

Den Unternehmens-Event erfolgreich machen 7 fundierte Tipps gegen häufige Fehler

Ein Unternehmens-Event bedeutet viel Arbeit und Verantwortung für alle Beteiligten.

Wir nennen die häufigsten Ausfälle und geben Ratschläge für das gute Gelingen.

Fehler eins: „Ruhe! Ich bin der Chef.“

Die Planung ohne Beteiligte angehen

Ein Unternehmen ist auch ein sozialer Mechanismus und dieser Tatsache sollten Sie Rechnung tragen. Binden Sie die Mitarbeiter in die Planung und Durchführung des Events mit ein. So bekommen Sie ein gutes Feedback aus allen Schichten des Unternehmens. Und es wird verhindert, dass eine Kopfgeburtsentstehung entsteht, die von der Mitarbeiterschaft abgelehnt wird.

Besser:

Ein Eventteam im Haus bilden. Ideale Größe sind 3-5 Personen. Ein Vertreter der Geschäftsführung. Das Marketing, weil es ein Kommunikationsanlass ist. Ein, zwei Vertreter aus der Firmenbelegschaft – diese kennen den Betrieb von unten, wissen, was intern ankommt und was nicht. Ein Vertreter der Event-Agentur – der Profi kann Ratschläge geben, Ideen bewerten und vorab den Aufwand für alles sichtbar machen. Das Team bildet sich nur für diesen Event.

Fehler zwei: „Das machen wir mal schnell.“

Die Vorlaufzeit unterschätzen

Die optimale Vorbereitungszeit für z. Bsp. einen Firmengeburtstag ist ein bis ein halbes Jahr vor dem Termin. Je nach Größe und Wertigkeit auch früher. Über die Vorbereitung von Logistik und Örtlichkeit(en) werden gerne die Gäste vergessen. Diese aber sind das sperrigste...

Denn die Mitarbeiter müssen ihren Urlaub planen und nun auch eine Feier – evtl. mit der ganzen Familie - einplanen können.

Dann ist da die Einladungslogistik: Der ersten Aussendung muss nachgefasst werden. Per Telefon wird geklärt: Kommt der Kunde/Gast allein, mit Frau, mit Kollegen? Wo wird übernachtet? Wo wird geparkt?

Auch die absonderlichsten Wünsche und Bedenken müssen freundlich und verbindlich „abgearbeitet“ werden und – benötigen Zeit!

Besser:

Genügend Zeit einplanen. Offiziellen Event-Kalender und Einladungsliste so bald als möglich bereit haben. Lieber etwas mehr Manpower in den telefonischen Nachfassstecken: Der Erfolg einer Veranstaltung liegt darin, wie viele Gäste mit dabei sind und dass sich darunter vor allem die wichtigen Gäste befinden!

Fehler drei: „Wir schreiben halt einen Brief.“

Lustlose Einladung ohne Motto.

Wie werden die Kunden, Kontakte, Partner, Mitarbeiter aus der Reserve und zu uns gelockt? Versprechen wir etwas Außergewöhnliches, oder zielen wir ab auf emotionale Werte? Können wir während der Veranstaltung etwas Wichtiges und/oder Interessantes zeigen? Welchen

„Wow-Effekt“ brauchen wir? Gehen wir damit eher nach außen, oder ist es eher eine interne Veranstaltung?

All diese Fragen sind zu klären, bevor man eine Einladung verfasst. Und dann ist da noch das Motto. Erst ein schwungvolles Motto macht die ganze Sache griffig und spannend. Als Beweis das Gegenteil: „75 Jahre Meier & Söhne - wir laden ein“ – ja, da sieht doch jeder sofort zu endlosen Reden einsame Staubflocken tanzen...

Ein echter Zusatznutzen ist auch der Einladungssatz: „Bringen Sie ihre Familie mit“. Dies jedenfalls bei internen Veranstaltungen. Bei externen sollte es ein gutes Motto, ein gutes Programm und ein gutes Essen sein.

Womit der nächste Punkt schon eröffnet ist:

Fehler vier:

„Semmel und Leberkäse machen auch satt“

Beim Essen sparen

Der Mensch ist leider so - er erinnert sich mehr an das Essen, als an den Anlass. Was nicht so übel ist, wie es klingt. Denn beim Satz „Das war so ein Firmenjubiläum, und da gab es ein tolles Essen“, geht es auch um Ihr Unternehmen. Vielleicht nicht in der Reihenfolge, wie Sie es sich wünschen aber immerhin. Merke: Was in den Magen wandert, bleibt haften.

Darum ist Essen und Trinken wichtig und es gilt:

- Kein Allerweltsessen
 - Das Essen muss Anreize wecken, um sich darüber zu unterhalten. Der Erlebnisfaktor bringt mehr Kontakt und Lebendigkeit.
 - Leute lernen sich beim Essen einfacher und besser kennen – Essen entspannt.
 - Beim Essen werden Standespersonen sympathisch erfahrbar und man macht gemeinsam etwas. Es entsteht der „Chef zum Anfassen“.
 - Die Mahlzeit muss aber auch zum Geist des Unternehmens passen
- Beziehungen kommen beim Essen auf eine andere Ebene und werden stärker und emotionaler. Und genau darum geht es ja bei einem Event.

Fehler fünf:

„Seit 100 Jahren wir.“

Zum Jubiläum nur nach hinten schauen

Ein Event ist immer ein Baustein in der allgemeinen Marketingstrategie. Darum gelten zwei Dinge. Erstens:

Wer mit der Feier nur rückwärts schaut, verschenkt die Hälfte des PR-Potenzials. Viel spannender für die Entwicklung des Unternehmens, für die Presse, für die Besucher, ist die Frage: „Wo sollen und wollen wir in Zukunft stehen?“ Die Absichtserklärung gilt es zu lancieren, wenn die Öffentlichkeit wegen des Anlasses bei Ihnen vorbei schaut!

Zweitens:

Es macht keinen Sinn, sich mit einem Event neu zu positionieren. Weil ein Anlass eben doch meistens ein historisches Datum ist, und man Geschichte nicht so leicht umdeuten kann. Der Event muss eine vorhandene Kommunikations-Strategie unterstützen und vorantreiben.

Fehler sechs:

„Ist doch alles ganz einfach.“

Das volle Risiko eingehen

Ein Event kann die unglaublichsten Fallstricke mit sich bringen. Was tun, wenn das Programm nicht stimmig ist, wenn sich Gäste verlaufen, wenn das Wetter verrückt spielt, wenn man seine Kräfte überschätzt?

Alles schon passiert und nachher weiß es jeder besser. Aber vorher? Gibt es eigentlich nur eine Versicherung: Eine Event-Agentur mit ins Boot nehmen. Als „Versicherung vor dem Flop“. Hat die Agentur Erfahrung mit vielen Events und berät darin, was geht, und was man besser bleiben lässt.

Dieses Erfahrungsspektrum gibt Sicherheit darin, welches Essen, welche Show, welches Programm zu welcher Gruppenstärke und zu welchem Termin passt.

Die Agentur gibt Anregungen zum Ort, zum Termin, zum Personenkreis in einer individuellen Beratung. Sie findet für Sie den idealen Ausgleich zwischen Budget, Motto und Ereignis. Und kommt für das erste Beratungsgespräch meist unverbindlich ins Haus. Auf diesen kostenlosen Service sollten Sie nicht verzichten.

Fehler sieben:

„Und das war es dann.“

Den Termin anschließend einfach vergessen

Man ist leicht so vom eigentlichen Ereignis in Beschlag genommen, dass man das Hinterher gerne vergisst. Hier aber kann Ihre Feier mehrfach weiter verwertet und damit insgesamt wertvoller werden: Indem Sie jedem Teilnehmer ein persönliches Bild mit einem Dank schicken. Indem Sie eine angenehme Dokumentation auf der Website platzieren. Mit Bildern in Ihrem Unternehmen, die zeigen, dass man sich hier auch auf Lebensart versteht.

Darum gilt es, schon vorher an die Dokumentation zu denken. Wer fotografiert oder filmt? Worauf will man schauen? Was soll später damit gesagt werden? Wie verstärkt all dies die Kommunikation und das Standing des Unternehmens?

Fehler raus, Erfolg rein: Die Profis von V Event

Die vorangegangenen Tipps stammen aus über 10 Jahren Erfahrung in der Planung und Durchführung von Events jeder Größenklasse. Das geht vom erfolgreichen Auftritt eines Weltkonzerns, bis zur privaten Geburtstagsparty mit deutlich mehr als 500 Gästen.

Die Kernkompetenz von V Event sind Events als starker Baustein des Marketings und der Unternehmenskommunikation. Gerne beraten wir Sie darin umfassend und im Erstgespräch kostenlos:

V Event GmbH
Matternstr. 6
10249 Berlin
Fon 030 802087080
Fax 030 802087087
E-Mail: berlin@v-event.com