

Vom Event zum Wir

Veranstaltungsplanung für eine junge Selbsthilfe

1. Workshop – Basiswissen Veranstaltungsplanung

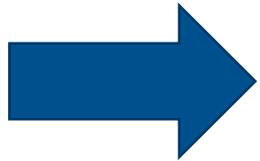


Kaufmännische
Krankenkasse

- **Grundlagen des Eventmanagements**
 - Theoretische Grundlagen
 - Rechtliche Grundlagen
 - Die Konzepterstellung
 - Phasen der Event Planung
- **Kreativmethoden zur Ideenfindung**
 - Definition
 - Brainstorming
 - Methode 365
 - Mind Mapping/Netzplantechnik
 - Neun Basisfragen nach Alex Osborn
 - Konzeption
- **Ausgangssituation & Vorüberlegungen**
 - Analyse & Bedarf
 - Ziele, Zielgruppen & Aufgaben
 - Idee, Motto, Botschaft, Leitmotiv
 - Umsetzung & Programm
 - Organisation
 - Externe Leistungen
 - Budgetplan & Kalkulation
 - Zeitplan & Meilensteine

1. Grundlagen des Eventmanagements

Theoretische Grundlage



- Events machen Botschaften erlebbar
- argumentieren nicht rational
- spielen mit Wahrnehmung und Emotion
- inszenieren Marken- und Unternehmenswelten

Theoretische Grundlagen

Schmecken
(gustatorisch)



Sehen
(visuell)



Fühlen
(haptisch)



Riechen
(olfaktorisch)



Hören
(akustisch)



Rechtliche Grundlagen

- **Versammlungsstättenverordnung** bezeichnet landesspezifische Rechtsverordnung, die sich auf den Bau und den Betrieb von Versammlungsstätten bezieht
- Muster-Versammlungsstättenverordnung (MVStättV) soll als Grundlage einer bundesweiten Vereinheitlichung dieser Länderregelungen dienen
- Versammlungsstätten sind bauliche Anlagen oder Teile baulicher Anlagen, die für die gleichzeitige Anwesenheit vieler Menschen bei Veranstaltungen (...) bestimmt sind (§ 2 Abs. 1 MVStättVO).

MStättVo (Muster-Versammlungsstättenverordnung)

VStättVo (Versammlungsstättenverordnung)

SBauVo (Sonderbauverordnung NRW)

Rechtliche Grundlagen - Barrierefreiheit

- In Versammlungsräumen mit Reihenbestuhlung müssen bspw. von bis zu 5 000 vorhandenen Besucherplätzen mindestens 1 % und von darüber hinaus vorhandenen Besucherplätzen mindestens 0,5 % mindestens jedoch zwei Plätze als Flächen für Rollstuhlbenutzer freigehalten werden
- Die Plätze und die Wege zu ihnen sind durch Hinweisschilder gut sichtbar zu kennzeichnen
- Mindestens eine je 12 der nach § 12 Absatz 1 erforderlichen Toiletten muss barrierefrei sein (§ 12).
- Die Zahl der notwendigen barrierefreien Stellplätze muss mindestens der Hälfte der Zahl der nach § 10 Abs. 7 erforderlichen Besucherplätze entsprechen. Auf diese Stellplätze ist dauerhaft und leicht erkennbar hinzuweisen (§ 13)

Erfolg brauch Methode – die Konzepterstellung

- Das Konzept soll die klassischen **W-Fragen** beantworten. Wir fragen uns also konkret:
- **Was** soll erreicht werden
- **Warum** soll es erreicht werden
- **Wer** ist beteiligt
- **Wo** soll dieses Ziel erreicht werden
- **Welche** Anforderungen und Einschränkungen gibt es

In den meisten Fällen sind nur einige der W-Fragen relevant, dennoch lohnt es sich, alle Fragen durchzugehen, um sicherzustellen, dass nichts vergessen wird.

Euer Konzept sollte einen roten Faden haben - behaltet daher den Überblick!



Phasen der Event Planung

1. Konzeptphase

- Idee
- Recherche
- Angebotseinholung
- Optionieren

2. Organisationsphase

- Angebotseinholung
- Optionieren
- Buchung/Beauftragung
- Genehmigungen

3. Ablaufphase

- Vorher
- Während
- Nachher

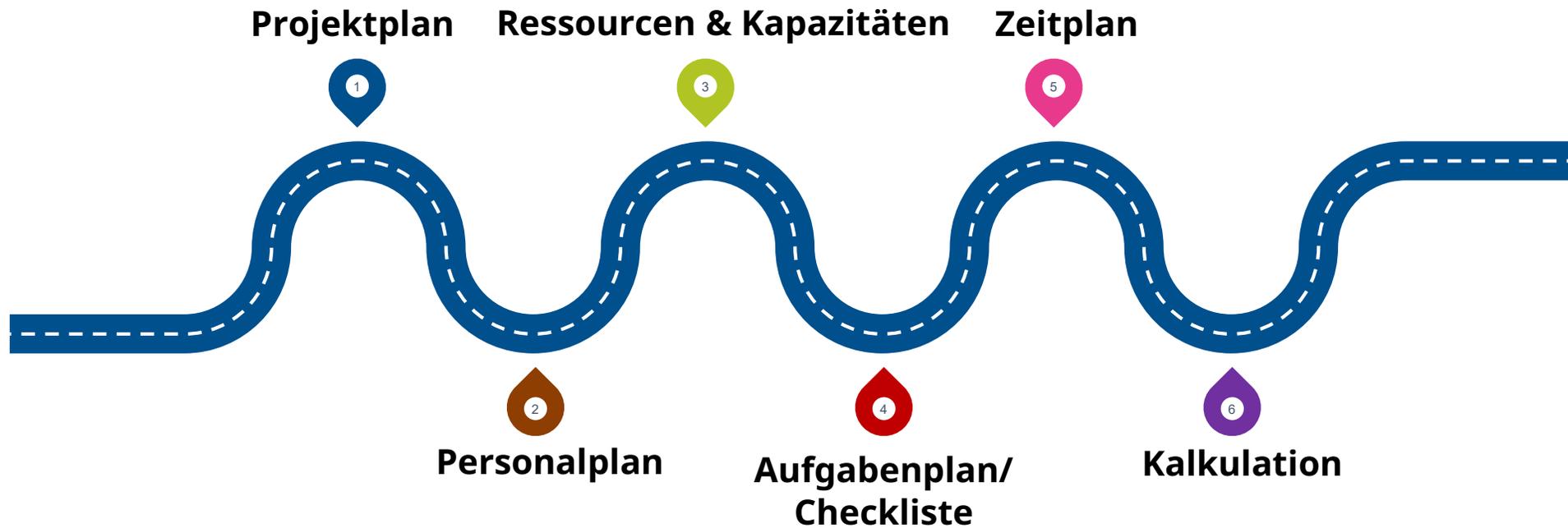
4. Nachbereitungsphase

- Intern
- Extern
- Kontrolle und Kalkulation

Phasen der Event Planung - Projektstrukturplan



Grundlagen des Eventmanagements



2. Kreativmethoden zur Ideenfindung

***„Der beste Weg, gute Ideen zu erhalten,
besteht darin, möglichst viele Ideen zu
entwickeln“***

Linus Pauling

Kreativmethoden zur Ideenfindung

Definition

- unterstützen, kanalisieren und optimieren Kreativitätsprozess
- helfen andere oder mehr Ideen in gleicher Zeit zu produzieren
- fördern zudem ein kreatives Umfeld
- "Quantity breeds Quality!"

Es gibt ca. 350 etablierte Methoden – obwohl es verschiedene grundlegende Prinzipien gibt, haben doch alle das gleiche Ziel

1. Unterstützung und Hilfe für neue Denkansätze
2. Erzeugen möglichst vieler Ideen

Brainstorming

- Bekannteste Kreativitätsmethode
- Teilnehmeranzahl zw. 4-10 Personen
- Leitung durch Moderator

Ziele eines Brainstormings

- spontan, möglichst viele Ideen zu einem Thema zu sammeln
- Ideen spontan aufgreifen und weiterentwickeln
- Bildung von Assoziationsketten
- Bewertung erfolgt erst im 2. Schritt

Grundregeln

- Hierarchiefreier Raum
- Quantität vor Qualität (Ideengenerierung vor Bewertung)
- Spontane Einfälle sind gewünscht
- Auf gesagtes aufbauen/weiterführen
- Freie Meinungsäußerung
- Kritik ist verboten
- keine Killerphrasen

Killerphrasen

- Das ist doch zu teuer!
- Technisch nicht umsetzbar!
- Das haben wir schon versucht!
- Sie sehen das Problem falsch!
- Das haben wir schon immer so gemacht

Methode 635

- Weiterentwicklung des Brainstormings
- Formular mit 3 Spalten: schriftlich fixierte Problemstellung
- 6 Teilnehmer – 3 Ideen – 5 Variationen
- Ideen des Vorgängers – ergänzen – variieren – völlig neue Ideen notieren
- Stille, keiner unterhält sich miteinander

Vorteile

- Viele Ideen in kurzer Zeit - 18 Lösungsvorschläge jeweils fünfmal variiert
- Ideen anderer Teilnehmer inspiriert eigene Kreativität
- Jeder Teilnehmer muss 3 Vorschläge machen und kann sich nicht zu früh auf seine Lieblingsidee fixieren
- Anwendbar, wenn konkrete, einfache Aufgabenstellung gegeben

Mind Mapping / Netzplantechnik

- eine Kreativitätstechnik, die Ideenprozesse beschleunigt und vereinfacht
- hilft spontane Gedanken in Entstehungsreihenfolge festzuhalten und visualisiert Beziehungen im Wirkungsgeflecht
- fördert optimale/gehirngerechte Nutzung der beiden Gehirnhälften
- Nutzung der rechten, kreativen (Farbe, Raumwahrnehmung, Rhythmus, Phantasie) und linken, analytischen (Logik, Sprache, Zahlen) Gehirnhälfte
- Synergieeffekte schaffen - geistige Leistung verbessern

Verwendung:

- Gruppenmeeting
- persönliche Notizen
- Vorträge / Lernen

Erstellung:

- DIN A3/4 Blatt (allein)
- Flipchart (Gruppe)
- 1 - 3 Stifte (versch. Farben)

Vorteile:

- Hauptthema zentral angeordnet
- schnell erfassbar
- durch Verästelungen wird eine Hierarchisierung und Strukturierung der Gedanken vorgenommen
- Schlüsselwörter
- Gedankenlücken werden sichtbar
- Konzentration auf das Wesentliche
- Gedankengänge sind leicht rekonstruierbar
- Wenig Arbeitsmaterial

Neun Basisfragen nach Alex Osborn

- Beleuchtung des Themas anhand von neun Fragen
- Alleine oder im Team
- Nicht immer sinnvolle Antworten möglich

Ziel:

- Neue Ideen finden
- Gefundene Problemlösungen noch einmal überarbeiten und verbessern

Neun Basisfragen nach Alex Osborn

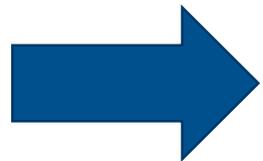
1. Anders verwenden?
2. Anpassen/Modifizieren?
3. Verändern?
4. Vergrößern?
5. Verkleinern?
6. Ersetzen?
7. Neu anordnen?
8. Kombinieren?
9. Transformieren?

Arbeitsbeispiel: _____

1. Anders verwenden:
2. Anpassen:
3. Verändern:
4. Vergrößern:
5. Verkleinern:
6. Ersetzen:
7. Neu anordnen:
8. Kombinieren:
9. Transformieren:

3. Konzeption

Erfolg brauch Methode - die Konzepterstellung



- schriftliche Zusammenfassung aller relevanten Faktoren und Informationen
- gezielte Planung und ganzheitliche Betrachtungsweise
- Formulierung konkreter Ziele
- Konzentration auf das Wesentliche
- Orientierungsrahmen
- Terminkontrolle, Budgetkontrolle, Erfolgskontrolle
- leichtere Vermittlung an Dritte

Inhalte:

- Ausgangssituation & Vorüberlegungen
- Analyse & Bedarf
- Ziele, Zielgruppen & Aufgaben
- Idee, Motto, Botschaft, Leitmotiv
- Umsetzung & Programm
- Organisation
- Externe Leistungen
- Budgetplan & Kalkulation
- Zeitplan & Meilensteine

Ausgangssituation & Vorüberlegung

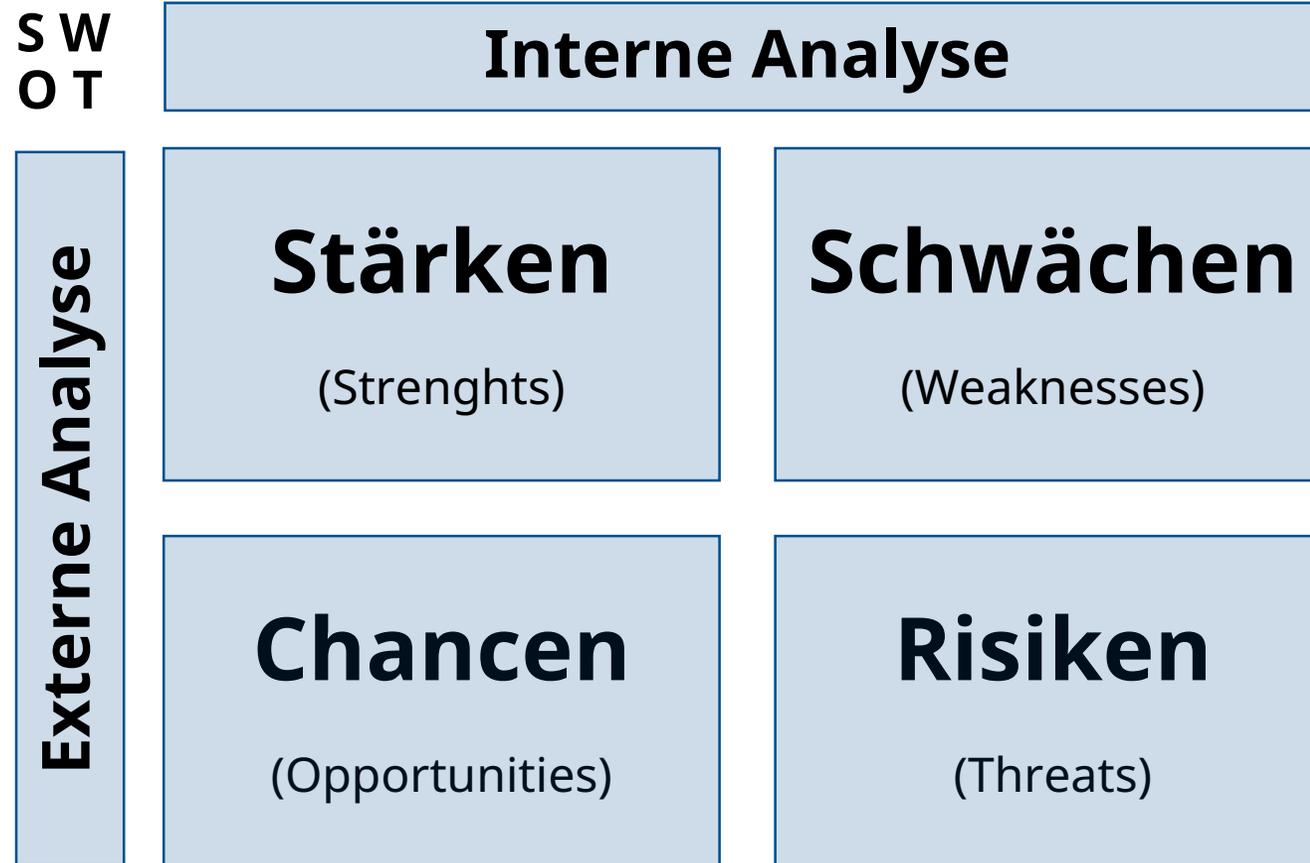
Verband

- Facts & Figures
- Weshalb plane ich den Event?
- Organisation intern
- Ressourcen
- Budget

Markt

- Zielgruppe – wen will ich einladen?
- Ziele – was wollen wir erreichen?
- Wann soll der Event sein?
- Was macht unsere Konkurrenz?
- Findet gleichzeitig ein anderer, ähnlicher oder uns tangierender Event statt?

Analyse & Bedarf



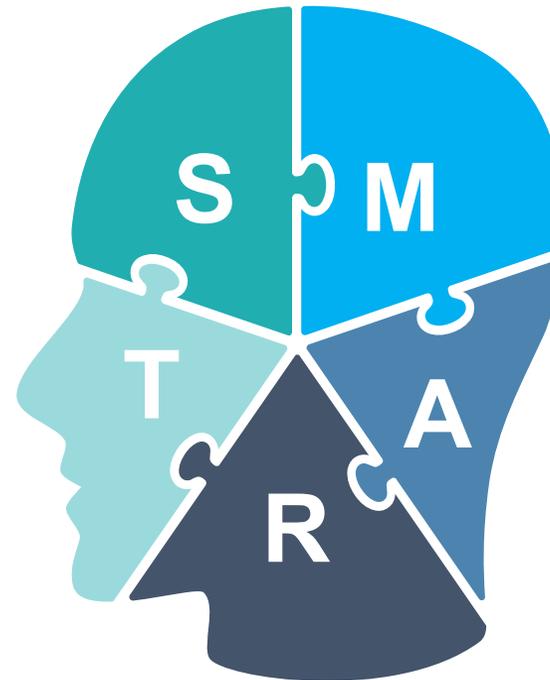
Analyse & Bedarf

- ausreichend Infos sammeln und auswerten
- Was sind die Stärken und Schwächen, wo liegen Potenziale und Gefahren?
- SWOT-Analyse
- Die Analyse macht das Konzept wasserdicht. Es wird zum Fundament des Konzepts – ähnlich einer wissenschaftlichen Arbeit
- Ein gutes Konzept basiert nicht auf Vermutungen, sondern auf Fakten



Ziele, Zielgruppen, Aufgaben

- Ziele und Aufgaben des Konzeptes präzisieren und ausführlich darstellen
- Welche Ziele und Zielgruppen sollen erreicht werden
- Wie muss das Konzept ausgerichtet werden, damit die Ziele und die Zielgruppen erreicht werden
- Alle Ziele, die ihr formuliert müssen SMARTe Ziele sein



Inhalte:

- Ausgangssituation & Vorüberlegungen
 - Analyse & Bedarf
 - **Ziele, Zielgruppen & Aufgaben**
 - **Idee, Motto, Botschaft, Leitmotiv**
 - **Umsetzung & Programm**
 - Organisation
 - Externe Leistungen
 - Budgetplan & Kalkulation
 - Zeitplan & Meilensteine
- 
- Strategie**

Idee, Motto, Botschaft & Leitmotiv

- Das Herz eures Konzepts
- Eventablauf im Überblick
- Roter Faden

Umsetzung & Programm

- Zeitpunkt
- Attraktionen
- Gästebetreuung
- Location, Infrastruktur, Personalplanung
- Bewilligungen
- Catering
- Kommunikations-/Werbemittel
- Sicherheit
- Optionierungen
- Verträge & Versicherungen

Organisation

- Kompetenzen
- Verantwortungen
- Organigramm
- Informationsverbreitung

Organisation

Regelmäßige Meetings mit allen Beteiligten

→ Jede/r kennt alle AnsprechpartnerInnen und der schnelle Dialog wird einfacher

Statusberichte für alle

→ Jede/r kennt die Aufgaben der anderen über seinen/ihren Tellerrand hinaus

Projektplan mit eingezeichneten Abhängigkeiten

→ Mögliche Engpässe werden frühzeitig erkannt und ausgeräumt

Regie- bzw. Ablaufpläne ständig aktualisieren und verteilen

→ Jede/r weiß, wann er wo was zu tun hat

Externe Leistungen

- die Anmietung einer Location
- dem Einkauf einer Dienstleistung
- oder die Bereitstellung von Technik
- den Druck oder die Erstellung von Werbematerialien und Einladungsschreiben

Location: Grundlegende Voraussetzungen Barrierefreiheit

- sind möglichst ebenerdig, straßennah
- verfügen über Parkplätze und sind gut an öffentliche Verkehrsmittel angebunden
- es existiert eine gut sichtbare Ausschilderung des Veranstaltungsortes
- bei Veranstaltungen im Freien: auf festen Untergrund achten
- Behindertentoiletten (Alternative: mobile Einheiten selbst organisieren)
- Veranstaltungsorte mit mehreren Stockwerken: Fahrstühle sind ein Muss. Diese sollten mindestens 110 Zentimeter breit und 140 Zentimeter lang sein – und sollten eine akustische Ansage der Stockwerke haben
- bei Treppen im Foyer, vor der Bühne oder vor der Eingangstür: Rampen mit maximal 6 Prozent Steigung und mindestens 120 cm Breite
- Türen sollten generell mindestens 90 cm breit sein

Budget & Kalkulation

- Definiert euer Budget
- Kosten der Maßnahmen zusammenstellen
- Dimensionen bestimmen
- Sind die Kosten höher als die verfügbaren Mittel, müssen die Ziele angepasst werden
- Wichtig: Puffer einbauen!

Budget & Kalkulation

- Kosten für Garderobe und Toiletten
- Kalkuliert bei der Technik die Auf- und Abbauzeiten nicht zu knapp
- Fachgerechte Entsorgung des Mülls
- Verpflegung des Personals

Beispiele für Kostenarten in der Eventkalkulation

- Miete
- Mobiliar
- Nebenkosten
- Personal
- Dienstleister
- Dekoration
- Technik & Ausrüstung
- Catering & Getränke
- Künstler
- Versicherungen
- Gema, KSK & Co
- Genehmigungen
- Infrastrukturkosten
- Beschilderung
- Werbung
- Einladungen
- Give-Aways
- Fixkosten/Bürokosten

Zeitplan & Meilensteine

- Zeitplan zur Vorbereitung und Durchführung des Events
- Orientierung an Projekt-Phasen
- Meilensteine fixieren
- verbindliche Timelines intern & extern (inkl. Puffer)

Zeitplan & Meilensteine

Aufgaben	Verantwortlich	Starten	Ende	Status	KW14	KW15	KW16	KW17	KW18	KW19	KW20	KW21	KW22	KW23	KW24
Kick-off Meeting	SK	KW14	KW14	in Bearbeitung											
Analys & Bedarf	HU	KW15	KW16	in Bearbeitung											
Ziele formulieren	GK	KW15	KW16	in Bearbeitung											
Vorbereitungen	GM	KW16	KW17	in Bearbeitung											
Orga & Planung	GK, SK, HU	KW17	KW22	in Bearbeitung											
Einladungen	SK	KW18	KW18	in Bearbeitung											
Durchführung	GK, SK, HU	KW22	KW22	in Bearbeitung											
Nachbereitung	GK, SK, HU	KW23	KW24	in Bearbeitung											

Vielen Dank für eure Aufmerksamkeit!

