



EVENT- LEITFADEN

IHRE CHECKLISTE ZUR EVENTPLANUNG

Juni 2019

PP LIVE

WAS SPRICHT FÜR EVENTS BZW. LIVE-MARKETING?



In Zeiten schwindender Zielgruppenbindung durch klassische Instrumente und der Reizüberflutung durch Online-Medien gilt es abzuwägen, ob die gesetzten Ziele nicht besser über einen **direkten Kontakt zur Zielgruppe** erreicht werden können.

Diese Entwicklung macht Events neben ihren traditionellen Einsatzfeldern auch für die Begleitung strategischer Geschäftsprozesse interessant.



Ein weiteres starkes Argument für den direkten Kontakt zur Zielgruppe bzw. den Entscheidern ist die **emotionale Wirkung von Events** und die damit verbundene Bereitschaft der Entscheider Informationen bzw. Daten über sich preiszugeben.

WEN MÖCHTE ICH ERREICHEN UND WAS BEWIRKEN?



Bevor die Entscheidung zur Durchführung eines Events getroffen wird, gilt es zunächst die **Zielgruppen und Ziele** zu definieren.

- Wer ist die Hauptzielgruppe, welche Personen sollten zusätzlich an dem Event teilnehmen?
- Was soll mit dem Event erreicht werden?

Zum Beispiel:

- mit der Zielgruppe ins Gespräch kommen und eine **nachhaltige Kommunikation aufbauen**
- die Teilnehmer des Events emotionalisieren und somit **an das Unternehmen / die Marke binden**
- **Daten** von der Zielgruppe **generieren**, z.B. über Befragungen

WELCHER LEITIDEE SOLLTE DER EVENT FOLGEN?



Die **Dramaturgie** jedes Events sollte von einer Leitidee geprägt sein, deren Entwicklung vor allem auf Basis des jeweiligen Anlasses, der dazu definierten Inhalte und Ziele erfolgt.

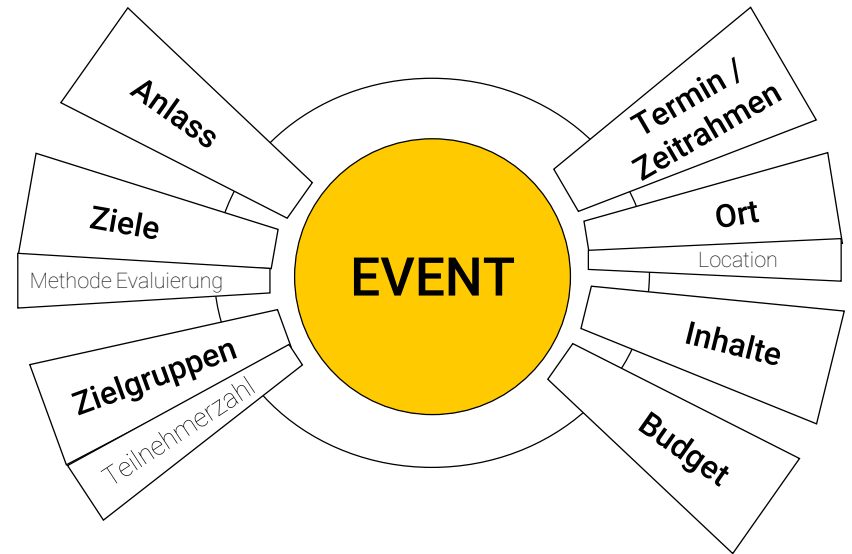
Die Leitidee sollte im gesamten Eventablauf erkennbar und in Teilen auch erlebbar sein.

WELCHE ECKDATEN SIND ZU DEFINIEREN?

Die Planung von Events ist **spannend und vielseitig**.
Kein Event ist wie der andere und gerade dies macht die Live-Kommunikation so interessant.

Mit einer **frühzeitigen und professionellen Planung** ist schon sehr viel erreicht.

Definieren Sie alle für Ihren Event **relevanten Eckdaten**.
Die nebenstehende Grafik gibt Ihnen einen Überblick über die wesentlichen Punkte.



WIE KÖNNTE EIN KONZEPT AUSSEHEN?

Wesentlicher Bestandteil eines Eventkonzeptes ist die Entwicklung von Programm-Bausteinen, zur Erreichung der Eventziele.

Das **klassische Eventkonzept** besteht dabei aus der interaktiven Vermittlung der Kernbotschaften im Plenum, der Vertiefung dieser Botschaften in Workshops und ggf. über Ausstellungen sowie der Motivation der Zielgruppe durch ein Unterhaltungsprogramm.

Die Gewichtung und zeitliche Abfolge (Dramaturgie) der einzelnen Programm-Bausteine sollte in Abhängigkeit der Ziele und Zielgruppen festgelegt werden.



Plenum

Vorträge, Talkrunden, Ehrungen



Workshops

Gruppenarbeit, Selbsterfahrung



Activation

Interaktive Informationsvermittlung



Catering

in Verbindung mit Networking



Entertainment

Attraktives Unterhaltungsprogramm

EVENTS LEICHT GEMACHT



Der von PP entwickelte **Eventleitfaden** dient den für die Umsetzung von Events verantwortlichen Mitarbeitern als **organisatorische Hilfestellung** zur Vereinfachung und Optimierung der gesamten Prozesse:

- Eventplanung und -vorbereitung
- Eventorganisation und -durchführung
- Eventdokumentation und -analyse

Der Eventleitfaden steht **on- und offline** zur Verfügung.



DER LEITFADEN FÜR IHREN EVENT

AN DER PRAXIS ORIENTIERT

1. Events

- I. Vorüberlegungen S. 2
- II. Der Leitfaden für Ihren Event S. 9

2. Eventmanagement

- I. Organigramm/Teamaufstellung S. 12
- II. Ablagesystem Mails & Verteiler S. 15
- III. Meetingkultur S. 18
- IV. Protokolle S. 21
- V. Budgetplanung & Controlling S. 23
- VI. Eventplanung S. 26
- VII. Ablaufplan S. 30
- VIII. Location S. 32
- IX. Auf- & Abbauplanung S. 36
- X. Lade- & Lieferliste S. 41
- XI. Regieplan, Rehearsal S. 44
- XII. Personaleinsatzplanung S. 47
- XIII. Sponsoring S. 50
- XIV. Teilnehmermanagement S. 55

3. Teilnehmer-Kommunikation S. 61

- I. Save the Date S. 64
- II. Einladung S. 66

4. Sicherheitsaspekte S. 68

- I. Sicherheitskonzept S. 69
- II. Sanitätsdienst S. 74
- III. Versicherungen S. 78

5. Genehmigungen, Abgaben S. 84

- I. GEMA-Anmeldung S. 91
- II. KSA-Abgabe S. 94

6. Beauftragung Vorlieferanten S. 96

7. Planungsschritte S. 104

- I. Anreise zur Location S. 106
- II. Wegführung - Beschilderung S. 108
- III. Außendekoration S. 110
- IV. Registrierung S. 112

V. Garderobe S. 120

VI. Empfang S. 123

VII. Eventraum S. 125

VIII. Notbeleuchtung S. 128

IX. Toiletten S. 130

X. Übersicht technische Ausstattung S. 132

XI. Beleuchtung S. 136

XII. Beschallung S. 141

XIII. Mikrofonierung S. 147

XIV. Projektion S. 153

8. Catering S. 158

9. Dokumentation S. 168

10. Evaluierung S. 170

11. Qualitätsmanagement S. 186

EVENT- MANAGEMENT

AUSZUG AUS DEM EVENTLEITFADEN

EVENTPLANUNG AUF EINEN BLICK

In einem Projektplan werden die in den Phasen Konzeption, Planung, Organisation, Vorbereitung, Durchführung und Dokumentation **anfallende Aufgaben in eine inhaltliche und zeitliche Reihenfolge** gebracht. Die Auswahl **geeigneter Hilfsmittel/Tools** zur Erstellung eines Projektplanes erfolgt nach Größe und Komplexität des Events (siehe Abbildung).

Anhand der **Zeitschiene** lässt sich vor allem erkennen, ob die jeweils festgelegten Termine eingehalten werden oder ob es evtl. Verzögerungen gibt – dies sollte regelmäßig überprüft werden.

Beispiel



Vorlage



Bei **kleineren Events** sollte eine **Excelltabelle** ausreichen, in die die vorgesehenen Aufgaben und Termine eingetragen werden. Dabei müssen Balkendiagramme und die Zeitschiene individuell angelegt werden.



Bei **Großevents** empfiehlt es sich mit **professionellen Hilfsmittel/Tools** zu arbeiten (z.B. MS Project).

EVENTPLANUNG

SO GEHT'S

1

Was ist zu tun?

Erfassung der Projektphasen
Konzeption, Planung,
Vorbereitung, Durchführung
und Dokumentation,
mit den jeweils
dazugehörigen Aufgaben
und Unteraufgaben

2

Wann ist es zu tun?

Vorgabe des
Zeitpunktes bzw.
Zeitraumes für jede
Aufgabe in einer
logischen Reihenfolge

3

Wer ist zuständig?

Definition der
Zuständigkeit für
eine Aufgabe

4

Was ist zu beachten?

Terminliche Festlegung
der Milestones und
Markierung der
Schnittstellen

EVENTPLANUNG

Bei der Erstellung eines Projektplanes sollte darauf geachtet werden, dass die Aufgaben in einer **logischen Reihenfolge** ineinander greifend oder aufeinander folgend dargestellt werden. Idealerweise entsteht dann ein **Diagramm mit übersichtlichen Stufen**.

Projektplan Beispiel																																				
		Projektleiter	SV			Version:	1.0																													
		Projektstart	06.08.2017			Projekt:	Beispiel																													
		Heute	09.10.2018																																	
								KW 41		KW 42		KW 43		KW 44		KW 45																				
								17	02.10.2017	09.10.2017	16.10.2017	23.10.2017	30.10.2017																							
WBS	Aufgabe	Name	PL	Start	Dauer	AT	Ende	Status	S	S	M	M	D	D	F	F	S	S	M	M	D	D	F	F	S	S	M	M	D	D	F	F	S			
1	Ideen- und Durchführungskonzept																																			
1.1	Konzept-Entwicklung		PP				0	Abgeschlossen																												
1.2	Abstimmung Konzept		Kunde				0	Abgeschlossen																												
1.2	Konzeptfreigabe		Kunde				0	Abgeschlossen																												
2	Budget/Vertrag																																			
2.1	Budgetplanung		PP	06.08.2017	106		20.11.2017	In Bearbeitung																												
2.2	Budget Freigabe		Kunde	02.10.2017	49		20.11.2017	In Bearbeitung																												
2.2	Freigabe Projektvertrag, Locationvertrag o.ä.		Kunde	16.10.2017	42		27.11.2017	Abgeschlossen																												
2.3	1. Teilrechnung		PP	02.11.2017	38		10.12.2017	Nicht begonnen																												
2.3	2. Teilrechnung		PP	01.01.2018	9		10.01.2018	Nicht begonnen																												
2.4	Abschlussrechnung		PP	20.04.2018	20		10.05.2018	Nicht begonnen																												
3	Teilnehmermanagement																																			
3.1	Vorschläge Domain		PP	29.09.2017	6		05.10.2017	Abgeschlossen																												
3.1	Freigabe und Kauf Domain		Kunde	05.10.2017	4		09.10.2017	Abgeschlossen																												
3.1	Übermittlung Konzepts/MoMo, CI, Briefe, Daten		PP	04.10.2017	9		13.10.2017	Abgeschlossen																												

EVENTLEITFADEN EIN ERSTER EINDRUCK



Als Experten für Live-Kommunikation und Eventmanagement haben wir einen **praxisorientierten Eventleitfaden** entwickelt, der die wichtigsten Punkte zur Umsetzung eines Events beschreibt.

Einen inhaltlichen Vorgeschmack konnten Sie den vorangegangenen Seiten entnehmen.

Sollten wir Ihr **Interesse an dem kompletten Eventleitfaden** geweckt haben, können Sie diesen gegen eine Schutzgebühr in Höhe von 300 € unter folgender Kontaktadresse anfordern:

PP LIVE GmbH, Michael Magunski, m.magunski@pp-live.com

PP LIVE

EIN KURZPROFIL

LIVE
LIVE-
KOMMUNI-
KATION

SERVICE
PERSONAL-
LÖSUNGEN

CONSULTING
STRATEGISCHE
LÖSUNGEN

Die 1986 gegründete Eventagentur PP LIVE, mit Standorten in Frankfurt und Köln, bietet innovative Lösungen in der **Live-Kommunikation** an.

PP LIVE hat sich zum Ziel gesetzt, Unternehmen und Marken im Rahmen von Events durch **direkte Kommunikation** mit der jeweiligen Zielgruppe **emotional erlebbar** zu machen.

Dafür kreieren wir **einzigartige Erlebnisse**, die eine lang anhaltende Verankerung der Botschaften in den Köpfen der Zielgruppe sicherstellen.

Gemeinsam mit den Tochtergesellschaften PP CONSULTING & PP SERVICE verbinden wir **strategische Beratung und Konzeption** mit einem effizienten **Projekt- und Personalmanagement**.

IHRE EVENTAGENTUR

© **PP LIVE GmbH**

Walther-von-Cronberg Platz 6
60594 Frankfurt

www.pp-live.com