsamer Umgang mit Reinigungsmitteln**
  - Porzellan und Glas statt Plastik**
  - Buspendelverkehr**
  - Lärmreduzierung**
  - Verwendung von Produkten aus der Region**

# Gute Planung ist der halbe Erfolg



# Pleiten - Pech - Pannen

*Bei uns nicht!*

- **Schriftliche Zielsetzung**
- **Klares Konzept**
- **Schriftlicher Projektplan**
- **Information aller Beteiligten und Betroffenen**
- **Intensive Kommunikation im Verein**
- **Klare Verantwortlichkeiten und Zuständigkeiten mit Entscheidungsbefugnis**
- **Notfallplan für Schlüsselmaßnahmen**
- **Sachlich bleiben und persönliche Eitelkeiten zurückstellen**
- **Finanzierbarkeit sicherstellen**
- **Abschlussanalyse mit Verbesserungsvorschlägen**

# **Nach der Veranstaltung ist vor der Veranstaltung**

- **Sachliche Ablaufanalyse**
- **Positiv / Negativ Liste mit Lösungsvorschlägen für künftige Events**
- **Erstellen Dokumentation (Presse/ Bilder/Geschichten) fürs Archiv und Internet**
- **Dank an Beteiligte durch Vorstand – Sponsoren nicht vergessen!**
- **Potenziale zur Weiterentwicklung des Konzeptes suchen**
- **Nachkalkulation**