

# Wohlfühleffekt steigert den Tagungserfolg

Veranstalter sollten frühzeitig Vorüberlegungen treffen – Rahmen abstecken, Ziele und Erwartungen definieren – Beste Atmosphäre schaffen

**Aachen.** Unternehmen, wie Verbände und andere Organisationen, sind gleichermaßen bestrebt wichtige Fragestellungen und Entwicklungen im Rahmen von Zusammenkünften zu besprechen. Telefon- und Videokonferenzen sind sicher ein Fortschritt, ersetzen aber den persönlichen und direkten Rahmen keinesfalls. Allerdings bedeuten diese Veranstaltungen einen gehörigen Aufwand, sowohl personell als auch finanziell. Gute Vorbereitung und ein günstiger Einkauf der Leistungen zahlen sich dabei, neben der zielgerichteten inhaltlichen Ausgestaltung, aus.

Bevor man sich mit der konkreten Umsetzung einer Veranstaltung befasst, sind zunächst einige Vorüberlegungen anzustellen. Fragen Sie sich, was Sie mit der Veranstaltung erreichen wollen (Ziel?), welche Adressatengruppe Sie ansprechen wollen (Wen?) und welche Inhalte besprochen oder welche Botschaften von der Veranstaltung ausgehen sollen. Bei der Organisation von Veranstaltungen sind drei wesentliche Phasen zu beachten:

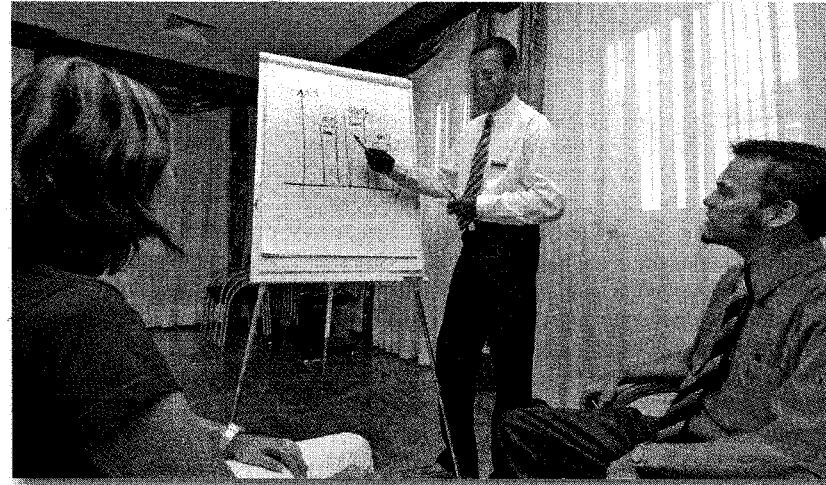
1. Planungsphase
2. Durchführungsphase
3. Evaluationsphase

Bei der Veranstaltungsplanung müssen Sie zunächst den Rahmen abstecken. Es ist festzulegen, wo die Veranstaltung stattfinden soll, welcher Art die Veranstaltung (Besprechung, Vortrag, Seminar, Workshop, Präsentation etc.) sein soll, wie viele Teilnehmer Sie erwarten, wie lange die Veranstaltung dauern soll, ob

Übernachtungen benötigt werden oder vielleicht sogar sinnvoll sind, wann die Veranstaltung stattfinden soll (Berücksichtigung von Ferienzeiten, Feiertagen, Messen etc.) und welches Budget zur Verfügung steht.

Wesentlich ist immer eine genaue Kostenplanung, damit Sie nicht im späteren Planungsverlauf oder gar erst nach der Veranstaltung überrascht werden. Dies erfordert entsprechende Überlegungen, die sich an den Leistungsbeschreibungen orientieren. Die Hauptkostenfaktoren sind dabei stets wiederkehrend Reisekosten, Übernachtungskosten, Verpflegungskosten, Raumkosten, Technik und eventuell Übersetzer, Kosten für Organisatoren, Honorare für Referenten, Gastredner und Moderatoren, Kosten für Tagungsunterlagen, Geschenke, Verwaltung, Hostessen etc. Vergessen Sie aber bitte ebenfalls nicht, die so wichtigen Haftungsfragen zu klären. So genannte Veranstalterversicherungen sind nicht sehr teuer und vermeiden Ärger während oder nach der Veranstaltung.

Bei mehr als 6.000 verfügbaren Tagungsorten allein in Deutschland mit über 30.000 Räumen stellt die Wahl des richtigen Ortes eine Herausforderung für jeden Organisator dar. Die einfachste und in punkto Kostentransparenz beste Variante sind dabei sicher die vielen Hotels, die dieses Geschäft verstehen und personell wie materiell gut vorbereitet sind. Aber auch Tagungszentren und sonstige Locations stellen interessante und nicht alltägliche Alternativen zur Verfügung.



*Eine gute Atmosphäre ist wichtig: Seminarteilnehmer, die sich wohl fühlen, erzielen bei Tagungen und Lehrgängen die erhofften Erfolge.*

Foto: Bilderbox

Unabhängig von Inhalt und Zielsetzung der Veranstaltung gilt es immer, die bestmögliche Atmosphäre für die Teilnehmer zu erreichen. Fühlen Ihre Tagungsgäste sich wohl, wird Ihre Veranstaltung zweifelsohne ein Erfolg. Die am häufigsten geäußerten Kritikpunkte, was Untersuchungen gezeigt haben, beziehen sich nicht auf die inhaltliche Ausgestaltung und den Ablauf der Veranstaltung, sondern vielmehr auf die Umfeldbedingungen. Teilnehmern können durchgelegene Betten, schlechtes Essen, fehlende Kaffeepausen, zu wenig Parkplätze und vieles andere mehr den Besuch einer Veranstaltung verhaseln. Je besser Sie die Veranstaltung vorbereitet haben und alle Leistungsträger instruiert wurden, desto ruhiger ist Ihre Zeit während der Veranstaltung. Sie schonen Ihre Nerven und Gesund-

heit und haben zudem die erforderliche Zeit, sich um das Wichtigste zu kümmern, nämlich „Ihre Gäste“.

Der Inhalt beziehungsweise das Programm der Veranstaltung sollte geprägt sein von zwei Aspekten, nämlich einerseits Attraktivität (zum Beispiel keine allzu langweiligen Redner) und andererseits Abwechslung. Überlegen Sie gut, welche Referenten dem Erreichen Ihrer Ziele dienlich sind und welche nicht.

Einer besonderen Bedeutung kommt die Evaluation am Ende oder nach der Veranstaltung zu. Sie können damit die Zufriedenheit der Teilnehmer in verschiedenen Teilbereichen (Unterkunft, Verpflegung, Referenten, Referate, Rahmenprogramm etc.) überprüfen und feststellen, ob und in welchem Grad die gesetzten Ziele erreicht werden konnten. Die einfachste Form ist hier der Fragebo-

gen, der gut vorbereitet und durchdacht sein will. Sie können aber auch moderne Formen mit Hilfe eines Online-Survey-Tools in Einsatz bringen. Ferner ist gleich im Anschluss an die Veranstaltung unter den gerade erst gewonnenen und noch frischen Eindrücken ein Team-Meeting sinnvoll. Positives wie Negatives sollten schriftlich festgehalten werden. Bei Veranstaltungen mit medialer Außenwirkung muss selbstverständlich zusätzlich eine Presseevaluation (quantitativ und qualitativ) vorgenommen werden.

Tagungs- oder Seminarveranstalter müssen die Organisation und den Einkauf nicht alleine übernehmen, sondern können sich verschiedener Dienstleister, wie zum Beispiel Agenturen, die oft sogar kostenlos tätig werden, bedienen, die nach Ihren Vorgaben entsprechende Angebote erstellen, aus denen sie dann nur noch auswählen müssen. Das hilft bei der Erreichung der Ziele, spart kostbare Zeit und führt regelmäßig zu teils erheblichen Kosteneinsparungen. Beachten sollte man, dass die Leistungsspektren der Anbieter und die Orientierung hin auf Ihre individuellen Wünsche sehr unterschiedlich sein können. Deshalb: Keine Scheu vor Nachfragen, was die Agentur zu leisten bereit ist. Seriöse Anbieter werden sagen, welche Leistungen erbracht werden können und werden einen möglichen Auftrag eher einmal ablehnen als diesen halberzig auszuführen.