



Soziale Kompetenz

▷ Organisieren und Strukturieren

Gertrud Zeller

Events und Veranstaltungen professionell organisieren

So wird Ihre nächste Veranstaltung ein Erfolg

Mit vielen hilfreichen Checklisten,
Formularen, Adressen und Links!

Probeseiten

Weitere Informationen zur Fachbroschüre
und eine Bestellmöglichkeit finden Sie [hier](#).



Verlag Dashöfer

Gertrud Zeller

Events und Veranstaltungen professionell organisieren

So wird Ihre nächste Veranstaltung ein Erfolg



Verlag Dashöfer GmbH

Fachinformationen · Business-Seminare · Online-Medien

Barmbeker Straße 4a · 22303 Hamburg

Telefon: 040 413321-0 · Fax: 040 413321-10

E-Mail: info@dashoefer.de · Internet: www.dashoefer.de

Stand: Oktober 2014

Copyright © 2014 Dashöfer Holding Ltd., Zypern & Verlag Dashöfer GmbH, Hamburg. Alle Rechte, insbesondere Titelrecht, Lizenzrecht und gewerbliche Schutzrechte sind im alleinigen Eigentum der Dashöfer Holding Ltd. Zypern.

Alle Rechte sind vorbehalten, insbesondere das Recht auf Vervielfältigung und Verbreitung sowie Übersetzung. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Druck, Fotokopie, elektronische oder andere Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert werden.

Die in diesem Werk enthaltenen Informationen wurden nach bestem Wissen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung erarbeitet, erfolgen aber wegen der uneinheitlichen Ergebnisse in Forschung, Rechtsprechung und Verwaltung ohne Gewähr. Der Verlag haftet insbesondere nicht für den Inhalt der vorgestellten Internet-Seiten. Die Verantwortung für Inhalt und Funktion der Links liegt bei den jeweiligen Betreibern.

Satz: Reemers Publishing Services GmbH, Luisenstraße 62, 47799 Krefeld
Druck: Einfachmüller, 22041 Hamburg

Inhaltsverzeichnis

1	Professionelle Event-Organisation	1
2	Die Veranstaltungsarten	2
2.1	Veranstaltungsarten	2
2.1.1	Die Besprechung	4
2.1.2	Die Konferenz	4
2.1.3	Die Tagung	4
2.1.4	Der Kongress	5
2.1.5	Das Seminar	5
2.1.6	Das Training	5
2.1.7	Der Workshop	5
2.1.8	Die Zukunftskonferenz	6
2.1.9	Open-Space-Konferenz	6
2.1.10	Das Event	6
2.1.11	Die Veranstaltung	6
2.2	Aufgaben eines Veranstaltungsmanagers	7
3	Die Phasen (Bereiche) der Eventplanung	9
3.1	Orientierungsphase	9
3.2	Grobe Veranstaltungsplanung	9
3.3	Detailplanung	9
3.4	Aktionsplanung	9
3.5	Nachbereitung	10
4	Orientierungsphase – Eckdaten	11
4.1	Definition des Veranstaltungsziels	11
4.2	Wie können Veranstaltungsziele definiert werden?	13
4.3	Mögliche Veranstaltungsziele	13
4.4	Beispiele für die Zieldefinition	14
4.5	Ihre Zielgruppe	16
4.6	Ihre Budgetplanung	17
4.7	Erfahrungswerte der Budgetplanung	19
4.8	Zeitplan	21

5	Grobe Veranstaltungsplanung	23
5.1	Vorbereitung	23
6	Ideenfindung – Kreativität	24
6.1	Brainstorming	24
6.2	Brainwriting	25
6.3	Mindmapping	26
7	Grobe Ablaufplanung	28
7.1	Projektteam	28
7.2	Detailplanung	30
7.3	Veranstaltungsort	30
8	Einladung	32
9	Aktionsplanung	33
10	Grundsätzliches	34
10.1	Anreise und Transfer	34
10.2	Hotel & Zimmer	35
10.3	Serviceleistungen	36
10.4	Restaurants / Bars	36
10.5	Arbeitsbedingungen / Freizeiteinrichtungen	36
10.6	Tagungsräume und sonstige Ausstattung der Tagungsstätte	37
10.7	Technik & Ausstattung	39
10.8	Ausstellungsräume	39
10.9	Tagungsbüro	40
10.10	Catering	40
10.11	Ideen für das Rahmenprogramm	41
10.12	Vertragsbedingungen	41
10.13	Nachbereitung	42
10.14	Damit Sie wirklich nichts vergessen	43
10.15	Erfolgskontrolle	43
10.16	Seminarbeurteilung	44
10.17	Letzte Budgetplanung	46
11	Die Regeln für Ihre Veranstaltung – Veranstaltungen vermarkten ..	48

12	Rechtliche Pflichten	55
12.1	Behördenerlaubnisse & Co	55
12.2	Versicherungen	57
12.3	Gebühren und Abgaben	57
12.4	GEMA-freie Musik	59
13	Warum scheitern Veranstaltungen?	61
14	Checklisten	63
14.1	Checkliste „Organisations-Checkliste für Veranstaltungen“	63
14.2	Checkliste „Die passende Agentur finden“	67
14.3	Checkliste „Das erste Gespräch“ – Wichtige Fakten von der und über die Agentur	68
14.4	Checkliste „Überraschungen“	71
14.5	Checkliste Einladung	71
14.6	Checkliste Ecktermine für Planung	74
14.7	Checkliste Personalbedarf	75
14.8	Checkliste Ausstattung Veranstaltungsräume	76
14.9	Checkliste Kapazitätsnotwendigkeiten Tagungsräume	77
14.10	Checkliste Tagungstechnik Vortragsraum	77
14.11	Checkliste Tagungsbüro – Grundausrüstung	79
14.12	Checkliste Tagungsbüro – Materialien	81
14.13	Checkliste Sicherheitsvorkehrungen	82
14.14	Checkliste Zimmerreservierung Teilnehmer	83
14.15	Checkliste Verpflegung	84
14.16	Checkliste PR/Öffentlichkeitsarbeit	85
14.17	Checkliste Inhaltspunkte Pressemitteilungen	86
14.18	Checkliste Info-Mappe	87
14.19	Checkliste Nachbereitung	88
14.20	Checkliste Messevorbereitung	89
14.21	Checkliste Weihnachtsfeierorganisation	90
14.22	Beispiel Budgetplanung	92
15	Hilfreiche Adressen und Links	101
15.1	Fluggesellschaften	101
15.2	Internationale Fremdenverkehrsämter	101

15.3	Eine Auswahl von professionellen Kongress-Organisationen	103
15.4	Technischer Service	106
15.5	Dolmetscher	107
15.6	Mietwagen	107
15.7	Fachzeitschriften/Verlage/Video	108
15.8	Veranstaltungsagenturen	109
15.9	City Convention Bureau	110
15.10	Wertvolle Links für Ihre Veranstaltungen	113
15.10.1	Terminplanung	113
15.10.2	Hotels	113
15.10.3	Locations	113
15.10.4	Künstler	114
15.10.5	Referenten	114
15.10.6	Technik	114
15.10.7	Promotionartikel	114
15.10.8	Rechtsschriften, Verordnungen und Gesetze	115
15.10.9	Und außerdem	115
15.10.10	Sonstiges	115
15.10.11	Kleidung	115
15.10.12	Bitte beachten	116

Literaturverzeichnis	117
-----------------------------------	------------

1 Professionelle Event-Organisation

Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser,

Tagungen, Konferenzen, ein Tag der Offenen Tür, Jubiläen, Arbeitsessen, Betriebsfeiern oder sonstige Anlässe: wo früher häufig Agenturen für diese Arbeiten eingesetzt wurden, gehört dies heute immer mehr zu den Aufgaben der Sekretärin/Assistentin: eine anspruchsvolle Veranstaltung von A – Z zu planen und zu organisieren.

Sie wird zur Projektleiterin im Rahmen ihrer Veranstaltungsplanung. Häufig heißt es: „Sie machen das schon!“ Und tatsächlich: Es klappt auch.

Detailfragen müssen geklärt, Budgets eingehalten, Agenturen gebucht, Referenten eingeteilt und das Catering organisiert werden. Mal ganz abgesehen von Hotelbuchungen, Reiseplanungen und Flügen, die ja schon zum täglichen Geschäft selbstverständlich dazugehören.

Die Ansprüche an eine Veranstaltung steigen immer weiter. Alles muss außergewöhnlicher, größer und interessanter sein. Insbesondere im geschäftlichen Bereich hängt sehr viel von dem Erfolg der Veranstaltungen ab.

Events sind eine Visitenkarte Ihres Unternehmens. Überlassen Sie deshalb nichts dem Zufall und planen Sie Ihre künftigen Veranstaltungen systematisch mit dem richtigen Praxis-Know-how.

Dieses Skript mit seinen Checklisten kann Sie bei den vielfältigen Vorbereitungen Ihrer Veranstaltungen unterstützen und Ihnen viele Anregungen für eine professionelle Durchführung geben.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg.

Ihre Gertrud Zeller

2 Die Veranstaltungsarten

Viele Sekretärinnen sprechen von „ihren Veranstaltungen“, „ihren Events“ und „ihren ganz besonderen Ereignissen“. Was verbirgt sich dahinter? Welche Veranstaltungsarten gibt es? Wie lange dauern diese und wie viele Personen nehmen daran teil?

2.1 Veranstaltungsarten

Veranstaltungstyp	Teilnehmerzahl	Ziel	Dauer	Vorbereitungszeit
Besprechung	2 bis 10 Personen	Informationsaustausch	1 bis mehrere Stunden	kurzfristig, spontan, geringer zeitlicher Vorlauf
Konferenz	30 bis zu 60 Personen	Schwerpunkt Diskussion, Beschlussfassung	1 Tag	zeitlicher Vorlauf bis zu ca. 3 Monaten
Tagung	25 bis 300 Personen	Fachvorträge und deren Reflexion	1 bis 2 Tage	lange, präzisere Vorbereitung, ca. 8 bis 12 Monate
Kongress	100 bis 1000 Personen	Fachvorträge mit anschließenden Workshops	mehrere Tage	lange, präzise Vorbereitung, ca. 12 bis 15 Monate
Seminar	8 bis 16 Personen	themenspezifischer Fachvortrag zur Wissensvermittlung, Übungen zur Wissensvertiefung	1 bis 3 Tage	ca. 2 bis 4 Monate

Veranstaltungstyp	Teilnehmerzahl	Ziel	Dauer	Vorbereitungszeit
Training	8 bis 12 Personen	Themenspezifischer Fachvortrag zur Vertiefung und Übung des Wissens, Einzel- und Gruppenarbeiten zur Wissensvertiefung	1 bis 3 Tage	ca. 2 bis 6 Monate
Workshop	Gruppe mit 6 bis 8 Personen	Gruppenarbeit mit einer konkreten Aufgabenstellung zu einem Thema, Ausarbeitung eines Maßnahmenkataloges	mehrere Stunden bis mehrere Tage	ca. 2 bis 4 Monate
Zukunftskonferenz	30 bis 72 Personen	Entwicklung von Zukunftsentwürfen und dazugehörigen Zielen	2 bis 3 Tage	ca. 6 bis 8 Monate
Open-Space	bis zu 750 Personen	Bearbeitung von komplexen Themen durch die Selbstverantwortung der Teilnehmer	bis zu 3 Tagen	lange, präzisere Vorbereitung, ca. 8 bis 12 Monate
Event	ab 20 Personen, nach oben offen	Erlebnis, Ereignis zu einem bestimmten Motto	1 bis mehrere Tage	je nach Umfang zwischen 6 und 15 Monate

2.1.1 Die Besprechung

Sie wird in einem kleinen Teilnehmerkreis von ca. zwei bis zehn Teilnehmern ausgerichtet und kann von einer bis zu mehreren Stunden dauern. Sie zielt auf den Austausch von Informationen ab und wird meist kurzfristig einberufen. Der zeitliche Vorlauf ist aufgrund der geringen Teilnehmerzahl im Vergleich zu anderen Veranstaltungstypen verhältnismäßig gering. Der Aufwand für die Vorbereitung von Getränken und Snacks sowie für die vorzubereitenden Teilnehmerunterlagen richtet sich nach den Gepflogenheiten Ihres Unternehmens.

2.1.2 Die Konferenz

Sie zielt darauf ab, bestimmte Themen zu diskutieren und möglichst einen Beschluss zu fassen. Eine Konferenz dauert meistens einen Tag und die Teilnehmerzahl kann bei 30 bis 60 Personen liegen. Die Vorbereitungszeit: bis zu ca. drei Monaten. Der höhere Organisationsaufwand lässt sich durch die exakte Vor- und Aufbereitung der beschlussreifen Teilnehmerunterlagen und die Pausen erklären.

2.1.3 Die Tagung

Sie dauert meistens ein bis zwei Tage und wird für eine Teilnehmerzahl von 25 bis 300 Personen ausgerichtet. Eine Tagung dient dazu, den Teilnehmern Fachvorträge im Rahmen eines Fachgebietes anzubieten. Die Teilnehmer sollen während der Tagung darüber hinaus die Möglichkeit erhalten, die Fachbeiträge zu reflektieren und sich mit anderen Teilnehmern darüber auszutauschen. Aufgrund der erheblich größeren Teilnehmerzahl ist zur Vorbereitung einer Tagung ein wesentlich höherer Organisationsaufwand erforderlich (geeignetes Tagungshotel finden, Reservierung von Zimmerkapazitäten, Reiseplanung, Betreuung und Bewirtung der Gäste, Haupt- und Rahmenprogramm etc.). Im Idealfall beginnen Sie bereits ein Jahr vor dem Termin mit Ihrer Planung. Vor allen Dingen sollten die Tagungsräume sowie die Hotelzimmer (Stornofristen beachten) rechtzeitig gebucht werden.

2.1.4 Der Kongress

Bei Kongressen treffen 100 bis 1000 Personen zeitgleich mehrere Tage zusammen. Für sie werden verschiedene Fachvorträge angeboten und anschließend spezifische Themen und Lösungen in Workshops erarbeitet. Im Vergleich zur Tagung ist die Organisation von Kongressen aufgrund der höheren Teilnehmerzahl noch aufwendiger und bedarf einer noch längeren und präziseren Vorbereitung.

2.1.5 Das Seminar

Ein Seminar sollte 16 Teilnehmer nicht überschreiten, sofern es noch effektiv sein soll. Es dient der Vermittlung von theoretischem Wissen mit Praxisbezügen. Zu diesem Zweck werden Kurzvorträge eingesetzt. In Einzel- und Gruppenarbeiten wird das erlernte Wissen angewendet und vertieft. Die Präsentation der Lehrvorträge kann mit Hilfe verschiedener Medien wie Laptop und Beamer, Flipchart, Pinnwand und/oder Whiteboard erfolgen.

2.1.6 Das Training

Im Gegensatz zu einem Seminar besteht die Zielsetzung von Trainings darin, bereits vorhandenes Wissen aufzufrischen, weiter aufzubauen oder zu vertiefen. Einzel- und Gruppenarbeiten haben in Trainings ein noch größeres Gewicht als in Seminaren. Deshalb sind hier auch kleinere Gruppen von maximal zwölf Personen besser. Die Teilnehmer arbeiten intensiv zur Vertiefung des Wissens, es gibt konkrete Fallbeispiele. Bei Trainings werden oft zusätzliche Tagungsräume benötigt, damit die Teilnehmer in ihren Gruppenübungen ungestört arbeiten können.

2.1.7 Der Workshop

Der Veranstaltungstyp des Workshops zielt darauf ab, im Rahmen einer Gruppenarbeit eine konkrete Aufgabenstellung zu einem bestimmten Thema zu bearbeiten. Die Dauer eines Workshops kann je nach Umfang der Aufgabenstellung mehrere Stunden bis mehrere Tage umfassen. Gegen Ende eines Workshops sollte ein konkreter Maßnahmenkatalog vorliegen, wie die Aufgabenstellung gelöst werden kann. Die Teilnehmer sollten sich wohlfühlen und kreativ entfalten können.

2.1.8 Die Zukunftskonferenz

Beim Veranstaltungstyp der sogenannten Zukunftskonferenz sollen von den Teilnehmern langfristige Ziele für ein Unternehmen entwickelt und die erforderlichen Zukunftsmaßnahmen geplant werden. An einer Zukunftskonferenz können 30 bis maximal 72 Teilnehmer mitwirken. Diese werden wiederum in Gruppen von ca. acht Personen aufgeteilt. Je nach Gruppengröße werden bis zu neun Workshop-Räume am Veranstaltungsort benötigt.

2.1.9 Open-Space-Konferenz

Die Open-Space-Konferenz kommt ursprünglich aus Amerika und wurde Anfang der 80er Jahre von Harrison Owen im Zuge einer internationalen Konferenz entwickelt. Wie der englische Begriff „open space“ schon andeutet, geht es bei diesem Konferenztyp darum, ein bestimmtes Thema „offen“ zu behandeln und zu bearbeiten. Open-Space ermöglicht seinen Teilnehmern, von der ersten Minute an selbstverantwortlich zu bestimmen, an welchen Inhalten und mit welchen Methoden sie während der Konferenz arbeiten wollen, um ein komplexes Thema zu bearbeiten.

2.1.10 Das Event

Unter dem Veranstaltungstyp Event versteht man inszenierte Ereignisse bzw. Erlebnisse, die bezüglich Bewirtung, Dekoration, Beleuchtung und Unterhaltung umgesetzt werden und bei den Teilnehmern zu einem starken, alle Sinne ansprechenden Erleben führt. Die Ziele für das Inszenieren eines Events können sehr unterschiedlich sein. Oft werden Events zur Einführung und Bekanntmachung eines neuen Produktes eingesetzt. Das exakte Timing und der reibungslose Ablauf aller Programmpunkte bedarf viel Erfahrung und einer akribischen Planung und stellt eine große Herausforderung für die Organisatoren dar.

2.1.11 Die Veranstaltung

Immer wieder kommt es zu Unklarheiten oder auch Unstimmigkeiten wegen des Wortes „Veranstaltung“. Wann spricht man von einer Veranstaltung? Wann von einem Event?

Bei allen genannten Veranstaltungs-Typen sprechen wir normalerweise von einer Veranstaltung. Nur wenn das Erleben – das die Sinne anspricht – im Vordergrund steht, ist es ein Event. Ein Erlebnis. In diesem Skript sprechen wir einmal von einem Event und einmal von einer Veranstaltung. Gemeint sind immer alle Formen der Veranstaltungsplanung.

2.2 Aufgaben eines Veranstaltungsmanagers

Veranstaltungsmanager ...

... planen eine Veranstaltung

... kennen das Ziel der Veranstaltung

... orientieren sich an der Zielgruppe

... stellen die Wünsche und Bedürfnisse der Teilnehmer immer in den Mittelpunkt

... bringen auch ihre eigenen Gedanken in die Planung mit ein (halten sich nicht nur an die Ideen der Vorgesetzten)

... informieren sich über die aktuellen Trends in der Veranstaltungsbranche

... klären alle Grundsatzfragen im Vorfeld

... informieren sich bestens über den Tagungsort und überlegen sich alle Eventualitäten

... erstellen einen Ablauf- und Arbeitsplan

... fühlen sich immer verantwortlich und kontrollieren auch abgegebene Aufgabengebiete

... wissen immer, wer wann was wo wie macht

Die Autorin



GERTRUD ZELLER war jahrelang Chefsekretärin aus Überzeugung, bevor sie sich 1999 selbstständig machte – aus Leidenschaft zur Seminar-tätigkeit.

Ständige Weiterbildung, Freude am Beruf, immer wieder neue Herausforderungen – das sind die wesentlichen Merkmale, die sie antreiben. Ihre Seminarschwerpunkte sind „Rund um das Sekretariat“ sowie Präsentation, Besprechungsmanagement, Kommunikation und Persönlichkeitsentwicklung. Sie ist außerdem Fachbuchautorin.

Fachinformationen für Ihren Berufsalltag

Mit einem umfangreichen Programm an Fachbroschüren in elektronischer Form (Edocs) und im Printformat (Eprints) greift der Hamburger Wirtschaftsverlag Dashöfer zahlreiche interessante Themen auf – vom Arbeitsrecht über Steuerfragen bis hin zum Patentrecht oder zur Persönlichkeitsentwicklung. Das Themenspektrum ist groß und wächst stetig.

Unser Programm teilt sich in unterschiedliche Rubriken auf. In jeder Rubrik finden Sie kontinuierlich neue Themen:

- ▶ **Arbeitsrecht und Personal**
- ▶ **Bauwesen und Architektur**
- ▶ **Betriebsrat und Arbeitnehmervertretung**
- ▶ **Öffentliche Verwaltung und Non-Profit Organisationen**
- ▶ **Soziale Kompetenz**
- ▶ **Steuern, Finanzen und Controlling**
- ▶ **Unternehmensführung und Management**
- ▶ **Frau und Beruf**
- ▶ **Vertrieb und Marketing**

Expertinnen und Experten schreiben kompakt, aktuell und informativ. Unser Ziel ist es, Fachwissen auf den Punkt zu bringen.

Nähere Informationen zu den einzelnen Bereichen finden Sie unter www.dashoefer.de/Fachliteratur



Verlag Dashöfer GmbH

- Fachinformationen
- Business-Seminare
- Online-Medien

Barmbeker Straße 4a • 22303 Hamburg

Telefon: 040 413321-0

Fax: 040 413321-11

E-Mail: info@dashoefer.de

Internet: www.dashoefer.de

19,80 €

zzgl. gesetzl. MwSt.

ISBN 978-3-94120-118-7



9783941201187