

Infoblatt zur Veranstaltungsvorbereitung

Lieber Veranstalter,

um Ihnen die Arbeit im Vorfeld der Live-Fotoreportage ein wenig zu erleichtern und die Pressearbeit besser zu gestalten, habe ich ein Infoblatt mit vielen Tipps und Tricks zusammengestellt.

Eintrittspreise

Die Eintrittspreise für Diavorträge schwanken zwischen 5,- und 14,- Euro. Veranstalter, die nicht auf Kostendeckung angewiesen sind, kalkulieren anders als Veranstalter, die gewinnorientiert arbeiten. Sehr niedrige Eintrittspreise (unter 5,- Euro) bergen die Gefahr, dass der Wert der Veranstaltung vom Publikum unterschätzt wird. Zu hohe Eintrittspreise schrecken das Publikum ab. Die Erfahrung zeigt, dass Eintrittspreise um 10 Euro für einen guten Vortrag vom Publikum akzeptiert werden.

Manche Veranstalter weisen bestimmte, hochqualitative Vorträge in ihrer Vortragsreihe als Sonderveranstaltung aus und verlangen hierfür einen höheren Eintritt. Fast alle Veranstalter gewähren Schülern, Studenten, Sozialhilfeempfängern etc. eine Ermäßigung gegen entsprechenden Ausweis. Der Preisunterschied des ermäßigten Preises zum Normalpreis sollte aber nicht mehr als 25% betragen.

Vorverkauf

Beginn des Vorverkaufs 3 Monate vor der Veranstaltung, denn hier hat sich das Zuschauerverhalten sehr verändert, kaum jemand kauft sich noch Karten kurzfristig vor dem Vortrag oder an der Abendkasse.

Zeitungsnotiz: Bitte informieren sie ihre Tagespresse vom Start des Kartenvorverkaufs: „Der Kartenvorverkauf hat begonnen“.

Es empfiehlt sich mindestens bei vier bis fünf verschiedenen Geschäften einen Vorverkauf einzurichten. Versuchen Sie deshalb folgende Einzelhändler ihrer Stadt für den VVK zu gewinnen.

- Sport- und Trekkinggeschäft
- Reisebüro
- Buchhandel
- Die bekannteste Kartenvorverkaufsstelle in ihrem Ort
- Kulturfond der Stadtparkasse einbeziehen, Bewerbung über deren Kundendatei
- Den ortsansässigen DAV (Alpenverein) mit einbeziehen → Eintrag ins Jahres oder Monatsheft
- Mailaktionen, frühzeitig alle Kunden oder Mitglieder anmailen (2 Monate vorher) und auf den Karten-Vorverkauf hinweisen. Bitte starten Sie das Mail mit den Worten in rot: „An alle Äthiopien-Freunde bitte weiterleiten“ (Schneeballeffekt!)

Alle von Ihnen eingesetzten Vorverkaufsstellen sollten ihre eigenen Kunden aus der Kundenkartei anmailen und auf den Vortrag hinzuweisen und Plakate in ihren Schaufenster aufhängen.

Die o.g. Vorverkaufsstellen bieten die Karten ohne VVK-Gebühr an, denn Geschäfte bekommen so potentielle Kunden ins Haus.

Nur die offizielle ortsansässige VVK-Stelle verlangt auf den Eintrittspreis ihre VVK Gebühr. Für den Kunden kostet hier das Ticket den normalen Preis zzgl. VVK!

Online-Vorverkauf

Da sich das Kaufverhalten für Eintrittskarten sehr verändert hat in den letzten Jahren, sollten Sie auf jeden Fall den Kunden die Möglichkeit geben die Karten auch Online zu kaufen. Entweder über ein Kontaktformular mit Reservierungsoption auf ihrer Homepage oder professioneller bei VVK-Portalen wie etwa www.reservix.de

Öffentlichkeitsarbeit & Presse

Mit meinen Äthiopien-Vorträgen als Newcomer und Äthiopien-Experte haben sie eine große Chance auf einen Bild-Text-Artikel in der Zeitung. Sprechen Sie mit dem Redakteur persönlich, die Zusammenarbeit mit einer Zeitung steht und fällt mit dem persönlichen Kontakt mit den Mitarbeitern der Zeitung.

- Bieten Sie Freikarten für eine Verlosung an.
- Kooperieren Sie mit einer Zeitung: Stand am Abend gegen freie Anzeigen. (Kundenbewerbung)
- Kostenlose Haushaltsblätter nicht vergessen: die haben starke Auflage!!
- Stadtmagazine wie Frizz, etc....
- Alle Tageszeitungen unter Veranstaltungskalender.... Vorlaufzeit beachten!!!
- Richten Sie vielleicht auch Karten-Vorverkaufsstelle in der Zeitung ein.

Presstexte und -fotos finden Sie auf meiner Homepage unter www.sefrinphotography/presse.

Radio

- Kontaktieren sie den Radiosender Ihres Umfelds. Telefoninterviews sind immer mit mir möglich, ich stehe Ihnen damit gerne zur Verfügung.
- Kartenverlosung

Plakatierung

Das Plakat stellt immer noch eine sehr effektive Werbung dar, wenn richtig gemacht. Es gilt: viele Plakate hängen! Je Zuschauer, der am Abend kommen soll, muss ein Plakat hängen ... also bei 300 Zuschauern , 300 Plakate.

Ich biete verschiedene Größen an Vortrag-Plakate an:

- **DIN A1:** Diese Plakatgröße ist die professionellste Größe und wirkt immer perfekt. Din A1 Plakate nach Absprache mit dem Ordnungsamt auf Plakatständer in Durchgangsstraßen hängen.
- **DIN A2:** ähnlich wie DIN A1
- **DIN A3:** Diese Größe in Geschäften plakatieren, d. h. NICHT dem Besitzer in die Hand drücken, der verspricht, es „morgen“ aufzuhängen, sondern selbst kleben!
- **Eindruck im Plakat:** Wichtig! Das Datum (Tag, Uhrzeit) muss FETT und groß lesbar sein, also volle Höhe des Eindruckfeldes, Auch vom vorbeifahrenden Auto aus muss schnell erfasst werden was, wann, wo!

Vor der Veranstaltung erhalten Sie von mir einen Satz Plakate. Sie müssen lediglich die Vortragsdaten einkleben. Bei großer Auflage lasse ich auch gerne nochmals einen Satz fertige Plakate speziell für Ihre Veranstaltung drucken.

Sonstiges

Infomail an Ihre Kunden, Partner und Freunde

Sie bekommen von uns eine Standardmail (bitte anfordern!), die Sie nur noch mit Ihrer Veranstaltung überarbeiten müssen (Ort, Zeit, etc.). Diese Mail dient dann dazu sie an Ihre Kunden, Partner und Freunde zu senden. Diese Einladungsmail sollte 3 Monate vor der Veranstaltung spätestens versendet werden (mit dem Start des VVKs) und noch ein zweites Mal ca. 2 Wochen vor der Veranstaltung.

Foyer des Vortragssaals

Im Foyer können sich all Ihre Sponsoren präsentieren.

Planen Sie eine Getränkepause ein, diese findet ca. nach einer Stunde des Vortrags statt. Die Pause sollte 20 Minuten dauern, max. 30 Minuten.

Anmoderation des Referenten

Moderieren Sie den Referenten immer persönlich auf der Bühne an!

Eine passende Vita zum Referenten finden Sie immer auf der homepage, ansonsten kann sie aber auch über uns angefordert werden.

Meine Vita finden Sie auf meiner Homepage unter www.sefrinphotography/presse.