

---

# DIE SIEBEN VERANSTALTUNGS-TODSÜNDEN

REFERENTIN: MELANIE VON GRAEVE,  
DKTS DER KONFERENZ- UND TAGUNGSSERVICE



## Kontakt

DKTS Der Konferenz- und TagungsService  
Melanie von Graeve  
Kaiserstraße 65  
60329 Frankfurt am Main

Fon (069) 1561 4561  
Fax (069) 2715 990 41

E-Mail: [info@dkts.de](mailto:info@dkts.de)  
Internet: [www.dkts.de](http://www.dkts.de)

---

Melanie von Graeve ist Inhaberin der 2001 gegründeten Veranstaltungsagentur DKTS Der Konferenz- und TagungsService ([www.dkts.de](http://www.dkts.de)), Fachbuchautorin, Referentin und Dozentin.

DKTS ist spezialisiert auf

- professionelle Veranstaltungs- und Messeorganisation,
- externe Projektleitung für Events und Messen,
- Veranstaltungs-Bewertung und Analyse,
- Messtraining und
- Event-Coaching.

Ihre Vorträge und Trainings leben vom Praxis-Know-how aus 20 Jahre Veranstaltungs- und Messeorganisation – von Unternehmens- und Agenturseite.

Sie vermittelt die Tricks des erfolgreichen Messe- und Eventmanagements spannend, unterhaltsam und mit ansteckender Begeisterung.

Für ihre Dozenten- und Referententätigkeit wurde sie mehrfach ausgezeichnet, unter anderem mit dem CONGA-Award als Nummer Eins der Top-Referenten Deutschlands.

Wünschen Sie regelmäßig Tipps und Anregungen rund um den Themenbereich Messen und Events? Auf der Website [www.dkts.de](http://www.dkts.de) können Sie kostenlos den etwa viermal jährlich erscheinenden Newsletter der Autorin abonnieren!

**Melanie von Graeve, Event-Management-Ökonom (VWA) -  
Garantiert perfekte Veranstaltungen mit herrlicher Leichtigkeit!**

---

## **SÜNDE I: SCHLÄFERN SIE IHRE GÄSTE NICHT EIN!**

---

Einfach, aber zentral: Ihre Zielgruppe besteht aus Menschen, denen Sie behilflich sein sollten, die angebotenen Informationen, Details, Aspekte etc. zu erfassen und aufzunehmen.

Je stärker die Sinne der Teilnehmer angesprochen werden, desto aktiver sind diese, desto besser werden sie der Veranstaltung folgen können und desto nachhaltiger ist die Wirkung!

Ein reines „toppen“ früherer Veranstaltungen nach dem Motto: höher, weiter, teurer bringt auf die Dauer keinen Erfolg und würde mit der Zeit zum finanziell untragbaren Marketinginstrument.

**Gefragt sind Originalität, der nachhaltige Eindruck, das Erlebnis und der Mehrwert Ihrer Veranstaltung!**

## **SÜNDE II: ARBEITEN SIE MIT DEM RICHTIGEN WERKZEUG!**

---

Nutzen Sie die Hilfsmittel der Profis wie Ablaufpläne, Checklisten und Regiebücher für Ihre Veranstaltungsplanung und sichere Durchführung. Entscheidend ist, dass für alle Verantwortlichen jederzeit klar erkennbar ist, WER, WANN und WO WAS tut bzw. WOFÜR zuständig ist.

**BEISPIEL ABLAUFPLAN: (WANN, WO, WAS & WER)**

Startzeit	Endzeit	Gebäude / Raum	Tätigkeit	Verantwortlich

...

---

### **SÜNDE III: WAS TUN IM FALL DER FÄLLE – IHR PLAN B!**

---

Eine gute Planung alleine reicht noch nicht aus – auch die vielen unerwarteten Faktoren, auf die wir bei Veranstaltungen zu reagieren haben, wollen berücksichtigt werden: Wohin bei schlechtem Wetter? Was tun, wenn der Referent ausfällt? Was, wenn die Technik streikt? Wägen Sie bereits in der Planungsphase ab, wie Sie im Fall der Fälle vorgehen werden und welche Maßnahmen präventiv vorgenommen werden sollen!

„Spielen“ Sie rechtzeitig vor Ihrer Veranstaltung alle Stationen, Programmpunkte und Abläufe mit Hilfe Ihres Ablaufplans gedanklich durch. Ein rechtzeitiger Check ermöglicht Ihnen, gegebenenfalls noch Vorsorgemaßnahmen ergreifen zu können.

---

### **SÜNDE IV: HUNGERN SIE IHRE GÄSTE NICHT AUS!**

---

Was haben Ihre Teilnehmer bereits hinter sich, bis Sie Ihre Gäste werden? Bei längeren Anreisewegen sind Ihnen Ihre Gäste für Erfrischungen vor Beginn der Veranstaltung dankbar. Mit knurrendem Magen werden diese auch dem spannendsten Referenten nicht mehr ihre volle Aufmerksamkeit schenken können – berücksichtigen Sie deshalb die menschlichen Bedürfnisse!

---

### **SÜNDE V: TEILNEHMER NICHT ÜBER- ODER UNTERFORDERN!**

---

Um die Teilnehmer zu erreichen und erfolgreiche Veranstaltungen zu inszenieren, muss die Kommunikation voll und ganz auf die jeweilige Zielgruppe abgestimmt und zugeschnitten sein. Ein zu viel an Information überfordert, zu wenig Inhalt langweilt – in beiden Fällen schalten Ihre Teilnehmer ab.

**Entscheidend sollte nicht sein, was wir unseren Teilnehmern an Informationen und Fakten mitteilen möchten, sondern was diese aufnehmen, erfassen und umsetzen können!**

---

### **SÜNDE VI: LASSEN SIE IHRE GÄSTE NICHT SCHLANGE STEHEN!**

---

Bei Veranstaltungen begegnen uns Menschenschlangen wohin wir nur schauen: An der Registrierung, bei der Namensschildausgabe, an der Garderobe, am Buffet – und so weiter, und so fort. Muss das denn wirklich sein? Auf unnötiges Schlangestehen reagieren viele Menschen regelrecht allergisch. Planen Sie deshalb besonders sorgfältig Gegenstrategien für die klassischen Engpasssituationen und berücksichtigen Sie diese auch bei Ihrer Personalbedarfsplanung.

Ob internes oder externes Personal: Legen Sie rechtzeitig fest, für welche Bereiche bei Ihrer Veranstaltung wie viel Personal benötigt wird!

---

## **SÜNDE VII: NICHT AM FALSCHEN ENDE SPAREN!**

---

Natürlich schöpfen wir heute alle Möglichkeiten aus, um unsere Veranstaltungsbudgets zu schonen. Allerdings sollte die Freude am Sparen nicht auf Kosten der Teilnehmerzufriedenheit gehen. Zu einem regelrechten Risikofaktor kann Einsparungswut beim Thema Sicherheit und bei allem was Ihre Teilnehmer direkt erleben und konsumieren werden!

Zu diesem Thema gibt es ein wunderbares Zitat von John Ruskin, englischer Sozialreformer (1819-1900):

*„Es gibt kaum etwas auf dieser Welt, das nicht irgendjemand ein wenig schlechter machen und etwas billiger verkaufen könnte. Und die Menschen, die sich nur am Preis orientieren, werden die gerechte Beute solcher Machenschaften.*

*Es ist unklug, zu viel zu bezahlen. Aber es ist noch schlechter, zu wenig zu bezahlen. Wenn*

*Sie zu viel bezahlen, verlieren Sie etwas Geld, das ist alles. Wenn Sie dagegen zu wenig bezahlen, verlieren Sie manchmal alles, da der gekaufte Gegenstand die ihm zugedachte Aufgabe nicht erfüllen kann.*

*Das Gesetz der Wirtschaft verbietet es, für wenig Geld viel Wert zu erhalten!*

*Nehmen Sie das niedrigste Angebot an, müssen Sie für das Risiko, das Sie eingehen, etwas hinzurechnen. Und wenn Sie das tun, dann haben Sie auch genug Geld, um für etwas Besseres zu bezahlen.“*

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg und gutes Gelingen bei der Planung, Organisation und Durchführung Ihrer Marketingveranstaltungen und -aktionen – vor allem aber, dass der Spaß bei dieser schönen Aufgabe nicht zu kurz kommt!

Ihre

*Melanie von Graeve*