Veranstaltungen richtig organisiert

Mit einem gelungenen Event schaffen Sie sich Ihren eigenen, konkurrenzlosen Marktplatz. Ein paar Tipps, worauf Sie dabei unbedingt achten sollten.

Als »Hocketse« bezeichnet man im Schwäbischen eine Veranstaltung, deren Anlass irgendwie unklar ist. Man trifft sich, redet, isst und trinkt, geht nach Hause und erinnert sich nie wieder daran. Das darf und sollte auf keinen Fall passieren!

Wenn Sie eine Veranstaltung planen, sollten Sie sich deshalb zunächst mit folgenden Fragen auseinandersetzen:

- welches Image möchte ich mit dieser Veranstaltung stärken?
- was will ich erreichen/verkaufen/bekannt machen?
- für wen ist dies attraktiv?

Erst dann können Sie sich wirklich Gedanken über die Art und Weise der Veranstaltung machen. Steht die Geselligkeit oder der Informationstransport (Verkaufsakquisition) im Vordergrund? Es hat sich als sehr schwierig erwiesen, im Rahmen von geselligen Veranstaltungen parallel noch Fachreferate anzubieten. Die Vorträge erreichen nicht den gewünschten Zuspruch und die Aufmerksamkeit. Also klar trennen: Geselligkeit und Fachvorträge (Verkauf).

Entscheiden Sie sich zudem eindeutig, wen Sie auf Ihrer Veranstaltung begrüßen wollen (Kunden, Architekten, Presse etc.) und stellen Sie sich dann hundertprozentig darauf ein. Ohne Wenn und Aber!

Ihre Veranstaltung ist umso erfolgreicher, je mehr die Teilnehmer die Möglichkeit haben, sich emotional »aufzuladen«. Wenn Sie Ihre Veranstaltung planen, gehen Sie doch einfach einmal von sich selbst aus. Was genau würden Sie sich wünschen und vorstellen? Der Werkstoff Holz ist prädestiniert dazu, »versinnlicht« zu werden. Gerade Duft, Optik und Akustik lassen sich leicht zu einem harmonischen Dreiklang zusammenstellen. Das zunehmende Naturbedürfnis Ihrer potentiellen Kunden ist ganz auf Ihrer Seite.

Service

Checkliste »Veranstaltungen«

Wenn Sie Interesse an einer Checkliste zu diesem Thema haben, schreiben Sie einfach eine E-Mail an: burga@provice.net, Stichwort »Veranstaltungen planen«

Burga Warrings führt die Vertriebs- und Marketingagentur Provice, Tel.: (08191) 985216, www.provice.net.

Vorlauf richtig einschätzen

Wer noch nie eine größere Veranstaltung organisiert hat, macht sich oft über den Planungshorizont eine falsche Vorstellung. Drei Monate sind für einen mittleren Anlass unerlässlich. Besser ist jedoch eine Kommunikations-Jahresplanung. Bereits bei der Planung sollten Sie genau festgelegen, in welchen Bereichen Sie finanzielle Unterstützung und helfende Hände benötigen. Bitte denken Sie immer daran: Ihre Zeit während der Veranstaltung ist wertvoll und sollte zu 100 Prozent Ihren Gästen/Teilnehmern geschenkt werden.

Der Veranstaltungserfolg selbst sollte wetterunabhängig sein (oder es muss eine Ausweichmöglichkeit zur Verfügung stehen) und das Essen in ausreichender Menge zum richtigen Zeitpunkt vor Ort zur Verfügung stehen! Ein detailliertes Briefing mit Aufgabenverteilung sollte ca. vier Tage vor Ihrer Veranstaltung stehen. Führen Sie zwei Stunden vor Veranstaltungsbeginn eine Generalprobe (bzw. Einweisung) mit allen Beteiligten durch. Das schützt vor Pannen und beugt Nervosität vor.

Authentizität überzeugt

Egal für was Sie sich entschieden haben und wie Sie es durchführen: Treten Sie glaubwürdig und kompetent auf und denken Sie immer daran, dass Sie als Unternehmerpersönlichkeit entscheidend sind. Bringen Sie alles, was Sie sagen (und tun) mit echter Überzeugung hervor. Überlegen Sie zudem ganz genau, wie Sie und Ihre Mitarbeiter sich selbst hinsichtlich der Kleidung etc. präsentieren (Traditionskleidung?). Das komplette Veranstaltungskonzept muss aus einem Guss sein (»roter Faden«). Viel Erfolg und gute Gespräche!

Burga Warrings