

Gerhard Bleile | Cornelius Philipp Blei

# Veranstaltungsrichtlinien

Voraussetzungen für  
erfolgreiche Events

2., überarb. u. erw. Auflage

Verlag Wissenschaft & Praxis



## Veranstaltungsrichtlinien

# Reihe Messe-, Kongress- und Eventmanagement

Stefan Luppold (Hrsg.)

Gerhard Bleile | Cornelius Philipp Blei

# Veranstaltungsrichtlinien

Voraussetzungen  
für erfolgreiche Events

2., überarb. u. erw. Auflage

Verlag Wissenschaft & Praxis



### **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-89673-638-3

© Verlag Wissenschaft & Praxis

Dr. Brauner GmbH 2013

Nußbaumweg 6, D-75447 Sternenfels

Tel. +49 70 45 93 00 93 Fax +49 70 45 93 00 94

verlagwp@t-online.de www.verlagwp.de

Druck und Bindung: Esser Druck GmbH, Bretten

Alle Rechte vorbehalten

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

---

## Vorwort des Herausgebers

Blicken wir auf die Monate zurück, die seit Erscheinen dieses Fachbuchs in einer ersten Auflage vergangen sind, dann stellen wir eine Bedeutungszunahme des Themas fest – gerade so, als hätten die Autoren Bleile und Blei den richtigen Zeitpunkt für die Publikation ihres Bandes vorhergesehen.

Das Eine bedingt das Andere. Möglicherweise wurde durch die Präsentation von „Veranstaltungsrichtlinien – Voraussetzungen für erfolgreiche Events“ bei einigen Unternehmen und Verbänden ein Prozess der internen Diskussion in Gang gesetzt. Andere hatten bereits Handlungsbedarf erkannt und mit Veränderungen begonnen – und das Fachwissen der beiden Experten dabei mit herangezogen.

Sicher ist, dass die Bedeutung von Veranstaltungen im operativen Handeln wie in der strategischen Ausrichtung tendenziell zunehmen wird. Damit einher geht die Forderung nach Regeln, Richtlinien, Prozessen. Ein Handlungsrahmen muss Wünsche und Ziele mit den Bestimmungsfaktoren Zeit, Kosten und Erfolg fassbar machen.

Umso erfreulicher ist es, dass dieses Fachbuch sehr frühzeitig in einer zweiten Auflage erscheint. Der aktualisierte und erweiterte Inhalt liefert nun ein Praxisbeispiel, das sowohl aus der Beschreibung einer Software gestützten Veranstaltungsmanagement-Lösung als auch der zugehörigen Nutzungs-Beschreibung besteht.

Das Eine bedingt das Andere. Vielfach wurden, nach eingehenden Prozess-Analysen und Optimierungs-Überlegungen, Systeme geschaffen, die Abläufe unterstützen, ihnen dabei auch, auf ein Regelwerk gestützt, einen Rahmen geben. Wir kennen das aus dem Bereich „Travel Management“ und wissen von den positiven Effekten.

Ähnliches dürfen wir von Veranstaltungsmanagement-Software erwarten. Workflow determiniert Tool, die gewünschten Richtlinien fließen in das Lastenheft für ein IT-gestütztes Werkzeug ein. Aber auch vice versa können wir denken; die Einführung einer Standard-Software erfordert ein kritisches Durchleuchten der bestehenden Prozesse, ein – im wirklichen Wort-Sinn – Hinterlegen von Bedingungen für die Ab-

läufe sowie im besten Fall die vollständige Übernahmen von im Standard gelieferten Funktionalitäten und Erfahrungswerten Dritter.

Ich freue mich darüber, dass dem wichtigen Thema „Veranstaltungs-Richtlinien“ mit dieser zweiten Auflage eine gute theoretische wie praktische Grundlage gewidmet wird und bedanke mich bei den Autoren dafür, dass sie relevantes Neues eingebracht haben.

***Prof. Stefan Luppold***

*IMKEM (Institut für Messe-, Kongress- und Eventmanagement)*

---

## Vorwort des Herausgebers zur 1. Auflage

Die Zunahme an Unternehmensveranstaltungen in den vergangenen Jahren ging einher mit einer umfangreicheren Allokation von Ressourcen. Zeit und Geld wurden und werden investiert, um mit Hilfe direkter (Wirtschafts-)Kommunikation erfolgreich zu sein. Dabei stellen wir fest, dass mit zunehmender Komplexität der Aufgabenstellung auch die Bedeutung der Veranstaltungen für den strategischen Erfolg wächst. Immer mehr interne Bereiche und externe Dienstleister sind in die Planungs-, Realisierungs- und Evaluationsprozesse mit eingebunden.

Von der Einführung neuer Produkte oder der Erschließung weiterer Märkte bis hin zu Know-how-Transfer oder Innovationsmanagement – Messen, Kongresse und Events bedürfen eines organisierten Rahmens, der als Fundament des Veranstaltungsmanagements dient. Kritiker sehen hier einen Verlust an Kreativität, eine Einengung des Handelns „wahrer Event-Schaffender“. Allerdings zu unrecht. Ein klar definiertes Umfeld – mit Blick auf Ziele, Budgets, Zuständigkeiten, Fristen und Abläufe – ermöglicht erst die Freiheit zur Konzeption. Und unterstreicht die Wertigkeit von Veranstaltungen für das Unternehmen, ist Risikomanagement und Visionspfeiler in einem. Erfolgs-Abhängigkeit ist auch Erfolgs-Chance und fordert Strukturen.

Das vorliegende Fachbuch schließt eine Lücke. Wie, wo und weshalb wir Veranstaltungen planen und durchführen, wurde in Publikationen bereits umfangreich diskutiert und bedarf lediglich laufender Aktualisierungen. Wie man jedoch das – zufällig oder gezielt – gewachsene Volumen an Corporate Events, an Unternehmens-Veranstaltungen, mit Hilfe von spezifischen Richtlinien strukturiert und systematisiert, dadurch Abläufe optimiert und insgesamt für mehr Transparenz sorgt, das wurde bislang nicht zusammengefasst vorgestellt. Insofern leistet das Autoren-Duo Bleile und Blei einen wichtigen Beitrag, der bei der Implementation von Veranstaltungs-Richtlinien im Unternehmen helfen kann, mindestens jedoch Anregungen für entsprechende Überlegungen liefert und so Prozesse in Gang setzen kann, die am Ende ein qualitatives Plus im Veranstaltungs-Management schafft.

**Prof. Stefan Luppold**

*IMKEM (Institut für Messe-, Kongress- und Eventmanagement)*

---

# Vorwort

Kongresse, Tagungen und Events sind ein wichtiger Wirtschaftsfaktor mit Zukunftsperspektive. Deutschland steht hier als zweitgrößter Kongressmarkt der Welt im Fokus: Alleine in Deutschland finden jährlich rund 2,5 Millionen Veranstaltungen mit über 300 Millionen Teilnehmern statt.

Tagungen und Events sind im Marketing-Mix von Unternehmen und Verbänden unverzichtbar, denn Live-Kommunikation ist ein wichtiges Instrument zur Kunden- und Mitarbeiterbindung, Steigerung der Reputation und Markenbildung aber vor allem ermöglichen Veranstaltungen einen nachhaltigen Informations- und Wissenstransfer.

Jedoch wird die Komplexität der Organisation von Veranstaltungen oftmals unterschätzt. So sind über einen längeren Zeitraum personelle Ressourcen notwendig, Planungsinstrumente zur Budgetierung sowie Aufgabenplanung werden benötigt und infrastrukturelle Voraussetzungen zur Abwicklung müssen gegeben sein. Um eine Veranstaltung zum Erfolg werden zu lassen, ist eine professionelle Organisation notwendig. Hierbei hilft insbesondere die Etablierung von Veranstaltungsrichtlinien im Unternehmen.

Der Inhalt dieses Fachbuches zeigt von den theoretischen Grundlagen über die praktische Handhabung bis hin zu den wichtigen Schritten die Einführung und Umsetzung einer Veranstaltungsrichtlinie. Mit der Installation einer Veranstaltungsrichtlinie schaffen Sie die Basis für ein transparentes und effizientes Veranstaltungsmanagement.

Veranstaltungsrichtlinien – die Lösung für ein konfliktfreies und erfolgreiches Arbeiten.

**Matthias Schultze**

*Geschäftsführer, GCB German Convention Bureau e.V.*

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort des Herausgebers .....</b>	<b>5</b>
<b>Vorwort .....</b>	<b>8</b>
<b>Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>11</b>
<b>Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>12</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis.....</b>	<b>13</b>
<b>1 Einleitung .....</b>	<b>15</b>
<b>2 Eventmanagement und Controlling von Events.....</b>	<b>17</b>
2.1 Eventbegriff .....	17
2.2 Definition und Intention von Eventmanagement .....	18
2.3 Sicherung der Ziele der Veranstaltung.....	21
2.4 Sicherung eines Kosten-Nutzen-Controllings .....	24
2.5 Exkurs: AirPlus Meeting Solution.....	27
<b>3 Führen nach Richtlinien und Compliance .....</b>	<b>33</b>
3.1 Führen nach Richtlinien .....	33
3.2 Compliance-Management .....	34
3.3 Compliance im Einkauf .....	36
3.4 Prozess beim Einkauf von Dienstleistern .....	36
3.5 Besondere Risiken im Bereich des Einkaufs am Beispiel der kartellrechtlichen Compliance.....	37
3.6 Implementierung eines Corporate-Compliance-Systems .....	38
<b>4 Rolle von Richtlinien im Veranstaltungsmanagement.....</b>	<b>41</b>
4.1 Ziele und Zielgruppen der Veranstaltungsrichtlinie.....	41
4.2 Make or Buy.....	42
4.3 Charakterisierung von Make-or-Buy-Entscheidungen .....	43
4.4 Ausschreibungen.....	45
4.5 Vor- und Nachteile bei der Zusammenarbeit mit Leistungsträgern .....	47

4.6	Maverick Buying .....	48
4.7	Ursachen für Maverick Buying .....	49
<b>5</b>	<b>Nachhaltigkeit.....</b>	<b>51</b>
5.1	Ökologische Nachhaltigkeit im Veranstaltungsmanagement..	51
5.2	Dimension der Nachhaltigkeit.....	53
5.3	Umsetzung der Nachhaltigkeit .....	54
<b>6</b>	<b>Erstellung einer Veranstaltungsrichtlinie in der Praxis.....</b>	<b>57</b>
6.1	Bisherige Situation .....	57
6.2	Wertschöpfungspotenziale .....	71
6.3	Vorgehensweise zur Einrichtung von Veranstaltungsrichtlinien .....	72
6.4	Erstellung einer Lieferantenliste .....	73
6.5	Lieferantenmanagement und Lieferantenauswahl .....	74
6.6	Controlling .....	75
<b>7</b>	<b>Gefahren der Steuerung des Eventmanagements durch Richtlinien .....</b>	<b>77</b>
<b>8</b>	<b>Erfolgsfaktoren für die Erarbeitung von Richtlinien .....</b>	<b>79</b>
<b>9</b>	<b>Fazit .....</b>	<b>81</b>
<b>10</b>	<b>Exkurs: Richtlinien zur Nachhaltigkeit im Eventmanagement.....</b>	<b>85</b>
	<b>Glossar .....</b>	<b>93</b>
	<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>99</b>
	<b>Autoren/Herausgeber .....</b>	<b>101</b>
	<b>Nachtrag: Automatisiertes Event Management System am Beispiel von up2date solutions GmbH.....</b>	<b>102</b>
	<b>Erfolgsstory: Einführung eines automatisierten Event Management Systems am Praxisbeispiel der Endoscience Endokrinologie Service GmbH .....</b>	<b>112</b>

---

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Modell der Corporate Philosophie .....	23
Abbildung 2: Effektivitätsmodell (Soll – Ist).....	26
Abbildung 3: Beteiligte Abteilungen.....	41
Abbildung 4: Inhouse (Make) .....	44
Abbildung 5: Outsourcing (Buy) .....	44
Abbildung 6: Üblicher Ablauf einer Ausschreibung.....	46
Abbildung 7: Vor- und Nachteile bei der Zusammenarbeit mit Leistungsträgern .....	47
Abbildung 8: Bestehende Normen .....	53
Abbildung 9: Phasen der Veranstaltungsplanung.....	59
Abbildung 10: Beispiel für eine Briefingcheckliste.....	61
Abbildung 11: Anordnung der Inszenierung von Veranstaltungen....	78

---

## **Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1: Planungsphase.....	63
Tabelle 2: Vorbereitungsphase.....	65
Tabelle 3: Durchführungs- oder Realisierungsphase.....	69
Tabelle 4: Nachbearbeitungsphase .....	71

---

## Abkürzungsverzeichnis

ASTM	American Society for Testing and Materials
BDW	Bundesverband der Wirtschafts- und Gesellschafts-kommunikation e.V.
BME	Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V.
BMU	Bundesumweltministerium
BSI	British Standard Institution
CC	Corporate Compliance
DOSB	Deutscher Olympischer Sportbund
EMAS	Eco-Management and Audit Scheme
ERP	Enterprise Resource Planning
EVVC	Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e.V.
GCB	German Convention Bureau
ISO	International Organisation for Standardization
MB	Maverick Buying
MBQ	Maverick-Buying-Quote
RfP	Request for Proposal
UNEP	United Nations Environment Programme
USP	Unique Selling Proposition
VDR	Verband Deutsches Reisemanagement e.V.
w&v	Werben & Verkaufen (Fachmagazin)



---

# 1 Einleitung

Der nachfolgende Text befasst sich mit dem Thema „Veranstaltungsrichtlinien“. Die Einführung von Richtlinien gilt als Lösung für ein konfliktfreies und erfolgreiches Arbeiten im Eventmanagement. Richtlinien sind notwendig, um in Unternehmen bei der Planung, Organisation und Durchführung von Veranstaltungen den Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten gerecht zu werden und um den Kostenblock „Veranstaltung“ transparent und steuerbar zu gestalten. In der Vergangenheit haben Abteilungen und Mitarbeiter Gelder für Veranstaltungen aller Art auf verschiedene Weise ausgegeben, ohne dies zu dokumentieren und zu erfassen. So war dieser Kostenblock oft eine Grauzone und Ausgaben wurden nicht auf ihre Notwendigkeit geprüft. Veranstaltungsrichtlinien sollten nicht nur in wirtschaftlich schwierigen Zeiten eine große Rolle spielen, sondern von einem Unternehmen kontinuierlich im Rahmen des Eventmanagement durchgeführt werden. Dies begründet sich dadurch, dass der Event-Bereich in der Unternehmenslandschaft noch nicht vollständig erforscht und entwickelt ist. Es ist notwendig, Veranstaltungsrichtlinien zu erstellen, um eine klare Vorgehensweise des Eventmanagements zu definieren. Mit dieser Maßnahme werden Arbeitsabläufe präzisiert, um Zeit und Kosten zu sparen. Veranstaltungsrichtlinien werden jedoch bisher kaum von Unternehmen verwendet. Das Eventmanagement großer Unternehmen verlässt sich bisher auf langjährige Erfahrungswerte mit Dienstleistern und Agenturen. Erfahrung ist nach wie vor das A und O in dieser Branche, allerdings haben sich im Laufe der Jahre weniger die Veranstaltungen geändert als vielmehr das Umfeld. Es gibt heute mehr Möglichkeiten und Mittel Dinge zu tun.

Der Markt an Anbietern und Dienstleistern hat sich gefüllt, und es lohnt sich ihre Leistungsangebote zu vergleichen, um herauszufinden, welcher Weg der effektivste ist und ob er gleichzeitig die beste Preis-Leistung bietet.

Ziel dieser Ausführung ist es, die inhaltlichen Facetten der Veranstaltungsrichtlinien aufzuzeigen und zu erläutern, da bislang noch keine Texte zu diesem Thema veröffentlicht wurden. Der Inhalt dieses Buches soll als Orientierung dienen und kann nicht kompatibel auf alle Eventmanagement- Abteilungen angewendet werden, da die einzelnen Betriebsstrukturen, Eigenschaften und Bedürfnisse individuell sind und voneinander abweichen.

Am Anfang des Buches wird zunächst geklärt, was einen Event charakterisiert und welche Ziele damit verfolgt werden. In einem zweiten Schritt wird auf Kontroll- und Steuerungsmaßnahmen eingegangen und wie diese implementiert werden, bevor im nächsten Schritt auf die eigentliche Rolle von Richtlinien im Veranstaltungsmanagement eingegangen wird. Nachdem die Rolle von Richtlinien erläutert wurde, erfolgt eine praxisorientierte Darstellung zur Implementierung von Veranstaltungsrichtlinien. Anschließend wird auf die Gefahren der Steuerung des Eventmanagements durch Richtlinien hingewiesen. Die Erfolgsfaktoren für die Erarbeitung von Veranstaltungsrichtlinien beenden dieses Buch.

---

## 2 Eventmanagement und Controlling von Events

### 2.1 Eventbegriff

Der Begriff „Eventmarketing“<sup>1</sup> wurde erstmals 1984 verwendet und wurde zur damaligen Zeit als „Konzentration auf bestimmte Ereignisse im Laufe eines Werbejahres anstelle einer permanenten, vor sich hinplätschernden Kampagne“ charakterisiert. Die bis heute am häufigsten zitierte Event – Definition stammt vom Bundesverband der Wirtschafts- und Gesellschaftskommunikation (BDW) aus dem Jahre 1993. Der BDW definiert Events über deren Reiz- und Aktivierungswirkung und spricht dabei zum ersten Mal von Inszenierung und Erlebnisorientierung.<sup>2</sup>

Es ist festzuhalten, dass man mit dem Begriff „Event“ keine Eigenschaft beschreibt, die objektiv messbar ist. Vielmehr, dass der Charakter einer Veranstaltung oder eines Ereignisses subjektiv ist. Das Event entsteht im Kopf desjenigen, der es erlebt. Der Begriff „Event“ bedeutet übersetzt „Ereignis“.

Die folgenden Stichworte zeigen Aspekte auf, die ebenfalls zum Ereignischarakter beitragen:

- Einmaligkeit
- Erinnerungswert
- Aktivierung der Teilnehmer
- Zusatznutzen und Effekte für die Teilnehmer
- Planung, Gestaltung, Organisation und Inszenierung
- Verbindung von Eindrücken mit Symbolik
- Publikumsorientierung des Events

---

<sup>1</sup> In diesem Fall wird der Begriff Eventmarketing mit dem Begriff Event gleichgesetzt

<sup>2</sup> Vgl. Krähner 2009, S. 32