

01

## SIND EVENTS GROSSE MISSVERSTÄNDNISSE?



# Events sind weit mehr als perfekte Logistik.

In diesem Kapitel geht es um die immer gleichen Abläufe, die fast allen Events zu Grunde liegen. Um fehlende Überraschungen, Sitzfleisch und Rindfleisch.

Sie lernen, wie Sie die Ereigniskette aus Begrüßungscocktail, Vorstandsreden und getanztem Produktvorteil sprengen.

**S**eit man Veranstaltungen von Unternehmen zum Zwecke der Kommunikation mit Kunden, Interessenten, Partnern, Medien oder Mitarbeitern Events<sup>1</sup> nennt, also seit rund 20 Jahren, folgen sie einem bestimmten Strickmuster. Dieses Strickmuster scheint gottgegeben, unveränderbar und alternativlos zu sein. Es reiht die Elemente eines Events aneinander und bestimmt die Abfolge, in der die Eventbesucher etwas zu tun oder zu lassen haben. Dieses Strickmuster bestimmt, wer wann hungrig zu sein hat und wann Primärbedürfnisse befriedigt werden. Ich nenne dieses Strickmuster die Perlenkette.

Die Perlenkette dominiert den gesamten Planungsprozess von Events, sie raubt verantwortlichen Eventmanagern jeden gestalterischen Freiraum und sie bestimmt am Ende oft sogar die Budgethöhe. Sie ist der Grund dafür, dass sich die Konzeption eines Events häufig in der mehr oder weniger gelungenen Kombination von Event-Bausteinen aus der Schublade erschöpft. Sie ist dafür verantwortlich, dass Events nicht die Wirkung entfalten, die sie haben könnten.

*Kaum jemand kommt auf die Idee, diese Perlenkette in Frage zu stellen.*

Jeder erfahrene Eventbesucher weiß, was ihn bei einem Event erwartet. Ganz gleich, ob es sich um die Einführung eines neuen Produkts, die Jahresauftaktveranstaltung für den Außendienst oder ein hundertjähriges Firmenjubiläum handelt. Same procedure as last year? Same procedure as every year<sup>2</sup>.

Vorhang auf und Bühne frei. Um die Funktionsweise der Perlenkette und ihre Tücken besser zu verstehen, begleiten wir einen imaginären Gast auf seinem Weg durch eine Abendveranstaltung. Nennen wir ihn Herrn K. Warum Herr? Bis heute besteht der überwiegende Anteil der zu den sogenannten „Corporate Events“ geladenen Gäste aus Männern. Dies spiegelt die noch immer vorherrschende Entscheiderstruktur deutscher Unternehmen wider, sieht man von einigen wenigen Branchen wie Kosmetik, Gesundheit oder Mode ab. Da man diesen Zustand nicht schönreden kann, bleibt es für diese Abhandlung also bei Herrn K. Und der ist inzwischen am Ort des Geschehens eingetroffen.

<sup>1</sup> Gute Trivia: Im Duden gibt es das Wort „Event“ seit 1996.

<sup>2</sup> „Dinner for One“ gibt es sogar schon seit 1963. Immer das Gleiche, alle Jahre wieder.

## DIE OUVERTÜRE

Nach der Anreise, die dank guter Wegbeschreibung und perfekter Parkplatz-Logistik stressfrei verlief, findet sich Herr K. am Eingang zur Location<sup>3</sup> wieder. Wegen der überall angebrachten Logos des Gastgebers besteht kein Zweifel, dass Herr K. am richtigen Ort ist, auch wenn vom Gastgeber selbst weit und breit keine Spur zu sehen ist. Aber immerhin, eine freundliche Hostess begleitet ihn zum Check-in, an dem Herr K. nach gar nicht so langer Suche sein Namensschild bekommt. So gerüstet steuert Herr K. auf das freundliche Cateringpersonal zu, versorgt sich mit einer Kleinigkeit zu trinken und erwischt hier und da eines der köstlichen, aber doch recht raren Häppchen.

Nun schweift sein Blick durch den Raum auf der Suche nach jemandem, der sich für ihn interessiert – leider vergeblich. Diejenigen, die eigentlich zu seiner Begrüßung und Betreuung anwesend sind, die Sales-Manager oder Key-Accounter, haben sich an einem Tisch zusammengerottet und beschäftigen sich dort intensiv mit sich selbst. Über das Wiedersehen mit den Kollegen freuen sie sich so sehr, dass ihre Rolle als Gastgeber im Moment leider hintenanstehen muss<sup>4</sup>.

Von seiner sicheren Ecke an einem Stehtisch aus scannt Herr K. weiter die Location, nun auf der Suche nach vertrauten Gesichtern. Denn er weiß, dass sich dieser Teil des Events Get-together nennt und er networken soll. Nur mit wem? Herr K. konzentriert sich auf seine Primärbedürfnisse und stillt Hunger und Durst. Wer weiß, wann es das nächste Mal etwas gibt. Er lauscht der sehr vertraut klingenden Hintergrundmusik. Es muss wohl wieder etwas von Klassik Lounge sein. Oder doch eine ältere Café-del-Mar-CD?

Nach etwa 45 Minuten wird Herr K. erlöst, denn die Tür zu einem Nachbarraum öffnet sich und die freundlichen Hostessen bitten die Gäste, ihnen zu folgen. Herr K. ist ein wenig enttäuscht, denn diesen Programmpunkt hat er schon deutlich spektakulärer erlebt. Projektionsflächen, die sich als fahrbare Wände entpuppen, Stoffbahnen, die wie von Geisterhand in die Höhe schnellen oder umgekehrt blitzschnell zu Boden fallen. Natürlich immer verstärkt durch choreografierte Licht- und Toneffekte.

<sup>3</sup> Das klingt doch viel schicker, besser, moderner als „Veranstaltungsort“, oder?

<sup>4</sup> Vielleicht liegt das daran, dass sie nicht mehr Verkäufer heißen. Bei der Berufsbezeichnung wäre nämlich gleich klar, was ihre Aufgabe ist.