

VeranstaltungsDesign

VeranstaltungsDesign update 11-07

topic

Glaubenssatz Nr.2 zum Thema Veranstaltungen

Erstaunliche Glaubenssätze wurden mir bei Interviews von Communication Managern und für Veranstaltungen zuständigen Führungskräften verraten. Im update 09-07 haben wir die Meinung zu "Veranstaltungen sind Arbeitsleid und Belastung" unter die Lupe genommen, diesmal ist es der

Glaubenssatz Nr. 2:

"VIP-Kunden sind nur an Social Events interessiert."

Für Veranstaltungen mit dem Ziel VIP-Kunden zu binden wird derzeit viel Geld ausgegeben, denn sie haben einen hohen Stellenwert im Kommunikationskonzept von Unternehmen. Bei diesen „Events“ tritt die inhaltliche Botschaft eher in den Hintergrund. Da wird anderes geboten, zum Beispiel Gelände fahren und das Testen schneller Autos, mit dem Helikopter über die Alpen, Training mit einem Spitzensportler – alles was das (meist männliche) Herz angeblich erfreut. Und zum Abschluss das Galabuffet vom Haubenkoch. Ein „Mix aus Showelementen, Champagner und Kaviar“ – bunter, lauter, teurer – und austauschbar.

Kann der Reizüberflutung nur durch noch aufwändigere Event-Ideen begegnet werden? Ich erinnere mich an zwei Interviewzitate, die das Dilemma auf den Punkt bringen:

Eines aus der Perspektive des VIP-Gastes: „Alles schon gesehen. Gut gemacht, gut realisiert, aber nicht wirklich etwas, das mich in Erstaunen versetzt oder mich begeistert hätte.“

Und aus dem Mund des Marketingmanagers: „Wir müssen unseren wichtigsten Handelspartnern mehr bieten als die Konkurrenz. Aber wir müssen aufpassen nicht zu übertreiben, weil nächstes Jahr müssen wir toppen was wir heuer gemacht haben. Wie das weitergehen soll weiß ich nicht. Und ehrlich: Für die gute Zusammenarbeit sind ganz andere Dinge im täglichen Geschäft maßgeblich, das sind aber Tabus.“

Was kommt also wirklich an die Teilnehmer einer Veranstaltung heran? Wir sind überzeugt: Das Authentische, das Überraschende, das Berührende. Die Information, die genau die Neugierde stillt, der Mut ein tatsächlich bestehendes Problem anzusprechen, die Unterlage, die man gern später wieder zur Hand nimmt weil sie hilfreich ist.

Wenn Sie Ihren VIP-Kunden 2008 eine solche Veranstaltung bieten wollen, dann laden wir Sie ein mit uns gemeinsam darüber nachzudenken, wie ein wirklich neues Konzept aussehen kann.

Rufen Sie uns einfach an: +43/1/4801417 oder +43/676/7801417.

reflection

Projekte erfolgreich starten

Kennen Sie das? Eine Veranstaltung erblickt in der morgendlichen Postbesprechung das Licht der Welt nach dem Motto „Höchste Zeit, dass wir uns um die heurige Kundenveranstaltung kümmern ...“. Oder Sie bekommen eine E-Mail „an alle Mitarbeiter“ – es sollen Ideen für die Jahrestagung geliefert werden. Oder Sie erfahren beim Kaffee zufällig, dass der Termin der Fachkonferenz, bei der Sie natürlich mitwirken wollen, genau in Ihrer geplanten Urlaubswoche liegt.

Sag' mir wie ein Projekt beginnt, und ich sage dir, wie es endet! Projektmanager wissen um die Bedeutung von Projektstarts. Ab diesem Zeitpunkt werden die Weichen für Qualität und Projekterfolg gestellt – und für die Stimmung im Haus.

- Wann, von wem und wie wird die Entscheidung getroffen diese Veranstaltung durchzuführen?
- Was ist Anlass und Ziel der Veranstaltung?
- Wer ist Projektmanager und wie wird das Projektteam zusammengestellt?
- Wer erhält die erste Information über die geplante Veranstaltung und in welcher Form?

Wenn diese grundsätzlichen Punkte beantwortet sind, kann der Projektmanager an die Konzeption gehen. Das ist klassische Projektarbeit. Und Projektarbeit ist Teamarbeit! Je rascher ein Team mit unterschiedlichen Fähigkeiten für die gemeinsame Entwicklung, Organisation und Durchführung der Veranstaltung gebildet wird und am gesamten Projektablauf mitwirkt, desto höher ist die Motivation aller Beteiligten. Auch wenn bei wesentlichen Teilen mit externen Partnern kooperiert wird, je mehr Sie die Kompetenz und Energie der eigenen MitarbeiterInnen einbeziehen können, umso mehr werden die TeilnehmerInnen dann bei Ihrer Veranstaltung spüren, dass genau Ihr Unternehmen auf der Bühne steht. Einmalig und unverwechselbar!

report

LebensKunst und Management

Wie gelingt es im lauten und schrillen Expo-Rummel eine hochkarätige Veranstaltung zu positionieren? Wie überzeugt man mehr als 400 Spitzenführungskräfte sich einen halben Tag Zeit zu nehmen? Wie kann das Prinzip des Dialogs im gesamten Kommunikationsprozess vor, während und nach der Veranstaltung realisiert werden?

Lesen Sie mehr darüber, wie wir das VeranstaltungsDesign dieses internationalen Projekts gestaltet haben:

<http://veranstaltungsdesign.com/projektbeispiele/index.html>

tip

Was Manager von Künstlern lernen können ...

sind neue Zugänge zu den Themen Innovation, Change, Führungsleitbild und Unternehmenswerte. Genau das geschieht in den Workshops von art matters. Künstler arbeiten mit Managern gemeinsam an diesen Themen. Das Spektrum der eingesetzten Methoden zeitgenössischer Kunst reicht von der Bildenden Kunst über Comic bis hin zu Musik und Film.

www.artmatters.de

ZukunftsMusik: Kunst und Beratung im Dialog

Dieser Workshop über Wahrnehmung, Kreativität und Innovation bei Menschen und in Organisationen mit Miha Pogacnik, Violinvirtuose und Visionär fand Ende September in Bildstein (D) statt. Im nächsten VeranstaltungsDesign 01-08 werden wir ausführlicher darüber berichten. Jetzt nur ein Zitat aus dem Teilnehmer-Feedback, das so wunderbar zu unserem „reflection“-Thema passt:

„Den Start unseres Workshops werde ich nie vergessen – als Miha seine Geige stimmte. Er bemerkte, dass diese Tätigkeit für Musiker vollkommen üblich sei, im Management allerdings kaum. Meetings fangen meist ohne jegliches ‚Stimmen‘ an. Bei Projekten wird oft zu Beginn auch nicht die richtige ‚Stimmung‘ erzeugt. Die Resultate sehen entsprechend disharmonisch aus.“

Das VeranstaltungsDesign update 11-07 finden Sie auch auf www.veranstaltungsdesign.com/vdesign/index.html und im Archiv alle bisher erschienenen Ausgaben als pdf

Impressum

VeranstaltungsDesign

Dkffr. Helga Stattler

T +43 1 4801417

m +43 676 7801417

E-mail office@veranstaltungsdesign.com

www.veranstaltungsdesign.com

„Allem Anfang wohnt ein Zauber inne.“
(Hermann Hesse)

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

Ihre Adresse befindet sich schon längere Zeit in unserem E-Mail-Verteiler. Mit dieser Zusendung erhalten Sie die Möglichkeit, den Empfang des Newsletters "VeranstaltungsDesign update" 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). Sollten Sie nicht antworten, dürfen wir das als Bestätigung werten, dass Sie weiterhin an unseren Informationen interessiert sind.