

# VeranstaltungsDesign

## VeranstaltungsDesign update 05-08

Liebe Leserinnen und Leser,

der Erfolg einer Organisation hängt maßgeblich davon ab, wie mit den relevanten Zielgruppen kommuniziert wird: mit MitarbeiterInnen, Kunden, Lieferanten und Geschäftspartnern, mit Banken, Behörden, Medien, der Öffentlichkeit usw.

Theorie und Instrumente des Marketing und der Öffentlichkeitsarbeit sind hoch entwickelt, trotzdem spürt man oft ein Unbehagen. Stimmt das eigene Erleben eines Produkts, eines Unternehmens, mit den veröffentlichten Worten und Bildern überein? Ist die Einladung zum Dialog ehrlich gemeint oder nur ein Schlagwort? Wie authentisch erleben wir den Auftritt von Führungspersönlichkeiten? Denken Sie an die Gestaltung von Veranstaltungen. Sind sie eine Stand-alone-Aktion oder Teil der Corporate Communication? Gibt es eine klare Botschaft? Wird Kommunikation durch das Veranstaltungsdesign gefördert oder behindert?

Eine anregende Lektüre wünscht Ihnen

Ihre  
Helga Stattler

## topic

### ***Corporate Communication – Trends in der Live-Kommunikation***

Ganzheitliche Unternehmenskommunikation, Integrierte Kommunikation, Gesamtkommunikation, Corporate Communication – viele Begriffe für ein komplexes Ziel, meist aber noch „work in progress“. Die Gestaltung der vielfältigen Kommunikationsbeziehungen innerhalb und außerhalb des Unternehmens erfordert in der Praxis die Kooperation verschiedener Abteilungen und meist auch externer Dienstleister. Der optimale Mix der Instrumente und die Vernetzung der Kommunikation auf allen Kanälen ist daher keine leichte Aufgabe. Die Umsetzung scheitert im Alltag weniger am fehlenden Fachwissen als an elementaren Struktur- und Kommunikationsdefiziten sowie gruppendynamischen Phänomenen.

Liegt die Lösung in einer neuen Funktion, dem Corporate Communication Manager, der die Quadratur des Kreises ermöglichen soll? Wir haben mit einigen Communication Managern über ihr Rollenverständnis gesprochen. Meist kommen sie aus dem PR- oder Marketingbereich, ihre Jobprofile und Verantwortungsbereiche sind recht unterschiedlich. Einmal gehört Event-Marketing nicht dazu, dann ist die interne Kommunikation in einem anderen Bereich angesiedelt, beim

nächsten spielt gerade sie die größte Rolle, dafür behält sich der Vorstandsbereich die PR vor. Offensichtlich müssen sich die Communication Manager ihr Aufgabenspektrum mit den bisher dafür zuständigen Bereichen erst verhandeln. Oder sie verstehen sich – wie wir auch gehört haben – als interne Berater und Dienstleister und damit als Motivatoren und Kommunikatoren mit Vorbildcharakter. Veranstaltungen haben bei allen einen hohen Stellenwert, weil sie das Bild des Unternehmens nachhaltig prägen.

### ***Live-Veranstaltungen als Königsdisziplin***

Als Ausgleich zu Informationsflut und virtueller Kommunikation ist das Bedürfnis nach einer face-to-face Interaktion gewachsen. Das erklärt auch die zunehmende Bedeutung von Veranstaltungen innerhalb der Corporate Communication.

Gerade bei der Live-Kommunikation findet der Reality-Check unmittelbar statt. Stimmt die Atmosphäre, die „Bühne“, der Auftritt, das gesprochene Wort, die Körpersprache und das sogenannte Rahmenprogramm mit dem überein was als Information und Botschaft vermittelt werden soll? Bilder und emotionales Erleben wirken wesentlich stärker als Texte auf Papier oder Bildschirm. Das ist eine große Chance wenn die Potentiale genutzt werden, um zu einem stimmigen Gesamtauftritt zu gelangen.

Der Trend geht offensichtlich weg von übertriebenen Inszenierungen, Schein, Glanz und Glitter. Geschätzt werden Veranstaltungen, bei denen es gelingt, den konkreten Nutzen mit einer Atmosphäre des Wohlfühlens zu verbinden. Relevanz des Themas für die Zielgruppe, Stimmigkeit des Gesamteindrucks, Qualität der Begegnung und Ehrlichkeit werden von den Communication Managern als wesentliche Kriterien genannt.

Neu ist auch, dass Veranstaltungen nicht nur als temporäre Ereignisse gesehen werden. Überall wo es um Live-Kommunikation in den Dimensionen Raum und Zeit geht, zum Beispiel am Point of Sale oder in Besprechungsräumen, ist eine sorgfältige Gestaltung der Kommunikation entsprechend der Corporate Communication entscheidend, um die Vertrauensbasis zu legen – bei MitarbeiterInnen, Kooperationspartnern, Kunden. Und bei Aktionären, dazu ein kritischer Beitrag unter „reflection“.

## reflection

### ***Mittelmaß bei Hauptversammlungen***

Wenn der Vorstandsvorsitzende bei der Hauptversammlung mit steinerner Miene vom Blatt abliest, wie erfolgreich das Projekt „leidenschaftliche Kundenorientierung“ umgesetzt wurde, dann löst das bei den Aktionären wahrscheinlich Zweifel und Gähnen aus. Der „Harvard Business manager“ vom Mai 07 berichtet von einer Studie, in der Hauptversammlungen, Presse- und Analystenkonferenzen der Dax-30-Konzerne theaterwissenschaftlich analysiert wurden.

Das Ergebnis: unglaubliches Mittelmaß. Zu beobachten waren gelangweilte Manager am Podium, die in Papieren kramten oder miteinander tuschelten statt den Ausführungen zu lauschen (die Großbild-Übertragung zeigt das schonungslos), die Körpersprache der Redner sendete interessante aber

unbeabsichtigte Signale aus, die Gestaltung des Raumes und der Bühne stand im Widerspruch zu den Aussagen – um nur einige Beispiele zu nennen. Was könnte man wohl bei Hauptversammlungen in Österreich beobachten? Wäre doch interessant!

In jedem Fall können Manager und Organisatoren von Veranstaltungen vom Theater lernen, welche Aspekte einen Auftritt beeinflussen: Art der Bühne, Bühnenbild, Dekoration, Position der Redner, Beleuchtung, Körpersprache und Stimme. Sind diese Elemente im Einklang mit der Corporate Communication und mit der aktuellen Information?

## report

### ***Mystery Guest bei Ihrer Veranstaltung***

Sie wollen ein offenes und umfassendes Feedback zu Ihrer Veranstaltung? Wir nehmen gern daran teil und präsentieren Ihnen dann unsere Wahrnehmungen aus dem Blickwinkel eines neutralen Beobachters. Wir freuen uns auf ein Gespräch mit Ihnen!

### ***Gute Veranstaltungsdesigns vor den Vorhang***

Sie haben an einer außergewöhnlichen Veranstaltung teilgenommen? Sie waren ehrlich zufrieden? Dann senden Sie uns eine E-Mail oder rufen Sie uns an – wir berichten gern darüber.

office@veranstaltungsdesign.com  
T +43/1/4801417  
m +43/676/7801417

## tip

### ***Code Rouge***

Gesetze des Erfolgs für Events und Live-Marketing, von Vok und Colja M. Dams, Frankfurter Allgemeine Buch 2008, ISBN 978-3-89981-166-7

Ein Buch mit vielen wertvollen Informationen und Anregungen für alle, die mit Kommunikation zu tun haben. Es legt die Latte hoch für Unternehmen, die eine auf Unternehmensidentität und Glaubwürdigkeit ausgerichtete Event-Strategie entwickeln wollen. Aber auch für Agenturen, die statt des Bauchladens „Best-of-Show-Programm“ die individuelle Beratung und Entwicklung von Veranstaltungsdesigns anbieten.

Die Komplexität des Themas haben Vok und Colja M. Dams, Inhaber der deutschen Agenturen Vok Dams und Institut für Live-Marketing, in eine Fülle von „Gesetzen“ gegossen. Jedes für sich bringt einen wichtigen Aspekt auf den Punkt. Die Systematik von Systemebenen und –bausteinen wird wohl eher in der eigenen Agentur verwendet werden als dass sie für den Praktiker hilfreich ist.

Die Praxisbeispiele beweisen wieder einmal, dass Innovation nicht unbedingt darin liegt, etwas völlig Neues zu erfinden, sondern für den konkreten Anlass aus der Fülle bekannter Möglichkeiten genau die richtigen Puzzlesteine zu einem Gesamtkunstwerk zusammenzubauen und exzellent zu realisieren.

## **Corporate Communications live umsetzen**

ist das Thema meines Vortrags im Rahmen der access academy am 6. Oktober um 15 Uhr in der Wiener Hofburg. Dabei wird es mir um folgende Punkte gehen:

- Veranstaltungen als Teil der Corporate Communication
- Strategie, Konzept, Inszenierung, Dramaturgie und Methoden
- Den Prozess professionell und lustvoll gestalten
- Mit dem eigenen Team ein Gesamtkunstwerk schaffen
- Vom linearen Ablauf zum ganzheitlichen Erlebnis
- Innovation als Nutzen für den Teilnehmer verstehen
- Mit sorgfältiger Nachbearbeitung das Investment sichern

Daran anschließend lade ich Sie ein, im Diskussionsforum das Thema zu vertiefen und mit anderen interessierten TeilnehmerInnen in einen Dialog einzutreten. Das gesamte Programm der access academy vom 6.-7.Oktober 2008 und den Anmeldelink finden Sie unter

<http://www.access-austria.at/academy>

## **Vorschau auf VeranstaltungsDesign update 07-08**

Das Schwerpunkt-Thema der nächsten Ausgabe ist „Networking“ – vom persönlichen Netzwerk über mehr oder weniger gelingende Ansätze bei Veranstaltungen bis zu neuen methodischen Spielarten, wie Speed Dating.

Das VeranstaltungsDesign update 05-08 finden Sie auch auf [www.veranstaltungsdesign.com/vdesign/index.html](http://www.veranstaltungsdesign.com/vdesign/index.html) und im Archiv alle bisher erschienenen Ausgaben als pdf-Dokumente.

## **Impressum**

VeranstaltungsDesign  
Dkffr. Helga Stattler  
T +43 1 4801417  
m +43 676 7801417  
E-mail [office@veranstaltungsdesign.com](mailto:office@veranstaltungsdesign.com)  
[www.veranstaltungsdesign.com](http://www.veranstaltungsdesign.com)

*„Die einzige Möglichkeit Menschen zu motivieren ist die Kommunikation.“  
Lee Lacooca*

### **Über Ihr Feedback und Anregungen freuen wir uns!**

*Wir sprechen in allen Texten sowohl Leserinnen als auch Leser an. Alle personenbezogenen Formulierungen im Text beziehen sich also auf weibliche und männliche Personen, auch für den Fall, dass es im Text nicht ausgeschrieben ist.*

### **Rechtshinweis - elektronische Post**

*Das VeranstaltungsDesign update wird 6x jährlich an unsere Kunden, Geschäftspartner, Interessenten, Kollegen und Freunde verschickt. Ihre Adresse wird nicht an Dritte weitergegeben. Wir gehen von einer aktiven Zustimmung und Ihrem Interesse an unseren Informationen aus. Mit dieser Zusendung erhalten Sie die Möglichkeit, den weiteren Empfang abzumelden (einfach auf diese E-mail antworten und im Betreff "abmelden" schreiben) oder Ihre Daten zu ändern (E-mail mit den Änderungen an [office@veranstaltungsdesign.com](mailto:office@veranstaltungsdesign.com) ). Neue Interessenten bitten wir, ihr persönliches Abonnement auf [www.veranstaltungsdesign.com](http://www.veranstaltungsdesign.com) zu registrieren.*