

## **Planung eines Events – Checkliste**

### **1. Strategische Überlegungen**

- Welche Gründe sprechen für ein Event als Kommunikationsinstrument in der gegenwärtigen Situation?
- Welches Umfeld (Markt-, Kommunikations- und Imageumfeld) prägt die Ausgangslage?
- In welche Kommunikationsstrategie ist das Event eingebunden?
- Welche Zielgruppen sollen mit dem Event angesprochen werden?
- Was kann erreicht werden?
- Was soll erreicht werden?
- Gibt es eine Leitidee für die Veranstaltung?
- Handelt es sich um ein einmaliges Event oder kann das Event mit anderen Veranstaltungen und Kommunikationsaktivitäten vernetzt werden?

### **2. Operative Planung**

#### **Ziele**

- Was soll mit dem Event erreicht werden?
- Geht es um Image / Bekanntheitsgrad oder um Produkt- und Verkauf (PR- oder Marketing-Event)?

#### **Zielgruppen**

- Möglichst präzise Definition der Zielgruppen: Events sind nicht für einen „Rundumschlag“ geeignet

## **Botschaften**

- Welche Botschaften sollen vermittelt werden?
- Starke Leitidee / Motto

## **Umfeld**

- Umfeld und Rahmenbedingungen sorgfältig prüfen
- Eine detaillierte Situationsanalyse, um auszuschließen, dass Events unglaubwürdig erscheinen oder kontraproduktiv wirken

## **Termin und Zeitplan**

- Ist der avisierte Termin für den Zweck geeignet?
- Finden an diesem Tag Konkurrenzveranstaltungen statt, die zu Überschneidungen führen?
- Detaillierten Terminplan aufstellen

## **Sponsoren und Kooperationspartner**

- Können Sponsoren eingebunden werden?
- Gibt es Kooperationspartner?

## **Räumlichkeiten und Ablauf**

- Auswahl geeigneter Räumlichkeiten innerhalb / außerhalb des eigenen Geländes
- Aufteilung der Eventflächen, Ausstattung der Räumlichkeiten/Freiflächen
- Konzept- und zielgruppengerechte Visualisierung des Veranstaltungsmottos
- Programmgestaltung mit Ablauf- und Zeitplanung
- wettergerechte Ablaufplanung, Wetter berücksichtigen (z.B.: wohin mit Regenschirmen)
- kommunikative Gestaltungselemente (DIA, Video, Multimedia etc.)

## **Technik**

- Rednerpult
- Mikrofone
- Internetanschluss
- Beamer
- Beschallung
- Handys/Funkgeräte für Organisationsteams

## **Organisatorische Logistik**

- Beschilderung außen und innen
- Namensschilder
- Transport
- Strom und Wasser
- Abwasser
- Stauraum
- Catering, Auswahl Caterer und Organisation des Catering
- Parkplätze
- Garderoben
- Toiletten
- Brandschutz
- Sanitäter
- Personenschutz
- Haftpflichtversicherung
- Umkleieräume
- GEMA-Gebühren

## Interne Kommunikation

- Vorbereitungsteam zusammenstellen
- Verantwortlichen festlegen
- Internen Kommunikationsfluss sichern
- Regelmäßige Besprechungen

## Externe Kommunikation

- Grundsätzlich: Kommunikation aufeinander abstimmen und vernetzen
- Persönliche Einladungen versenden (meist ausreichend: 4 Wochen vorher).  
Wer soll eingeladen werden? Wer muss eingeladen werden? Welche VIPs kommen?
- Presse rechtzeitig einladen, Presse-Einladung mit Ankündigung, Pressemappe erstellen
- Werbung schalten
- Newsletter
- Medienkooperation
- Internet
- Arbeitsmöglichkeiten für Journalisten, Fernsehen hat spezielle Ansprüche
- An Nachberichte denken (danach bei den Teilnehmern bedanken, Bericht ins Internet, Pressebericht versenden etc., Fotos bereitstellen)

## Personalplanung

- Personal für Empfang, Gäste- und VIP-Betreuung
- Künstlerkontakte und Betreuung
- eigene Mitarbeiter einbinden
- Hostessen
- Fotografen / Videoleute
- Sicherheitsdienst

- Hilfskräfte
- Fahrer

### **Budget**

- Budgetplan erstellen
- Realistisch (!) schätzen
- Bei mehreren Veranstaltern: wer zahlt was?

### **Gastgeschenke**

- Gastgeschenke
- Give-aways

### **Erfolgsmessung**

- Kriterien für Erfolgsbewertung definieren
- Resonanzkontrolle (Feedbackfragebogen, Clippings, Dokumentation)

## **3. Konzept**

Konzept erstellen auf der Grundlage der definierten Ziele, Zielgruppen, der Umfeldanalyse (je nach Event: 4-10 Seiten) mit strategischem und operativem Teil