

Veranstaltungsplanung (6): Veranstaltungsrichtlinien einführen

Reiserichtlinien sind mittlerweile in vielen Unternehmen ein anerkanntes Instrument zur Senkung der Reisekosten. Aber wozu brauchen Unternehmen eine Veranstaltungsrichtlinie?

Ziel eines Strategischen Veranstaltungsmanagements ist – neben der Reduzierung der Veranstaltungskosten – mehr Transparenz über den Veranstaltungsbereich herzustellen. Dabei sollen insbesondere der Zeitaufwand gesenkt und Redundanzen im Unternehmen vermieden werden, was u. a. durch die Harmonisierung der Arbeitsprozesse mit angrenzenden Bereichen (z. B. Buchhaltung, Personalbereich oder Reisekostenkontrolle) erreicht wird.

Um neue Regelungen durchzusetzen, ist ein gezieltes Change Management notwendig. Zum „Pflichtteil“ im Rahmen eines Kommunikationskonzeptes gehört dabei die Erstellung, Verbreitung und Durchsetzung einer Veranstaltungsrichtlinie (VRL). Eine gute Richtlinie muss regulativ und Unterstützung zugleich sein. Die Veranstaltungsrichtlinie wird zu einem dauerhaften Instrument, wenn sie Veränderungen im Rahmen von Aktualisierungen aufnimmt.

Je umfangreicher sie ist, desto wichtiger sind ein Inhaltsverzeichnis sowie eine Definition von Begriffen, die von den Nutzern als Suchbegriffe eingesetzt werden können. Empfehlenswert ist es, gängige Begriffe zu verwenden – und zwar immer im gleichen Kontext. Beispielsweise ist „MICE“ ein in der Branche gängiger Fachbegriff, vielen Mitarbeitern ist er aber unbekannt. Es hat sich bewährt von Meetings, Tagungen, Konferenzen, Veranstaltungen oder ganz allgemein von Events zu sprechen. Daher werden Veranstaltungsrichtlinien entsprechend auch als „Meeting-Richtlinie“ oder „Event-Guide“ bezeichnet.

Ein zum Unternehmen passender Ton und eine gute Struktur des Dokuments sind weitere Eckpunkte. Reiner Fließtext ermüdet rasch, eine Struktur mit Grafiken, z. B. zu Genehmigungs- oder Buchungsprozessen, schafft Abhilfe.

Schlüsselwörter, Titel oder Bilder (Icons) am Textrand helfen dem Nutzer ebenfalls, sich schnell zurechtzufinden.

Bei der Erstveröffentlichung ist eine Stellungnahme der Unternehmensleitung zu Sinn und Zweck der Richtlinie von entscheidender Bedeutung. Außerdem müssen von der Geschäftsleitung die verantwortlichen Personen im Falle von Fragen oder Änderungswünschen benannt werden.

Neben Vorgaben für die Veranstaltungsplanung und Buchung sowie den zu beachtenden steuerrechtlichen Aspekten, kann eine Veranstaltungsrichtlinie weitere Bestandteile, z. B. die vom Unternehmen individuell festgelegten Kostengrenzen, enthalten. Zu einem guten Service gehören schließlich Arbeitshilfen wie Checklisten als Anlage oder mit Verlinkung.

Tagungspauschalen definieren

Unternehmen definieren per Richtlinie zudem die Inhalte von Tagungspauschalen. Bewährt haben sich Klassifizierungen wie „smart“, „comfort“, „excellent“, „fitness“, oder „green“. Dabei könnte „smart“ eine einfache Kaffeepause mit belegten Brötchen bezeichnen, während bei „fitness“ Joghurt, Müsli, regionales Obst und Vollkornbrötchen geboten werden. „Excellent“ kann als Pauschale bei hochwertigen Veranstaltungen mit externen Gästen oder Motivationscharakter definiert werden. Teilweise finden sich in der Richtlinie Hinweise zu steuerrechtlichen Kostenobergrenzen, insbesondere bei Veranstaltungen mit eigenen Mitarbeitern und Incentive-Charakter. Auch Verweise auf Compliance-Regelungen sind sinnvoll.

Die Durchsetzung einer Veranstaltungsrichtlinie folgt anderen Gesetzen, als bei einer Fuhrpark- oder Reiserichtlinie. Der Grund: Die „Folgen bei Nicht-



Andrea Zimmermann, Expertin für Reise- und Veranstaltungsrichtlinien

beachtung oder Zuwiderhandlung“ gehen meistens zu Lasten des Unternehmens oder einer Kostenstelle. Die Kostenverursacher werden nur selten direkt an den Mehrkosten beteiligt. Deshalb ist es wichtig, den Nutzen der Richtlinie und ihrer Regelungen zu vermitteln und Mehrwerte für die Nutzer (Veranstaltungsplaner) zu bieten.

Wichtig: Die Kommunikation zielt darauf ab, Veranstaltungsplaner zu überzeugen, dass die Richtlinie ihnen Erleichterung bei der täglichen Arbeit verschafft.

Reicht die Überzeugungsarbeit nicht aus, müssen Sanktionen die Durchsetzung einer Veranstaltungsrichtlinie sichern. Mögliche Sanktionen:

- Reduzierung des Budgets für die noch nicht umgesetzten Veranstaltungen
- Budgetprüfung für das Folgejahr wird intensiviert
- Reduzierung des Budgets für das Folgejahr

KONTAKT

Andrea Zimmermann berät und betreut mit ihrer Firma btm4u Unternehmen im Bereich der Prozesse und Strategien im Travel, Event und Mobility Management.
www.btm4u.de

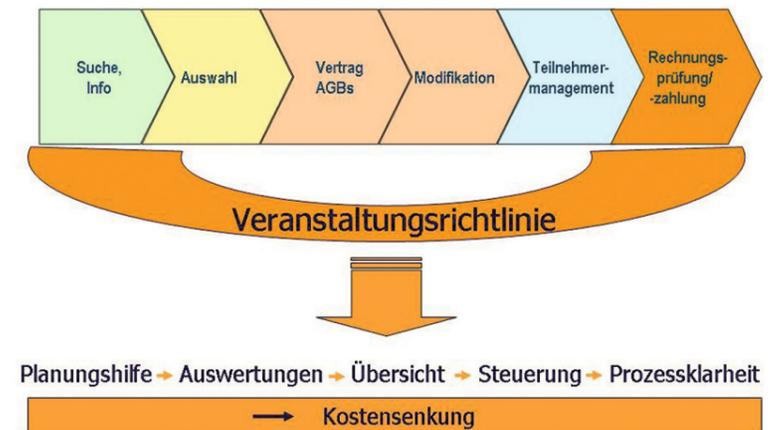
- (Verschärfte) Genehmigungspflicht für Veranstaltungen, z. B. Veranstaltungen nur nach Freigabe durch die Unternehmensleitung
- Selten umgesetzt, aber möglich: Beteiligung der verantwortlichen Führungskraft an den Mehrkosten
- Belastung der internen Mehrkosten (entstanden z. B. durch Recherche des verantwortlichen Fachbereichs bei Eingang der Rechnung oder durch Nicht-Einhaltung der Regelungen etc.)
- Androhung/Umsetzung der üblichen Personalmaßnahmen (Ermahnung/Anmahnung, Abmahnung und Kündigung)

VERANSTALTUNGSRICHTLINIE

Was eine VRL enthalten sollte:

- Vorwort der Unternehmensleitung (Grund für diese Richtlinie und Vorgehensweise sowie verantwortliche Personen im Unternehmen)
- **Ziele der Veranstaltungsrichtlinie (jetzt und in Zukunft)**
- Definition der verschiedenen Veranstaltungsarten und Hinweise auf Alternativen zu Präsenzveranstaltungen wie Webmeetings, Videokonferenzen
- Definition von verschiedenen Tagungspauschalen (siehe unten)
- Begriffserklärungen
- Vorgehen für Planung, Anfrage, Vertragsgestaltung, Teilnehmermanagement, Durchführung und abschließendes Veranstaltungscontrolling oder Feedback
- Vorgehen in besonderen Situationen, z. B. sicherheitsrelevante Themen, Stornierungen und Umbuchungen etc.
- Hilfreich Informationen wie Brandschutzvorgaben, zu Raumbedarf pro Person etc.
- Vorgaben für die Genehmigung, Budgetierung und Rechnungsbearbeitung von Veranstaltungen
- Wege bei Ausnahmeveranstaltungen (Wer genehmigt Ausnahmen?)
- Folgen bei Zuwiderhandlungen/Verstößen gegen die Richtlinie

Basis für die Umsetzung und den Erfolg eines VAM



© btm4u - Andrea Zimmermann

Die Bekanntgabe einer Veranstaltungsrichtlinie im Rahmen einer E-Mail oder als Intranet-Inhalt ist selten von schnellem Erfolg gekrönt. Bewährt hat sich die Nutzung möglichst vieler verschiedener Informationskanäle: Nach der Bekanntgabe als Dokument kann eine Verlinkung von verschiedenen Seiten, z. B. von der Compliance-Richtlinie, der Reiserichtlinie oder den Zugängen möglicher Softwareangebote (wie dem Teilnehmermanagementsystem oder einer Recherchesoftware), unterstützend wirken.

Mögliche Bestandteile eines Kommunikationskonzepts sind:

- Gezielte Vorstellung des Konzepts in betroffenen Abteilungen
- Durchführung von Infotagen/Hausmessen für Veranstaltungsplaner
- Telefonmeetings: Fragen zur Richtlinie, Tools oder Vorgaben
- Newsletter zu einzelnen Themengebieten der Veranstaltungsrichtlinie (auch Mitarbeiterzeitung/Intranet)
- Erläuterungen zu angebotenen Checklisten und Textbausteinen für Angebotsanfragen oder Vertragsbestandteile
- „Voneinander Lernen“: Kurze Beschreibung von Situationen oder Problemen von Veranstaltungsplanern im Unternehmen, am besten durch sie selbst berichtet oder in Interviewform, in der Mitarbeiterzeitung oder im Intranet

→ Ein „FAQ-Bereich“ im Intranet, der auf die entsprechenden Passagen in der Veranstaltungsrichtlinie verlinkt

→ Webinare und Schulungen zu den neuen Abläufen, in deren Rahmen auch die Softwaresysteme kurz erklärt werden. Bewährt hat sich eine aktive Kommunikation, die darauf zielt, die Veranstaltungsplaner einzubeziehen und deren Erfahrungen und mögliche Kritik aufzunehmen – damit ein umfassendes Projekt „Strategisches Veranstaltungsmanagement“ nicht schnell wieder „vergessen“ und „abgelegt“ wird, sondern die Richtlinie permanent mit weiteren Anregungen, Themen und Ideen aktiv belebt wird.

Innovativ ist der Einsatz von kleinen Filmen. Dies lohnt sich für Unternehmen mit einem größeren Empfänger-/Nutzerkreis. Wie in TV-Wissens-Magazinen wird dabei leicht verständlich geschildert, wie eine Veranstaltung geplant, gebucht, organisiert wird. Die Inhalte lassen sich in Sequenzen aufteilen, die gezielt aufgerufen werden können. Solche Trickfilme führen zu großem Erfolg, insbesondere wenn sie locker und ansprechend umgesetzt sind.

Das Kommunikationskonzept gilt es, bereits im Rahmen des Sollkonzepts zu planen. Die Verantwortlichen müssen sich bewusst sein: Eine Veröffentlichung allein bringt keinen Erfolg, sondern nur das „Mitnehmen“ aller Akteure!

→ Andrea Zimmermann