

# Vom Event zum Wir

## Veranstaltungsplanung für eine junge Selbsthilfe

### 1. Workshop – Basiswissen Veranstaltungsplanung

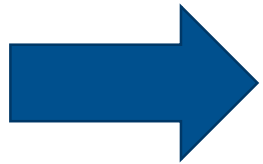


Kaufmännische  
Krankenkasse

- **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

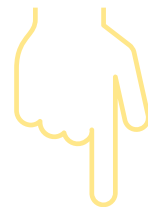
Schmecken  
(gustatorisch)



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)

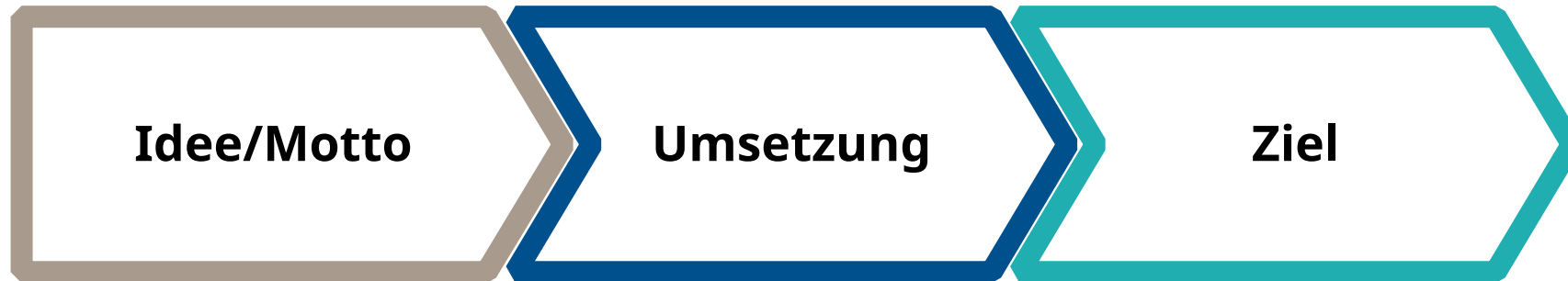
## Erfolg brauch Methode – die Konzepterstellung

- 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

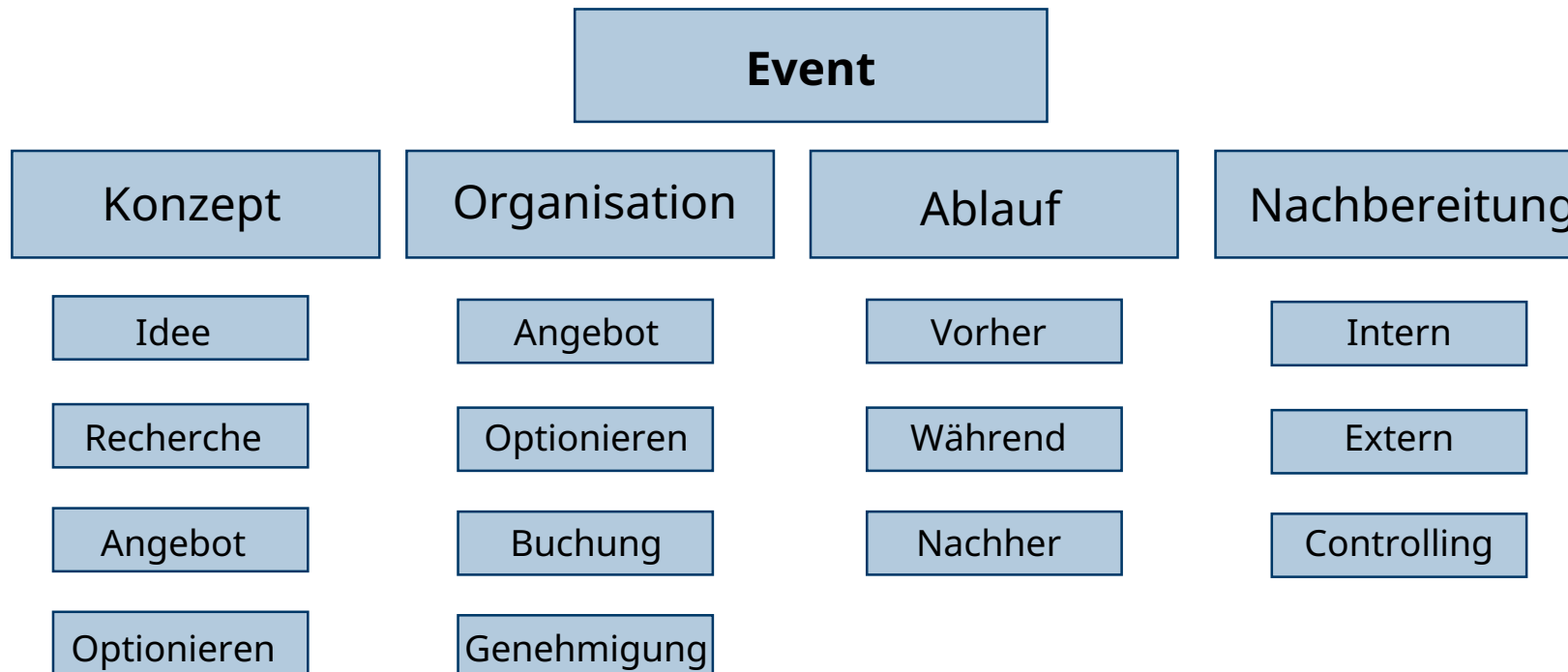
### 3. Ablaufphase

- Vorher
- Während
- Nachher

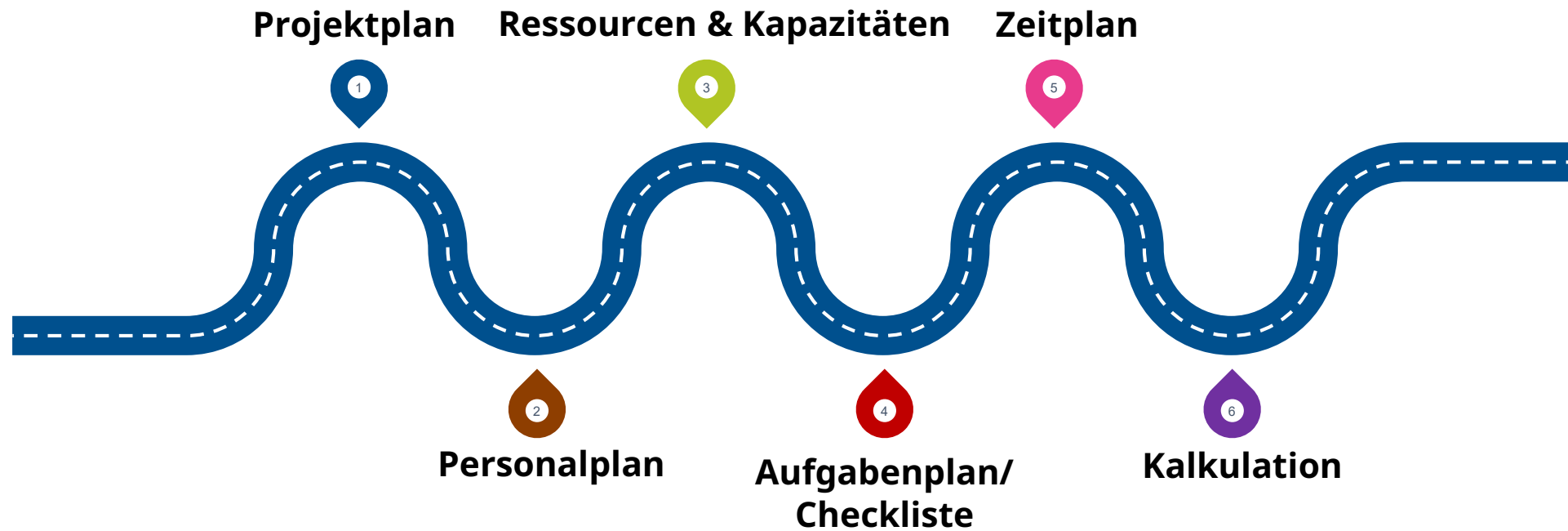
### 4. Nachbereitungsphase

- 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

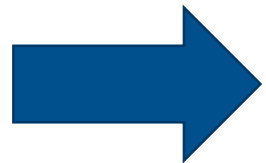
1. Anders verwenden?
2. Anpassen/Modifizieren?
3. Verändern?
4. Vergrößern?
5. Verkleinern?
6. Ersetzen?
7. Neu anordnen?
8. Kombinieren?
9. Transformieren?

## Arbeitsbeispiel: \_\_\_\_\_

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

# 3. Konzeption

## Erfolg braucht 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

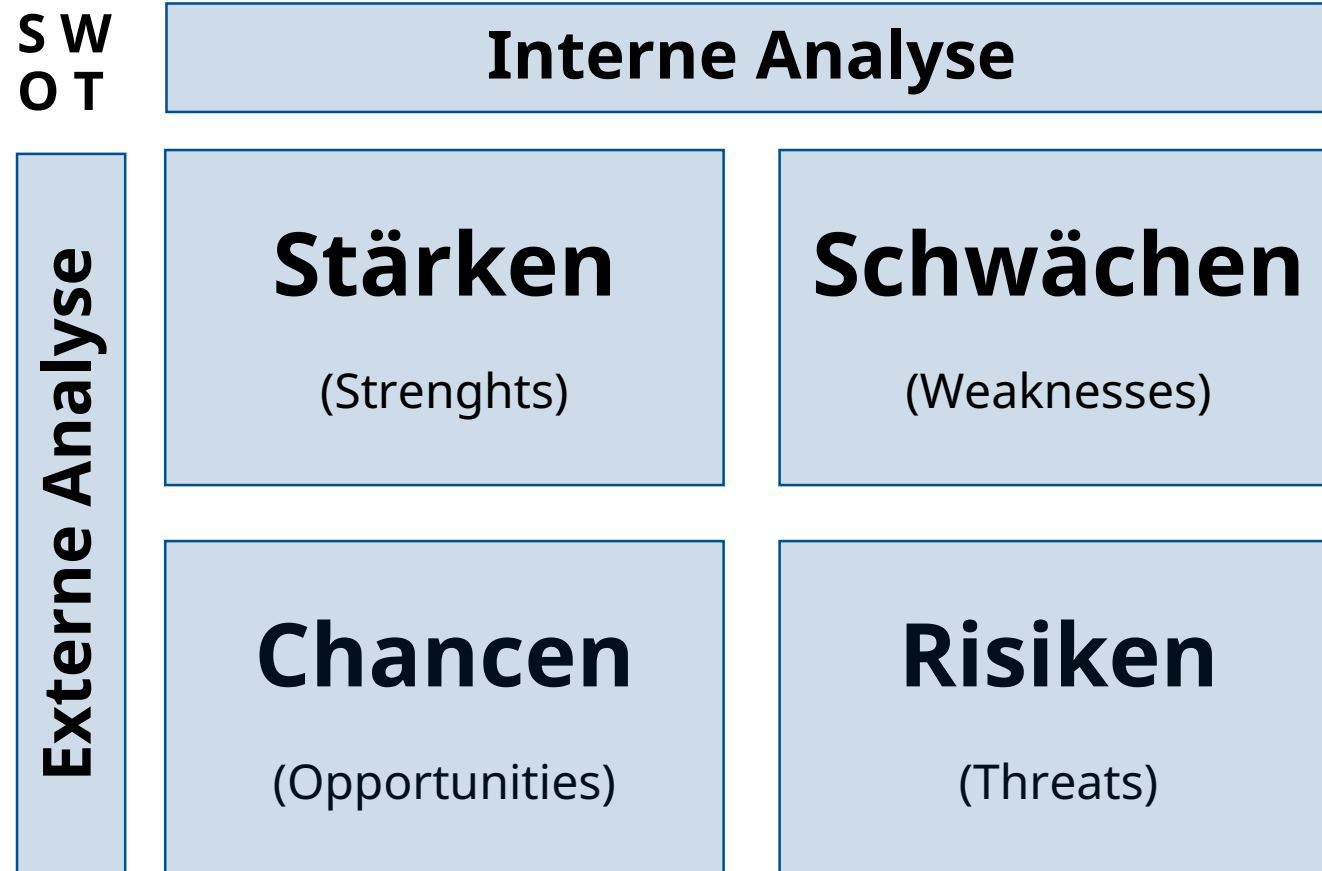
### Verband

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

### Markt

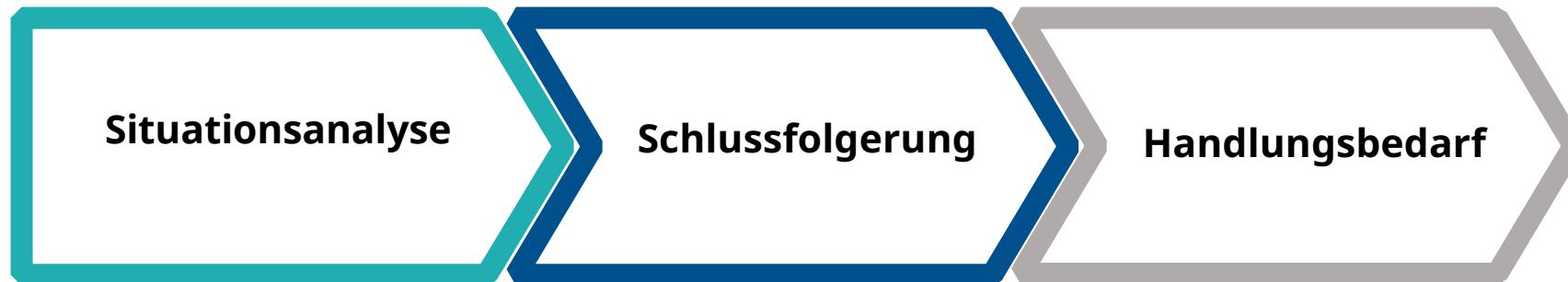
- Zielgruppe – wen will ich einladen?
- Ziele – was wollen wir erreichen?
- Wann soll der Event sein?
- Was macht unsere Konkurrenz?
- Findet gleichzeitig ein anderer, ähnlicher oder uns tangierender Event statt?

## Analyse & Bedarf



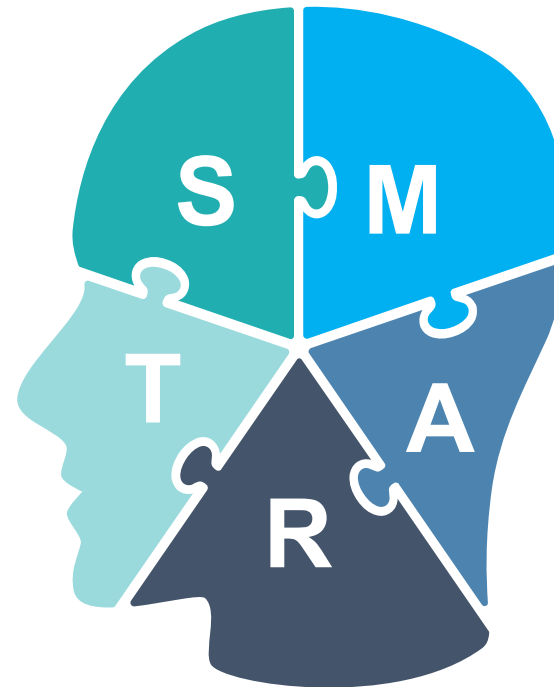
## Analyse & Bedarf

- 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!



Kaufmännische  
Krankenkasse