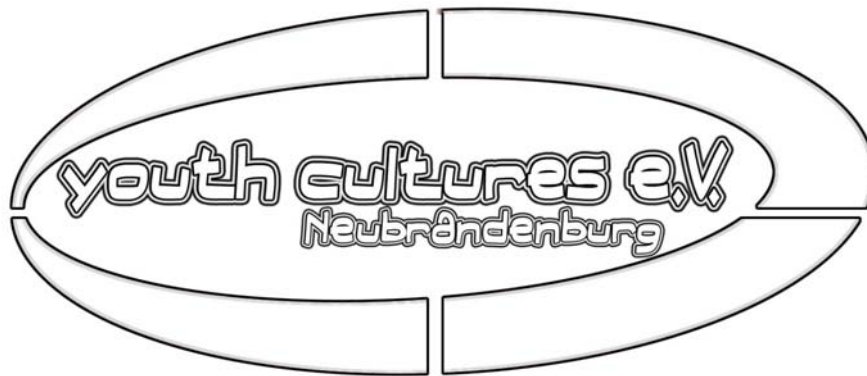


Eventmanagement - Handbuch

Von Peter Böttcher

Das Handbuch ist ein offizielles Produkt von:



Kontakt über:

Culture Events
Jahnstraße 34
17033 Neubrandenburg

„youth cultures“ e. V. Neubrandenburg
Jahnstraße 34
7033 Neubrandenburg

e-mail: pboettcher@youth-against-racism.de

www.youth-cultures.de

www.youth-against-racism.de

www.events-for-respect.de

www.youth-cultures.de

Einleitung

Dieses Handbuch zum Thema Eventmanagement ist in der Vorbereitungsphase der Eventreihe „Events for Respect“ entstanden. Es soll helfen einen direkten Zugang zu diesem Thema zu finden. In der Literatur oder im Internet sind immer nur Bruchteile von Eventmanagement und Eventmarketing zu finden, bzw. kostenpflichtige Seminare und Schulungen. Es geht besonders auf Events ein, welche von Jugendlichen in Vereinen, Projekten und Initiativen organisiert, geplant, durchgeführt und nachbereitet werden. Das Handbuch versucht Theorie mit Praxis zu verbinden. Das bedeutet nehmen der Literatur, stehen die Checklisten und anderen Denkstützen zum Arbeiten in der Praxis zur Verfügung. Die Materialien sind alle von dem Autor in Eigenregie erstellt worden.

Wir wünschen Euch viel Spaß beim organisieren und planen Eurer Events! Bitte gebt uns Euer Feedback zu diesem Handbuch, damit es ständig aktualisiert werden kann.

Viel Spaß!

Grundlagen zum Eventmanagement

Definition:

Eventmanagement ist eine produkte-, firmen-, themenspezifische Inszenierung von Ereignissen und Erlebnissen, mit dem Ziel, das Thema zu emotionalisieren um so Kommunikationsziele wie Bekanntheit, Wissen, Image und Verhalten zu erreichen.

Kurzdefinition: Eventmanagement / Eventmarketing : Ereignis- / Erlebnismanagement, Ereignis- / Erlebnismarketing

Der Begriff „Event“ steht für Ereignis, Erlebnis, etwas Aussergewöhnliches. Events sind in der Regel zeitlich begrenzt. Eventmarketing kann sämtliche klassische Kommunikationsinstrumente wie Public Relations, Werbung, Verkaufsförderung und Verkauf integrieren. Eventmarketing ist, konsequent ausgeführt, als eigenständiges Kommunikationsinstrument zu betrachten. Events haben in der Regel etwas mit Veranstaltungen zu tun, bzw. finden in Form einer Veranstaltung statt.

Quelle: www.stsmarketing.ch

Abgrenzung zu verwandten Themen:

Die Unterscheidung zu den untenstehenden Themen ist nicht immer ganz klar und oft fließend. Dies kommt daher, dass es sich um relativ junge Themen handelt und diese in verschiedenen Büchern aber auch in unterschiedlichen Unternehmen verschieden definiert werden.

Incentives:

- Incentives sind Anreize, Motivationsinstrumente oder Belohnungen in Form von Geschenken oder Veranstaltungen für Mitarbeiter, Kunden, Finanzierungspartner, oder andere Zielgruppe
- Unterscheidung zu Eventmarketing: Bei Incentives stehen Anreize, Motivation, Belohnung und Kundenbindung im Vordergrund, bei Eventmarketing, das eigene Projekt oder der eigene Verein
- Incentives werden oft in Form von Events durchgeführt, was die Unterscheidung erschwert

Sponsoring:

- Sponsoring ist ein Kommunikationsinstrument, bei welchem ein Sponsor einem Gesponserten Geld, Sachmittel oder Dienstleistungen zur Verfügung stellt, um im Gegenzug kommunikative Ziele wie Bekanntheit, Wissen, Image und Verhalten zu erreichen.
- Unterscheidung zu Eventmarketing: Ein Sponsoringprojekt ist nicht immer ein Event, es kann sich beim Gesponserten zum Beispiel auch eine Person oder ein soziales Projekt handeln, welches nichts oder nicht viel mit dem Event zu tun hat.
- Zudem Beschränkt sich Sponsoring im Zusammenhang mit Events auf eine eher passive Beteiligung, während Eventmarketing immer aktiv Events kreiert oder zumindest mitgestaltet.

Messebeteiligungen, Promotionen:

- Hier wird die Unterscheidung sehr schwierig, denn auf Messen oder während Promotionen finden oft Firmen- oder Produktinszenierungen statt, was der Definition von Eventmarketing entspricht.
- Damit gehören Messebeteiligungen und Promotionen in vielen Fällen zu Eventmarketing.
- Faustregel: Wenn eine Messebeteiligung oder Promotionen mit spezieller Firmen- oder Produktinszenierung in Form von Ereignissen / Erlebnissen wie spezielle Präsentationen etc. stattfindet, ist es Eventmarketing, andernfalls nicht.

Productplacement:

- Productplacement ist das gezielte Plazieren von Produkten in Filmen, TV-Sendungen, Theateraufführungen, Sportveranstaltungen, Reportagen, etc.

- Unterscheidung zu Eventmarketing: Beim Productplacement steht das Produkt im Hintergrund, während beim Eventmarketing das Produkt in den Vordergrund gerückt wird.
- Beispiel: Mercedes im Musikvideo ist Productplacement, MTV Rock im Park ist Eventmarketing

Weitere Publikationen zum Thema „Eventmanagement“, bzw. Checklisten etc. können über den „youth cultures“ e. V. Neubrandenburg oder der Agentur Culture Events bezogen werden.

Konzeptionierung von Events

Ausgangslage

- Welche Musikrichtung soll gespielt werden?
- Welche Künstler sollen auftreten?
- Welches Thema soll evtl. präsentiert werden?
- Soll es ein Rahmenprogramm geben?
- Budgetrahmen

Zielsetzungen

- Zielgruppendefinition
- zeitliche Ziele
- Projektziele
- Kommunikationsziele: Bekanntheit, Wissen, Image, Verhalten, Motivation, etc.
- Aktionsbezogene quantitative Ziele: Anzahl Besucher, Anfragen, Verkäufe, etc.
- Aktionsbezogene qualitative Ziele: Auftritt am Event, Stimmung unter den Gästen / Besuchern, Professionalität, etc.

Strategie

- Themen, Aufhänger, Motto
- Art und Gestaltung des Events
- Eventprogramm, Aktivitäten / Shows, Rahmenprogramm, Verpflegung / Getränke
- Art der Integration des Event - Themas
- Art der Integration der Zielgruppe
- Definition der Eventmarketing - Botschaft für unmittelbar und mittelbar betreffende Zielgruppe
- Kommunikationsstrategie für die Events (Presse- und Öffentlichkeitsarbeit)
- Intensität der Eventmarketing Aktivitäten
- Kooperation mit anderen Unternehmen, Stiftungen, Ämtern, Vereinen, etc.
- Strategie bezüglich der Organisation der Events: intern / extern
- Strategie bezüglich der Raumaufteilung und der Dekoration bei den Events

Umsetzung, Massnahmen, Termine, Verantwortlichkeiten

- genauen Plan über Planungsphasen erstellen

- Planung mit Massnahmenplan (siehe Massnahmenplan vor einem Event)
- Reservation Location, Bewilligungen, Kooperationen, Infrastruktur, Einrichtung, Personal, Programm - Ablauf, Kommunikation, Rahmenprogramm, Durchführung, Nachbereitung

Budget

- *Ausgaben:* Einkauf Getränke / Verpflegung, Personal, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (Kommunikation), Infrastruktur, Künstler, Rahmenprogramm, Versicherung, GEAM, etc.
- *Einnahmen:* Eintritt, Verkauf Getränke / Verpflegung, Sponsoring, etc.

Ein Phasenschema eines Eventes kann folgendermaßen aussehen:

Phasenschema

Vorbereitung

- Erstellung der Layouts für Flyer, Plakate, Ewintrittskarten, VIP-Cards, etc.
- Buchung der Künstler
- Einholung aller Kostenvoranschläge für eventuelle Anmietungen, etc.
- Erstellung der Pressemitteilungen und der Einladung für die Gäste
- Erstellung eines detaillierten Organisations-Zeitplans der einzelnen Events

Durchführung

- Veröffentlichung und Verteilung der Flyer, Merchandising-Artikel, Homepage
- Klärung der Kompetenzen für das jeweilige Event
- Besprechung und Planung der Besorgungen (Materialien, siehe Checkliste Logistik)
- Presseinformationen an die Presse verschicken
- Einladung der Presse und Gäste
- Besprechung und Planung der Übernachtungsmöglichkeiten für die Künstler und Gäste (siehe Checkliste Artists)
- Erstellung der definitiven Ablaufplanung für das jeweilige Event
- Briefing der Crew und Mitarbeiter

Nachbereitung

- Erstellung der „Events for Respect“-Dokumentation (Foto, Video, CD, etc.)
- Danksagungen an alle Beteiligten (evtl. Bestätigung, Zertifikat an Mitarbeiter)
- Aktualisierung der Homepage
- Endabrechnung

Checkliste - Organisation -

Vorbereitung

Grundsätzliches:

- Suche und Anmietung der Location
- Besprechung über die Räumlichkeiten, elektrische und sanitäre Einrichtungen, Anschlüsse, Geräte, etc. (gegebenfalls Hallenplan verlangen)
- Vertrag besorgen / prüfen und unterzeichnen (Künstler, Location, Technik, Licht, etc.)
- Gästeliste erstellen (V.I.P., kostenloser Eintritt)
- evtl. Kartnevorverkauf abklären

Werbung, Einfeldungen:

- vier Wochen vor der Veranstaltung Einfeldung an die Gäste und die Medien versenden
- evtl. Anmeldemöglichkeit
- Allenfalls telefonisch Nachfragen
- Werbung schalten (Anzeigen, Inserate, Presstexte, Radiospots, etc.)
- Einträge in diversen Veranstaltungskalender in den Medien
- Homepage schalten

Sicherheitskonzept:

- Sicherheitspartnerschaft mit dem Ordnungsamt und der Polizei (o. sonstige Sicherheitsbehörden)
- Security - Personal vor der Veranstaltung briefen

Infrarstruktur organisieren:

- Tische, Stühle
- Aschenbecher, Tischtücher
- Becher, Eiswürfel, Eiskübel, Tiefkühltrübe, Eismaschine, Messbecher
- Bühnenpodeste, Stellwände

- Licht und Beschallung
- Kaffeemaschinen, Kaffeerahm, Zucker
- Dekoration: Tücher, Bilder, Dias-Shows, Blumen, Pfalzen, Grossgegenstände
- Abfalltonnen, Müllsäcke, Lappen, Plastkeimer, Putzmittel
- Geldkassetten, Wechselgeld
- Eingangsstempel, Armbänder
- Werkzeugkasten, Verlängerungskabel
- Sanitätskasten
- WC - Wagen / Toiletten
- Parkmöglichkeiten
- Artists - Betreuung Checkliste checken

Getränke / Verpflegung:

- Bestellung / Einkauf der Getränke (auf Komission)
- Mit dem Getränke Händler eine Hotline vereinbaren, falls während der Veranstaltung keine Getränke mehr vorhanden sind
- Darauf achten, dass für Vegetarier eine Verpflegungsmöglichkeit besteht
- Bars, Barelemente

Personal:

- Organisation des internen und externen Personals
- Verträge mit externen Personal
- Regelung betreffend kostenlosen(r) Getränken / Verpflegung / Eintrittten aufstellen
- Detaillierter Veranstaltungsablauf zusenden und das Personal mindestens eine Stunde vor Beginn bestellen
- Briefing der Mitarbeiter
- Einsatz- und Ablösepläne erstellen

Drucksachen:

- Einladungen, Flyer, Plakate, Eintrittskarten, evtl. Publikationen vom Medienpartner (siehe Checkliste - Verteilung -)
- Anfahrtswege, Ortsplan, Parkplatzplan
- Öffentliche Verkehrsmittel, Zeiten, Wegbeschreibungen, Verbindungen
- Getränke- und Verpflegungsgutscheine

Beschildung, Hinweis - Schilder:

- Allgemeine Geschäftsbedingungen am Eingang
- Hinweistafeln an der Straße, Signalisierung, Wegweiser
- Herzlich Willkommen
- Parkplätze
- Eingang / Ausgang
- Eintrittspreise
- Bar
- Getränke- und Verpflegungstafel
- WC
- V.I.P. Cards für die Gäste
- Crew Cards für die Mitarbeiter
- Artists Cards für die Künstler

Sonstiges:

- für größere Veranstaltungen Versicherungen abschließen: Veranstalterhaftpflicht
- GEMA abschließen
- Transportmittel für Dekorationsmaterial etc sowie Rücktransport organisieren
- Transportmittel für die Künstler
- diverses Kleinmaterial, Quittungen, Werkzeuge, Kugelschreiber, etc. organisieren
- laufende Kontrolle, ob das organisierte Material zum richtigen Zeitpunkt und in der richtigen Form eintrifft
- Einrichten von Verkaufsständen
- evtl. Funk für die wichtigsten Personen besorgen
- Schlechtwetterprogramm einplanen
- Soundcheck spätestens zwei Stunden vor dem Konzert
- Technische Geräte am Vortag prüfen, Reservematerial

bereithalten

Durchführung

- richtige Ausführung der Arbeiten des Personals
- Einhaltung der Einsatz- und Ablösepläne
- Kontrolle des Getränkebestandes und der Verpflegung
- Allenfalls Nachbestellung
- Kontrolle des Wechselgeldes
- Allenfalls Besorgung von weiterem Wechselgeld oder Instruktion an das Personal, mehr Wechselgeld beim Einkassieren einzufordern
- Kontrolle der WC - Anlagen
- Abfalleimer, Mülltonnen, Konzert - Bereich, Backstage, Tische, Aschenbecher
- Überwachung des Programms
- Begrüßung
- Artistsbetreuung
- Gästebetreuung
- Pressebetreuung
- Fotos und Videoaufzeichnung, evtl. Tonaufnahmen von dem Event anfertigen

Nachbereitung

- Verabschiedung der Gäste, Artists
- Aufräumarbeiten koordinieren
- Abschluß - Meeting mit dem Personal / Mitarbeitern
- Kontrolle ob genügend für die Ab- und Aufräumarbeiten vorhanden sind
- Überwachung der Aufräumarbeiten hinsichtlich Diebstählen
- Sofort Kassen einsammeln und verschließen
- teure Geräte sofort wegschließen
- Reinigung des Konzertbereichs
- Abfallentsorgung

- Transporte organisieren und überwachen
- Einsammeln von Fundgegenständen
- Auszahlung von Personal, Künstlern
- Medienberichte sammeln
- Dankschreiben an alle beteiligten
- interne Auswertung der Veranstaltung
- Verbesserungen sofort schriftlich festhalten

Personalmanagement - Plan

Positionen während des Events:

1. Event Coordinator (Verantwortliche für die Events - Entscheidungskompetenz -)
2. Event Crew (Verantwortliche für die Teilgebiete)
3. Services Staff (Mitarbeiter in den Teilgebieten)

	Teilgebiet	Beschreibung	Einsatzzeiten
1.	Backstage	Planung und Ausgestaltung des Backstage-Bereichs ; Koordination des Caterings im Backstage-Bereich ; Kontrolle des Zutritts (Absprach mit Securitys) ; Organisation des Backstage-Bereichs	- 4 Std. vor dem Event - während dem Event - Abbau
2.	Catering	Planung und Kontrolle der Waren ; Kontrolle und Organisation der Versorgung ; Besetzung der Bars ; Briefing der „Services Staff“ Mitarbeiter ; Versorgung der Eventbesucher und des Backstage-Bereichs	- 1 Std. vor dem Event - während dem Event - Abbau
3.	Security	Erstellung des Sicherheitskonzeptes ; Briefing der Security Mitarbeiter ; Umsetzung von Sicherheitsbestimmungen ; Sicherheitskontrollen ; Personenschutz <u>Sicherheitsbereiche sind immer:</u> Eingang, Bühne, Backstage, Eventbereich	- 1 Std. vor dem Event - während dem Event - Abbau
4.	Artists - Betreuung	Abholen und „Drive/Shuttle-Service“ für die Künstler ; Betreuung der Künstler während ihres <u>gesamten</u> Aufenthaltes ; Kontrolle des Zeitplans und der Caterin-Reader (Berücksichtigung von Extrawünschen)	- hängt von der Ankunft und Abfahrt der Artists ab

Maßnahmenplan vor einem Event

Was?	Wer?	Mit Wem?	Bis Wann?

Checkliste - Nächste Schritte -

(Diese Liste sollte ausschließlich Aufgaben/Stichwörter enthalten, die innerhalb von ca. 2 Minuten abzuhandeln sind. Die Nächsten Schritten müssen möglichst präzise fixiert werden, so behält man ein klar eingegrenzten Kompetenzbereich bei.)

Aufgabe/Stichwort	Nächster Schritt (bis Wann?)	Wer
Artists-Booking	1. Teil Artists auswählen, Recherche nach Booking-Agentur, Kontaktieren (bis August)	Jens

Checkliste - Artists Betreuung -

Projekt/Konzert:

Name der Band: _____ am _____ 2003

Name der Agentur: _____

Telefon der Agentur: _____ / _____

Unterbringung im Hotel: _____ Tel.: _____

Essen vor Konzert / nach Konzert **Besonderes:** _____

Aktion	erledigt
Am Vortag prüfen, ob Vertrag, Handkasse, Gage vorbereitet sind	
Künstlerparkplatz freischaffen oder freihalten	
Zusatzeinkäufe (Getränke, Obst, Brot, Süßes) erledigt ? In Kühlschrank tun! Altes entsorgen!	
Kaffe/Tee kochen für Technik & Künstler rechtzeitig vor deren Ankunft	
Checken ob Klopapier und Handtücher in den Toiletten / Garderoben sind	
Lieferung kaltes Catering vereinbart	<input type="checkbox"/> ja / <input type="checkbox"/> nein
Ankunft catering	um Uhr
Bei Eintreffen aufstellen in der Künstlergarderobe incl. Kaffee, Tee, Milch etc.	
Ankunft Techniker ja / nein	um Uhr

Name des Technikers

Helfen beim Aufstellen des Mischpultes / Getränke & Süßes "verabreichen"

Werden Podeste benötigt

O ja / O nein

Zusätzlicher Hand angefordert

O ja / O nein

Vereinbarte Ankunft mit der Band

um Uhr

Begrüßen, Techniker vorstellen, Garderobe zeigen, Programmheft/Presse übergeben, fragen, ob etwas Besonderes anliegt!

Helfer evtl. helfen beim Hochtragen des Equipments

Abfragen, ob Schlüssel am Hotel abgeholt

Nachfragen, ob Zeitpunkt für warmes Essen bereits vereinbart; mitteilen, wo es ist

CD-Verkauf abklären: nur übernehmen, wenn problemlos für möglich

Beginn Soundcheck

um Uhr

Dauer voraussichtlich bis

um Uhr

Notizen:

Checkliste - Logistik -

benötigtes Material	Bemerkungen	Anzahl	erledigt	nicht erledigt
Nägel				
Paketklebeband				
Kabelbinder				
Möbeltacker				
Hammer				
Besen				
Bohrmaschine				
Müllsäcke/Mülleimer				
Stoffe (Tücher, Tarnnetze, etc.)				

Teppichreste

Aschenbecher

EURO-Paletten

Bauzäune

Fahrzeuge

Notizen:

Empty rectangular box for notes.

Checkliste - Kartenvorverkauf -

	VVK - Stellen:	Adresse:	Anzahl:	Einnahmen:
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

Checkliste - Anrufe -

(Diese Liste sollte wirklich nur die Aufgaben enthalten, die sich ausschließlich auf das Telefonieren beziehen.)

Wer	Nummer	Grund
-----	--------	-------