

Planung und Controlling von Sportveranstaltungen Teil 4

5. SEMESTER
(ALEXANDRA KROCZEWSKI-GUBSCH,
DIPL. SOZ. & MBA)

Sporteventmanagement – 6. Zielgruppen

- „Unter einer Zielgruppe versteht man eine Gruppe von Personen, die mit einer Werbebotschaft angesprochen werden soll.“
(marketinglexikon.de)

Sporteventmanagement – 6. Zielgruppen

Basiszielgruppen:

Sporteventmanagement – 6. Zielgruppen

Primärzielgruppe:

Teilnehmer-Charakter A:	Internationale Spitzenläufer (werden über Startgeld „gelockt“)
Teilnehmer-Charakter B:	Nationale Spitzenläufer (Ausschreibung im Fachblatt, attraktive Prämien)
Teilnehmer-Charakter C:	Hobbyläufer aus der Region (werden über Medienpartnerschaften „gelockt“)
Teilnehmer-Charakter D:	Ambitionierte Läufer aus der Stadt (es wird ein Rennen im Rennen ausgeschrieben, nämlich die Stadtmeisterschaften im Straßenlauf)

Sporteventmanagement – 6. Zielgruppen

Primärzielgruppe:

- auch die Besuchergruppen sollten getrennt aufgelistet werden

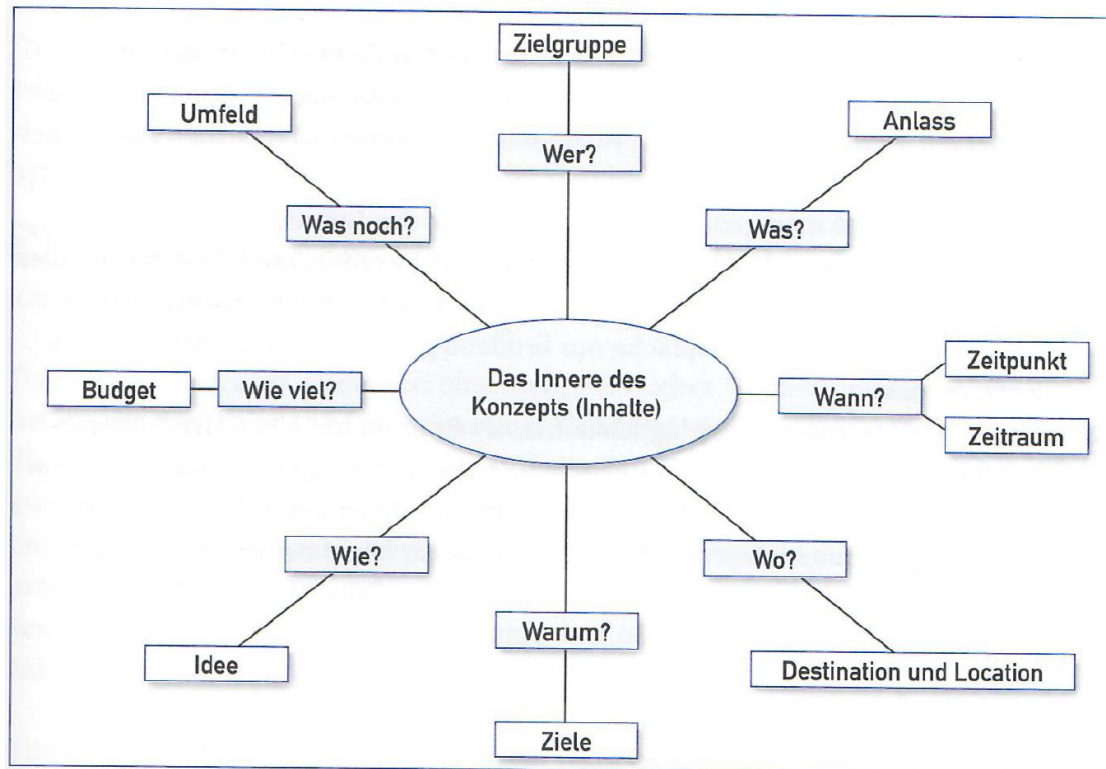
Sporteventmanagement – 7. Umsetzung

Sporteventmanagement – 7. Umsetzung

Konzept

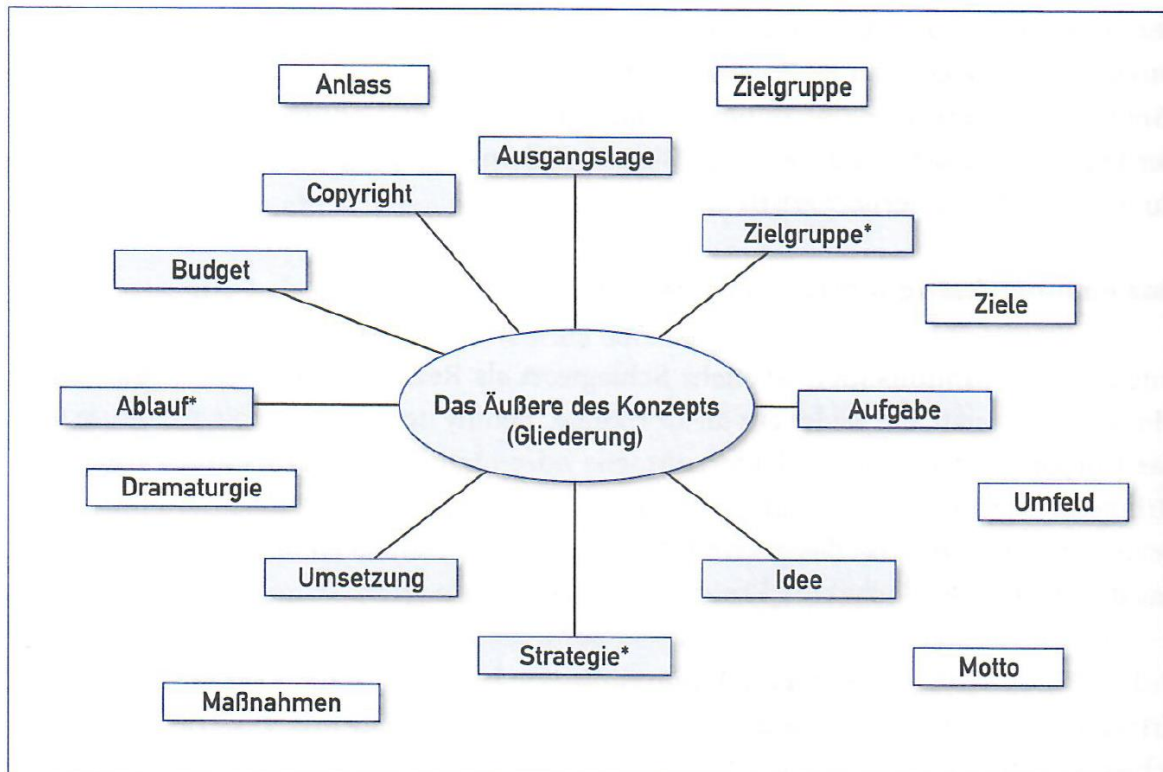
Eventmanagement – 7. Umsetzung

Eventkonzept:

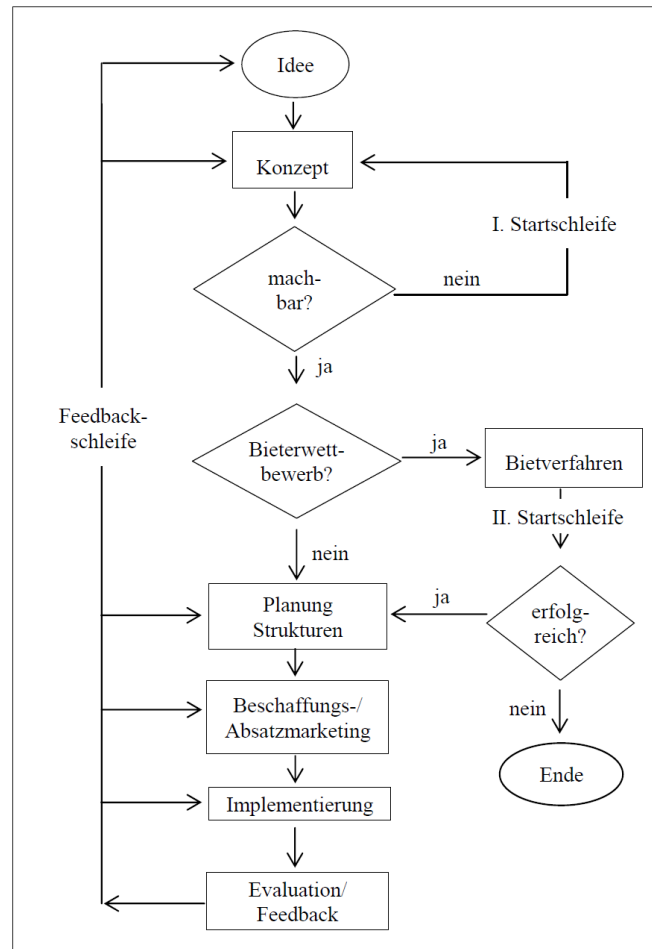


Eventmanagement – 7. Umsetzung

Eventkonzept:



Sporteventmanagement – Machbarkeitsstudie



(Weisser 2013, S. 174)

Sporteventmanagement – Machbarkeitsstudie

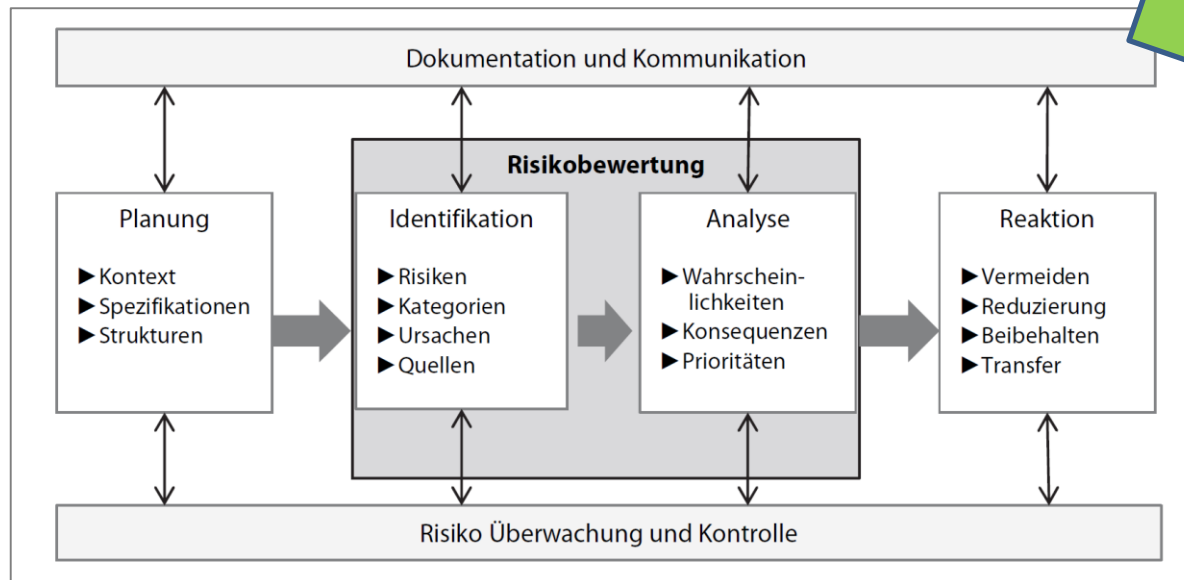
- Durchführbarkeitsstudie, Voruntersuchung
- Teil des Projektmanagements (Fokus liegt auf Ausgangssituation bzw. Anfangsphase)
- Überprüfung der Realisierbarkeit/Machbarkeit („Feasibility“)
- Ausloten von Risiken und Erfolgswahrscheinlichkeiten
- Ergebnis kann negativ oder positiv ausfallen

Sporteventmanagement – Machbarkeitsstudie

Bestandteile:

Sporteventmanagement – Risikomanagement

„gezielte und strukturierte Planung, Erkennung, Durchführung, Steuerung und Kontrolle von Unsicherheiten, die im Zusammenhang mit einem Vorhaben stehen, mit dem Ziel, Verluste zu minimieren und Chancen zu maximieren.“ (Jäger 2017, S. 146 f.)



Zusammenhang zu anderen Modulen

Sporteventmanagement – Risikomanagement

Zusammenhang zu anderen Modulen

Risiko	Eintrittswahrscheinlichkeit (E)	Auswirkungen bzw. Konsequenzen (K)	Risikowert (RW) E · K = RW
Unwetter	4	4	16
Massenpanik	2	5	10
Bombendrohung	1	5	5
Stromausfall	2	4	8

(Jäger 2017, S. 148/149)

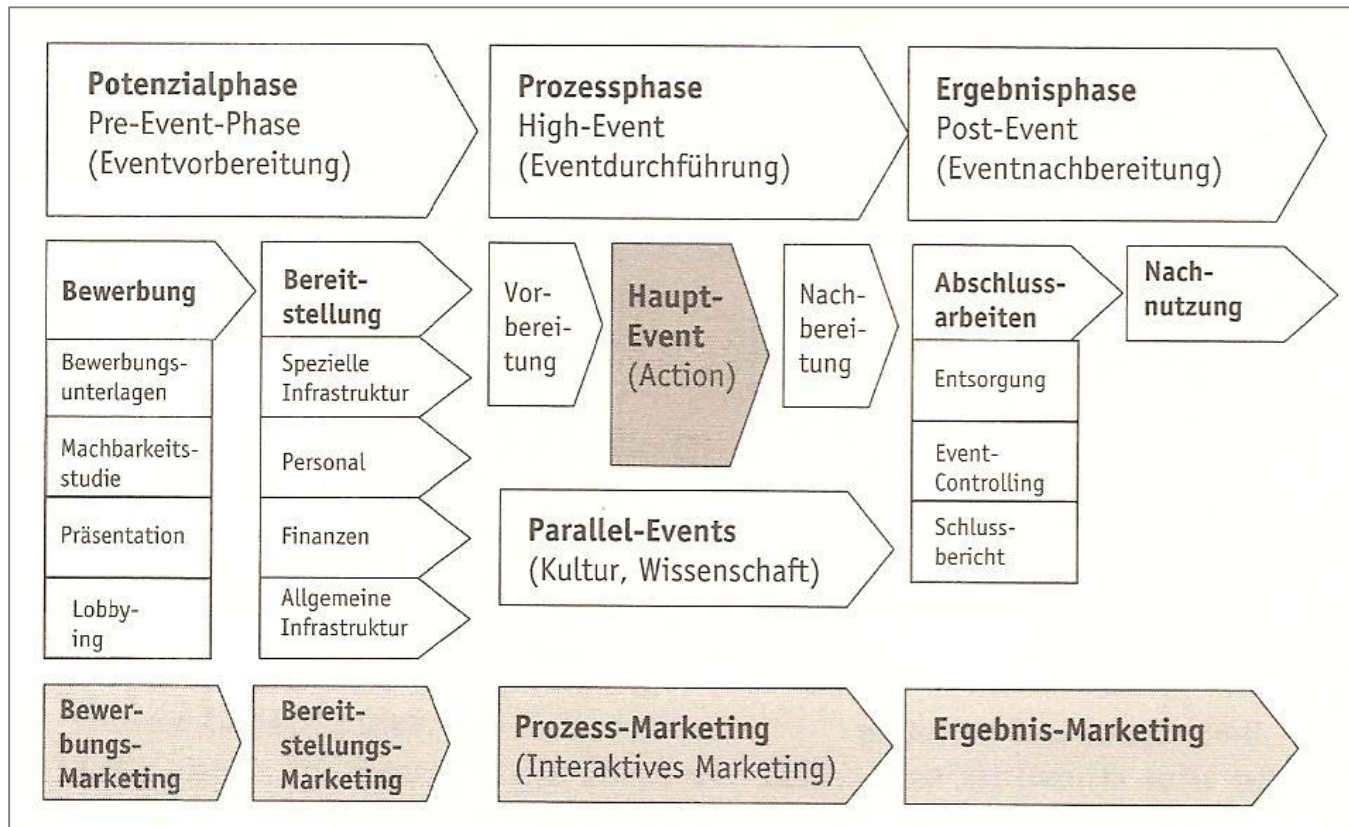
Eintrittswahrscheinlichkeit Auswirkung	1	2	3	4	5
	gering → hoch				
1 <i>unwesentlich</i>	1	2	3	4	5
2	2	4	6	8	10
3	3	6	9	12	15
4	4	8 Stromausfall	12	16 Unwetter	20
5 <i>sehr hohe</i>	5 Bombendrohung	10 Massenpanik	15	20	25

Sporteventmanagement – Wirtschaftlichkeit

Zusammenhang zu anderen Modulen

Finanzplan Triathlonveranstaltung "BLUE MOUNTAINMAN" (Timeless Triathlon)						
Schwimmen 2000m, Radfahren 100 km, Berglauf 8 km		Keine Zeitmessung				
I. Geschätzte Einnahmen						
Normal Case	Einzelstarter		600,00 €	75,00 €	45.000 €	
	Tandems		200,00 €	90 €	18.000 €	
	Teilnehmer		1.000,00 €		63.000 €	
Best Case	Einzelstarter		780,00 €	75 €	58.500 €	
	Tandems	Zuschlag 30%	260,00 €	90 €	23.400 €	
	Teilnehmer		1.300,00 €		81.900 €	
Worst Case	Einzelstarter		420,00 €	75 €	31.500 €	
	Tandems	Abschlag -30%	140,00 €	90 €	12.600 €	
	Teilnehmer		700,00 €		44.100 €	
			EintrittszENARIO:	Normal	Best	Worst
Startgeldeinnahmen				63.000 €	81.900 €	44.100 €
II. Geschätzte Ausgaben:*)						
<u>1. Vor-Event:</u>						
Verkehrsrechtliche Genehmigung				300 €	300 €	300 €
Verbandsrechtliche Genehmigung				200 €	200 €	200 €
Veranstalter-Haftpflicht				250 €	250 €	250 €
Bürokosten				500 €	500 €	500 €
Internet				1.000 €	1.000 €	1.000 €
Plakate/Flyer				400 €	400 €	400 €
Werbeanzeigen Fachmagazine				3.000 €	3.000 €	3.000 €
Absperrungen + Schilder				2.000 €	2.000 €	2.000 €
Startnummern			vom Sponsor	0 €	0 €	0 €
<u>2. Event-Implementierung:</u>						
Wettkampfgetränke			vom Sponsor	0 €	0 €	0 €
Absperrkosten				1.000 €	1.000 €	1.000 €
Sprecher				800 €	800 €	800 €
Athletenverpflegung		5,00 €	pro Teilnehmer	3.000 €	6.500 €	3.500 €
Give-Away		3,00 €	pro Teilnehmer	3.000 €	3.900 €	2.100 €
DRK/DLRG				800 €	800 €	800 €
Helfer		80	40 €	3.200 €	3.200 €	3.200 €
Toiletten		15	110 €	1.650 €	1.650 €	1.650 €
Zwischensumme Kosten				21.100 €	25.500 €	20.700 €
Sonstige Ausgaben		(bezogen auf Zwischensumme	20%	4.220 €	5.100 €	4.140 €
<u>3. Nach-Event:</u>						
Entsorgung				1.000 €	1.000 €	1.000 €
VA-Abgabe			10% vom Startgeld	6.300 €	8.190 €	4.410 €
Summe Ausgaben				32.620 €	39.790 €	30.250 €
Saldo Einnahmen - Ausgaben (ohne Sponsoreinnahmen)				30.380 €	42.110 €	13.850 €
Wahrscheinlichkeit (angenommen)			1,00	0,60	0,20	0,20
Erwartungswert		(Einnahmeüberschuss * Wahrscheinlichkeit)		18.228 €	8.422 €	2.770 €
						29.420 €
Zusätzliche Sponsoreinnahmen				10.000 €	15.000 €	5.000 €
Saldo Einnahmen - Ausgaben				40.380 €	57.110 €	18.850 €
Wahrscheinlichkeit (angenommen)			1,00	0,60	0,30	0,10
Erwartungswerte der Szenarien				24.228 €	17.133 €	1.885 €
Erwartungs-Gesamtwert						43.246 €

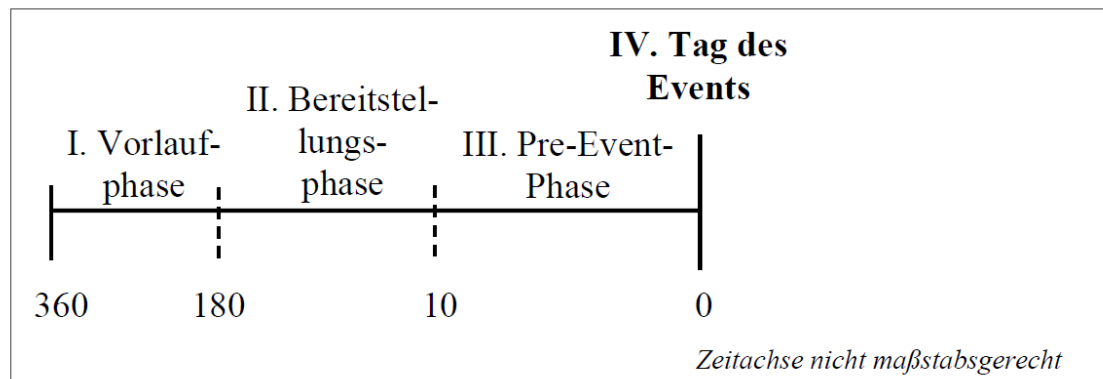
Sporteventmanagement – Phasen



(vgl. Freyer 2018, S. 550)

Sporteventmanagement – Potenzialphase

- Dem Event vorangestellt



(Weisser 2013, S. 175)

Sporteventmanagement – Potenzialphase

- Teil der Potentialphase = Bewerbungsphase
- Bieterverfahren

Sporteventmanagement – Potenzialphase

bid book = offizielles Bewerbungsbuch

Inhalte:

Sporteventmanagement – Prozessphase

Vorprogramm-/Vorbereitungsphase

- Es werden alle notwendigen Aufbau- und Vorbereitungsarbeiten vor Ort ausgeführt
- letzte Detailmaßnahmen besprochen

Wichtige Bereiche:

- Wettkampfstätte
- Bühne
- Dekoration
- Ton & Licht & special effects
- Catering
- Akteure (Sportler & Künstlereinweisungen)

Sporteventmanagement – Prozessphase

Hauptphase

Location	Zeit	Moderation Regieanweisung
Saal	9.15h	<p>Auftritt Moderator: „Guten Morgen, meine sehr verehrten Damen und Herren! Ich begrüße Sie recht herzlich zu unserer Auftaktveranstaltung ... Ich wünsche Ihnen einen spannenden Tag!“</p>
		<p>Chart 1 (Programmübersicht) „Lassen Sie mich Ihnen eine Übersicht über den heutigen Tag geben ... und übergebe nun gerne das Mikrofon an Herrn Dr. Mustermann.“</p>
	10.30h	<p>Auftritt Gastgeber Dr. Mustermann Ansteckmikro an Beamer aus Rednerpult „Vielen Dank, Herr ...“</p>

Sporteventmanagement – Prozessphase

Hauptprogrammphase – Teil 1

- Umkleide- und Vorbereitungsbereiche für Sportler
- Aufwämbereiche und -phasen
- Teilnehmerregistrierung (Startnummern, Zugangsberechtigung, etc.)
- Empfang/Begrüßung des Publikums, der Teilnehmer, Medien, etc.
- Vorabinformationen
- Medizinische Betreuung
- Kennzeichnung des Publikums mit Symbolen (Fähnchen, Button, Aufkleber, etc.)
- Platzzuweisung
- Einstimmung

Sporteventmanagement – Prozessphase

Hauptprogrammphase – Teil 2

- Sportlicher Wettkampf
 - Proberunden
 - Vorrunden (Qualifikation)
 - Zwischenrunden (1. Wertungsrunde)
 - Endrunden
- > Für Ablauf des Events wichtig: Pausen und Pufferzeiten für Umbauten
- Rahmenprogramm (Parallel-Events)
- > Side Events

Sporteventmanagement – Prozessphase

Side Event

Sporteventmanagement – Prozessphase

Nachprogrammphase

- Come-together, Möglichkeiten zum Verweilen
- Verabschiedung
- Give-aways, Andenken, Souvenirs
- Art und Vorgehen der Abbaumaßnahmen

„Das Ende dieser Phase wird durch die Beendigung sämtlicher Aktivitäten mit einer Verabschiedung vor Ort symbolisiert“ (Holzbaur 2010, S. 188).

Sporteventmanagement – Prozessphase

Tätigkeiten	Bemerkungen
Proben	Je nach Art der Veranstaltung sind Licht-, Ton-, Verlaufsproben etc. durchzuführen.
Einweisung des Personals	Das Personal muss gemäß Personaleinsatzplanung in ihre Aufgabengebiete eingewiesen werden, z. B. an der Kasse, beim Getränkeverkauf, an den Wettkampfstätten.
Betreuung und Einweisung der Mitwirkenden	Je nach Art der Veranstaltung müssen beispielsweise Sportler, Musiker oder Schauspieler betreut werden.
Veranstaltungsablauf	
Einlass	Bei der Einlasskontrolle ist ein reibungsloser Verlauf zu gewährleisten. Eine Kartenkontrolle und gegebenenfalls ein Sicherheitscheck sind durchzuführen.
Überwachung	Eine diskrete Überwachung der Zuschauer, der Mitwirkenden und des Personaleinsatzes ist für eine reibungslose Veranstaltung unumgänglich.
Kontrolle des Ablaufplanes	Der geplante Ablauf ist u. a. in zeitlicher Hinsicht zu kontrollieren.
Krisenmanagement	Bei Planabweichungen und auftretenden Problemen muss der Veranstalter schnell und kompetent Lösungen anbieten.
Veranstaltungsende	
Abbau	Technische Einrichtungen, Bühnen, Verkaufsstände etc. müssen sicher wieder abgebaut werden. Die Veranstaltungsortlichkeiten sind zu säubern.
Abrechnungen	Notwendige Abrechnungen (z. B. Abendkasse, Gagen) sind durchzuführen.
Übergabe der Location	Der Veranstaltungsort ist an den Veranstalter ordnungsgemäß zu übergeben. Festgestellte Schäden sind zu protokollieren.

Dramaturgie (klassisch)

- Grundlage: Theater
- Aufbau:

Dramaturgie (Event)

- **Drama = Begriff für die „geordnete Verbindung von Inhalten und Emotionen im aufeinander aufbauenden Ablauf von Ereignissen zu einer Geschichte“ (Gundlach 2013, S. 81)**
- **Dramaturgie**

Dramaturgie (Event)

Ziele:

Dramaturgie - Spannungsbogen

Dramaturgie - Spannungsbogen

Elemente:

1. Aufbau von Erwartungen
2. Erzeugung innerer Angespanntheit
3. Lösung der Anspannung

Dramaturgie - Story Telling

Dramaturgie - Inszenierung

- konkrete Form
- Ursprung: Theater „in Szene setzen“
- Einrichten bzw. öffentliche Zurschaustellung eines Werkes oder einer Sache
- Künstlich erschaffen -> bewusst eingerichtet
- Umfasst szenische Mittel

Dramaturgie - Inszenierung

4 operative Inszenierungsebenen eines (Sport-) Events:
-> Inszenierung von Informationen

<p>1. Akt (Pre-Event)</p>	<p>Vorfeld > zeitlich vorgelagert</p>	<p>Vorabinfos + Einladungen</p>	<p>Komm. Mix (Werbung, PR, Direktmarketing)</p>
<p>2. Akt (Main-Event)</p>	<p>Hauptfeld > Während dem Event</p> <p>-----</p> <p>Umfeld > Während dem Event</p>	<p>Erlebnisorientierte Übermittlung der Werbebotschaft</p> <p>-----</p> <p>Ort, Logistik, Catering</p>	<p>Ablaufplan (Event-Drehbuch)</p>
<p>3. Akt (After-Event)</p>	<p>Nachfeld > zeitlich nachgelagert</p>	<p>Abbau, Kontrolle und kommunikative Nachbereitung mit den Zielgruppen</p>	<p>Komm. Mix</p>