



Die erfolgreiche Vortragsveranstaltung

Kurt Steindl

Die erfolgreiche Vortragsveranstaltung

Sie planen eine Vortragsveranstaltung? In einem kleineren oder größeren Rahmen, mit einem oder mehreren Vortragsrednern? Wollen Sie der alleinige Veranstalter sein oder hierfür eine Kooperation eingehen? Soll es eine unternehmensinterne Veranstaltung sein oder eine öffentliche mit Eintrittsgebühren?

Eine wohl durchdachte Planung und eine gründliche Organisation werden dafür sorgen, dass aus dem Event eine erfolgreiche Veranstaltung wird. Diese Broschüre will Sie mit einer Reihe von nützlichen Praxistipps unterstützen.

Veranstaltungsziele

Bevor Sie mit der Detailplanung für die Veranstaltung beginnen, sollten Sie zunächst einmal die folgenden Punkte klären:

- Thema der Veranstaltung
- Gruppengröße
- Zielgruppe
- Veranstaltungstermin
- Veranstaltungsort
- Budget

Klären Sie für sich auch das Imageziel.

- Wie wollen Sie als Veranstalter wahrgenommen werden?
- Inwiefern trägt die Veranstaltung zu Ihrer eigenen Positionierung bei?
- Wie muss die Veranstaltung aussehen, damit sie diesem Ziel dient?

Eine absolute Klarheit über die Ziele der Veranstaltung ist notwendig, um das Programm in allen Punkten darauf abstimmen zu können.

Organisation

Aufgabenverteilung

Eine Veranstaltung kann man nicht so nebenbei auf die Beine stellen. Übernehmen Sie die Organisation nur, wenn Sie auch die benötigte Zeit dafür aufbringen können. Legen Sie exakt fest, wer im Zusammenhang mit der Veranstaltungsorganisation welche Aufgaben hat:

- Was machen Sie hausintern?
- Was übernehmen professionelle Agenturen?
- Was übernehmen andere Dienstleister?
- Was übernimmt das Hotel bzw. die Tagungsstätte?
- Welche Rolle spielen Sponsoren?
- Für welche Aufgaben sind Referenten, Trainer, Workshopleiter oder Moderatoren zuständig?

Erstellen Sie einen Arbeitsplan und einen Ablaufplan für alle an der Organisation und Durchführung Beteiligten.

Zeitraumen für die Planung

Eine Faustregel: Mit der konkreten organisatorischen Vorbereitung der Veranstaltung sollten Sie mindestens sechs Monate vorher beginnen. Mit der Suche nach geeigneten Referenten und dem Veranstaltungsort noch früher. Die Zeit wird Ihnen sonst zu knapp. Spätestens sechs Wochen vor der geplanten Veranstaltung sollten die Einladungen verschickt werden, damit Sie die Rückläufe rechtzeitig vorliegen haben.

Externe Dienstleister

Bei nahezu jeder Veranstaltung werden Sie mit externen Dienstleistern und Zulieferern zusammenarbeiten, denken Sie nur an die Tagungsstätte und an das Catering. Am Anfang steht die Entscheidung, in welchen Bereichen Sie Externe einsetzen, dann kommt es zur Abstimmung und schließlich zum Zusammenwirken in der Vorbereitung und Durchführung der Veranstaltung.

Wenn man bedenkt, wie komplex die Organisation und Durchführung von Veranstaltungen ist, kann es durchaus Sinn machen, mit Eventagenturen zusammen zu arbeiten. Solche Profis, die Tag für Tag Veranstaltungen planen, organisieren, durchführen und betreuen, können Ihnen sehr viel Arbeit abnehmen.

Webtipps: www.eventmanager.de, www.eventforum.de, www.eventagenturliste.de

Wenn Sie bei der Auswahl des passenden Referenten unsicher sind, können Sie auch die Dienstleistung einer Referentenagentur in Anspruch nehmen.

Webtipp: www.speakers-excellence.de

Weitere Webtipps zur Rednersuche: www.referenten.de, www.rednerhelfen.org

Webtipp für künstlerische Darbietungen: www.kuenstlerdienst.de

Denken Sie daran, einen professionellen Fotografen zu engagieren, damit Sie hochwertige Bilder von Ihrer Veranstaltung haben. Diese können Sie für künftige Einladungen, Presseaussendungen, für Ihre Website oder als Geschenk an die Teilnehmer der Veranstaltung nutzen.

Veranstaltungsbudget

Budgetrahmen

Klären Sie im Vorfeld, wie hoch das Ihnen zur Verfügung stehende Gesamtbudget ist bzw. wie viel pro Teilnehmer vorgesehen ist. Das Budget setzt den Rahmen, innerhalb dessen sich die Planung und Durchführung bewegen muss.

Ausgaben/Einnahmen

Bei vielen Veranstaltungen werden auch Einnahmen gemacht, durch

- Teilnahmegebühren,
- Die Vermietung von Werbe- und Ausstellungsflächen,
- Anzeigen oder Werbebeilagen in der Tagungsmappe,
- Sachsponsoring,
- den Verkauf von Büchern und anderen Publikationen usw.

Machen Sie also eine Gegenüberstellung von den zu erwartenden Kosten und den zu erwartenden Einnahmen. Gerade dann, wenn Ihre Veranstaltung einen Gewinn abwerfen soll, gibt Ihnen dies von vornherein wichtige Hinweise für die Veranstaltungsplanung. Die stets auf dem Laufenden gehaltene Übersicht dient zudem der permanenten Erfolgskontrolle für die aktuelle Veranstaltung und für die Planung künftiger Veranstaltungen.

Sponsoren

Manchmal kann es sinnvoll sein, sich Sponsoren für eine Veranstaltung zu suchen. Optimal ist es, wenn eine Win-Win-Situation entsteht. Wenn also der Sponsor Ihre Veranstaltung als geeignete Werbe-Plattform nutzen kann und Sie über den Sponsor an ein zusätzliches Budget für Ihre Veranstaltung kommen. Selbstverständlich sollte die Darstellung des Sponsors zu Ihrem Image passen und das Niveau Ihrer Veranstaltung erhöhen.

Kostenliste

Die Gesamtkosten einer Veranstaltung setzen sich aus vielen Einzelkosten zusammen, die bei jeder Veranstaltung unterschiedlich sind. In Ihre Kalkulation sollten Sie Kosten für folgende Posten mit einrechnen:

- Prospekte
- Einladungen
- Werbung
- Bürokosten (Telefon, Porto usw.)
- Tagungsmappen
- Pressemappen
- Veranstaltungsmaterial (Moderatorenkoffer, Pinwände, Flipcharts, Filzstifte, Namensschilder, Notizblöcke, Stifte usw.)
- Miete Tagungsraum plus Nebenräume und Equipment (Nebenkosten z.B. für Strom, Internetanschluss usw.)
- Dekoration
- Honorare und Spesen der Referenten und Moderatoren
- Honorare für Hostessen-Service, Security, Garderobe und andere Helfer
- Honorar für Fotografen
- Veranstaltungstechnik (Licht, Ton, Video, Beamer, Leinwand usw.) und technischen Support
- Rahmenprogramm für Unterhaltung wie Künstler, Musiker usw.
- Teilnehmerbewirtung
- Gästetransfer
- Geschenke für Referenten und Teilnehmergeschenke
- Honorar für externe Agenturen
- Versicherungen, Gebühren (GEMA u.a.m.), Rechtsberatung für Verträge.
- Für Unvorhergesehenes sollten Sie auf jeden Fall noch einen Puffer vorsehen.

Versteckte Kosten

Berücksichtigen Sie im eigenen Interesse und im Interesse Ihrer Teilnehmer auch versteckte Kosten.

- Klären Sie zum Beispiel die **Parkplatzgebühren** für sich und Ihre Gäste. Vielleicht wird man Ihnen auf Nachfrage hier entgegen kommen. Denken Sie daran, dass hohe Parkgebühren Ihre Teilnehmer verärgern können. Und Sie wollen sicher nicht, dass Ihre Gäste mit einer solchen negativen Erinnerung nach Hause gehen.
- Bedenken Sie auch das Thema **Garderobe**: Wer übernimmt die Kosten hierfür und was kostet dieser Service?
- Regeln Sie schon im Vorfeld, was **kleine Bürotätigkeiten am Veranstaltungstag**, die fast immer anfallen, kosten. Zum Beispiel Kopien, Faxe, kleine Sekretariatsdienste oder Telefonate.
- Prüfen Sie beim Hotel auch die Möglichkeit und die Kosten für Late-Check-Outs für Referenten oder besonderes wichtige Gäste.

Veranstaltungseckdaten

Zielgruppe

Überlegen Sie sich, wer Ihre primäre Zielgruppe ist. Sind es Mitarbeiter eines bestimmten Unternehmens, Geschäftspartner, Kunden? Oder wollen Sie eine offene Weiterbildungsveranstaltung anbieten? Wenn Sie ein klares Bild Ihrer Zielgruppe haben, können Sie sich eine Vorstellung von den Erwartungen Ihrer Zielgruppe machen. Die Zufriedenheit der Veranstaltungsteilnehmer stellt die Messlatte für Ihren Veranstaltungserfolg dar. Ihre Besucher müssen sich wohl fühlen und das bekommen, wofür sie gekommen sind – oder vielleicht sogar noch ein bisschen mehr.

Veranstaltungsgröße

Bildungsereignisse können in verschiedensten Größenordnungen stattfinden. Zu der Planung einer Veranstaltung zählt deshalb auch das frühzeitige Festlegen einer Gruppengröße.

Veranstaltungstermin

Bei der Planung ist einer der wichtigsten ersten Punkte der Termin. Bei der Auswahl sollten Sie berücksichtigen: Ferientermine, Feiertage, Brückentage, Messetermine, Sportereignisse (WM, EM, Olympia usw.), Großveranstaltungen am Veranstaltungsort, u.U. innerbetriebliche Termine.

Webtipps: www.verreisen.de, www.schulferien-termine.de, www.ferien-planer.de, www.messecenter.de,
www.auma.de

Veranstaltungsort

Wenn Sie eine Entscheidung über die wesentlichen Ziele der Veranstaltung getroffen haben, legen Sie den Veranstaltungsort fest. Entscheiden Sie, wo die Veranstaltung stattfinden soll. Dabei spielt die Attraktivität des Ortes (Freizeitmöglichkeiten, Flair ...) eine Rolle, natürlich auch seine Erreichbarkeit (Autobahnnähe ...), bei Firmenveranstaltungen die Entfernung vom Unternehmenssitz. Bietet der Ort passende Räumlichkeiten (Hotel, Kongresszentrum ...) und passt der Ort zu dem Veranstaltungsziel.

Webtipps für die Routenplanung für Sie selbst und als Service für die Teilnehmer:
www.map24.de, www.stadtplan.net

Veranstaltungslocation

In erster Linie werden Sie klären, ob ein von der Größe her passender Vortragsraum und gegebenenfalls geeignete Nebenräume verfügbar sind. Entspricht die Location Ihren Qualitätsanforderungen (Hotelkategorie ...)?

Hier spielen folgende Punkte eine wichtige Rolle:

- Attraktivität der Veranstaltungsstätte
- Verfügbarkeit von ausreichend Parkplätzen
- Verkehrsanbindung
- Standard der sanitären Anlagen (Anzahl der Toiletten ausreichend?)
- Catering-Möglichkeiten

Ferner gilt es zu klären, welche Ausstattung und welche Technik vor Ort vorhanden sind. Und auch hier wieder die wesentliche Frage: Passt die Veranstaltungsstätte zum Veranstaltungsziel (Imagewirkung!)? Last but not least: Passt das Preisniveau?

Tipp: „schüller´s tagungsplaner.de“, Kurt Schüller Verlag, ein Praxis-Handbuch für Veranstaltungsplaner mit über 1.400 empfehlenswerten Tagungsstätten in Deutschland. Auch die Website bietet jede Menge Nützliches rund um Veranstaltungen und Suchmöglichkeiten für Hotels, Locations, Dienstleistern usw.: www.tagungsplaner.de.

Webtipps für die Suche nach geeigneten Locations: www.tagungshotels.de, www.toptagungshotels.de,
www.hotel.de

Referent(inn)enauswahl

(im Folgenden ist der sprachlichen Einfachheit halber nur die männliche Form und die Einzahl gewählt)

Seien Sie kritisch

Der Erfolg Ihres Bildungsevents steht und fällt mit der Auswahl des Referenten. Neben der fachlichen Kompetenz zählt die Fähigkeit des Referenten, die Teilnehmer durch die Art des Vortrages und der Wissensvermittlung zu fesseln. Es ist deshalb ratsam, bei der Auswahl des Referenten sehr genau hinzuschauen.

Profitieren Sie von den Besten

Der Referentenmarkt ist breit gefächert. Ihre Aufgabe ist es, aus der Masse der Kandidaten den für Ihre Veranstaltung passenden Redner auszuwählen. Getreu dem Motto „Von den Besten profitieren“ sollten Sie Referenten in die engere Wahl ziehen, die zu dem von Ihnen festgelegten Thema das größte Know-how haben und die als Experten und Top-Referenten in der Branche einen guten Ruf haben. Nutzen Sie für Ihre Suche das Internet und gehen Sie Empfehlungen nach. Sprechen Sie rechtzeitig potenzielle Referenten an, denn gute Leute sind langfristig ausgebucht.

Wählen Sie den für den Anlass passenden Redner

Nehmen Sie Kontakt mit den in Frage kommenden Kandidaten auf. Fragen Sie, auf welchem Themengebiet sich der Redner selbst als Spezialist sieht, fragen Sie nach einer eventuellen Ausrichtung auf eine bestimmte Zielgruppe. Es ist von großem Vorteil, wenn der Referent selbst aus der Praxis der von Ihnen definierten Zielgruppe kommt – z.B. ehemaliger Hotelmitarbeiter, Verkäufer, Manager, Banker, ... ist. Erkundigen Sie sich beim Referent auch danach, bei welchen Veranstaltungen er überwiegend auftritt. Referiert er eher in Kleingruppen oder eher auf Großveranstaltungen. Bringen Sie in Erfahrung, ob der Referent eher ein Impulsgeber (überwiegend auf Großveranstaltungen) oder eher ein Begleiter (in Seminaren und Workshops) ist.

Denken Sie bei der Auswahl des Referenten immer an Ihre Zielgruppe und stellen sie sich die Frage, welche Wirkung er wohl auf sie hat, denn sie soll der Referent erreichen und begeistern.

Prüfen Sie Qualifizierung, Expertenstatus und Soft Skills

Machen Sie sich ein Bild von der Qualifizierung der ins Auge gefassten Referenten. Die Qualifizierungswege der Redner sind vielseitig. Erkundigen sie sich deshalb bei jedem nach seinem Ausbildungsweg (Abschlüsse, Zertifikate, eigene Weiterbildungsmaßnahmen).

- Hat der Referent Expertenstatus im entsprechenden Fachgebiet?
- Geht er selbst den Weg des lebenslangen Lernens?
- Gibt es Veröffentlichungen von ihm (Bücher, Studien, Fachartikel)?
- Welchen Eindruck gewinnen Sie über seinen Internetauftritt?
- Welche Trainings- und Praxiserfahrungen in seinem speziellen Themengebiet kann er vorweisen?
- Kann er darauf verweisen, Vorträge bei anderen Veranstaltungen mit einem ähnlichen Schwerpunkt gehalten zu haben?

Lassen Sie sich Referenzen nennen und nehmen Sie ruhig Kontakt zu den angeführten Kunden auf und fragen Sie diese nach den Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit diesem Referenten.

Bitten Sie um ein kurzes Exposé des Vortrags. Das gibt Ihnen einen besseren Eindruck über die Inhalte des Vortrags und ist für Sie eine wertvolle Entscheidungshilfe. Wenn Sie den Referenten dann engagieren, kann das Exposé für die Presseinformation und Teilnehmerwerbung verwendet werden.

Verschaffen Sie sich einen Eindruck vom persönlichen Stil des Referenten

Wichtig sind Authentizität und Glaubwürdigkeit. Der Referent sollte auf jeden Fall eine positive Lebenseinstellung ausstrahlen und eine Begeisterung für die aktive Weitergabe von seinem Wissen und Erfahrungsschatz mitbringen.

Was Sie auf keinen Fall wollen, ist ein Referent, der auf plumpe Weise seine Firma, sein neues Produkt oder seine Beratungsleistung verkaufen will. Ebenso wenig wollen Sie jemanden, der arrogant oder besserwisserisch auftritt.

Um ein wirklich gutes Gespür für den Referenten zu bekommen, sollte sie den Referenten vor Vertragsabschluss persönlich kennen lernen. Nutzen Sie, wenn möglich, einen Termin, an dem Sie ihn in Aktion, sprich während einer Veranstaltung, erleben. So können Sie sich den besten Eindruck verschaffen von den inhaltlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen.

Informieren Sie sich ebenfalls über die Formen der eingesetzten Medien, denn zum Infotainment und zur abwechslungsreichen Gestaltung eines Bildungsevents ist eine Medienvielfalt von Vorteil (Flipchart,

Oberhead, Beamer ...) Außerdem lebt ein guter Vortrag von praktischen Beispielen, bildhafter Sprache und Vergleichen, rhetorischen Fragen, Humor, verblüffenden Fakten usw. Interessante Sachinformationen sind wichtig, einprägsam wird das Vorgetragene, wenn es mit Spaß verbunden ist und Unterhaltungswert hat.

Treffen Sie eine schriftliche Honorarvereinbarung

Was die Höhe des Honorars betrifft, kommt es darauf an, wie der Referent seinen Marktwert einschätzt und wie er sich selbst verkauft, welchen Bekanntheitsgrad er hat und wie sehr er nachgefragt ist. Achten Sie bei der Honorarvereinbarung darauf, was wirklich alles im Preis enthalten ist. Eine genaue Aufschlüsselung ist empfehlenswert. Besprechen Sie auch die Regelung der Reisekosten und Spesen, regeln Sie die Unterbringung, falls die Anreise vor der Veranstaltung erfolgt.

Machen Sie ein Briefing mit dem Referenten

Nehmen Sie sich Zeit für das Briefing des Referenten. Wenn es nicht möglich ist, mit ihm persönlich zu sprechen, sollten Sie aber auf jeden Fall telefonisch oder schriftlich besprechen, was Sie von ihm erwarten und welche Rolle er spielen soll. Sprechen Sie im Vorfeld ausführlich mit dem Referenten über das Veranstaltungsziel, die Unternehmensziele sowie die Unternehmensphilosophie.

Informieren Sie den Referenten über den Teilnehmerkreis:

- Was sind Erfahrungen und Kenntnisse, Probleme und Wünsche und mögliche Vorbehalte und Motive der Teilnehmer?
- Informieren Sie den Referenten bei einer unternehmensinternen Veranstaltung auch über etwaige Misstimmungen bzw. Probleme im Unternehmen. Je besser Sie den Referenten informieren, desto besser kann er sich auf Ihr Publikum einstellen.
- Besprechen Sie die Arbeitsformen und den genauen Ablauf.
- Stimmen Sie mit dem Referenten auch die notwendige Ausstattung der Räumlichkeiten und die benötigten technischen Hilfsmittel (Beamer etc) ab. Diese inhaltliche Abstimmung und Strukturierung ist außerordentlich wichtig für das Gelingen der Veranstaltung.
- Treffen Sie eine exakte Absprache über die Länge des Vortrages und sprechen Sie mit dem Referenten auch über Hilfen für die Einhaltung des Zeitlimits am Veranstaltungstag. Bewährt hat sich zum Beispiel eine große, gut erkennbare Uhr (ca. 25 cm Durchmesser, Bahnhofsuhr!), die nur für den Referenten sichtbar (z.B. seitlich am Boden auf der Bühne) platziert wird und auf die er unauffällig schauen kann (schaut der Referent auf seine Armbanduhr, machen es ihm alle Teilnehmer nach und sind abgelenkt).

Eine weitere Möglichkeit: Jemand, der in der ersten Reihe sitzt und ein Tischflipchart DIN A4(ähnlich einem nach außen umgebogenen Ringordner) auf dem Schoß hält, bei dem er/sie in den letzten 15 Minuten jeweils die Zahlen von 15 bis 0 (groß auf weiße Blätter gedruckt und in Klarsichthüllen gesteckt) umblättert und damit dem Redner das Zeitlimit vor Augen führt.

Einkaufstipp: Im Bürohändler als Tischflipchart (Flipchartmappe für Tischpräsentationen) erhältlich, z.B. bei www.schoenherr.de.

Gute Referenten halten sich von selbst an die Zeitvorgaben. Mit den heutigen technischen Hilfsmitteln kann der Referent zum Beispiel auf seinem Computer die offene Sprechzeit anzeigen lassen.

Veranstaltungsräumlichkeiten

Ansprüche an die Räumlichkeiten

Prüfen Sie die Qualität des Vortragsraums:

- Wie ist die Ausstattung
- die Möblierung
- gibt es Tageslicht
- wie sind die Belüftung und Klimatisierung
- die Geräuschkämmung
- die Verdunklungsmöglichkeiten
- die technischen Anschlüsse (Strom, Internet, Telefon usw.)
- Ist die gewünschte Bestuhlungsanordnung möglich.
- Achten Sie auf Säulen und andere Sichtbehinderungen.
- Ist eine Bühne, ein Podium, ein Pult vorhanden?

Vergessen Sie nicht, dass Sie möglicherweise für Ihre Veranstaltung auch Nebenräume benötigen. Zum Beispiel für Gruppenarbeiten oder Diskussionen, zum Abstellen oder Lagern von Unterlagen und Material, als Aufenthalts- und Arbeitsraum für Referenten oder Teilnehmer.

Bestuhlungsordnung und Raumaufteilung

Für größere Vortragsveranstaltungen werden Stuhlreihen oder die Variante Parlament (mit Tischen) angesagt sein. Bei kleineren Gruppen bis ca. 30 Personen, sind Einzeltische mit jeweils ca. 6 Personen eine gute Möglichkeit, gerade dann wenn der Vortrag auch Gruppenarbeitselemente einschließt. Die Tische

und Stühle sollten hierbei so ausgerichtet sein, dass jeder Teilnehmer gut nach vorne sehen kann (s. Bestuhlungsplan in der Anlage). Der Vorteil gegenüber der U-Form: Diese Anordnung ist förderlich für die Interaktion zwischen den Teilnehmern, weil sie sowohl den Blick- als auch den Kommunikationskontakt gewährleistet. Vermeiden Sie auf jeden Fall so enge Bestuhlungen im Veranstaltungsraum, bei denen andere Teilnehmer gestört werden, wenn einer aufsteht und hinausgeht. Ein Hinweis für die Anordnung der Leinwand: Immer wieder wird die Leinwand in der Mitte der Bühne aufgestellt und der Referent steht seitlich davon. Die bessere Lösung: Die Leinwand seitlich aufstellen; das rückt den Redner in den Mittelpunkt.

Ist von der Gruppengröße her eine Mikrofonanlage notwendig, ist ein Ansteckmikrofon oder Headset-Mikrofon einem Pult- oder Handmikrofon vorzuziehen, weil der Redner dann Bewegungsfreiheit hat.

Wenn Overhead- oder Powerpoint-Folien an die Leinwand geworfen werden, sollte ein Laptop (oder ein Rückmonitor) so auf einem Tisch oder einem Pult aufgestellt werden, dass der Redner seine eigenen Folien sehen kann, ohne sich von seinem Publikum wegzudrehen.

Vertragliche Vereinbarungen schriftlich festhalten

Lassen Sie sich vom Vermieter des Veranstaltungsortes ein Tagungspaket anbieten. Damit fahren Sie in der Regel günstiger, als wenn Sie die verschiedenen Leistungen einzeln einkaufen. Prüfen Sie genau, ob alle Posten enthalten sind, die Sie benötigen. Oft gibt es Leistungen, die später dann aber als Extra bezahlt werden müssen.

Beachten Sie die Stornierungsfristen und die Stornogebühren. Vertrauen Sie nicht auf mündliche Zusicherungen, lassen Sie sich diese lieber schriftlich bestätigen.

Lassen Sie sich auch den genauen Tagungsraum am besten vertraglich zusichern.

- Wie viel Zeit gewährt man Ihnen zum Auf- bzw. Abbau? Achten Sie darauf, dass diese Zeit im Preis eingeschlossen ist.
- Wird ein Aufbauservice angeboten? Wenn ja, zu welchem Preis?
- Klären Sie, ob Verbrauchsmaterialien wie Overheadfolien, Stifte, Flip Chart Blätter usw. im Preis inbegriffen sind.

Für eine reibungslose Zusammenarbeit sorgen

Es ist von Vorteil, wenn Sie einen festen Ansprechpartner haben: Vom Vorgespräch über die Planung bis zum Nachgespräch bzw. der Klärung der Rechnung. Stellen Sie sicher, dass sie auch während Ihrer Veranstaltung einen Ansprechpartner haben.

Wünschenswert ist ein Vertragspartner, der flexibel ist und sich gerne nach Ihren Wünschen und Bedürfnissen richtet. Zum Beispiel bei der Einhaltung von Pausen- und Essenszeiten, bei zusätzlichem oder reduziertem Raumbedarf oder beim schnellen und unkomplizierten Ergänzen der Technik.

Besprechen Sie Ihre Wünsche für das Anbringen von Firmenbannern und Postern am Haus, im Foyer und am Eingang vom Veranstaltungsraum. Wie wollen Sie es mit Displays und der Dekoration handhaben?

Beliebt sind Bücherstände, an denen die Besucher die Bücher der Referenten durchblättern bzw. kaufen können (evtl. Kooperation mit lokalen Buchhändlern). Klären Sie, wo diese aufgebaut werden können.

Knackpunkt Tagungstechnik

Legen Sie rechtzeitig fest und teilen Sie mit, welche Technik im Tagungsraum benötigt wird, z.B.

- Videoplayer
- Overheadprojektor
- Beamer mit ausreichend langem Anschlusskabel für Laptop
- Fernbedienung
- Leinwand
- Laserpointer
- Standmikrofon/drahtloses Mikrofon
- CD-Player
- usw.

Achten Sie darauf, dass diese Technik modern und funktionsfähig ist und zur Not Ersatz bereit steht. Klären Sie schon vorab, was passiert, wenn etwas mit der Technik am Veranstaltungstag nicht funktioniert. Wer hilft während der Veranstaltung bei technischen Pannen oder wenn Fragen mit der Bedienung auftauchen?

Sicher werden die meisten Trainer ihren eigenen Laptop mitbringen. Wünschenswert ist es, einen Ersatzlaptop bereitzuhalten, auf den im Notfall Daten per USB-Stick übertragen werden können. Wenn zu einem Powerpoint-Vortrag nicht nur Bilder, sondern auch vertonte Filmsequenzen gehören, sollten diese

auch mit Ton abgespielt werden können, das heißt es muss eine Verbindung vom Laptop zur Lautsprecheranlage hergestellt werden können (Klinker-Stecker).

Wollen Sie den Teilnehmern während der Veranstaltung öffentliche Internetzugänge zum Surfen und Mailabrufen zur Nutzung anbieten? Wenn ja, stellen Sie sicher, dass diese bereitgestellt werden.

Teilnehmerverpflegung

Was gibt es zu essen und zu trinken?

Die Teilnehmerverpflegung ist für das Wohlbefinden und die Stimmung Ihrer Gäste besonders wichtig. Überlegen Sie, was wann wo angeboten werden soll.

- Welche kalten und warmen Getränke gibt es?
- Wo werden die Getränke angeboten?
- Gibt es ein Begrüßungsgetränk? Wann gibt es die Erfrischungsgetränke – auch am Platz oder nur in den Pausen?
- Gibt es Getränkekühler?
- Wie oft werden Getränke aufgefüllt? (Bei der Vereinbarung zu beachten: Sind die Getränke im Angebot enthalten?)
- Was gibt es zu essen?
- Was gibt es zum Essen zu trinken? (Welche Getränke sind für die Teilnehmer im Preis eingeschlossen?) „Out“ sind große Menüs zum Mittagessen. „In“ sind Buffets und so genanntes Brainfood, also nicht belastendes Essen für die geistige Fitness.

Achten Sie auf eine leichte und vitaminreiche Kost, so dass Ihre Teilnehmer frisch und munter bleiben. Bieten Sie auch frisches Obst für zwischendurch an. Denken Sie daran, dass es Vegetarier gibt und stellen Sie sicher, dass auch diese entsprechend versorgt sind.

Wie und wo wird das Essen eingenommen?

Ob Sie sich für ein Buffet oder ein Menü entscheiden, hängt u.a. von den Zielen Ihrer Veranstaltung ab. Wenn die Kommunikation und das Networking im Vordergrund stehen, sind Buffets gut geeignet, weil sich dabei vermehrt Kontaktmöglichkeiten ergeben. Natürlich spricht für ein Buffet auch, dass jeder sich nach seinem eigenen Geschmack bedienen kann.

Überlassen Sie Ihren Gästen die Entscheidung, ob sie beim Essen stehen oder sitzen wollen. Bieten Sie, wenn möglich, beide Möglichkeiten an. An Stehtischen lassen sich ungezwungener Gespräche führen und es ist leichter zu zirkulieren. Auf jeden Fall ist es von Vorteil, wenn Ihre Gäste in einem separaten Raum oder zumindest in einem abgetrennten Bereich essen können und unter sich bleiben können.

Sprechen Sie im Voraus die Zeiten ab, zu denen ein Buffet bereit stehen soll bzw. wann ein Menü serviert werden soll. Eine geschickte Auslegung des Buffets vermeidet unangenehm lange Schlangen.

Einladung und Werbung

Genug Zeit einplanen

Denken Sie daran, entsprechende Werbemaßnahmen rechtzeitig zu planen und auch durchzuführen. Wenn Sie gedruckte Einladungen verschicken wollen, bedenken Sie die benötigten Zeiten für Layout, Druck und Versand. Natürlich müssen zum Zeitpunkt der Drucklegung alle Informationen feststehen (Titel, Motto, Location, Referent(en), ggf. Moderator, Zeiten ...) Als Faustregel gilt, dass Einladungen ca. sechs Wochen vor der Veranstaltung erfolgen sollen.

Alle Kommunikationskanäle nutzen

Werben Sie wirkungsvoll für Ihre Veranstaltung auf Ihrer Website, auf Plakaten, mit Anzeigen, mit einem Hinweis zu Rechnungen und Ihrem allgemeinen Schriftverkehr. Verschicken Sie gezielt Einladungen an potenzielle Teilnehmer. Verwenden Sie nur gepflegte Adressen. Nichts kommt nachlässiger an, als unkorrekte Schreibweisen des Namens und der Adresse.

Mit der Einladung informieren Sie die Teilnehmer über alle wichtigen inhaltlichen Punkte Ihrer Veranstaltung. Die Aufmachung der Einladung, der Ton des Textes, die gewählte Form (Brief, Karte, E-Mail, Anruf) vermitteln dem Empfänger zudem einen Eindruck von der Art der Veranstaltung und wecken im Idealfall sein Interesse.

Kombinieren Sie Einladungen per E-Mail, persönliche und schriftliche Einladungen, um einen möglichst hohen Rücklauf zu bekommen. Achten sie allerdings darauf, trotz allem nicht aufdringlich zu wirken. Machen Sie das Antworten leicht, indem Sie der Einladung eine Antwortkarte, ein Anmeldeformular beifügen.

Nach Eingang der Anmeldung werden Sie den Teilnehmern die Reservierungsbestätigung und die Rechnung (bei Veranstaltungen gegen Eintritt) zusenden bzw. die Bestätigung über die Abbuchung der Kosten. Bis zum Schluss wird es Wünsche, Fragen oder Änderungen der Teilnehmer geben, auf die Sie zeitnah reagieren sollten.

Immer mehr Teilnehmer erwarten die Möglichkeit, sich auch online für eine Veranstaltung anmelden zu können. Verweisen Sie deshalb in allen Medien auf die Präsentation Ihrer Veranstaltung im Internet und die Anmeldemöglichkeit dort.

Auch Medienvertreter und VIPs einladen

Überlegen Sie, wenn Sie außerdem über Ihre Veranstaltung informieren bzw. einladen wollen:

- Medienvertreter von Presse, Hörfunk, TV, Fachzeitschriften
- VIPs von Verbänden, politischen Institutionen
- Lieferanten
- Geschäftspartner usw.

Gerade Prominente und VIPs sind meist sehr langfristig verplant und sollten sehr frühzeitig informiert werden mit der Bitte, sich den Termin freizuhalten.

Sich mit dem/den Kooperationspartner(n) abstimmen

Wenn Sie die Veranstaltung gemeinsam mit einem oder mehreren Kooperationspartner zusammen anbieten, stimmen Sie ab, wer wen wie einlädt und informieren sie sich laufend gegenseitig über die Resonanz.

Laufend Rückläufe auswerten

Werten Sie permanent die Rückläufe zu den Einladungen aus, damit Sie merken, wenn diese hinter den Erwartungen zurück bleiben. Dann können Sie gegebenenfalls noch mit Änderungen reagieren. Haben Sie am besten dafür schon Alternativlösungen in der Schublade. Wenn Sie die Rückmeldeliste am Computer pflegen, kann daraus direkt vor der Veranstaltung die Teilnehmerliste werden.

Veranstaltungsunterlagen

Was echten Nutzen bringt

Tagungsunterlagen, die an die Veranstaltungsteilnehmer in der Regel zu Beginn ausgegeben werden, dienen der Image-Pflege des Veranstalters und sollen dem Teilnehmer einen echten Zusatznutzen - Orientierung am Veranstaltungstag und späteres Nachschlagen von Informationen - bringen.

Achten Sie darauf, dass Form, Stil, Design und Qualität des Inhalts zu Ihrem Image passen (Corporate Identity!) und in Ihrem Sinne positiv nachwirken können. Gestalten Sie die Unterlagen sowohl von der Optik als auch von den Inhalten her so, dass man sie immer wieder gerne zur Hand nimmt. Vermeiden Sie unbedingt, in die Unterlagen vor allem Werbung und PR-Material zu stecken.

Was praxistauglich ist

Ganz normale standfeste DIN A4 Ordner haben sich für Veranstaltungsunterlagen bewährt. Die Ordner sollten nur zwei Ringe haben und ausreichend dick sein, damit die Teilnehmer später auch noch Ergänzungen hinzuheften können.

Beschriften Sie den Ordner auf der Frontseite mit dem Titel, Logo und Datum der Veranstaltung, dasselbe in Stichworten auch auf dem Orderrücken. Personalisierte Ordner, also Ordner, auf denen jeweils der Name des Teilnehmers steht, kommen immer sehr gut an. Der Ordner sollte übersichtlich gegliedert sein, zum Beispiel durch Inhaltsverzeichnis, Register, farbige Blätter. Lassen Sie bei allen bedruckten Blättern einen ausreichend breiten Rand und denken Sie auch daran, leere Blätter für eigene Notizen einzufügen.

Planen Sie ausreichend Zeit für das Gestalten und Zusammenstellen des Veranstaltungsordners ein. Die Beiträge müssen eingeholt, die Unterlagen gedruckt bzw. kopiert und in die Ordner eingelegt werden. Rechnen Sie bei der Stückzahl eine Reserve ein für Nachzügler, zum Archivieren, für künftige Interessenten usw.

Über die Vorträge und die Vortragsredner

Wenn möglich, sollte der Tagungsordner Kopien der Vortragsfolien bzw. ein Handout der Powerpoint-Präsentation(en) enthalten. Vereinbaren Sie mit den Referenten einen Termin für die Abgabe der Vorlagen und lassen Sie sich die Veröffentlichungsrechte zusichern.

Bieten Sie den Referenten an, ihnen per E-Mail ein digitales Logo Ihres Unternehmens oder Ihrer Veranstaltung zuzuschicken, damit sie dieses in die Powerpoint-Präsentation einpflegen können.

Die Teilnehmer lesen gerne Hintergrundinformationen zu den Referenten nach. Nehmen Sie deshalb möglichst Kurzprofile der Referenten (Lebenslauf, Persönlichkeit, Tätigkeitsfelder, Expertenpositionierung) mit auf (von den Referenten einholen). Fotos der Referenten machen es leichter, sich später an die Vorträge zu erinnern. Hinweise auf ergänzendes und vertiefendes Material, wie Websites, Magazine, Bücher sollten von den Referenten geliefert werden. Auch Sie als Veranstalter können Buch-Tipps zum Tagungsthema nennen.

Was außerdem nicht fehlen sollte

- Präsentieren Sie sich selbst als Veranstalter in den Unterlagen mit einem Prospekt oder einer Imagebroschüre. Die vollständige Adresse und Telefonnummer sollte leicht zu finden sein.
- Wenn Sie Sponsoren haben, sollten diese unbedingt auch in den Unterlagen gut sichtbar präsentiert werden. Natürlich darf ein ausdrücklicher Dank nicht fehlen.
- Ganz wichtig zur Orientierung der Teilnehmer ist ein Ablaufplan der Veranstaltung, aus dem klar hervorgeht, wann was wo stattfindet, und Hinweise auf Pausen und Mahlzeiten (angeben was im Preis inbegriffen ist).
- Fügen Sie gegebenenfalls bei großen Veranstaltungen einen Raumplan für das Tagungszentrum ein.
- Wenn Sie bestimmte Serviceleistungen (Fax senden/empfangen, Internetzugang/Abrufen und Versenden von E-Mails) anbieten, beschreiben Sie diese ebenfalls in den Veranstaltungsunterlagen.
- Erwähnen Sie das Veranstaltungs-Sekretariat, wenn es eines gibt.
- Für das Networking macht eine Teilnehmerliste Sinn. Beachten Sie hierbei die Regelungen des Datenschutzes.

Zusätzliche Teilnehmergechenke

- Willkommen sind Notizblöcke mit Stiften (evtl. mit Logo des Veranstalters), die auf den Plätzen liegen.
- Pfefferminzbonbons, Traubenzucker oder ein Erfrischungstuch sind kleine Aufmerksamkeiten, die die Teilnehmer erfreuen.
- Verschenken Sie vielleicht auch eine Kleinigkeit, die einen Bezug zum Veranstaltungsort oder zum Thema der Veranstaltung hat und die dafür sorgt, dass die Veranstaltung in guter Erinnerung bleibt.

Machen Sie im Organisationsteam ein Brainstorming, um Ideen hierfür zu sammeln.

Ablauf und Durchführung der Tagung

Veranstaltungsaufbau

Planen Sie Ihre Veranstaltung vom Aufbau her.

- Aus welchen Programmpunkten setzt sich die Veranstaltung zusammen?
- In welcher Abfolge?
- Was ist der/sind die Höhepunkt(e) der Veranstaltung?

Vermeiden Sie es, einen Vortrag ohne Unterbrechung an den nächsten zu reihen. Lassen Sie am Ende der Vorträge Fragen zu; das sorgt für Abwechslung. Wenn Sie die einzelnen Elemente mischen und die Arbeitsformen variieren, können Sie die Veranstaltung auflockern und lebendiger gestalten. Mit unterschiedlichen und anregenden Methoden können die Teilnehmer leichter an die Inhalte herangeführt werden.

Einzelreferate von mehr als ca. 45 Minuten am Stück überfordern leicht das Aufnahmevermögen der Zuhörer. Eine Auflockerung bringen auch Überraschungsgäste, die mit einem kurzen Interview vorgestellt werden.

Moderator

Wenn Ihre Veranstaltung mehrere Programmpunkte umfasst, z.B. mehrere Vorträge, Fragerunden, Unterhaltungseinlagen, sollten Sie unbedingt einen Moderator haben, der durch das Programm führt.

Klären Sie rechtzeitig, ob das ein Mitarbeiter Ihrer Organisation übernehmen wird oder ein professioneller Moderator. Der Moderator begrüßt, kündigt die Referenten an, schafft Überleitungen, gibt organisatorische Hinweise und übernimmt die Gesprächsleitung in Diskussionen. Er fordert die Teilnehmer auf, Fragen zu stellen, hält Störer im Zaum, und nimmt gegebenenfalls die Schärfe aus der Diskussion. Er gibt Zusammenfassungen der Gesprächsergebnisse und zieht am Ende ein Fazit.

Pausen

Sorgen Sie für ausreichend Pausen zwischen den einzelnen Programmpunkten. Nach ungefähr zwei Stunden Veranstaltung ist es Zeit für eine längere Pause, in denen die Teilnehmer aufstehen, sich bewegen und etwas trinken können. Sind solche Pausen überfällig, führt dies zu erhöhter Unaufmerksamkeit und Unruhe der Teilnehmer.

Es ist wichtig, zu überlegen, wo die Teilnehmer sich in den Pausen aufhalten sollen und Bereiche zu kennzeichnen, wo geraucht werden darf und NUR dort Aschenbecher aufzustellen.

Am schönsten ist es, wenn man sich in einem angenehmen, großzügigen Raum mit Tageslicht, im Sommer vielleicht sogar auf einer Terrasse oder in einem Garten aufhalten kann. Kommunikative Pausen sind wichtig für das Networking der Teilnehmer. Vielleicht mögen Sie sogar am Rande der Veranstaltung einen extra Raum oder einen Bereich im Foyer mit Tischen und Stühlen für ad hoc Gespräche zu zweit oder in kleiner Runde anbieten. Wenn die Teilnehmer Namensschildchen tragen, ist das sehr förderlich für das Networking.

Zeitmanagement

Achten Sie auf ein strenges Zeitmanagement, also dafür, dass die vorgesehenen Zeiten möglichst exakt eingehalten werden. Wenn Vorträge und Pausen überzogen werden, verschiebt sich der gesamte Zeitplan, es gibt es Hetze bei den nachfolgenden Programmpunkten und am Ende womöglich unliebsame Programmkürzungen, die der Veranstaltung nicht gut tun.

Beginnen Sie nach der ersten Pause pünktlich mit dem nächsten Programmpunkt, die Teilnehmer werden in der Folge mit Disziplin im Zurückkehren zu den Plätzen reagieren.

Rahmenbedingungen

Unterstützen Sie den Erfolg der Vorträge, indem Sie für optimale Rahmenbedingungen sorgen. Unterbinden Sie, soweit dies möglich ist, während der Vorträge das Hinein- und Hinausgehen von Teilnehmern, Kellnern oder Personal.

Aktivitäten

Kein Gast sollte sich genötigt fühlen, an irgendeiner Aktivität teilnehmen zu müssen. Vorsicht also mit aufgezwungenen Bewegungsübungen und Spielchen für alle. Eine gute Alternative sind freiwillige Fitness-Pausen, eventuell mit kleinem Programm.

Letzte Technik-Probe

Machen Sie unmittelbar vor Beginn der Veranstaltung einen letzten Check, ob alles an seinem Platz ist und die gesamte Technik funktioniert. Testen Sie unbedingt, ob die Lautsprechanlage optimal eingestellt ist und der Vortragende überall im Raum gut zu hören ist.

Begrüßung und Betreuung der Teilnehmer

Es macht einen guten Eindruck, wenn das Tagungsteam die eintreffenden Teilnehmer persönlich begrüßt (Blickkontakt!). Nicht unbedingt müssen dafür extra Hostessen eingesetzt werden. Die Gäste werden positiv überrascht sein, wenn das Motto lautet: „Hier begrüßt der Chef.“

Der Informationstresen sollte besetzt sein, ein/e Mitarbeiter/in des Tagungsteams sollte für Fragen und Auskünfte zur Verfügung stehen. Das gesamte Tagungsteam sollte als solches erkennbar sein und jederzeit für Informationen und Hilfe zur Verfügung stehen. Je nach Veranstaltungsart eignen sich zum Kenntlichmachen einheitliche Kleidung und/oder Accessoires wie Halstücher und natürlich Namensschildchen in besonderer Farbe.

Bei externem Personal ist es wichtig, dass einige Tage vor der Veranstaltung ein Briefing angesetzt wird, damit jeder im Team über die Veranstaltung, Ihr Unternehmen, die Veranstaltungsziele bestens Bescheid weiß. Natürlich dient das Briefing auch der Verteilung der Aufgaben.

Seien Sie auf Notfälle vorbereitet und machen Sie sich mit den örtlichen Gegebenheiten vertraut:

- Wo sind die Notausgänge und Feuerlöscher?
- Wo ist ein Erste-Hilfe-Kasten?
- Ist ein Sanitäter vor Ort?
- Immer parat haben sollten Sie die Notfallnummern von Polizei, Feuerwehr, Notarzt und Krankenwagen,
- ebenso die Servicenummern für technische Probleme, den Taxiruf
- usw.

Auch bei einer noch so guten Vorbereitung und Durchführung kann es knifflige Situationen geben, die Ihr Improvisationstalent fordern. Wichtiger als Perfektion ist für Ihre Gäste immer, dass sie sich in den Mittelpunkt gestellt fühlen und dass Sie ihnen mit Aufmerksamkeit und Herzlichkeit begegnen. Dann verzeiht man Ihnen auch gerne mal die ein oder andere kleine Panne.

Nachbereitung

Zweck

Nach der Veranstaltung ist vor der Veranstaltung. Eine gründliche Nachbereitung macht sich im Hinblick auf künftige Veranstaltungen auf jeden Fall bezahlt. Eine gute Nachbereitung sollte möglichst zeitnah erfolgen, damit die Veranstaltung noch in lebhafter Erinnerung ist.

Danke sagen

Verfassen und versenden Sie Dankschreiben an Referenten, Gastredner, Moderatoren, Hotel, Dienstleister... Schaffen Sie damit günstige Voraussetzungen für eine künftige Zusammenarbeit. Warten Sie keinesfalls länger als ein bis zwei Wochen damit, sich schriftlich bei Ihren Sponsoren zu bedanken. Jeder der Teilnehmer, Sponsoren, Geschäftspartner freut sich über Fotos von der Veranstaltung, natürlich besonders über die, auf denen er selbst drauf ist. Versenden Sie versprochene Unterlagen.

Machen Sie die Endabrechnung und bezahlen Sie pünktlich Ihre Rechnungen, auch damit drücken Sie Wertschätzung aus.

Geben Sie dem gesamten Organisationsteam Feedback und Anerkennung für die geleistete Arbeit.

Datenbestand und Archiv

Arbeiten Sie eventuelle Namens- und Adressänderungen, auf die Sie aufmerksam gemacht wurden, in die Teilnehmerdatei ein und aktualisieren Sie auf diese Weise Ihren Datenbestand.

Holen Sie Presseclippings ein, wenn über Ihre Veranstaltung berichtet wurde. Archivieren Sie die Dokumentation der Veranstaltung und einige Exemplare der Handouts/Veranstaltungsordner.

Erfolgskontrolle

Führen Sie eine Erfolgsmessung durch, machen Sie einen Soll-/Ist Vergleich, analysieren Sie die Ergebnisse. Was hat die Abweichungen verursacht? Lernen Sie daraus für künftige Events.

Holen Sie sich Feedbacks zur Veranstaltung ein und sammeln Sie Verbesserungsvorschläge, damit Sie sie in kommende Veranstaltungen einarbeiten können.

Buchtipp: Events und Veranstaltungen professionell managen, Tipps und Tools für die tägliche Praxis, Melanie Dressler, 2004 BusinessVillage GmbH, Göttingen.

Sehr umfassend und detailliert und mit vielen nützlichen Planungshilfen, Übersichten und Checklisten!

Ich wünsche Ihnen ein gutes Gelingen Ihrer Veranstaltung!

Ihr Kurt Steindl