

# **Durchführung von Veranstaltungen**

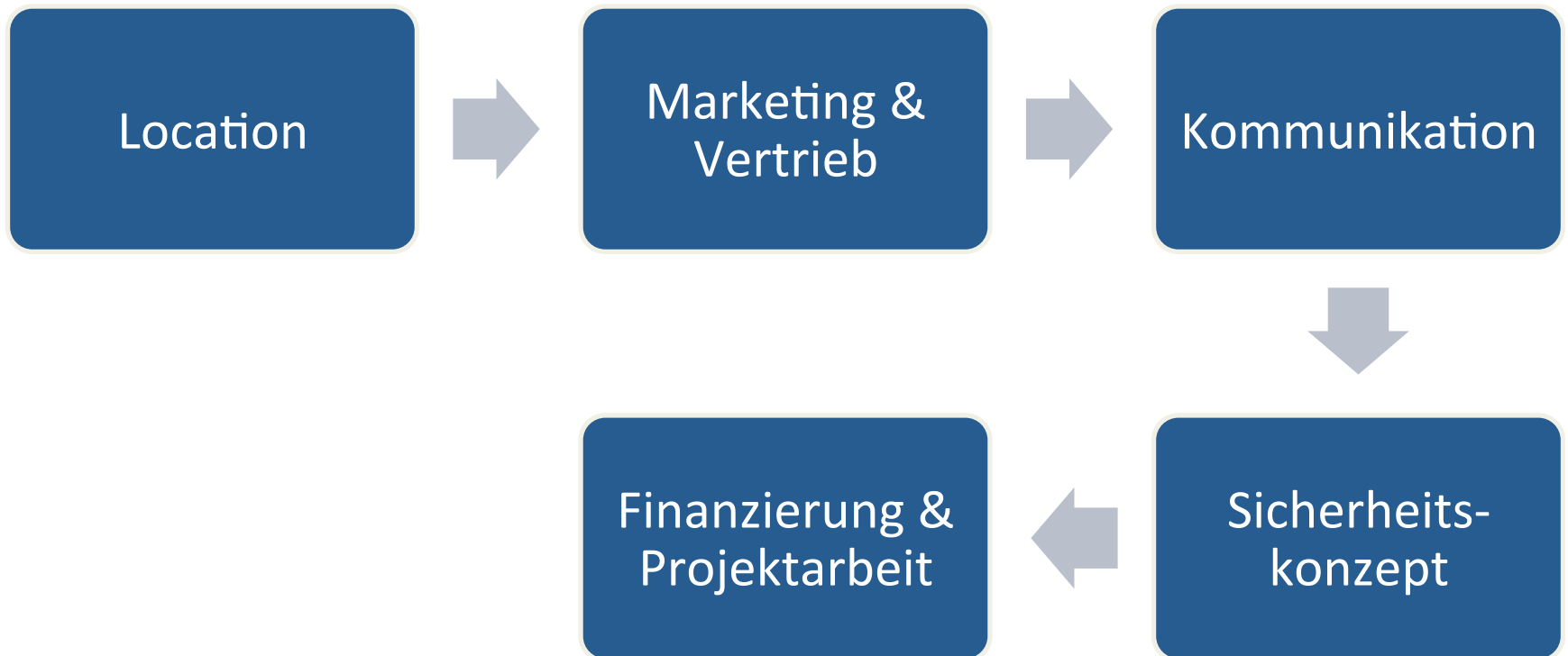
## **Dos and Dont's**

Dominic Gißler

Landesdelegiertentagung 2016

Feuerwehrmusik Baden-Württemberg

# Impulse



# Die Location

Von toller Kulisse...

...und toller Stimmung.



# Die Location

## Tübinger Schlossfestspiele

*„[...] Sicherheitsbedenken und Vorschriften lassen im Hof lediglich Veranstaltungen mit 300 Personen zu. Grund ist ein fehlender zweiter Fluchtweg.“*



# Die Location

## Leuchtturm als Aussichtsturm

*Bsp. 1000-Jahrfeier:*

*Die örtliche Zimmerei spendet einen eigens dafür errichteten Leuchtturm mit Aussichtsplattform. Er misst ca. 12m Höhe und 5m Durchmesser.*



# Die Location

## Flohmarkt in Schulturnhalle

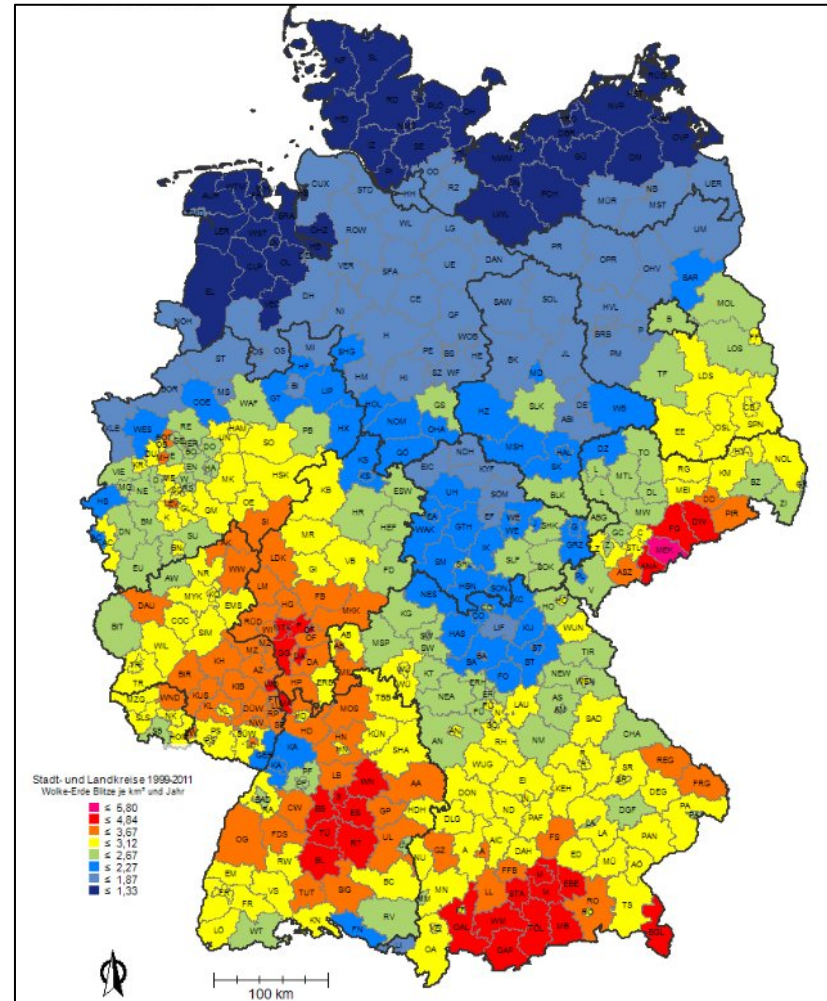
*Fiktives Bsp.*

*Üblicherweise betreiben hier  
max. 30 Kinder Sport. Zum  
Flohmarkt halten sich etwa  
250 Personen in der Turnhalle  
auf.*



# Location

→ Eine Machbarkeitsprüfung geht jeder Veranstaltung voraus!



# Marketing & Vertrieb





# Marketing & Vertrieb

## Käufermarkt



## Verkäufermarkt



# Marketing

## Zielgruppen

- Geeint durch ein Interesse
- Anzusprechen über ein bestimmtes Merkmal
- Haben das gleiche Bedürfnis

*Bsp. Jugendaktionstag: Das ALTER und das FEUERWEHR-Interesse*

- *Kinder*
- *Jugendliche*
- *Erwachsene als Betreuer und deren Partner*

**HIGHLIGHTS**

**ABENTEUER**

**FEUERWEHRFAMILIE**

**ZELTLAGER**

**JUGENDAKTIONSTAG**  
14. September 2013 im EUROPA-PARK  
Eine unvergessliche Geburtstagsparty!

40 JAHRE JUGENDFEUERWEHR  
BADEN-WÜRTTEMBERG

EUROPA PARK  
JUGENDAKTIONSTAG 2013

Mehr Informationen und Ticketverkauf unter  
[www.jugendfeuerwehr-bw.de](http://www.jugendfeuerwehr-bw.de)

# Marketing

## Bedürfnisse

- Grund dafür, warum jemand die Veranstaltung besuchen sollte

### *Bsp. Jugendaktionstag:*

- *Gemeinschaftserlebnis*
- *Weg von zu Hause zu sein*
- *Feuerwehrfeeling*
- *Abenteuer*

### *Bsp. Highlights & Feuerwehrtechnik für Jugendliche*



# Marketing

## Bedürfnisse

- Grund dafür, warum jemand die Veranstaltung besuchen sollte

*Bsp. Gemeinschaft – Erwachsene*



# Marketing

## Bedürfnisse

- Grund dafür, warum jemand die Veranstaltung besuchen sollte

*Bsp. Gemeinschaft – Jugendliche*



# Marketing

## Bedürfnisse

- Grund dafür, warum jemand die Veranstaltung besuchen sollte

*Bsp. Abendteuer*



# Marketing

## Bedürfnisse

- Grund dafür, warum jemand die Veranstaltung besuchen sollte

*Bsp. Spaß Kinder und Erwachsene*



# Vertrieb

## Verkauf der Veranstaltung

- Kanäle
- Preispolitik, Kontingente
- Bindung der (potentiellen) Kunden
- Progressive Zeitplanung

*Bsp. Schwarze Bretter, Magazine, Mund zu Mund, Peer-Groups, Regionalität*





# Vertrieb

## Verkauf der Veranstaltung

- Kanäle
- Preispolitik, Kontingente
- Bindung der (potentiellen) Kunden
- Progressive Zeitplanung

*Bsp. Allianzen, Kopplung mit  
Veranstaltungen sicherer hoher  
Teilnehmerzahlen*



# Vertrieb

## Verkauf der Veranstaltung

- Kanäle
- Preispolitik, Kontingente
- Bindung der (potentiellen) Kunden
- Progressive Zeitplanung

*Bsp. Gutscheine, Nachlässe, Verknappung*



# Vertrieb

*Bsp. Gewinnspiel, Interaktion,  
Rückblicke, Seminare,  
Leistungsprinzip*

## Verkauf der Veranstaltung

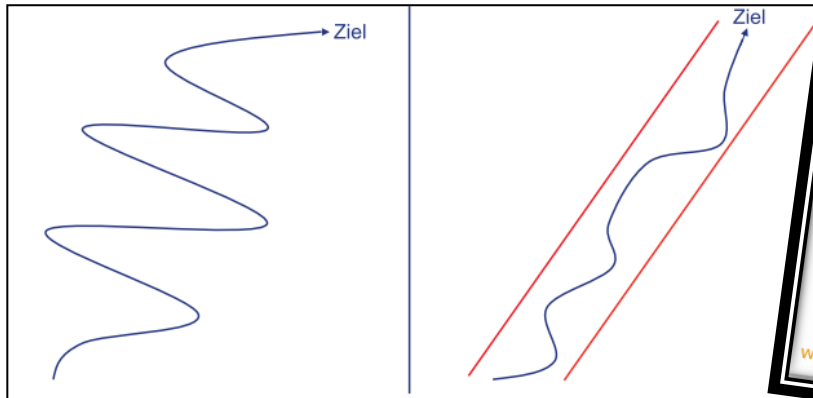
- Kanäle
- Preispolitik, Kontingente
- Bindung der (potentiellen) Kunden
- Progressive Zeitplanung



The image shows two screenshots of Facebook posts from the page 'Jugendfeuerwehr Baden-Württemberg'. The top post, dated July 19th, features a fire icon and a link. The text reads: 'Auch das dritte Jahrzehnt der Jugendfeuerwehr Baden-Württemberg war abwechslungsreich und innovativ.' Below the text is a photo of three people in firefighting gear. To the right of the photo is a link titled '40 Jahre Jugendfeuerwehr - 40 Jahre Geschichte innovativer & kompetenter Entwicklung der...' with the URL 'www.jugendfeuerwehr-bw.de'. Below the photo and link is another line of text: '40 Jahre Jugendfeuerwehr - 40 Jahre Geschichte innovativer & kompetenter'. At the bottom of the post are the interaction options 'Gefällt mir · Kommentieren · Teilen' and a notification '15 3'. The bottom post, dated July 12th, also features a fire icon and a link. The text reads: 'Anlässlich unseres Jubiläums hat Felix Schmitt eine Chronik der letzten 40 Jahre verfaßt. Auf der Homepage ist nun Teil 2, die Jahre 1983 - 1992 nachzulesen.' Below the text is a black and white photo of two firefighters in silhouette working with equipment on a structure.

# Marketing & Vertrieb

→ Eine Strategie für Marketing & Vertrieb ist das Herz jedes Veranstaltungskonzepts



# Von Kommunikation zu Interaktion

Viele Möglichkeiten um Fehler zu machen...



# Von Kommunikation zu Interaktion

...viele Möglichkeiten um es gut zu machen.



Was tut die Bundesregierung gegen Fluchtursachen? Diese Frage stellen Sie uns auf Facebook immer wieder – der stellvertretende Regierungssprecher Georg Streiter antwortet. Und er empfiehlt eine App, mit der jeder etwas beitragen kann: <https://sharethemeal.org/de/> Weiter... Mehr anzeigen



👍👎👤 244 182 Kommentare 73 geteilte Inhalte



# Sicherheitskonzept

## THW-Landesjugendlager in Kirchheim

*„...Sonntag, den 28.07.2013  
[...] noch ins Kirchheimer  
Freibad.“*



# Sicherheitskonzept

## THW-Landesjugendlager in Kirchheim

*„...Gegen 18 Uhr zogen dann die Wolken auf. [...] Noch bevor wir unsere Zelte erreichten, setzte auch schon der Regen ein. [...] begann dann der Hagel. Die Hagelkörner hatten teilweise die Größe von Tennisbällen und einige Zelte auf dem Platz hielten der Wucht der Körner nicht stand, das Zeltgestänge gab nach und die Zelte fielen in sich zusammen. Von den über 700 Teilnehmern wurde glücklicherweise niemand verletzt, die Kinder und Jugendlichen konnten sich in die Turnhalle flüchten [...].“*





# Sicherheitskonzept

## Strategie zum zu Vermeidung bzw. Umgang mit:

- Naturgefahren
- Erkrankungen
- Medizinischen Notfällen
- Unfällen
- Intentionalen Gefahren
- Shitstorms

→ Sicherheit muss geübt werden!



# Finanzierung

<b>Projekt \ Kosten in Mio EURO (ca)</b>	<b>Plankosten</b>	<b>Istkosten</b>	<b>Über- schreitung in %</b>
Olympisches Dorf in Montreal	45	100	122
Düsseldorfer Messe	45	210	367
Olympisches Radstadion Montreal	12	65	442
Olympisches Zeltdach München	15	90	500
franz.-brit. Überschall- flugzeug Concorde	600	10.000	1570

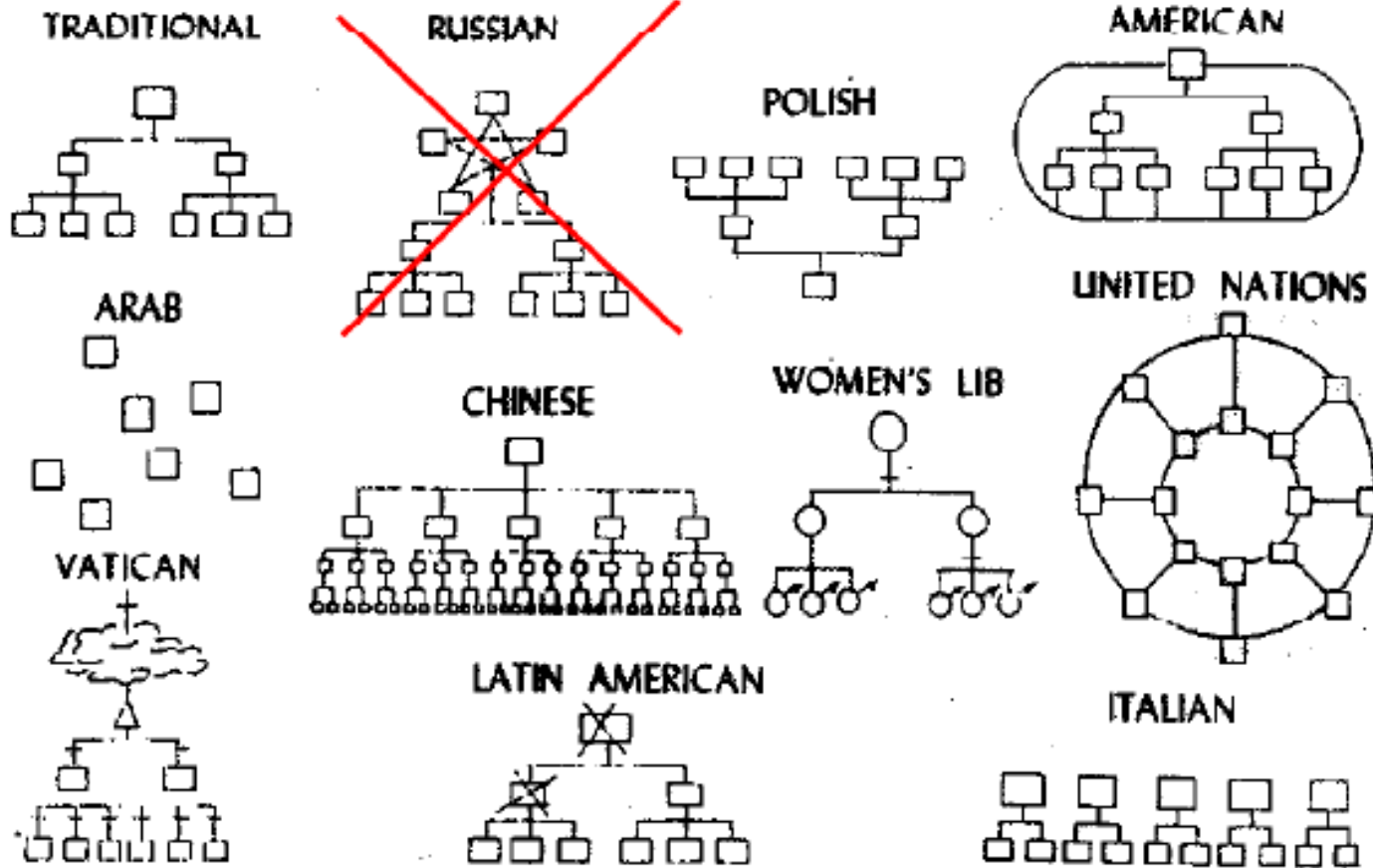
# Finanzierung

- Spenden
- Sponsoring
- Veranstaltungs-Haftpflichtversicherung
- Ausfallbürgschaft



# Projektarbeit

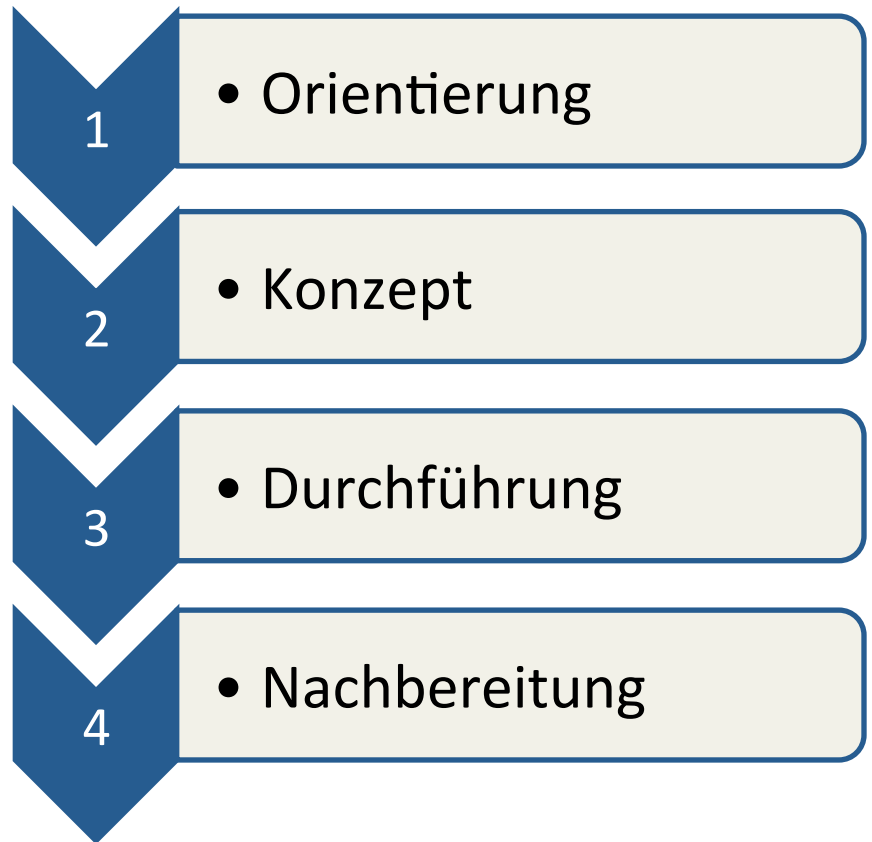
partly obsolete



# Projektarbeit

**...und der Alltag läuft trotzdem weiter.**

- Auftrag und Verantwortung
- Verzicht auf Alltagsaufgaben



# Bedürfnis nach mehr Marketing & Vertrieb geweckt?

Seminar „Events planen &  
durchführen“ am  
01.10.2016 in Köndringen  
im Lkr. Emmendingen

Kontakt:

Dominic Gißler

[d.gissler@gmx.de](mailto:d.gissler@gmx.de)

+49 151 16 44 99 55

