

VORWORT: VON EVENTS UND ECHTEN EVENT MANAGERN

„Und frag nicht dauernd nach! Dafür habe ich keine Zeit, mach es einfach!“

Worte eines in diesem Moment bei mir unbeliebten Event Managers. Er war doppelt so alt wie ich, vielfach erfahrener. Er war Profi, ich blutjunger Anfänger. Während meiner Berufsausbildung hatte man mich als Assistent an seine Seite gestellt. Und er machte mir mit Sätzen wie diesem unmissverständlich klar, was ich zu tun und zu lassen hatte. Er forderte ein Höchstmaß an Eigenverantwortung, hohes Tempo und absolute Gründlichkeit – von der ersten Sekunde an.

Mit den Jahren sollte ich lernen, warum er damals so handelte, wie er handelte. Warum er so kommunizierte, wie er kommunizierte. Auch wenn ich besonders zu Beginn unserer Zusammenarbeit der Leidtragende war, hatte ich großen Respekt vor seiner Arbeit, war voller Bewunderung für sein Wirken, seine Durchsetzungskraft und am Ende natürlich für das sehr gute Ergebnis, für das er verantwortlich zeichnete. Dieser mir damals im Projekt vorgesetzte Event Manager hatte mich an vielen Stellen in eiskaltes Wasser geworfen, und ich war mir nicht immer sicher, ob ich lebend an Land ankommen würde. Es waren harte, aber dennoch wichtige Lektionen für mich in der neuen Welt des Event Managements. Und sie bildeten einen wertvollen Baustein meiner beginnenden beruflichen Karriere. Sie waren schlussendlich ein Grund dafür, dass ich heute – wenngleich ich diesen Begriff nicht besonders mag – selbst ein Event Manager bin.

Meine erste bewusste Berührung mit der einerseits faszinierenden, andererseits hoch anspruchsvollen Welt des Event Managements erfuhr ich während meiner Berufsausbildung zum Werbekaufmann Anfang der neunziger Jahre. Seit nunmehr fast 20 Jahren arbeite ich im Bereich des Event Marketings sowohl in der strategischen Beratung als auch in der operativen Umsetzung, dem Event Management. Viel hat sich im Laufe der Zeit verändert, vieles ist geblieben.

Geblieben ist das Wesen des Event Managements, die Gesetze des Erfolgs einer erfolgreichen Umsetzung von Veranstaltungen. Diese Gesetze des Erfolgs bilden den Schwerpunkt dieses Buches. Dabei werden die Erfolgsfaktoren einer erfolgreichen Realisierungsarbeit, die des Event Managements, besonders dadurch ver-

deutlich, dass ich Irrtümer beseitige und mit den damit verbundenen Vorurteilen aufräume.

Verändert haben sich vor allem die Relevanz und die Einsatzmöglichkeiten des Event oder Live Marketings: Beides hat sich enorm gesteigert. Heute sind Marketing Events in ihren zahlreichen Ausprägungsformen selbstverständlicher Teil der Below-the-Line-Kommunikation in den Bereichen interner oder externer Unternehmens- oder Markenkommunikation.

Auch wenn das Instrument der Live-Kommunikation heute in aller Marketing-Munde ist und man allzu oft von „Events“ als Kommunikationsmaßnahme spricht, hat das Event oder Live Marketing in den letzten 30 Jahren eine beeindruckende Entwicklung vorzuweisen, auf die ich im ersten Kapitel *„Was Sie über die Wirkung von Events und ihren strategischen Einsatz wissen sollten“* ausführlich eingehe. Denn anhand dieser Entwicklung, der Veränderung im strategisch orientierten Einsatz kann veranschaulicht werden, welche Berechtigung und welche Vorteile das Event Marketing gegenüber den klassischen Werbe- oder Kommunikationsformen in den Massenmedien hat. Diese Kenntnis erzeugt ein Grundverständnis für den zielgerichteten Einsatz der Livekommunikation als vernetztes oder andere Medien ergänzendes Kommunikationsmittel.

Neben der praxisnahen Vermittlung von theoretischen Grundlagen, die den richtigen und systematischen Einsatz von Event Marketing beschreiben, richtet dieses Buch den Blick auch auf die komplexe Umsetzungsarbeit des Event-Teams, also auf die Arbeit derjenigen, die aus einer Event-Marketing-Strategie eine erfolgreiche Einzelveranstaltung oder gar Veranstaltungsreihe machen müssen.

Dieses Buch vermittelt Ihnen meinen Erfahrungsschatz aus 20 Jahren Event Management mit dem Ziel, Ihre Projektarbeit so effektiv und effizient wie möglich zu machen. Dieses Buch bietet Handwerkszeug, Methoden, Richtlinien und Gesetze des Erfolgs für angehende Event Manager, die aus theoretischen Grundlagen erfolgreiche Veranstaltungen machen wollen, egal ob sie auf der Agentur- oder Unternehmensseite arbeiten, für eine Institution, eine Partei oder einen Verein. Dieses Buch ist geschrieben für angehende Event-Fachleute, die durch eine perfekte Planungsarbeit Stress vermeiden und glückliche, begeisterte Gäste sehen wollen. Die wollen, dass die Künstler ihren Job gut machen, dass das Essen schmeckt und die

Vorgesetzten am nächsten Tag ein Dankeschönschreiben absetzen. Die wollen, dass man an alles gedacht hat, dass am Ende die Kalkulation aufgeht und die Erfolgskontrolle den Beweis antritt, dass die Arbeit von Wochen oder Monaten einen echten Wert für das Unternehmen oder den Kunden hat.

Dieses Buch ist auch geschrieben für Menschen, die gerne an die Grenze der persönlichen Belastbarkeit gehen, denn eines muss jedem klar sein, der sich zu einem echten Event Manager entwickeln möchte: Es ist ein harter und nicht immer dankbarer Job. Denn wie alles im Berufsleben hat auch das Event Management zwei Seiten:

Die eine, die positive Seite der Medaille, ist geprägt von besonderen Orten, von prominenten Menschen oder schillernden Persönlichkeiten, von viel beruflicher Abwechslung, von einer Menge Spaß und von Erfahrungen, die einem weit über das Leben des Event Managements hinaus im Leben hilfreich sind.

Als Event Manager kommt man häufig an interessante, spannende Orte, an denen die Veranstaltungen stattfinden. Besondere, unkonventionelle Veranstaltungsorte zu Land, zu Wasser oder in der Luft sind gefragt wie nie. Dabei wird seitens der Kunden immer mehr Kreativität auf Agenturseite gefordert. Ob das Schiffsdinner mit Topkunden auf dem Hudson River mit Manhattan-Skyline, ob die Tagung auf der Zugspitze mit Gratis-Alpenpanorama oder die Wüstensafari mit der Vertriebsmannschaft in Katar auf Kamelrücken – was man als Event Manager mitunter in wenigen Jahren zu sehen bekommt, was man rund um den Globus erlebt, reicht bei vielen anderen Menschen für ein ganzes Urlaubsleben. Damit verbunden sind natürlich oft ein Leben aus dem Koffer und die damit verbundenen Vor- oder Nachteile im Hinblick auf das Privatleben oder persönliche Vorlieben. Ich habe schon Menschen mit dem Berufswunsch Event Manager scheitern sehen, weil sie mit der Reiserei Probleme hatten. Platzangst, Flugangst oder ein fehlender Führerschein sind mit diesem Beruf nicht zu vereinbaren.

Als Event Manager lernt man nicht nur Neuland auf der Landkarte kennen, sondern zumeist auch zahlreiche besondere Menschen, Persönlichkeiten aus Kunst, Politik oder Wirtschaft. Prominente, VIPs, Superstars – darum wird man Sie beneiden, das ist offensichtlich einer der Gründe, warum heute so viele junge Menschen ins „Event-Business“ wollen. Das ist für den Großteil der Event Manager

allerdings kein Alltag, aber zugegebenermaßen eine lohnenswerte Randerscheinung. Nicht, um sich im Glanze anderer zu bewegen, in der Hoffnung, selbst ein wenig heller zu strahlen, sondern um sein (Berufs-)Leben damit bunter, interessanter, spannender zu machen. Denn solche prominenten Menschen haben oft Besonderes geleistet, stehen für etwas, haben ihre Geschichte. Und wenn es nur zehn Minuten Backstage in einer kleinen Plauderei sind, in denen man sich ein wenig kennenlernt – es sind besondere Momente, einzigartige Begegnungen. Klar, die hotelzimmerzerlegenden Rockstars gibt's auch, aber dieser Kelch ist bisher an mir vorbeigegangen – bisher keine panischen Anrufe des Hotelmanagers. Hier ist bestimmt immer mehr Mythos als Realität im Spiel!

Aber neben der Vielfliegerei, den Fünf-Sterne-Übernachtungen am einen oder anderen Ende der Welt, den A-, B- oder C-Promis auf der Bühne, sind aus meiner Sicht ganz andere Facetten des Event Managements reizvoll. Facetten, die den großen Unterschied zu einem eintönigen Job mit immer gleichen Aufgaben, immer gleichen Themen und sich wiederholenden Vorgängen machen. Es ist die anspruchsvolle Beratungstätigkeit im Vorfeld, um Kommunikationsstrategien zu entwickeln, dann in Live-Kommunikation zu übersetzen und Kunden von den richtigen Einzelmaßnahmen, von der richtigen Ausgestaltung der Veranstaltung zu überzeugen. Es ist auch das kreative Arbeiten an Konzepten, an Inszenierungen und Dramaturgie oder am Veranstaltungsdesign. Neben einer Menge Kreativleistungen, die einem Event Manager abverlangt werden, ist die Vielseitigkeit der Arbeit an sich wertvoll, denn sie sorgt dafür, dass es wenig typischen Arbeitsalltag gibt. Keine Veranstaltung ist wie die andere, verschieden sind die Zielsetzungen, die Zielgruppen, die Orte, das Konzept, die Strategie, das Programm, das Entertainment.

Besonders als Event Manager auf Agenturseite hat man mit so vielen unterschiedlichen Unternehmen, Marken und Produkten zu tun. Als Event Manager auf Agenturseite befasst man sich beim Kundenbriefing und im nachgelagerten Kreativprozess heute mit der Positionierung einer neuen Waschmaschine, morgen mit einer internen Umstrukturierung und übermorgen mit dem neuen Allradantrieb des Topmodells für die anstehende Presse-Fahrveranstaltung. Zwangsläufig lernt man also (fast) jeden Tag Neues. Das mag mitunter auch anstrengen, unter dem

Strich allerdings begreife ich diesen „Alltag“ als Chance für die persönliche Weiterentwicklung und als Chance für die Erweiterung des eigenen Wissens.

Genauso positiv wie das außerordentlich abwechslungsreiche Arbeiten ist für mich als Event Manager die Möglichkeit, Teil eines sehr schöpferischen Prozesses zu sein. Wer an einer Veranstaltung (mit-)arbeitet, erschafft etwas Greifbares. Wie ein Maler, ein Bildhauer oder ein Architekt nach langer kreativer Arbeit am Ende auf sein gemaltes Bild, seine Skulptur oder das fertig errichtete Gebäude schauen kann, so steht ein Event Manager irgendwann zwangsläufig auf „seiner“ Veranstaltung, in der von ihm ausgestalteten Veranstaltungshalle, sieht Filme über die Leinwand flimmern, an denen er mitgewirkt hat, sieht die Dekoration, die Ausstattung um ihn herum, den Messebau, das Catering, die Band auf der Bühne, die er ausgewählt hat. Er sieht die Technik, die er mit geplant hat, das Scheinwerferlicht, den Roten Teppich, die Hostessen. Er sieht die ersten Gäste eintreffen, die Gläser mit prickelndem Inhalt, den ersten Redner hinter dem Vorhang stehen, er sieht seine Ansprechpartner oder seine Chefs gespannt in der ersten Reihe sitzen. Es ist ein greifbares, reales Ergebnis, etwas zum Anfassen, nichts Abstraktes. Es sind nicht mehr die Zahlen im Excel-Sheet, keine Worte mehr aus Konzeptpapieren oder Fotos aus Präsentationen. Jetzt ist der Moment der Wahrheit, der Moment, in dem aus Ideen und wochenlanger Planung Wirklichkeit wird. Das ist aus meiner subjektiven Sicht ein Privileg, das nicht viele Berufe in dieser Dimension, Vielseitigkeit und Kontinuität besitzen.

Hinzu kommt das direkte Feedback der auf den Veranstaltungen anwesenden Menschen, der Gäste, der Teilnehmer. An ihrem Beifall, an ihren Blicken, an ihrer Begeisterung oder Ausgelassenheit erkennt der Event Manager seinen Erfolg – oder seinen Misserfolg. Ich kann Ihnen ganz ehrlich und aus Erfahrung sagen: Das erste kühle Bier nach der Show hinter der Bühne schmeckt unglaublich gut! Wenn der offizielle Teil vorüber ist, wenn die Anspannung der Freude weicht und die Gäste feiern. Wenn Ihnen der Chef oder der Kunde auf die Schulter geklopft hat. Dann werden Sie mit Ihrem Team dort stehen, im Hintergrund wummert der Bass aus den Lautsprechern der Liveband, Scheinwerfer drehen sich unter der Decke und tauchen den Saal in wechselnde Lichtstimmungen. Ein Redner bedankt sich für die professionelle Betreuung, die Kollegin lobt das gute Essen. Dann werden Sie mit Ihrem Team anstoßen, sich für das perfekte Teamwork bedanken und ge-

nau in diesem Moment werden Sie wissen, wofür die „Plackerei“ im Vorfeld eigentlich gut war.

Und damit ist es an der Zeit, zur Kehrseite der Medaille zu kommen. Zum großen Arbeitsaufwand und zu manchmal nicht endenden Arbeitszeiten, zu hoher Verantwortung und der damit verbundenen emotionalen Belastung. Wenn Ihnen zum Beispiel Ihr Chef oder Ihr Kunde eine Million Euro in die Hand gibt, um ein besonderes Event zu realisieren, bei dem alles auf den großen Moment einer Produktenthüllung auf der Bühne hinausläuft, die auf die Sekunde funktionieren muss, dann beschäftigt man sich zwangsläufig mit der Frage, was passiert, wenn der Vorhang nicht aufgeht und die Enthüllung misslingt!

Für die einen ist das Ganze ein Trip, ein Nervenkitzel. Für andere ist es eine unerträglich große Verantwortung. Wenn Sie innerhalb einer Woche am Veranstaltungsort nahezu 100 Stunden gearbeitet haben und währenddessen dutzende Kilometer auf hartem Hallenboden gelaufen sind, dann ist das für den einen eine Herausforderung, die dazugehört, die über allem Privatem steht, die eine letzte Hürde auf dem Weg zum Erfolg darstellt. Für den anderen ist es eine zu hohe körperliche Belastung, eine falsche Priorität, ein zu hoher Preis. Für mich war es immer der Nervenkitzel und die Herausforderung. Ein Trip, der mich auch das ein oder andere Mal unvernünftigerweise Maß und Ziel hat vergessen lassen. Denn auch ich bin am Arbeitsplatz vor Erschöpfung eingeschlafen, genau wie auf der Autobahn – passiert ist mir oder anderen Verkehrsteilnehmern zum Glück nichts – lediglich das Agenturfahrzeug war unwiderruflich zerlegt.

An dieser Stelle möchte ich klarstellen, dass ich die Kehrseite der Medaille nicht kritisiere. Ich möchte aber verdeutlichen, dass es diese Kehrseite gibt, um auch mit der einen oder anderen Illusion aufzuräumen. Ein erfüllender Job kann für vieles entschädigen, aber sicher nicht für alles. Wer im Event Management in eine leitende Funktion will, muss bereit sein, an seine Belastungsgrenze zu gehen. Geistig wie körperlich. Und manchmal auch darüber hinaus.

Wer das wirklich will, für den ist diese Kehrseite keine Kehrseite, sondern eine selbstverständliche Facette dieses Berufs. Wer das nicht will, muss sich gut überlegen, ob er im Unternehmen oder in der Event-Agentur an der richtigen Stelle arbeitet oder ob er generell den richtigen Berufswunsch hat.

Das soll niemanden entmutigen, denn bekanntermaßen ziehen Menschen die wertvollsten Erfahrungen aus Momenten, in denen man Besonderes leisten muss und hohe Hürden zu überwinden hat. Events sorgen bei den Event Managern, den Drahtziehern hinter den Kulissen für Tränen und Begeisterung, für Tobsuchtsanfälle und resignierendes Stillschweigen. Aber sie sorgen gleichermaßen für besondere Gemeinschaftserlebnisse, für großartige Emotionen, für Stolz und Freude, für Erfolg und Anerkennung.

Sie ist eine besondere Welt, die Welt des Event Managements. Ich helfe Ihnen dabei, sie besser zu verstehen. Dieses Buch vermittelt Ihnen das Grundhandwerkszeug, das Sie brauchen, um erfolgreich Veranstaltungen einzusetzen, zu konzipieren und zu realisieren. Und es hilft Ihnen ganz konkret dabei, Fehler zu vermeiden!

Die 11 Irrtümer über Event Management machen deutlich, was es bei der Planung von Veranstaltungen zu beachten und zu bedenken gibt. Sie vermitteln, dass es beim Event Management nicht nur um das operative Umsetzen, also um die reine Organisationsleistung geht, sondern gleichermaßen um konzeptionelles Denken, um Beratung und Überzeugungsarbeit auf vielen Ebenen. Die 11 Irrtümer über Event Management vermitteln Ihnen wertvolles und direkt verwertbares Wissen für Ihre Aufgabenstellungen in der Praxis. Ganz gleich, ob Sie auf Agentur- oder auf der Unternehmensseite arbeiten.

Ich wünsche Ihnen viel Freude mit dieser Lektüre!

Die 11 Irrtümer über Event Management
Was Sie über die Mechanismen der Live-Kommunikation
und deren Umsetzung wissen sollten
Wolber, H.
2014, XIII, 208 S. 5 Abb., Hardcover
ISBN: 978-3-8349-4245-6