

Durchführung von Veranstaltungen

Dos and Dont's

Dominic Gißler

Landesdelegiertentagung 2016

Feuerwehrmusik Baden-Württemberg

Impulse



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

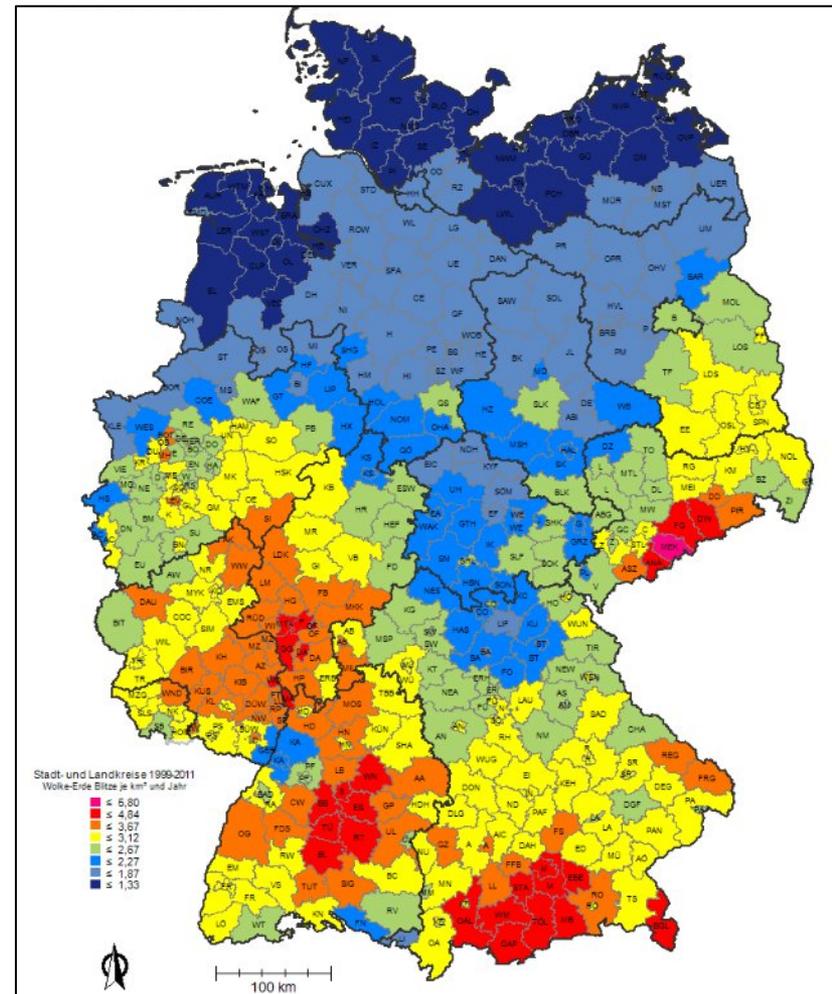
Fiktives Bsp.

*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

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 photo of three people in firefighting gear and a link titled '40 Jahre Jugendfeuerwehr - 40 Jahre Geschichte innovativer & kompetenter Entwicklung der...'. The bottom post, dated July 12th, contains text about a chronicle of the last 40 years and includes a black and white photo of two firefighters working with a hose.

Jugendfeuerwehr Baden-Württemberg hat einen Link geteilt.
19. Juli

Auch das dritte Jahrzehnt der Jugendfeuerwehr Baden-Württemberg war abwechslungsreich und innovativ.

40 Jahre Jugendfeuerwehr - 40 Jahre Geschichte innovativer & kompetenter Entwicklung der...
www.jugendfeuerwehr-bw.de

40 Jahre Jugendfeuerwehr - 40 Jahre Geschichte innovativer & kompetenter

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen 15 3

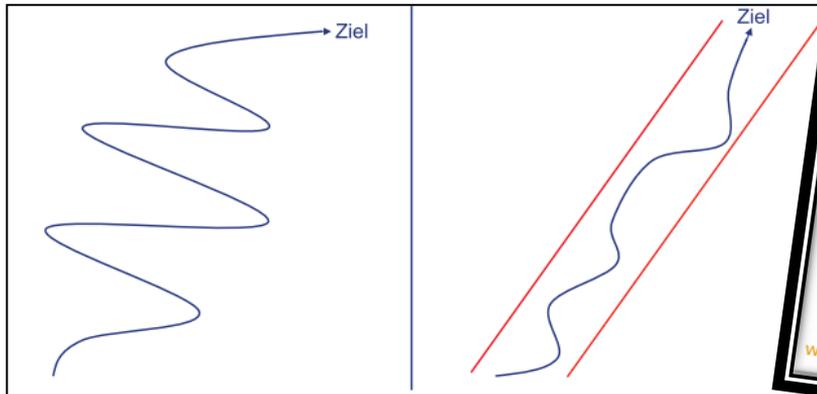
Jugendfeuerwehr Baden-Württemberg hat einen Link geteilt.
12. Juli

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.



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

Projekt \ Kosten in Mio EURO (ca)	Plankosten	Istkosten	Über- schreitung in %
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

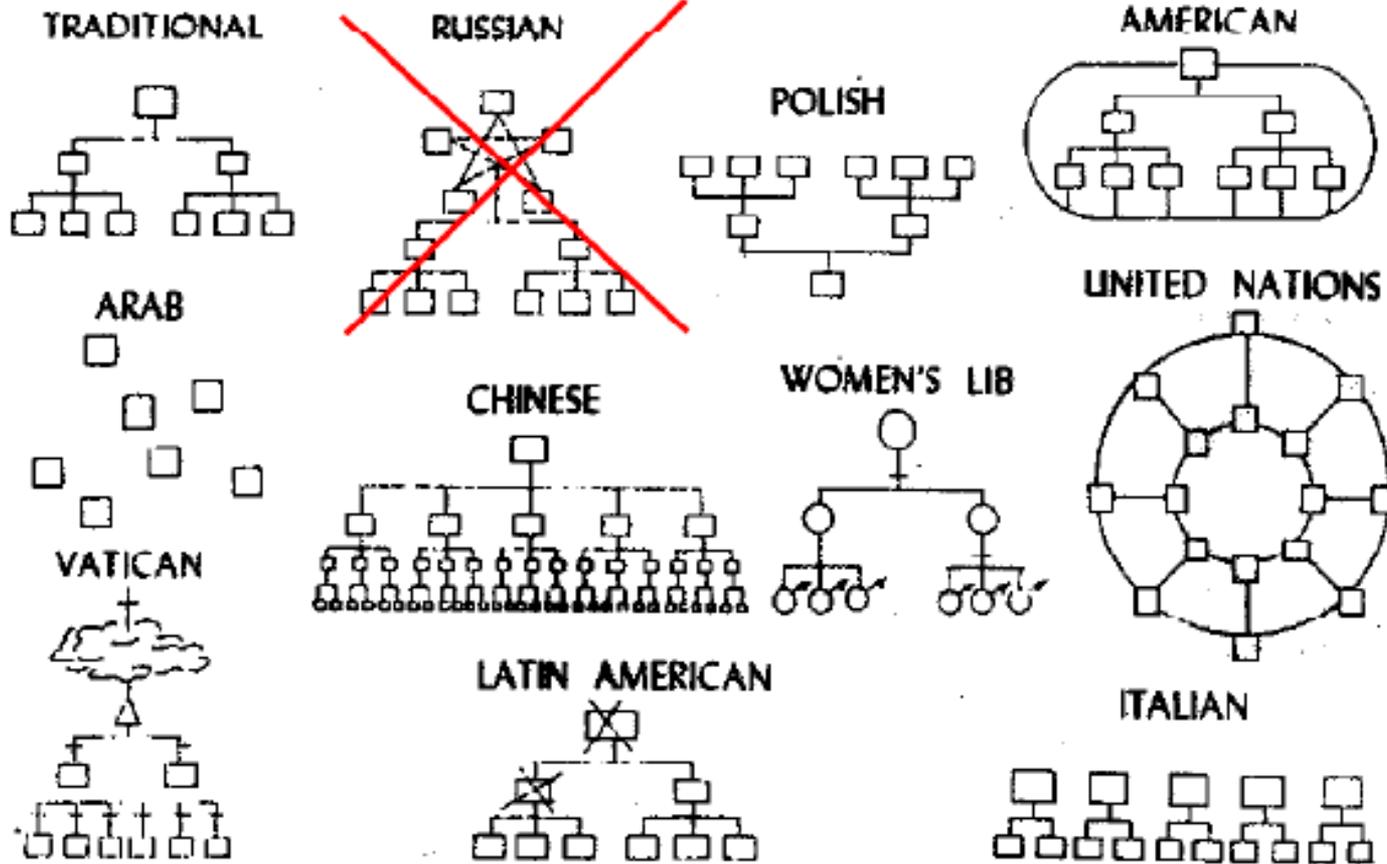
Finanzierung

- Spenden
- Sponsoring
- Veranstaltungs-Haftpflichtversicherung
- Ausfallbürgschaft



Projektarbeit

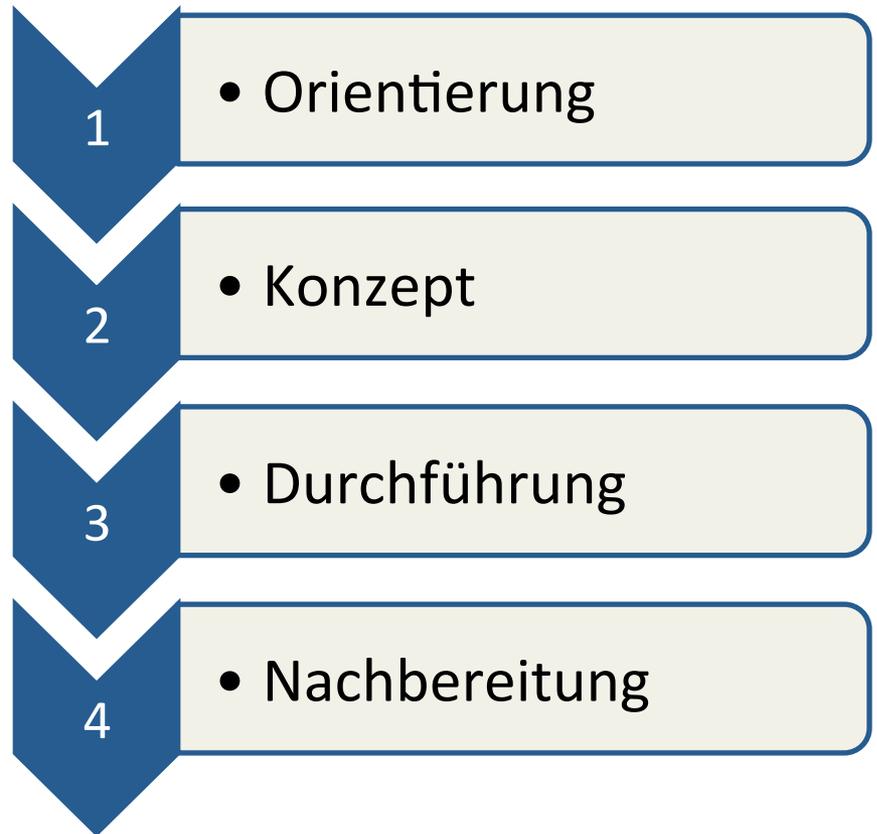
partly obsolete



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

+49 151 16 44 99 55

