

Melanie von Graeve

# Events professionell managen

Das Handbuch für  
Veranstaltungsorganisation

Recherche

Musik

Catering

Sicherheit

Referenten

Versicherungen

Grüne Events

Kalkulationen

Kongresse

Planung

Veranstaltungstechnik

Risikomanagement

Ausstellungen

Organisation

Konzeption

Kultur

Events

Kommunikation

Genehmigungspflicht

Charity

Erfolgskontrolle

Briefing

Moderatoren

Kunst Zeitplanung

Personal

Abgaben

Budget

Gastredner Locations

Eventmanager

Checklisten

Tagungen

Eventtechnik

Gebühren

Plan B

Anmeldepflicht

Aufgabenplanung

Controlling

Arbeitshilfen

# Nutzungshinweise für Ihr BusinessVillage eBook

Lesen Sie bitte den eBook-Lizenzvertrag auf der folgenden Seite sorgfältig durch. Sie sind nur dann berechtigt, dieses eBook zu nutzen, wenn Sie den Bestimmungen dieses Lizenzvertrages zustimmen.

Bitte beachten Sie hierbei insbesondere folgende Punkte:

- Die eBook-Lizenz räumt Ihnen lediglich das Recht ein, dieses Dokument für den persönlichen und nicht übertragbaren Gebrauch zu nutzen.
- Sie sind nicht berechtigt dieses Dokument – auch nicht auszugsweise – anderen Personen zugänglich zu machen, insbesondere es zu verleihen, zu vermieten oder zu verkaufen. Unternehmensversionen erhalten Sie auf Anfrage.
- Das Anfertigen von Vervielfältigungen und das Ausdrucken oder Speichern auf anderen Computern ist jederzeit gestattet, jedoch nur dann, wenn dies für Ihren persönlichen Gebrauch geschieht und Dritten dadurch nicht der Zugang dazu ermöglicht wird.
- Sie dürfen dieses Dokument nicht verändern. Schon bei dem Versuch einer Veränderung erlischt das Recht zur Nutzung.
- Das Recht zur Nutzung wird zeitlich unbegrenzt erteilt, solange die Lizenzbestimmungen vom Lizenznehmer erfüllt werden.
- Ihr BusinessVillage eBook ist speziell für Sie erstellt worden. Sichtbare und nicht sichtbare Kennzeichnungen zur Individualisierung innerhalb des eBooks erlauben die Identifizierung des Lizenznehmers im Falle eines Verstoßes gegen die Lizenzbedingungen.
- BusinessVillage übernimmt für Inhalte des eBooks keine Haftung.



**BusinessVillage**  
Update your Knowledge!

# BusinessVillage eBook-Lizenzvertrag

Indem Sie dieses eBook speichern, kopieren oder in einer anderen Art und Weise nutzen, erklären Sie, dass Sie die Bestimmungen der nachfolgenden Lizenzbedingungen akzeptieren. Durch das Speichern, Kopieren oder durch eine anderweitige Benutzung dieses eBooks wird ein rechtsgültiger Vertrag zwischen Ihnen (entweder als natürliche oder juristische Person) und BusinessVillage GmbH und deren Rechtsnachfolgern geschlossen. Falls Sie den nachfolgenden Bestimmungen nicht zustimmen, sind Sie nicht berechtigt, dieses eBook zu speichern, zu kopieren, zu lesen oder in einer anderen Art zu nutzen. In diesem Fall sind Sie verpflichtet, dieses eBook sofort zu löschen!

eBook-Nutzungslizenz: Das vorliegende eBook ist rechtlich als SOFTWARE zu qualifizieren und wird sowohl durch Urheberrechtsgesetze und andere internationale Urheberrechtsverträge geschützt als auch durch andere Gesetze und Abkommen über geistiges Eigentum. Wenn Sie den Lizenzvertrag akzeptieren, wird Ihnen dieses eBook lizenziert, nicht verkauft.

## I. LIZENZGEWÄHRUNG

Durch diesen Lizenzvertrag werden Ihnen folgende Rechte gewährt:

### a) Verwendung des eBooks

Diese Lizenz räumt Ihnen lediglich das Recht ein, das eBook für den persönlichen und nicht übertragbaren Gebrauch zu nutzen. Sie sind nicht berechtigt – auch nicht auszugsweise – das eBook zu vervielfältigen, zu kopieren oder zu verbreiten, zu verleihen, weiterzugeben o.ä., es sei denn, es wird Ihnen mit diesem Lizenzvertrag ausdrücklich gestattet. In jedem Fall ist eine Veränderung des eBooks (z.B. Änderungen im Text, Kürzungen oder Ergänzungen etc.) oder ein Eingriff in oder eine Änderung an dem Quellcode des eBooks (insbesondere eine Veränderung oder Entfernung der personalisierenden Elemente des eBooks) strengstens untersagt.

### b) Speicherung/Netzwerkverwendung

Sie sind lediglich berechtigt, das eBook für Ihren persönlichen Gebrauch zu speichern. Dieses Recht schließt eine Speicherung auf mehreren Computern ein, solange diese ausschließlich von Ihnen genutzt werden. Eine Speicherung dieses eBooks auf einer zentralen Speichervorrichtung, wie etwa einem Netzwerkspeicher, ist Ihnen nur dann erlaubt, wenn Sie diese Speichervorrichtung ausschließlich dazu verwenden, das eBook über ein internes Netzwerk auf Ihren anderen Computern zu nutzen. Anderen Nutzern darf dieses eBook nicht überlassen werden oder der Zugriff über ein Netzwerk eröffnet werden. Sie sind ebenfalls nicht berechtigt, das eBook über ein externes Netzwerk oder das Internet direkt oder indirekt (beispielsweise durch Einstellen in eine Homepage, Speicherung auf einem File-, FTP- oder anderen Servern, Verweis darauf durch einen Link etc.) Dritten zur Verfügung zu stellen oder anderen den Zugang zu ermöglichen.

### c) Sicherungskopie

Zusätzlich zu den unter Punkt b) genannten Speicherungsmöglichkeiten sind Sie lediglich berechtigt, von dem eBook eine Sicherungs- oder Archivierungskopie zu fertigen. Auch diese Kopie ist ausschließlich für Ihren persönlichen Gebrauch und darf nicht an Dritte weitergegeben werden oder Dritten Zugang dazu verschafft werden.

### d) keine Weitergabe/Übertragung der Nutzungsrechte

Da dieses eBook ausschließlich für Ihren persönlichen Gebrauch ist, ist eine – auch unentgeltliche – Weitergabe nicht gestattet. Sie sind auch nicht berechtigt, die Nutzungsrechte an diesem eBook entgeltlich oder unentgeltlich zu übertragen.

## II. Laufzeit und Kündigung

BusinessVillage erteilt Ihnen die Nutzungslizenz zeitlich unbegrenzt, solange Sie die Lizenzbestimmungen erfüllen. Unbeschadet sonstiger Rechte ist BusinessVillage berechtigt, Ihre Rechte aus diesem Lizenzvertrag zu kündigen, sofern Sie gegen die Bestimmungen dieses Lizenzvertrages verstoßen. In einem solchen Fall sind Sie verpflichtet, dieses eBook und sämtliche Kopien unwiderruflich zu löschen.

## III. Kennzeichenrechte

Diese Lizenzvereinbarung gewährt Ihnen keinerlei Rechte in Verbindung mit Kennzeichenrechten von BusinessVillage.

## IV. Prüfrechte

Der Kunde wird über die Anzahl der Anwender bzw. der von der Software erstellten Kopien sowie über deren Installationsort genaue Angaben nachhalten. BusinessVillage ist berechtigt, 5 Werkzeuge nach vorheriger schriftlicher Ankündigung die Geschäftsräume des Kunden während der allgemeinen Geschäftszeiten zu betreten, um zu überprüfen, ob der Kunde seine Vertragspflichten einhält. Unter Berücksichtigung berechtigter Belange des Kunden wird BusinessVillage gegebenenfalls einen zur Berufsverschwiegenheit verpflichteten Sachverständigen mit dieser Überprüfung beauftragen. Der Kunde unterrichtet den Sachverständigen oder BusinessVillage umfassend, hält seine Mitarbeiter zur Auskunftserteilung an und gewährt Einblick in die für die Überprüfung erforderlichen Unterlagen. BusinessVillage trägt die Kosten dieser Überprüfung, es sei denn, es würde eine Vertragsverletzung durch den Kunden festgestellt.

## V. Urheberrecht

Alle Rechte und geistigen Eigentumsrechte an dem eBook (einschließlich, aber nicht beschränkt auf Text, Bilder, Fotografien, Grafiken, Animationen, Video, Audio, Musik und „Applets“, die in dem eBook enthalten sind), den gedruckten Begleitmaterialien und jeder Kopie des eBooks liegen bei BusinessVillage oder seinen Autoren. Jeder Fall einer Verletzung der Urheberrechte von BusinessVillage und jeder Verstoß dieser Lizenzvereinbarung wird ausnahmslos verfolgt. Jede Verletzung der Urheberrechte oder eine Missachtung der Lizenzbestimmungen verpflichtet zum Schadenersatz. Jede unerlaubte Vervielfältigung, Verbreitung oder öffentliche Wiedergabe kann mit einer Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft werden. Bei einer gewerbsmäßigen unerlaubten Verwertung droht eine Freiheitsstrafe bis zu fünf Jahren oder Geldstrafe.

## VI. Haftungsausschluss

BusinessVillage übernimmt für den Inhalt des eBooks keine Haftung. Die Verantwortlichkeit für den Inhalt liegt ausschließlich bei dem jeweiligen Autor. Dies gilt insbesondere für fachspezifische Inhalte wie rechtliche, steuerrechtliche, medizinische, pharmazeutische o.ä. Inhalte. Im Übrigen ist die Haftung von BusinessVillage und seinen Erfüllungshelfern beschränkt auf Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit.



**BusinessVillage**  
Update your Knowledge!



Melanie von Graeve

# Events professionell managen

Das Handbuch für  
Veranstaltungsorganisation

**Melanie von Graeve**

Events professionell managen  
Das Handbuch für Veranstaltungsorganisation  
1. Auflage 2014  
© BusinessVillage GmbH, Göttingen

**Bestellnummern**

ISBN 978-3-86980-260-2 (Druckausgabe)  
ISBN 978-3-86980-261-9 (E-Book, PDF)

Direktbezug [www.BusinessVillage.de/bl/942](http://www.BusinessVillage.de/bl/942)

**Bezugs- und Verlagsanschrift**

BusinessVillage GmbH  
Reinhäuser Landstraße 22  
37083 Göttingen  
Telefon: +49 (0)5 51 2099-100  
Fax: +49 (0)5 51 2099-105  
E-Mail: [info@businessvillage.de](mailto:info@businessvillage.de)  
Web: [www.businessvillage.de](http://www.businessvillage.de)

**Foto auf dem Umschlag**

[www.fotolia.de](http://www.fotolia.de) – leksustuss

**Autorenfoto**

Bernd Euring, [www.berndeuring.com](http://www.berndeuring.com)

**Layout und Satz**

Sabine Kempke

**Druck und Bindung**

[www.booksfactory.de](http://www.booksfactory.de)

**Copyrightvermerk**

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar.

Das gilt insbesondere für Vervielfältigung, Übersetzung, Mikroverfilmung und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Alle in diesem Buch enthaltenen Angaben, Ergebnisse usw. wurden von dem Autor nach bestem Wissen erstellt. Sie erfolgen ohne jegliche Verpflichtung oder Garantie des Verlages. Er übernimmt deshalb keinerlei Verantwortung und Haftung für etwa vorhandene Unrichtigkeiten.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürfen.

Checklisten- und Arbeitshilfenverzeichnis.....	8
Die Autorin .....	11
Vorwort .....	13
<b>1. Überblick verschaffen, für Grundlagen sorgen .....</b>	<b>17</b>
<b>1.1 Anforderungen an den Event- und Veranstaltungsmanager .....</b>	<b>21</b>
1.1.1 Weiterbildungsmöglichkeiten und Inspirationsquellen .....	22
1.1.2 Nutzen Sie Ihre eigenen Erfahrungsschätze! .....	31
<b>1.2 Grundlagen Ihrer Veranstaltungsplanung, Briefing .....</b>	<b>32</b>
1.2.1 Die wichtigsten Rahmendaten Ihrer Veranstaltung (auch Briefing-Inhalt) .....	32
1.2.2 Erwartungshaltung und Vorkenntnisse Ihrer Teilnehmer .....	36
1.2.3 Zeitplanung/Vorlaufzeit .....	37
1.2.4 Leitfaden für Ihre Event-Konzeption und erster Konzept-Check .....	38
<b>1.3 Der Aktionsplan – Aufgaben und Arbeitsschritte .....</b>	<b>42</b>
<b>1.4 Das Projekt Veranstaltung .....</b>	<b>48</b>
1.4.1 Projekt-Strukturplanung .....	48
1.4.2 Projektordner.....	50
1.4.3 Risiken im Projektmanagement .....	53
<b>1.5 Zusammenarbeit mit externen Partnern, Dienstleistern, Agenturen –         verschaffen Sie sich Sicherheit! .....</b>	<b>55</b>
<b>2. In die Tiefe gehen – Details Ihrer Veranstaltungsplanung .....</b>	<b>59</b>
<b>2.1 Ihr(e) Veranstaltungsziel(e).....</b>	<b>60</b>
<b>2.2 Erfolgskontrolle/Erfolgsmessung .....</b>	<b>62</b>
2.2.1 Was messen, wonach fragen? .....	63
2.2.2 Wer soll befragt werden? .....	64
2.2.3 Wie soll gemessen werden? .....	64
2.2.4 Wann soll was gemessen werden?.....	65
2.2.5 Auswertung der Erfolgsmessung/Kontrolle der Zielerreichung.....	66
2.2.6 Der Feedbackbogen.....	67
<b>2.3 Ihre Zielgruppe(n).....</b>	<b>69</b>
<b>2.4 Veranstaltungsbudget .....</b>	<b>73</b>
2.4.1 Kontinuierliche Kostenverfolgung.....	82
2.4.2 Einsparungsmöglichkeiten .....	83
2.4.3 Mögliche Einnahmen bei Veranstaltungen.....	85
2.4.4 Sponsoring.....	89
2.4.5 Typische Gründe für Budgetüberschreitungen .....	93

<b>2.5 Rechtliche Vorgaben</b> .....	95
2.5.1 Anmeldungen und Genehmigungspflichten .....	96
2.5.2 Versammlungsstättenverordnung (VStättV) .....	98
2.5.3 Versicherungen .....	99
2.5.4 GEMA/GVL.....	100
2.5.5 KSK – Künstlersozialkasse .....	101
<b>2.6 Veranstaltungstermin, -ort und -location</b> .....	102
2.6.1 Veranstaltungstermin .....	102
2.6.2 Veranstaltungsort/Destination (Stadt/Land) .....	104
2.6.3 Veranstaltungsstätte/Location .....	106
2.6.4 Tagungshotels als Veranstaltungsstätten .....	110
2.6.5 Die Teilnehmerversorgung, Catering .....	114
2.6.6 Speaker (Referenten, Gastredner, Moderatoren etc.) .....	116
2.6.7 Event- und Veranstaltungstechnik.....	119
2.6.8 Ausstattung Konferenzraum .....	121
2.6.9 Rahmenprogramm, Begleitveranstaltung .....	125
<b>2.7 Teilnehmermanagement, Teilnehmerkommunikation und Teilnehmerhandling</b> ..	127
2.7.1 Kommunikation in der Vorphase.....	129
2.7.2 Veranstaltungswerbung .....	130
2.7.3 Einladung und Antwortformular .....	131
2.7.4 Teilnehmerkommunikation, Teilnehmerinformation.....	137
2.7.5 Teilnehmerhandling: Anreise, Hotelbuchung, Rechnungsstellung .....	138
2.7.6 Die Kommunikation während der Veranstaltung fördern .....	139
2.7.7 Die Kommunikationsnachphase.....	142
2.7.8 Schnell-Check Teilnehmerkommunikation und -handling: .....	143
<b>2.8 Planung und Prüfung des Veranstaltungsablaufs, Check Verbesserungsbedarf</b> ...	143
2.8.1 Planung und Prüfung des Veranstaltungsablaufs .....	145
2.8.2 Schnell-Check Verbesserungsbedarf am Veranstaltungskonzept.....	148
<b>2.9 Risikomanagement und Plan B</b> .....	150
2.9.1 Zeitlich sensible Positionen .....	151
2.9.2 Besondere Teilnehmergruppen .....	152
2.9.3 Verspätungen, Ausfälle, Anreiseproblematik etc. ....	153
2.9.4 Check Veranstaltungstechnik, Technikprobe .....	154
2.9.5 Vergessen, geändert und Co. ....	154
<b>3. Projektteam, Veranstaltungsteam vor Ort, der große Tag</b> .....	157
<b>3.1 Projektteam/Organisationsteam</b> .....	160
<b>3.2 Das Team vor Ort: Die Veranstaltungs-/Projektleitung</b> .....	164
3.2.1 Den Ablauf im Griff: Ihr Regiebuch .....	166
<b>3.3 Das Team vor Ort: Die Personaldisposition</b> .....	169
<b>3.4 Das Team vor Ort: Das Veranstaltungspersonal</b> .....	171
3.4.1 Inhalte der Schulung des Veranstaltungspersonals .....	173
3.4.2 Veranstaltungsknigge .....	177
3.4.3 Sicherheitseinweisung.....	181
3.4.4 Dienstplan und Pausenzeiten .....	182



<b>3.5 Der große Tag</b> .....	184
3.5.1 Aufgaben der Veranstaltungsleitung vor Ort.....	185
3.5.2 Positives und negatives Feedback .....	187
3.5.3 Beschwerdemanagement, Troubleshooting .....	188
<b>4. Die Veranstaltungsnachbereitung</b> .....	193
<b>4.1 Zu erledigende Aufgaben nach der Veranstaltung</b> .....	194
<b>4.2 Kontrolle der Zielerreichung und Erfolgsmessung</b> .....	196
<b>4.3 Abschlussbericht</b> .....	197
<b>5. Know-how für spezielle Veranstaltungen</b> .....	199
<b>5.1 Denkanstöße zu kreativen Events</b> .....	200
5.1.1 Veranstaltungsidee, -motto, -thema .....	201
5.1.2 Die Dramaturgie Ihrer Veranstaltung .....	202
5.1.3 Erlebnisfaktor: Ein Fest für alle Sinne! .....	202
<b>5.2 Nachhaltige Event- und Veranstaltungsorganisation/Grüne Events         und Veranstaltungen</b> .....	204
<b>5.3 Besonderheiten von Messeauftritten</b> .....	210
5.3.1 Zeit- und Aufgabenplanung für Messeauftritte .....	210
5.3.2 Budget- und Kostenplanung .....	216
5.3.3 Messeziele.....	218
5.3.4 Maßnahmen- und To-do-Listen .....	219
5.3.5 Gestaltung Ihres Messestandes .....	222
5.3.6 Ihr Messestand – Platzierung und Größe .....	226
5.3.7 Messestand: Aktionen und Vorführungen .....	228
5.3.8 Nachbereitung und Evaluierung von Messen .....	228
<b>5.4 Charity, Social und Cultural Events (CSC-Events)</b> .....	229
<b>6. Nachwort</b> .....	235
<b>7. Anhang</b> .....	237
<b>7.1 Glossar</b> .....	238
<b>7.2 Literaturverzeichnis</b> .....	243

## Checklisten- und Arbeitshilfenverzeichnis

1. Auswahl von interessanten Event-Messen in Deutschland.....	24
2. Auswahl von interessanten Event-Messen im Ausland.....	25
3. Auswahl von Event-Fachzeitschriften.....	26
4. Übersicht Kongressdienstleister/Tourismusverbände/Convention Bureaus.....	27
5. Arbeitshilfe: Die wichtigsten Rahmendaten Ihrer Veranstaltung .....	33
6. Arbeitshilfe: Leitfaden für Ihre Eventkonzeption .....	39
7. Checkliste: Konzeption .....	41
8. Arbeitshilfe: Ihr Aktionsplan .....	42
9. Muster Gantt-Chart .....	46
10. Arbeitshilfe: Schritte Ihrer Projektplanung .....	49
11. Arbeitshilfe: Zusammenarbeit mit externen Partnern .....	56
12. Arbeitsfragen für Ihre Zieldefinition .....	61
13. Mustervorlage Event-Feedbackbogen .....	68
14. Zusammensetzung Ihrer Zielgruppen.....	69
15. Arbeitshilfe: Besondere Teilnehmergruppen .....	72
16. Arbeitshilfe zur Ermittlung der Veranstaltungskosten .....	75
17. Arbeitshilfe zur kontinuierlichen Kostenverfolgung .....	83
18. Weitere kostenrelevante Faktoren.....	85
19. Arbeitshilfe: Mögliche Einnahmearten .....	88
20. Arbeitshilfe: Sponsoringkonzept erstellen .....	91
21. Recherchequellen zum Sponsoring .....	93
22. Checkliste: Rechtliche Vorgaben.....	95
23. Checkliste: Anmeldungen und Genehmigungspflichten.....	97
24. Arbeitshilfe: Veranstaltungstermin .....	103
25. Arbeitshilfe: Auswahl des Veranstaltungsorts .....	105
26. Checkliste: Veranstaltungsstätte/Location .....	107
27. Checkliste: Tagungshotel als Veranstaltungsstätte.....	111
28. Arbeitshilfe: Teilnehmerverpflegung .....	114
29. Checkliste: Mögliche Auswahlkriterien für Speaker .....	117
30. Arbeitshilfe: Speaker.....	118
31. Checkliste: Veranstaltungstechnik .....	120
32. Checkliste: Ausstattung Konferenzraum.....	122
33. Checkliste: Mögliche Rahmenprogramme .....	126
34. Checkliste: Dos and Don'ts der Teilnehmerkommunikation .....	128
35. Arbeitshilfe: Veranstaltungswerbung.....	130
36. Arbeitshilfe: Einladung .....	132
37. Arbeitshilfe: Auswahl der gängigen Bekleidungsformen .....	133
38. Arbeitshilfe: Antwortformular.....	136
39. Übersicht: Gängige Bestuhlungsvarianten.....	141

40. Checkliste: Teilnehmerkommunikation/-handling .....	143
41. Arbeitshilfe: Muster eines Ablaufplans .....	144
42. Checkliste: Ablauf aus Veranstaltersicht .....	145
43. Checkliste: Ablauf aus Teilnehmersicht.....	146
44. Muster eines Ablaufplans am Beispiel einer Abendveranstaltung .....	147
45. Checkliste: Verbesserungsbedarf am Veranstaltungskonzept.....	148
46. Checkliste: Besondere Teilnehmergruppen .....	152
47. Materialliste: Was man auf Veranstaltungen häufig vermisst .....	155
48. Arbeitshilfe: Grundlagen Veranstaltungspersonal .....	159
49. Arbeitshilfe: Kriterien für die Auswahl der Mitarbeiter Ihres Projekt-/ Organisationsteams .....	160
50. Arbeitshilfe: Ergebnisprotokoll Projektsitzung.....	163
51. Profil Veranstaltungsleitung .....	165
52. Checkliste: Was gehört in Ihr Veranstaltungsregiebuch?.....	167
53. Arbeitshilfe: Klassische Aufgaben- und Einsatzbereiche Ihres Veranstaltungspersonals .....	170
54. Arbeitshilfe: Inhalte der Schulung des Veranstaltungspersonals .....	174
55. Arbeitshilfe: Veranstaltungsknigge .....	178
56. Arbeitshilfe zur Sicherheitseinweisung .....	181
57. Muster Dienstplan .....	183
58. Arbeitshilfe: Aufgaben der Veranstaltungsleitung .....	185
59. Arbeitshilfe zum Beschwerdemanagement .....	190
60. Arbeitshilfe: Veranstaltungsnachbereitung.....	194
61. Checkliste: Kontrolle der Zielerreichung und Erfolgsmessung.....	196
62. Arbeitshilfe: Abschlussbericht .....	197
63. Arbeitshilfe: Erlebnisfaktor – Die Sinne .....	203
64. Arbeitshilfe: Nachhaltige Events und Veranstaltungen .....	206
65. Checkliste: Zeit- und Aufgaben (Messeauftritt) .....	211
66. Kalkulationshilfe .....	216
67. Checkliste: Maßnahmen Messevorbereitung.....	220
68. Arbeitshilfe Messestand: Platzierung und Größe .....	226
69. Arbeitshilfe: Ausstattung des Messestandes .....	227
70. Arbeitshilfe: CSC-Event .....	230
71. Arbeitshilfe: Planung, Organisation und Umsetzung von CSC-Events .....	231



## Die Autorin



**Melanie von Graeve**, Event-Management-Ökonomin (VWA) und Nachhaltigkeitsberaterin (GCB), war als Geschäftsleitungsassistentin und Vorstandssekretärin mehr als zehn Jahre in internationalen Konzernen für die Organisation und Durchführung von Finanz- und Marketingveranstaltungen verantwortlich. 2002 gründete sie die inhabergeführte Agentur *DKTS Der Konferenz- und TagungsService* in Frankfurt am Main – 2003 wurde Melanie von Graeve mit dem Frankfurter Gründerpreis geehrt.

*DKTS Der Konferenz- und TagungsService* versteht sich als externe Veranstaltungsabteilung und ist spezialisiert auf

- professionellen Event- und Messesupport,
- externe Event-Projektleitung,
- geschultes Veranstaltungspersonal,
- Veranstaltungsanalyse und -verbesserung.

Zu ihren Kunden gehören sowohl namhafte Konzerne als auch kleine und mittelständische Unternehmen.

Melanie von Graeve gibt ihr Praxis-Know-how aus 23 Jahren Event-, Veranstaltungs- und Messeorganisation in Event-Coachings, Trainings und als Event-Beraterin weiter: spannend, unterhaltsam und mit ansteckender Begeisterung! Für ihre Dozenten- und Referententätigkeit wurde sie mehrfach ausgezeichnet, unter anderem mit dem Conga-Award als Nummer 1 der Top-Referenten Deutschlands.

Sie verfasst außerdem regelmäßig redaktionelle Beiträge für renommierte Fachzeitschriften und ist Autorin mehrerer Fachbücher – *Events und Veranstaltungen professionell managen* und *Erfolgsfaktor Eventmarketing*, erschienen im BusinessVillage-Verlag, *Veranstaltungen organisieren*, erschienen im Haufe-Lexware-Verlag, Mitautorin des Fachbuches *Generation Erfolg: So entwickeln Sie Persönlichkeit*, erschienen im Kösel-Verlag, – und schriftlicher Lehrgänge – *Planung und Organisation von Veranstaltungen und Messe-Events* und *Events & Veranstaltungen erfolgreich planen, vorbereiten und durchführen*, erschienen bei Management Circle.

Wie Sie die Autorin erreichen:

Internet: [www.dkts.de](http://www.dkts.de)

E-Mail: [info@dkts.de](mailto:info@dkts.de)

Sie möchten auf dem Laufenden bleiben und News und Empfehlungen zum Thema Events und Veranstaltungen erhalten? Dann können Sie sich unter [www.dkts.de](http://www.dkts.de) schnell und kostenlos registrieren!



# Vorwort

Liebe Leserin, lieber Leser!

Zeit gehört heutzutage zu den wertvollsten Gütern und niemand möchte sie vergeuden, jede Stunde Lebenszeit soll möglichst sinnvoll genutzt werden. So ist es wenig verwunderlich, dass Veranstaltungsteilnehmer kaum noch bereit sind, endlose Vorträge, Reden oder Präsentationen im Tausch gegen eine nette Location und gutes Essen zu tolerieren. Die Tage langatmiger Veranstaltungen sind damit gezählt! Wie sich das für Veranstalter bemerkbar macht? Beispielsweise durch sinkende Teilnehmerzahlen, steigende »No-show-Raten« (Personen, die trotz vorheriger Zusage nicht zur Veranstaltung erscheinen) und Ermüdungserscheinungen statt guter Stimmung.

»Man soll nie vergessen, dass die Gesellschaft lieber unterhalten als unterrichtet sein will.«, sagte Adolf Freiherr von Knigge vor mehr als zweihundert Jahren. Aber inhaltsleere Unterhaltung wollen und sollen wir als Veranstaltungsmanager natürlich nicht bieten – genauso wenig wie zu umfangreiche, zu schwer verständliche und trockene Informationen. Eine Kombination beider Elemente wäre also ideal: ein sogenanntes Infotainment.

Außerdem sollten Veranstaltungen so kreativ und lebendig umgesetzt werden, dass sie den Teilnehmer zum Mitdenken, Mitmachen und hoffentlich sogar Mitreden animieren! Ihre Veranstaltungen sollen sich positiv von denen Ihrer Wettbewerber abheben, Mehrwert und Aha-Erlebnisse bieten, Berichts- und Empfehlungswert haben und im Idealfall auch schon Lust auf den Besuch Ihrer nächsten Veranstaltung wecken. Da erwartet Sie als Event- und Veranstaltungsmanager ein sportliches Programm: Sie müssen die Kunst beherrschen, Ihre Veranstaltungsbotschaft und deren Inhalte so erlebbar zu machen, dass Ihre Teilnehmer diese Botschaft verstehen, den Inhalten im besten Falle zustimmen und sie verinnerlichen.

Zum einen besteht Ihre Aufgabe also »einfach« darin, dass die Veranstaltung perfekt funktioniert: Die Abläufe müssen auf den Punkt stimmen, die Dienstleister ihren Beitrag reibungslos und perfekt leisten oder Sie ergreifen nötigenfalls Maßnahmen, um alles wieder in die richtige Spur zu bringen. Staus und Engpässe sind auf einer gut organisierten Veranstaltung übrigens ebenso passé wie lange Schlangen – wo diese entstehen, wurde meist falsch geplant. Zum anderen dürfen auch die verständliche, passende und motivierende Präsentation der Inhalte, der Erlebnisfaktor und die Dramaturgie Ihrer Veranstaltung nicht vernachlässigt werden! Nur richtig und ordentlich kann schnell auch langweilig sein.



Ich habe für Sie in diesem Buch viele wertvolle und praktische Informationen zusammengestellt (sortiert in der Reihenfolge, in der Sie Ihre Veranstaltungsprojekte in der Praxis auch bearbeiten):

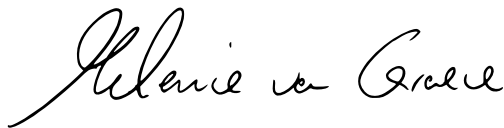
- Das nötige Handwerkszeug, um funktionstüchtige Veranstaltungen zu planen, erhalten Sie im Kapitel *1 Überblick verschaffen, für Grundlagen sorgen*.
- Die notwendigen Tools für die Organisation und Durchführung finden Sie im Kapitel *2 In die Tiefe gehen – Details Ihrer Veranstaltungsplanung*.
- Da sich Ihre Veranstaltung natürlich auch rechnen soll, erhalten Sie Informationen und Arbeitshilfen zur Budgetierung, Kostenkontrolle, zu Ausgaben und gegebenenfalls auch Einnahmen im Kapitel *2.4 Veranstaltungsbudget*.
- Was wäre ein Veranstaltungsplaner wohl ohne detaillierte, durchschaubare Ablaufpläne, durchdachtes Risikomanagement und funktionierenden Plan B? Hierzu erhalten Sie Praxis-Checklisten und zahlreiche Tipps in den Kapiteln *2.8 Planung und Prüfung des Veranstaltungsablaufs, Check Verbesserungsbedarf* und *2.9 Risikomanagement und Plan B*.
- Eine Schlüsselstellung bei guten Veranstaltungen nimmt aktives, gut geschultes Veranstaltungspersonal ein, welches aber in die Lage versetzt werden muss, die ihm zugedachten Aufgaben auch zu erfüllen. Daher erhalten Sie im Kapitel *3.4 Das Team vor Ort: Das Veranstaltungspersonal* Informationen und Praxis-Tipps zur Personal-Auswahl, Briefing- und Schulungs-Checklisten.
- Jedes Projekt sollte auch korrekt beendet und abgeschlossen werden, auch um sich die Vorbereitung von Folgeveranstaltungen zu erleichtern. Mehr dazu im Kapitel *4 Die Veranstaltungsnachbereitung*.
- Besondere Herausforderungen erfordern besonderes Know-how: Damit bei Ihren Veranstaltungen keine Langeweile aufkommt, erhalten Sie in Kapitel *5.1 Denkanstöße zu kreativen Events* unter anderem Input und Tipps, wie Sie die Sinne Ihrer Teilnehmer ansprechen und einbinden können.
- Und zum Abschluss erhalten Sie wertvolle Informationen zu besonderen Veranstaltungsarten wie Messeauftritten (siehe Kapitel *5.3 Besonderheiten von Messeauftritten*), nachhaltigen/grünen Events (Kapitel *5.2 Nachhaltige Event- und Veranstaltungsorganisation/Grüne Events und Veranstaltungen*) und Charity, Social und Cultural Events (Kapitel *5.4 Charity, Social und Cultural Events*).
- Begriffserklärungen finden Sie im Glossar im Anhang dieses Buches sowie natürlich unter [www.wikipedia.de](http://www.wikipedia.de) oder der Suchmaschine Ihres Vertrauens.

Um Ihr Veranstaltungskonzept bereits im Vorfeld auf Schwachstellen prüfen zu können, erhalten Sie an den passenden Stellen in diesem Buch zusätzliche Planungshilfen (siehe beispielsweise Kapitel 2.8.2). Denn Schwachstellen einer Veranstaltung rechtzeitig aufzudecken und gegenüber Kunden und Vorgesetzten zu kommunizieren, gehört meiner Meinung nach zu den wichtigsten Aufgaben eines Veranstaltungsmanagers.

Kurz: Sie erhalten in diesem Buch zahlreiche Arbeitshilfen, Argumente und Anregungen für interessante, motivierende und informationsstarke Veranstaltungen, die Ihre Teilnehmer nachhaltig begeistern werden.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß und spannende Informationen bei Ihrer Lektüre und viel Mut und Kraft, das Gelernte in die Tat umzusetzen!

Herzlich, Ihre



PS: Ich empfehle Event-Quereinsteigern und den Leserinnen und Lesern, die sich Struktur in ihren Veranstaltungsprojekten wünschen, das Buch einmal komplett durchzuarbeiten. Wenn das Grundwissen vorhanden ist, können Sie auch direkt zu den jeweiligen Kapiteln, Arbeitshilfen und Checklisten springen (die Springer finden in den einzelnen Arbeitshilfen und Checklisten Querverweise zu ergänzenden Kapiteln, auf dessen Inhalten diese aufbauen).

Liebe Leserinnen und Leser, ich möchte Sie dazu motivieren, sich alle in diesem Buch veröffentlichten Checklisten und Arbeitshilfen anzueignen und diese auf Ihren jeweiligen Bedarf hin anzupassen. So können Sie sich das (Veranstaltungs-)Leben deutlich leichter machen und Zeit und Kosten bei der Planung und Organisation sparen.

Liebe Referentinnenkolleginnen und -kollegen, ich bitte Sie bei Nutzung herzlich um Nennung der Quelle!



**1.  
Überblick verschaffen,  
für Grundlagen sorgen**

Zum Einstieg einige Zahlen des Meeting- und Eventbarometers 2013:

- 2,97 Millionen Veranstaltungen fanden im Jahr 2013 in Deutschland statt, das ist ein Zuwachs von 9,2 Prozent gegenüber 2012!
- Diese Veranstaltungen wurden von insgesamt 362 Millionen Teilnehmern besucht (ein Zuwachs von 7,2 Prozent gegenüber 2012), 6,1 Prozent dieser Teilnehmer kamen aus dem Ausland.
- Die durchschnittliche Veranstaltungsdauer betrug 1,56 Tage.
- 66,1 Prozent der Veranstaltungen fanden in Tagungshotels statt, 20,7 Prozent in Veranstaltungszentren und 13,2 Prozent in Event-Locations.
- Bei 55 Prozent aller Veranstaltungen handelte es sich um Seminare, Tagungen und Kongresse, 10 Prozent machten Social Events aus, 8 Prozent Sport- und Kultur-Events, 8 Prozent Festivitäten wie Bankette und Jubiläen und 7 Prozent lokale Veranstaltungen. (Quelle: Meeting- & EventBarometer 2013, Copyright: EITW 2013 im Auftrag von EVVC, DZT und GCB)
- Rund zwei Drittel aller Veranstaltungen wurden direkt beim Anbieter gebucht. Unternehmen buchten sogar fast drei Viertel ihrer Corporate Meetings ohne die Einschaltung von Agenturen! (Quelle: Meeting- & EventBarometer 2012, Copyright: EITW 2012 im Auftrag von EVVC, DZT und GCB)

Umso wichtiger ist es, sicherzustellen, dass Veranstaltungen, die direkt und ohne die Beratungsleistungen von Event-Profis oder -Agenturen durchgeführt werden, dennoch mit dem erforderlichen Know-how geplant, organisiert und umgesetzt werden können!

Veranstaltungs- oder Eventmanager gilt als kreativer Traumberuf, das benötigte Fachwissen wird aber häufig unterschätzt. Kaum ein Beruf ist in seiner Zusammensetzung so vielfältig, verlangt so viel planerisches Talent und auch noch starke Nerven für einen perfekten Liveauftritt. Ist es nicht aufregend, monatelang auf ein Projekt hinzuarbeiten und dann auch den Erfolg unmittelbar erleben zu können (oder aber konkrete Hinweise für die Verbesserung bei Folgeveranstaltungen zu erkennen)?

Viele Einsteiger (und auch Chefs) haben allerdings gerade zu Beginn des Veranstaltungsprojektes eine noch eher ungenaue Vorstellung davon, was alles dazu gehört, um eine Veranstaltung oder ein Event wirklich zu managen. Beginnen wir daher mit einem Überblick über die Aufgabengebiete des Veranstaltungsmanagers und die wichtigsten Rahmendaten Ihrer Veranstaltung, damit Sie Ihr Projekt gleich professionell beginnen können:

### **Veranstaltung oder Event?**

Der Begriff ›Event‹ (das oder der) stammt – wie die meisten der Fachbegriffe der Veranstaltungsbranche – aus dem Englischen und bedeutet neben ›Veranstaltung‹ und ›Termin‹ auch ›Ereignis‹. Und damit wird deutlich, dass eine Veranstaltung sich zwar in der wörtlichen Übersetzung Event nennen darf, dieser Begriff jedoch durchaus auch irreführend sein kann: Nicht jede Veranstaltung ist ein Ereignis, kann oder will dies sein!

Als Events bezeichnet man in der Praxis einzigartige Veranstaltungen mit Erlebnisfaktor. In jedem Falle aber sollte ein Event ein positives, besonderes, unwiederbringliches Erlebnis für Ihre Teilnehmer sein!

Auch die Erwartungshaltung der Teilnehmer tendiert beim Besuch eines Events stärker in Richtung ›außergewöhnlich‹ und ›mit Spaß- bis Luxusfaktor‹. Hinter den Erwartungen der Teilnehmer zurückzubleiben, ist meist keine gute Idee – mit den Erwartungen zu brechen, kann hingegen eine ausgezeichnete Idee sein! Locken Sie daher in Ihrer Einladung nicht mit schillernden Begriffen zu Ihrer Veranstaltung, wenn sich dies nicht mit Ihren Veranstaltungswünschen und -zielen deckt.

### **Welche Veranstaltungen oder Events möchten Sie organisieren?**

Die Palette der Veranstaltungsarten umfasst beispielsweise

- private Feiern (Hochzeiten, Taufen etc.),
- religiöse Feste (Ostern, Weihnachtsfeiern etc.),
- Informationsveranstaltungen (Seminare, Tagungen, Kongresse etc.),
- Sportveranstaltungen (Fußballturniere, Marathons etc.),
- Kulturveranstaltungen (Konzerte, Lange Nacht der Museen etc.),
- anlassbezogene Firmenveranstaltungen (Grundsteinlegungen, Richtfeste, Einweihungsfeiern, Firmenjubiläen etc.),
- Marketingveranstaltungen (Kick-offs, Produktpräsentationen, Messen etc.),
- Mitarbeiterveranstaltungen (Teambuildings, Sommerfeste, Incentives etc.),
- Fortbildungsveranstaltungen (Trainings, Schulungen, Workshops etc.),
- Finanzveranstaltungen (Aktionärshauptversammlungen, Bilanzpressekonferenzen etc.),

um nur einige herauszugreifen. Jede Veranstaltung – auch wenn es sich um einen wiederkehrenden Anlass handelt – stellt den Veranstalter immer wieder vor neue und individuelle Herausforderungen!

Weitere Unterscheidungsmerkmale für Veranstaltungen liefert die Definition der gebräuchlichen Eventarten des FME Forum Marketing-Eventagenturen im FAMAB – Verband Direkte Wirtschaftskommunikation e.V. Unterschieden werden hier:

### **Corporate Events (B2B)**

Produkt-, Marken- und Unternehmensinszenierungen mit dem Ziel der Vermittlung von Informationen und der Veränderung/Festigung von Images, die sich vorwiegend an Kunden oder Mittler/Händler richten. (Produkteinführungen, Hauptversammlungen, Jubiläen etc.)

### **Mitarbeiter-Events**

Informationsvermittlung an/Motivation von Mitarbeitern eines Unternehmens und/oder dessen verbundenen Vertriebspartnern (Kick-offs, Incentives, Schulungsveranstaltungen, Verkaufstrainings etc.).

### **Public Events (B2P)**

Unternehmens-, Strategie-, Produkt- und Leistungspräsentationen für eine breite Öffentlichkeit mit dem vorrangigen Ziel der Imagesteigerung und Informationsvermittlung (Presse-Events, Unternehmensinszenierungen im öffentlichen Raum etc.).

### **Charity/Social/Cultural Events (B2P)**

CSC-Events dienen der Förderung eines gesellschaftlich relevanten Zwecks und richten sich an die Öffentlichkeit und/oder Multiplikatoren. Sie dienen nicht der Absatzförderung. (Eröffnungsveranstaltungen von Großereignissen, Fan-Feste, Ereignisse im öffentlichen Raum etc.)

### **Consumer Events (B2C)**

Erlebnisgestützte Produkt-, Marken-, Unternehmenseinführungen mit dem vorrangigen Ziel der Förderung des Absatzes von Konsumgütern oder Dienstleistungen an Endverbraucher (Roadshows, Promotions etc.)

### **Exhibition Events (B2B, B2C und B2P)**

Erlebnisorientierte Konzepte/Umsetzungen rund um Messebeteiligungen sowie Unternehmens-/NPO-initiierte temporäre Ausstellungen (Themenpavillons, Ideenparks, Messeinszenierungen).

## Beschreibung der Zielgruppen

### **Zielgruppe Business to Business**

B2B-Events wenden sich an eine definierte, geschlossene Zielgruppe, wie Geschäftspartner, Gesellschafter oder Mitarbeiter. Die Teilnehmer eines B2B-Events sind geladene Gäste. Mit B2B-Events wird primär das Ziel der Vermittlung von Informationen, aber auch die Förderung und Verbesserung von Unternehmens-, Marken- und Produktimage verfolgt. Direkte Absatzziele können, müssen aber nicht impliziert sein.

### **Zielgruppe Business to Consumer**

B2C-Events wenden sich an den Endverbraucher (Käufer/Konsumenten). Die Bekanntmachung von Marken und Produkten verbunden mit konkreten Absatzzielen sind Hauptmotivation für B2C-Events.

### **Zielgruppe Public**

B2P-Events zielen auf die breite Öffentlichkeit. Diese soll unmittelbar oder mittels Meinungsbildnern/Presse erreicht werden. Im Vordergrund von Public Events steht die Vermittlung von Images und Informationen. (Quelle: FME Forum Marketing-Eventagenturen im FAMAB e.V.)

## **1.1 Anforderungen an den Event- und Veranstaltungsmanager**

Die an Sie gestellten Aufgaben bei Veranstaltungen und Events sind so vielfältig wie die Veranstaltungen selbst. Je nach Art und Größe Ihrer Veranstaltung reicht Ihr Aufgabenspektrum von Projektmanagement über Expertise in Kreativleistungen, Veranstaltungstechnik und Eventrecht bis hin zu buchhalterischen Tätigkeiten. Natürlich müssen und werden Sie nicht in allen Bereichen Profi sein – Grundkenntnisse sind jedoch unerlässlich: um das Konzept zu schnüren, das Budget zu planen und Angebote sowie deren Umsetzung sorgfältig zu prüfen und zu überwachen. Es ist außerdem von entscheidender Bedeutung, ob Sie Ihr Projekt Veranstaltung als Einzelkämpfer bewältigen, auf die Kapazität eines Teams und/oder das Know-how von Veranstaltungsprofis zurückgreifen können oder gegebenenfalls auch externe Dienstleister in beratender Funktion nutzen können.

In jedem Fall müssen

- die Aktionen, Kosten, Abläufe und Einzelbausteine durchdacht und geplant,
- externe Dienstleister ausgewählt, geprüft und eingebunden,
- das für einen reibungslosen Ablauf benötigte Personal disponiert und geschult
- sowie alle Beteiligten und Erfüllungsgehilfen informiert, motiviert und am Laufen gehalten werden.

Im Ernstfall zaubern Sie als Veranstaltungsmanager auch noch einen funktionierenden Plan B aus der Tasche. Klingt das für Sie nach einer spannenden Herausforderung? Dann sind Sie hier richtig!

Zu den wichtigsten Eigenschaften des Veranstaltungsmanagers gehören daher

- Organisationstalent,
- Disziplin,
- Durchhaltevermögen,
- Liebe zum Detail,
- Teamfähigkeit,
- Kommunikationsfreude,
- Durchsetzungskraft,
- Delegationsfähigkeit
- und unbedingt auch die Fähigkeit, bei Stress klar zu denken und Probleme zu lösen.

### **1.1.1 Weiterbildungsmöglichkeiten und Inspirationsquellen**

Es ist gar nicht leicht und bedeutet viel Arbeit, den Teilnehmern immer etwas Neues bieten zu können! Daher ist es nur zu verständlich, dass viele Veranstaltungsmanager dazu neigen, das zu wiederholen, was in der Vergangenheit bereits erfolgreich war. Was in der Vergangenheit lief, kennen aber auch die Teilnehmer und überrascht diese nun nicht mehr – im schlimmsten Falle langweilen sie sich sogar.

Um aber neue Ideen entwickeln zu können, ist es hilfreich, sich Anregungen zu holen (jedoch nicht abzukupfern!). Da die Veranstaltungsbranche stets innovative Trends hervorbringt und es immer wieder spannende Entwicklungen gibt, ist es im eigenen Interesse des Veranstaltungsmanagers, sein Wissen permanent auf den aktuellen Stand zu bringen und zu erweitern. Hierzu sind unter anderem Event-Messen nützlich, da Sie sich hier vieles live anschauen können – von Event-Material über Künstler bis hin zu technischen Entwicklungen. Auch die Gespräche mit den Ausstellern,



Dienstleistern sowie anderen Besuchern können sehr interessant sein – vor allem, wenn Sie sich auf diese vorbereiten und Ihre Interessen im Auge behalten:

Bereiten Sie sich auf Ihren Messebesuch gründlich vor! Das Angebot auf Event-Messen ist groß, vielfältig und verwirrend. Sie wären nicht der erste, der nach seinem Messebesuch feststellt, das er nicht oder nur teilweise mit den Ausstellern in Kontakt kam, deretwegen er die Messe eigentlich aufgesucht hatte!

**Tipp**

Vorschläge für Ihre Messe-Vorbereitung:

- An welchen Gewerken (an welchem jeweiligen Handwerk) oder Dienstleistungen haben Sie aktuell Bedarf (zum Beispiel Catering, Technik, Agenturen, Künstler etc.)?
- Prüfen Sie die jeweilige Internetseite der infrage kommenden Messe(n) oder den Messekatalog: Welche Aussteller zu den von Ihnen gesuchten Branchen werden vor Ort vertreten sein? Welche kennen Sie noch nicht? Welche wollen Sie besuchen? Je nach deren Angebot und Ihren Fragen können Sie entweder feste Gesprächstermine vereinbaren oder sich erst einmal am Messestand ein Bild über das Angebot machen und dann vor Ort Kontakt aufnehmen.
- Hilfreich kann es auch sein, sich über die Internetseiten der Aussteller einen Überblick zu Angebot, Referenzen, Erfahrungen und Ähnlichem zu verschaffen.
- Lassen Sie ein Viertel Ihrer Messezeit möglichst unverplant, damit Sie entspannt Eindrücke sammeln und auch spontane Kontakte knüpfen können.