

# Von der Idee bis zum Event

Einen **Aktionstag** so durchzuführen, dass er zum Erfolg wird, bedarf einer guten Vorbereitung. Worauf kommt es an, wenn ich eine Veranstaltung in meinem Reisebüro plane, und worauf muss ich achten? Wen lade ich ein? Was brauche ich alles? touristik aktuell hat die Event-Profis der Agentur Connected Live Communication gebeten, für Reisebüros einen Leitfaden zu erstellen. | Von Christiane Blaeser und Claudia Luncke

Egal, ob es sich um eine Neueröffnung, einen Kundenabend, ein Straßenfest oder einen Tag der offenen Tür handelt: Jede Veranstaltung obliegt einer bestimmten Struktur. Sie sollte von den Planern bereits im Vorfeld festgelegt werden. Die Rahmenbedingungen lassen sich am besten mit sechs einfachen W-Fragen beantworten:

1. Warum möchte ich feiern?
2. Was möchte ich feiern?
3. Wen will ich einladen?
4. Wo soll das Event stattfinden?
5. Wann soll gefeiert werden?
6. Wie lade ich ein und wie möchte ich feiern?

Das klingt erst einmal ganz einfach, sollte aber wohlgedacht sein und zueinander passen.

## 1. MOTIVATION

Warum will ich feiern? Was ist das Ziel meiner Veranstaltung? Möchte ich zum Beispiel meine Mitarbeiter motivieren, meinen Stammkunden Danke schön sagen oder Neukunden gewinnen, um meinen Umsatz auszubauen?

Definieren Sie Ihre Ziele und legen Sie einen Budgetrahmen für die Veranstaltung fest.

- Umsatz
- Kundenbindung
- Neukundengewinnung
- Bekanntheit
- Image

## 2. ANLASS

Was möchte ich feiern? Was ist der Anlass, zu dem ich meine Gäste einlade?

Die Antwort ist Grundlage für die Suche nach der richtigen Location und der Programmgestaltung, um die Gäste richtig anzusprechen und ihre Erwartungen zu erfüllen.

- Eröffnung/Neu-Eröffnung
- Tag der offenen Tür
- Jubiläum
- Katalogpräsentation
- Kundenabend
- Straßenfest/Stadtfest
- Verkaufsoffener Sonntag
- Reisemesse

## 3. ZIELGRUPPE

Wen möchte ich mit der Veranstaltung ansprechen und erreichen? Sind es Mitarbeiter, touristische Partner oder meine Kunden? Sind es Stammkunden oder möchte ich neue Kunden gewinnen? Wichtig ist ebenfalls die Definition der geplanten Personenzahl. Denn davon hängen viele Event-Parameter ab.

- Stammkunden
- Neukunden
- Familien, Paare, Singles
- Gruppen und Vereine
- Bestimmte Zielgruppen wie Sportler, Genießer, Wellness-Interessierte
- Firmenkunden (Mice)

## 4. LOCATION

Wo findet die Veranstaltung idealerweise statt? Habe ich Platz in meinem Reisebüro? Wenn ja: Rechtfertigt das Event, dass meine Mitarbeiter zum Teil nicht dem Tagesgeschäft nachgehen können, weil Beratung und Verkauf durch Aufbau und das eigentliche Event beeinträchtigt werden? Oder miete ich lieber eine externe Räumlichkeit an? Das ist nicht nur eine Budgetfrage. Die Auswahl der Location zeigt auch, wie ich mich präsentieren möchte und wie ich den Gast wertschätze. Passt eine moderne Trend-Location oder lieber eine gemütliche Gaststätte, ein Vereinsheim oder eine Open-Air-Location? Oder kann ich mich einem bestehenden Event anschließen?

### Zu klären sind:

- Hat die Räumlichkeit die optimale Größe für meine geplante Personenzahl?
- Wie ist die Infrastruktur? Gibt es einen Haus-Caterer, sind Möbel, Technik und ausreichend Stromanschlüsse vorhanden oder muss ich bestimmte Leistungen selbst einbringen?
- Anreisemöglichkeiten/Anbindung öffentliche Verkehrsmittel
- Parkplatzmöglichkeiten in der Nähe

## 5. TERMIN

Wann soll gefeiert werden? Welcher Wochentag und welche Uhrzeit sind ideal für die Feier? Das Wochenende eignet sich zum Beispiel am besten für Familien, ein Abend unter der Woche ist für Mitarbeiter und Firmenkunden geeignet. Berücksichtigen Sie bei der Terminwahl auch die Schulferien und Messen in Ihrem Einzugsgebiet.

Legen Sie bei Planungsbeginn eine Zeitschiene an:

1. Versandtermin Einladung  
(Rund vier Wochen vor der Veranstaltung. Eventuell ist vorab ein Save-the-Date notwendig)
2. Termin für Rücklauf (Zu- und Absagen)
3. Nachfasstermin/Reminder
4. Termin für Anmeldebestätigung
5. Veranstaltungstermin
6. Nachfassaktion





## UNSERE GASTAUTORINNEN

Christiane Blaeser und Claudia Luncke organisieren seit Jahren mit ihrer Agentur Connected Veranstaltungen rund um das Thema Reise – vom Reisebüro-Jubiläum bis hin zu umfangreichen Kunden-Events mit Hunderten von Gästen. Die Ausrichtung und der Anlass der Veranstaltung ist vielseitig und bunt gemixt. Blaeser ist vielen Reisebüros durch Events von DER Touristik bekannt: Sie leitete über viele Jahre hinweg die Kölner Event-Abteilung des Reisekonzerns.

## 6. UMSETZUNG

Wie lade ich ein und wie kommuniziere ich mit meinen Gästen? Schon mit der Einladung erhält Ihre Veranstaltung ein Gesicht. Je persönlicher und ansprechender Ihre Einladung ist, desto positiver sind der Rücklauf und die Vorfreude Ihrer Gäste auf die Veranstaltung. Wichtig ist, dass in der Einladung alle Eckdaten der Veranstaltung gut zu erkennen sind und der Gast sofort sieht, wie er sich einfach anmelden kann. Hinweise zu Parkmöglichkeiten, Anfangs- und Endzeiten, Programmpunkten und Dresscode sind Empfehlungen, die Ihre Gäste schon im Vorfeld zu schätzen wissen.

### Kommunikation:

Mit welchen Medien laden Sie Ihre Gäste ein?  
Wir empfehlen hier mehrgleisig zu fahren.

- Persönliches Anschreiben
- E-Mail/Newsletter
- Handzettel/Flyer
- Plakat
- Lokale Zeitungen/Redakteure, Radio- und Fernsehsender
- Social Media (Facebook, Instagram etc.)
- Homepage
- Gewinnspiel

### Bewirtung

Getränke: Alkoholische und/oder nicht alkoholische Getränke?  
Trendgetränke? Ist der Gast Selbstzahler oder lade ich ein?  
Speisen/Snacks: Fingerfood, Büfett oder Menü? Mit Service oder ohne? Bei Auswahl der Speisen immer Vegetarier und Unverträglichkeiten berücksichtigen.

### Personal

- Reisebüro-Team: Es kann sinnvoll sein, im Vorfeld festzulegen, welcher Kollege welche Zielgruppe bedient. Dabei spielt das Know-how in bestimmten Zielgebieten oder bei bestimmten Zielgruppen die entscheidende Rolle.
- Zusätzliche Hilfskräfte: Sorgen Sie dafür, dass Sie sich auf Ihr Kerngeschäft konzentrieren und um Ihre Gäste kümmern können. Planen Sie zusätzliches Personal für das Catering und die angebotenen Attraktionen ein.
- Einsatzplan: Legen Sie im Vorfeld die Arbeitszeiten und Aufgaben fest. Wer ist wann wo und macht was?

### Programm/Attraktionen/Material

Überlegen Sie sich, welche Programmpunkte Ihr Event attraktiv und nachhaltig machen. Planen Sie Aktionen, die auf Ihre Zielgruppe zugeschnitten sind und in Erinnerung bleiben.

Das sind einige Ideen:

- Programmpunkte mit lokalen Künstlern und/oder Musikern
- Aktionen mit Vereinen, befreundeten Unternehmen oder Straßengemeinschaften
- Promotion-Sets wie Glücksrad, Golf-Putting-Challenge, Popcorn- oder Zuckerwattemaschine, Hüpfburgen
- Professionelles Promotion-Team, Kinderschminkerinnen, Ballonformer, Barmixer
- Kurzvorträge/Präsentationen zu einem bestimmten Reisetema oder Zielgebiet. Dabei stellt sich die Frage: Ist Know-how vorhanden oder empfiehlt sich das Buchen eines Experten?
- Bildschirm/Fernseher für Reise-DVDs und -Filme, Imagefilme sowie Angebote
- Give-aways, kleine Geschenke und/oder Preise, Reisegutscheine für Gewinnspiele etc.
- Dekoration: Blumen, Pflanzen, Luftballons, Sonnenschirme, Plakate, Dekoelemente von Veranstaltern
- Kataloge, Aufkleber, Visitenkarten
- Gewinnspielaktion: Gewinnspiel-Karten zur Auslosung während oder nach der Veranstaltung (Losbox nicht vergessen)
- Nachfassaktion: Danke-Karten mit allen gesammelten alten und neuen Adressen

### Was sollten Sie noch bedenken?

- Kommen möglicherweise Partner infrage, etwa Veranstalter, Fremdenverkehrsämter, Geschäfte in der Umgebung?
- Welche Beteiligung ist möglich? Geld-Sponsoring, Stiftung von Gewinnspiel-Preisen, Catering
- Anmeldung der Veranstaltung bei der Gemeinde, Stadtverwaltung, im Einkaufscenter, Information der Nachbarschaft
- Gema-Anmeldung für Musik-Darbietungen ([www.gema.de](http://www.gema.de))?