

EFFIZIENZ DURCH KOORDINIERTES UND
ÜBERGREIFENDES

EVENTMANAGEMENT

IM INTEGRIERTEN STADTMARKETING

DIFU – FACHTAGUNG PROFIT CENTER VERANSTALTUNGSHALLEN!
WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG – ERGEBNISOPTIMIERUNG – WERTSCHÖPFUNG

7.-8. FEBRUAR 2011 IN BERLIN

INTEGRIERTES STADTMARKETING – EIN PROZESS

- Beginn eines Verfahrens, das Kommunen im Wettbewerb mit anderen Städten als Wirtschafts- und Lebensraum und als Ziel für Besucher modernisiert, attraktiviert und interessanter macht (Bertram M., Marketing f. Städte und Regionen, 1994)

...ODER AUCH..

- Installation des Stadtmarketings als Koordinations- und Steuerungsinstrument einer integrierten Stadtentwicklungspolitik hinsichtlich aller relevanten Handlungsfelder wie z. B. Handel, Dienstleistung, Wirtschaft, Verkehr, Kultur, Events, Freizeit, Tourismus und Bildung (Dts. Seminar f. Städtebau und Wirtschaft, DSSW-Schriften 15, 1995)

INTEGRIERTES STADTMARKETING – EIN PROZESS

- Modellhafter Verlauf des Stadtmarketing Prozesses
(nach DSSW-Schriften 14, 1995) in einem mittel- bis langfristigen Zeithorizont:
 - **Anschubphase:** Aktivierung verschiedener Interessengruppen und Partner
 - **Analyse-/Konzeptionsphase:** (Denkwerkstatt) Befindlichkeitsanalyse, Ableitung von Zielbereichen, Bewertung von Chancen und Risiken
 - **Leitbildphase:** (Zukunftswerkstatt) Zieldefinition, Strategieentwicklung, Stadtvision /-philosophie
 - **Umsetzungsphase:** (Ideenwerkstatt) Maßnahmenplanung, Umsetzung, Kontrolle

EVENTMANAGEMENT, GRUNDSÄTZLICHES

- Eine langfristige Veranstaltungsstrategie ist Bestandteil für das Produkt Stadt. Hierfür notwendige Analysen/Grundlagen/Positionierungen sollen gemeinsam mit allen Beteiligten erarbeitet werden.
- Die aktuellen Events (und deren Locations) sollen prägende Bilder der Stadt nach außen transportieren.
- Events sind kein Selbstzweck, sondern Maßnahmen und/oder Unterstützung zur Erreichung übergeordneter Marketing-Ziele für das Produkt Stadt.

EVENTMANAGEMENT VERSTEHT SICH ALS...

- Zentrale Ansprechstelle für Veranstaltungen nach innen (Verwaltung) und außen (Veranstalter)
- Städt. Organisationseinheit für Veranstaltungen – Konzept-Erstellung, Planung, Durchführung
- Koordinator aller Veranstaltungen im Stadtgebiet
- Vermittler zwischen Stadt- und Veranstalterinteressen
- Initiator und Unterstützer für **alle** Veranstalter in der Stadt
- Terminkoordination, Platz- und Locationvergabe sowie Qualitätsmanagement für Veranstaltungen
- Dienstleister zur Unterstützung/Begleitung von Events
- Vermittler und „Verleiher“ von Durchführungs-Knowhow

EVENTMANAGEMENT IST NICHT...

- Eine städtische Konzert- und Veranstaltungsagentur mit Risikoabsicherung aus dem städt. Haushalt
 - Der städtische Impresario zur Befriedigung von Veranstaltungs- und Großevent-Phantasien
 - Risikoübernehmer für „tolle“ Veranstaltungs- und Eventideen von Politik und Verwaltung
- Dieses Verständnis von Eventmanagement benötigt eine abgestimmte Einbettung in die strategischen Ziele des integrierten Stadtmarketings!

PRÄMISSEN

- 1.) Das Eventmanagement agiert Impuls gebend und begleitend für Verwaltung und andere
- 2.) Ein zentraler Punkt dabei ist die Nutzung aller bestehenden lokalen Ressourcen
- 3.) Die Einbeziehung externer Veranstalter sowie einmischen in deren Veranstaltungen wird – im Hinblick auf Qualität und Zielführung – eine Säule des Eventmanagements
- 4.) Die Wirksamkeit/Zielereichung von Events evaluierbar machen
- 5.) Leitbilder und Stärken-/Schwächenanalysen müssen Teil der Eventkonzeption des Integrierten Stadtmarketingkonzeptes werden

PRÄMISSEN

- 6.) Das Eventmanagement soll sich nicht über die Anzahl der Veranstaltungen pro Jahr definieren
- 7.) Die Qualität aller städt. Veranstaltungen ist zu untersuchen – es geht um Qualität, nicht um Quantität
- 8.) Die Darstellung der Stadt nach außen – z. B. bundesweit und/oder überregional – soll durch Events verbessert werden
- 9.) Das Eventmanagement ist eine konzeptionelle sowie organisatorische Unterstützung für Citymanagement, Wirtschaftsförderung und andere Einheiten der Verwaltung

...NOCH EIN PAAR WORTE ZUM STADTBILD WÄHREND EVENTS...

Event- Erfahrungen in den unterschiedlichsten Teilen Deutschlands führen zu folgenden Erkenntnissen:

- Techn. Einbauten z. T. ohne nachdenken (Stromkabel quer über Hauswand)
- Teilweise unsinnige Einbauten im Stadtbild erschweren das tägliche Leben
- Techn. Einbauten werden zu wenig auf Sichtbarkeit überprüft
- Bei Großveranstaltungen manchmal das Gefühl einer „Vergewaltigung“ der Stadt

**→ Nicht alles, was sinnvoll für den Event ist,
ist auch sinnvoll für die Stadt**

...NOCH EIN PAAR WORTE ZUM STADTBILD WÄHREND EVENTS...

Maßnahmen dagegen:

- Die Einführung von definierten Standards für alle Veranstaltungen sowie deren Auf- und Einbauten ist notwendig – so wie es schon auf Bühnen und in Veranstaltungsstätten Usus ist. Dafür kann das Eventmanagement der genehmigungspflichtigen Behörde als Impulsgeber und Unterstützung während der tatsächlichen Arbeit zur Verfügung stehen.
- Eine Überwachung der definierten Standards während der Aufbauphase der Events ist dringend notwendig. Hier kann das Eventmanagement eine personelle Unterstützung für die genehmigungspflichtige Behörde sein.

ABSCHLIESSEND DIE BINSE

Mehr Event statt mehr Events!

...oder auch...

„Ich erinnere mich an keine Veranstaltung, die nicht auch ein Event gewesen wäre – alle anderen habe ich vergessen“

VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT!

VJC
VOLKER JAUCH CONSULTING
VERANSTALTUNG & SPIELSTÄTTE

WWW.JAUCH-CONSULTING.DE