



Das Center of Excellence für eine effizientere Event-Organisation

Einleitung

Event-Kommunikation integriert zu denken, ist spätestens seit dem starken Wachstum von hybriden und virtuellen Events eine der wichtigsten Voraussetzungen für nachhaltigen Marketing-Erfolg. Während sich viele Unternehmen dabei vor allem auf die externe Kommunikation zu ihren Gästen und Teilnehmenden konzentrieren, wird die interne Kommunikation und Organisation rund um Events oft eher vernachlässigt.

Die Lösung ist ein Center of Excellence (COE) für Events. Dieses bietet neben einer zentralen Datenerfassung auch viel Potential, Ressourcen zu bündeln, Mitarbeiter zu entlasten und die Personalkosten zu senken.

Ein COE für Events kann Rahmenbedingungen wie z. B. die Zahlungsabwicklung und die Datenschutzbestimmungen zentralisieren und so Eventverantwortliche in der Planung, Durchführung und Auswertung von Events entlasten. Ein weiterer Vorteil ist eine klare Definition und Einhaltung aller CI-Richtlinien rund um Events.



Agenda

Ziele eines Center of Excellence
definieren.....4

Ein COE für Events erfordert neue
Mitarbeitende – und Change Management..... 5

Zum Start eines COE für Events
ist Fingerspitzengefühl gefragt..... 6

Mit zentral definierten Best Practices
mehr Konsistenz erreichen..... 7

Events auswerten und Learnings
umsetzen..... 8

Konsistent angewandte Technologien
neben Mitarbeitenden und Prozessen als
dritter Erfolgsfaktor..... 9

Fallbeispiel IHK:
COE für Events erfolgreich umgesetzt..... 10

doo Komplett-Lösung für
technologische Unterstützung..... 11



Ziele eines Center of Excellence definieren

Wie bei jeder neuen Struktur geht es auch beim Center of Excellence darum, ein klares Ziel sowie die zu erzielenden Ergebnisse der internen Prozesse zu definieren. Dabei geht es wohlgemerkt weniger um die Inhalte der einzelnen Events, als vielmehr um die Prozesse und Abläufe zu deren Vor- und Nachbereitung bzw. Durchführung.

Am besten starten Unternehmen dazu mit einer Bestandsaufnahme sämtlicher Event-Aktivitäten – und das betrifft wirklich alle Events, von kleineren Empfängen bis hin zu großen Veranstaltungen, von Online-Seminaren bis hin zu internen Events. Wichtig ist bei dieser Analyse auch, sämtliche Technologien miteinzubeziehen, auch die möglicher Drittanbieter.

Vorrangig bei dieser Bestandsaufnahme ist es, genau(er) zu bestimmen, in welchen Bereichen der Event-Organisation bzw. -Durchführung es momentan am meisten Herausforderungen gibt. Dies kann z. B. die Absprung-Rate im Anmeldeprozess sein. Oder die (wiederholte) Beschwerde aus dem Sales-Team, dass Daten und Informationen von Events nicht verlässlich geteilt werden.

Dabei kann auch ein COE für Events nicht auf einmal alle Herausforderungen lösen. Das Ziel der neuen Struktur sollte es sein, die zwei bis drei wichtigsten Herausforderungen zu meistern – und dann in einem möglichen weiteren Schritt weitere Themen zu lösen.



Ein COE für Events erfordert neue Mitarbeitende – und Change Management

Ein COE für Events lebt von seinen konkreten Ressourcen in Form von einzelnen Mitarbeitenden, bei denen die Fäden zusammenlaufen. Dabei geht es vor allem um die Bündelung von Prozessen, die sich für sämtliche Events wiederholen. Ein gutes Beispiel sind z. B. Event-Templates, die vom COE laufend geprüft und bei Bedarf ggf. angepasst werden.

Wohlgemerkt sollten die bisherigen Verantwortlichen zur Organisation und Durchführung eines Events mit dieser Aufgabe nicht noch weiter beansprucht werden. Stattdessen sollte die Organisation auch prüfen, für einen COE eine neue Stelle bzw. eine neue Position zu schaffen. Diese Position sollte grundsätzlich nicht zu stark oder im Idealfall gar nicht in die täglichen Aktivitäten rund um die Organisation einzelner Event-Tätigkeiten eingebunden sein. Vielmehr braucht sie in ihrer koordinierenden Aktivität immer den Raum, den Überblick über die gesamten Aktivitäten zu behalten.

Nach und nach entlastet das COE dann auch die einzelnen Personen, die die Events organisieren – und diese haben dann wiederum mehr Raum für eine Optimierung oder eine Erweiterung ihrer Event-Tätigkeiten. Zudem zahlt sich die zusätzliche Position auch deshalb mittel- bis langfristig aus, weil die Organisation durch die Zentralisierung von essenziellen Themen wie z. B. Datenschutz oder AGBs von mehr Rechtssicherheit profitiert.

Zusammengefasst lässt sich also sagen, dass sich die Kosten für ein professionell (ein)geführtes COE mittel- bis langfristig amortisieren.



Zum Start eines COE für Events ist Fingerspitzengefühl gefragt

Wer ein COE für Events einführt und / oder verantwortet, braucht vor allem am Anfang ein gewisses Fingerspitzengefühl sowie auch Erfahrung in der Organisation von Events sowie den daran angeschlossenen Prozessen. Idealerweise bringt der oder die verantwortliche Mitarbeitende eine Expertise im Change Management mit.

Hintergrund ist, dass die Einführung eines COE für Events meist dazu führt, bisherige Formen der Zusammenarbeit kritisch zu hinterfragen und auch die damit verbundenen Strukturen auf den Prüfstand zu stellen. Neue Strukturen und die damit verbundenen Prozesse erfordern, Informationen und Wissen zu teilen sowie damit aus Silos auszubrechen. Dies stößt in den allermeisten Fällen auf Widerstände: Viele Mitarbeitende haben möglicherweise Angst, dass ihre bisherige Rolle an Bedeutung verliert. Manche Mitarbeitende befürchten auch, durch Freigabeprozesse in ihrer gestalterischen Freiheit eingeschränkt zu werden. Das sollte aber nie das Ziel eines COE für Events sein. Vielmehr sollte der Fokus auf der entlastenden Zentralisierung von organisatorischen Aufgaben liegen.



Ein COE für Events kann die Unternehmenskultur positiv beeinflussen

Gleichzeitig kann ein COE für Events nur funktionieren, wenn Unternehmen bereit sind, ein Stück weit ihre bisherige Kultur rund um Wissensmanagement und Zusammenarbeit zu hinterfragen. Um das COE zum Erfolg zu machen, ist es unerlässlich, klar die Vorteile für die Mitarbeitenden herauszuarbeiten und zu kommunizieren sowie mögliche Ängste zu adressieren und zu entkräften.

Ein solch grundsätzlicher Wandel lässt sich nicht alleine vom COE für Events selbst steuern, sondern muss vielmehr in der Unternehmensführung bewusst gewollt sein. Dann – und nur dann – kann in einer neuen Kultur bei Mitarbeitenden auf allen Ebenen ein Verständnis für den Wandel entstehen. Und nur dann können auch alle an einem Strang ziehen, um gemeinsam erfolgreich zu agieren.



Ein COE für Events ist keineswegs dafür gedacht, die bisherigen Event-Verantwortlichen zu hinterfragen oder gar zu degradieren. Vielmehr geht es um eine sinnvolle Aufgabenverteilung innerhalb der Organisation. So kann z. B. eine zentrale Datenbank Parallelstrukturen vermeiden und gleichzeitig die Profil-Pflege erleichtern. Ein gutes Beispiel dafür ist die IHK München – mehr dazu lesen Sie am Ende dieses Dokuments.

Mit zentral definierten Best Practices mehr Konsistenz erreichen



Prozesse zentralisieren und Event-Templates schaffen

Einmal etabliert und kommuniziert, kann das COE für Events Schritt für Schritt Prozesse einführen, die die zentrale Steuerung in der Event-Planung, -Durchführung und -Bewertung erleichtern. Spätestens jetzt sollten regelmäßig alle Beteiligten an den Tisch geholt werden. Dazu gehören z. B. der Einkauf und das Sales-Team sowie alle weiteren Strukturen, die von der Event-Organisation betroffen sind.

Zur Vorbereitung von Events empfehlen sich Event-Templates, in denen bestimmte Größen definiert sind, inklusive der Anbindung an ein Webinar-Tool. Zudem können in solchen Templates auch weitere Parameter enthalten sein, wie z. B. bei internen Events die Abfrage nach einer Kostenstelle oder bei externen Veranstaltungen die Abfrage der Firmenname sowie weitere Daten der Teilnehmenden. So kann z. B. je nach Teilnehmenden-Zahl ein bestimmter Anteil von Sitzplätzen definiert sein. Oder je nach Budget ein bestimmter Umfang von Marketing-Aktivitäten oder eine bestimmte Anzahl von Speakern. Diese Größen sind Richtlinien, an denen sich die Mitarbeitenden immer wieder orientieren können und die sie bei Bedarf entsprechen anpassen können.

Auch bei der Durchführung von Events lässt sich mit zentral definierten Best Practices mehr Konsistenz erreichen. Das betrifft insbesondere Richtlinien zum Umgang mit den wichtigen Themen Barrierefreiheit und Nachhaltigkeit, aber auch Learnings aus der Teilnehmererfahrung. Um diese zu erfassen, empfehlen sich Checklisten und Fragebögen.

Diese zentral gesammelten Angaben ermöglichen in der Post-Event-Phase eine gezielte und gebündelte Datenerfassung. Diese Informationen und die damit verbundene Kommunikation nach dem Event kann ein wesentlicher Bestandteil des Lead-Prozesses und damit auch der Kunden-Historie sein.

Weitere wichtige Fragen in der Event-Bewertung können sein:



Welche Inhalte oder Materialien können wir wiederverwenden?



Welche Prozesse könnten wir wie noch schneller oder effizienter gestalten?



Wie können wir die Kommunikation verbessern?

Events auswerten und Learnings umsetzen

Natürlich nutzt all das Erfassen von Daten nichts, wenn diese nicht gezielt im COE für Events ausgewertet werden – und bei den nächsten Events die notwendigen Learnings auch umgesetzt werden. Nur so ist gewährleistet, dass sich im täglichen Business einzelne Abteilungen oder Event-Teams nicht wieder von der generellen Planung abkoppeln und wieder ihr eigenes Süppchen kochen.

Im Laufe der Zeit etablieren sich so Schritt für Schritt Best Practices und damit auch vergleichbare Abläufe, die wiederum neue Erkenntnisse ermöglichen.



Balance zwischen Planung und Spontaneität

Gleichzeitig braucht es auch eine gesunde Balance zwischen zentralisierter Planung und unternehmerischer Freiheit: Statt sich in einer zu detaillierten Definition einzelner Parameter oder Metriken zu verlieren, sollten sich das COE für Events auf zwei bis drei entscheidende Ziele konzentrieren. In diesem Rahmen kann dann auch wieder improvisiert werden – aber ohne den Rahmen der Best Practices fehlt oft auch der Raum, spontan kluge Lösungen zu finden.



Konsistent angewandte Technologien neben Mitarbeitenden und Prozessen als dritter Erfolgsfaktor

Neben qualifizierten Mitarbeitenden und neuen, zentralisierten Prozessen sind Technologien der dritte, entscheidende Erfolgsfaktor zum Gelingen eines COE für Events. Der Fokus bei Auswahl und Einsatz der Technologien sollte in erster Linie die Erreichung der im ersten Schritt definierten Ziele sein.

Dies kann z. B. eine nahtlose Besucher-Registrierung über eine App sein, die dann auch gleich noch Möglichkeiten zur Vernetzung bietet.

Wie schon erwähnt, sollten dazu erst Mal auch alle vorhandenen Technologien hinsichtlich Zweck und Effizienz auf den Prüfstand gestellt werden. Gerade in größeren Unternehmen kann es an dieser Stelle auch darum gehen, den parallelen Einsatz von Technologien herauszufiltern und diese zu einer zentralen Lösung zusammenzuführen.

Ein weiterer wichtiger Schritt ist es, die Event-Technologien mit dem übrigen Technologie-Stack im Marketing-Bereich abzugleichen.



Fallbeispiel IHK:

COE für Events erfolgreich umgesetzt



Fallbeispiel IHK München

Die IHK München hat Anfang 2024 einen Center of Excellence (COE) für Events ins Leben gerufen. Unter Federführung von Silke Reidl, Leiterin der neu geschaffenen Stabstelle Veranstaltungsorganisation, wurden auf Basis einer detaillierten Bedarfsanalyse im Haus mehrere Prozesse zentralisiert und optimiert. Seither freut sich Silke Reidl gemeinsam mit ihren Kolleg*innen über deutlich schlankere und beschleunigte Prozesse.

Wichtig ist dabei eine klare Arbeitsteilung: So bleibt es natürlich z. B. den einzelnen Bereichen und Abteilungen weiterhin selbst überlassen, wen sie einladen wollen. Die Speicherung der Daten der einzelnen Teilnehmenden aber erfolgt zentral, was nicht nur die Datenpflege vereinfacht, sondern auch unnötige Dubletten vermeidet.

Das Prinzip der sinnvollen Aufgabenverteilung gilt auch für die Event-Organisation: So greifen die Mitarbeitenden der einzelnen Bereiche bei jeder Veranstaltung auf die Ressourcen des COE zurück. Auch die Gestaltung komplexer Landingpages, sowie das Einladungs- und das Teilnehmenden-Management auf dem Event selbst erfolgen zentral über die All-in-One-Lösung von doo. Hierüber sind auch Feedback-Prozesse zentralisiert.

Weiterhin in der Verantwortung der einzelnen Event-Manager*innen bleiben hingegen das Event-Format sowie das Buchen der Räume und des Caterings. „Es läuft vieles besser und beschwerdefrei“, freut sich Silke Reidl über die gelungene Einführung. „Für unser großes Haus ist das eine riesige Entlastung“.

Angesichts von rund 400 Veranstaltungen mit rund 100 Organisator*innen im Jahr eine bemerkenswerte Bilanz: Selbst bei so unterschiedlichen Formaten und Zielgruppen wie z. B. dem Azubi-Riesenrad für potentielle Auszubildende, dem IHK Jahresempfang oder Delegationsbesuche mit internationalen Gästen können sich alle auf eingespielte Prozesse verlassen.

„Wir entwickeln gerne für die Veranstaltungsorganisatoren im Haus ideale Umsetzungslösungen für die vielen unterschiedlichen Veranstaltungsformate.“, fasst Reidl den vielleicht wichtigsten Benefit des COE für Events zusammen und bilanziert: „Die Zufriedenheit der Kolleg*innnen ist für mich die schönste Bestätigung“.

doo Komplett-Lösung für technologische Unterstützung

Für die technologische Umsetzung eines Center of Excellence und der Etablierung der damit verbundenen Best Practices können Komplett-Lösungen für das Event-Management einen wichtigen Beitrag liefern. Hier fließen nicht nur alle Event-bezogenen Daten zusammen, viel mehr lassen sich damit auch zahlreiche Prozesse und Abläufe automatisieren und gleichzeitig ebenso gezielt wie individuell anpassen.

Die All-in-One-Lösung von doo bietet hierfür als modulare SaaS-Plattform alle Optionen und Möglichkeiten. Gemeinsam mit der IHK und vielen anderen größeren Unternehmen haben wir umfassende Erfahrungen bei der Umsetzung von COE für Events gesammelt und können die damit verbundene Wertschöpfung bestätigen sowie auch für Ihr Unternehmen reproduzieren. Sprechen Sie uns an oder melden Sie sich **hier** für eine persönliche Demo an.



**Unverbindlich und
kostenfrei!**

Jetzt anmelden unter
www.doo.net/demo





Sprechen Sie mit
einem Experten!

doo GmbH

Hultschiner Straße 8, 81677 München

+49 89 24 88 15 35 5

business@doo.net

doo.net