

Julius Frack

15 TIPPS FÜR UNVERGESSLICHE EVENTS

FÜR EVENTPLANER, UNTERNEHMEN UND
AGENTUREN, DIE MIT IHREN EVENTS
BLEIBENDEN EINDRUCK HINTERLASSEN.





JULIUS FRACK

ILLUSIONIST · FISM-WELTMEISTER · SHOWDESIGNER

JULIUSFRACK.COM

„Gute Events sind wie gute Geschichten – man erinnert sich an sie, wenn sie in starken Bildern erzählt werden, wenn sie überraschen, emotional berühren.“

Ich bin Julius Frack. Illusionist, Weltmeister der Illusion, Showdesigner und seit über 25 Jahren kreativer Partner bei internationalen Corporate Events. Auf der ganzen Welt arbeite ich an der Gestaltung attraktiver Events für führende Unternehmen, Marken und Institutionen – von exklusiven CEO-Auftritten und Produkt-Launches bis hin zu großen Festivals und spektakulären Aktionen für tausende Menschen.

Dabei habe ich eine Menge gelernt – über Magie, über die Prinzipien, die ein gutes Event tragen. Und es ist spannend: Firmen betreiben einen hohen Aufwand für ihre Events, investieren viel Energie, viel Geld und viele Gedanken.

Der Marketing-Chef eines großen internationalen Mode-Labels hat mir das ganz klar erklärt. Sie hatten neben dem Firmensitz ein Zelt für 1.200 Gäste aufgestellt, ein nobles Candle-Light Dinner und ein opulentes Showprogramm inszeniert. „Das lohnt sich für uns“ – die gesteigerte Motivation, die Firmen-Loyalität der Mitarbeiter und die positive Außenwirkung spielen die Kosten locker wieder rein.

Gerade auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten begeistern Unternehmen die eigenen Leute mit starken Events, motivieren und binden sie – und gewinnen durch positiv aktivierte Mitarbeiter neue Interessenten und Fachkräfte hinzu. Zudem stärkt das Wir-Gefühl eines guten Events die Markenidentität in alle Richtungen.

Für den Weg, das zu erreichen, habe ich dieses E-Book verfasst. Als Impulsgeber für Menschen, die Events nicht nur veranstalten, sondern wirklich gestalten. Für Entscheider, die Wirkung erzeugen wollen – mit Stil, Substanz, Herz und Verantwortung.

Du findest hier **15 × 15 Ideen und konkrete Tipps**, mit denen du aus jedem Anlass ein Erlebnis machen kannst. Ob große Mitarbeiter-Party, kleiner exklusiver Führungskreis, Produktlaunch, Arbeitsmeeting oder Familien-Sommerfest – jede Veranstaltung bietet die Gelegenheit, sie mit maximaler Wirkung in den Dienst deines Unternehmens zu stellen.



Julius Frack

Illusionist · FISM-Weltmeister der Illusion (Peking 2009) · Showdesigner · Seit über 25 Jahren kreativer Partner bei internationalen Corporate Events

15 Strategien

Du willst ein Erlebnis schaffen, das nicht mit dem Ausgehen der Lichter verlöscht, sondern das noch lange nachhallt.

Hier sind die 15 Strategien, die den Unterschied machen.

-
- 0* · Deine Zielgruppe – Grundlage für alles

 - I* · Ein stimmiges Motto schafft Identität

 - II* · Visuelle Elemente prägen sich ein

 - III* · Ein emotionaler Start ist Gold wert

 - IV* · Überrasche Deine Gäste

 - V* · Interaktive Elemente machen Events erlebbar

 - VI* · Ungewöhnliche Programmpunkte bleiben im Kopf

 - VII* · Nachhaltigkeit sichtbar machen lohnt sich

 - VIII* · Erlebnisse für alle Sinne einplanen

 - IX* · Ablauf mit Rhythmus: Spannung und Entspannung

 - X* · Storytelling verbindet – aus Fakten werden Erlebnisse

 - XI* · Foto- und Videomomente gezielt erzeugen

 - XII* · Corporate Message in Szene setzen

 - XIII* · Ein starkes Finale sorgt für Nachhall

 - XIV* · Erinnerungen mitgeben

 - XV* · Nach dem Event ist vor dem Event

 - + · Bonus: Die richtige Location wählen

0 · Deine Zielgruppe

Bevor Du loslegen und Dich um alles kümmern kannst, was Dein Event unvergesslich macht, muss ich Deinen Enthusiasmus bremsen. Mach Dir zunächst die Mühe, Deine Zielgruppen zu verstehen, damit du nicht an Deiner Zielgruppe vorbei planst.

Die besten Veranstaltungen entstehen dort, wo Inhalte, Atmosphäre und Dramaturgie auf die Menschen abgestimmt sind, für die sie gemacht wurden. Zielgruppenanalyse ist der Schlüssel zu einem Event, das ankommt und in Erinnerung bleibt.

Wer die inneren Beweggründe seiner Zielgruppe versteht, plant nicht nur ein gutes Programm – sondern schafft echte Begegnungen mit Bedeutung.

SCHLÜSSELFRAGEN

<i>Was motiviert die Gäste zum Event zu kommen?</i>	<i>Was soll das Event bei den Gästen auslösen?</i>
<i>Was hält sie möglicherweise davon ab?</i>	<i>Welchen Nutzen erwarten die Gäste?</i>
<i>Worauf freuen sie sich?</i>	<i>Welche Sorgen könnten sie haben?</i>

Die entscheidende Frage ist nicht, was wir bieten, sondern: Was brauchen unsere Gäste?

5 ZENTRALE ASPEKTE FÜR DEINE ZIELGRUPPEN

1. Anziehungskraft statt Pflichtgefühl

Menschen kommen gern, wenn sie das Gefühl haben: Das ist für mich gemacht. Ein persönlicher Bezug, ein inspirierendes Thema oder ein starkes Erlebnisversprechen wirken deutlich stärker als eine langweilige Pflichtveranstaltung ohne Esprit. Plane etwas ein, worauf sich die Gäste speziell freuen können, und kündige es in der Einladung an.

2. Klarer Nutzen

Je klarer der Nutzen, desto höher die Motivation. Für die einen ist es Networking, für andere Inspiration, für wieder andere einfach ein schöner Abend mit dem Team. Plane so, dass Deine Gäste einen klaren Nutzen sehen – emotional und inhaltlich.

3. Sicherheit & Orientierung

Versetze Dich in Deine Zielgruppe hinein und versuche, möglichen Sorgen vorzubeugen. Finde ich jemanden, den ich kenne? Könnte es zu warm, zu kalt oder zu laut werden? Wird es überfordernd? Mit klarer Kommunikation im Vorfeld, klaren Abläufen und Rückzugsorten nimmst Du Deinen Gästen die Sorgen.

4. Passende Ansprache

Sprich die Zielgruppe so an, wie sie sich selbst sieht. Ein Event für junge Start-up-Teams darf mutiger und spielerischer sein. Ein Event für erfahrene Fachkräfte sollte mehr Tiefe, Souveränität und Raum zur Reflexion bieten.

Lege Dich in Form, Ton und Gestaltung fest, bevor Du die Inhalte planst.

5. Unterschiedliche Gruppen einbeziehen

Manche Teilnehmerkreise sind sehr divers. Plane Motto, Atmosphäre, Programmpunkte und Essen so, dass sie einen breiten Kreis ansprechen. Reguläre Teilnehmer:innen sind nur eine Gruppe – denke auch an Sponsoren, Führungskräfte und Ehrengäste, dass sie sich nicht außen vor fühlen.

FAZIT

Ein Event bleibt dann am besten in Erinnerung, wenn jeder Deiner Gäste das Gefühl hat, angesprochen, ernst genommen und willkommen zu sein. Wer sich verstanden fühlt, ist emotional investiert. Wer seine Gäste kennt, plant anders – bewusster, empathischer, pointierter.

I · Ein stimmiges Motto schafft Identität

Ein Motto oder ein Thema, das alle Elemente deines Events verbindet, ist ein guter Weg, um Dein Event einzigartig und unvergesslich zu machen. Es verleiht deiner Veranstaltung Charakter und schafft Orientierung – für dich in der Planung, für die Gäste im Erleben und für das Eventteam in der Umsetzung.

Ein Motto verbindet alle Elemente auf elegante Weise und hilft dir, Entscheidungen aus der Fülle an Möglichkeiten zu treffen. Es strukturiert und findet sich wider in der Einladung, bei der Dekoration, dem Bühnenbild, in der Show, bei der Musikauswahl, beim Menü und beim Give-Away.

„Weißt du noch, die Eisparty?“ – „Das war doch das Science-Fiction-Event mit dem sprechenden Roboter!“

Die Begrenzung auf ein Thema eröffnet Ideen und Visionen. Manchmal bewirkt gerade eine gefühlte Einschränkung die größte kreative Entfaltung. Das Motto soll verbinden, nicht dominieren – es sollte sich als roter Faden durch das Event einweben, ohne forciert zu wirken.

15 EVENT-MOTTOS MIT CHARAKTER UND INSZENIERUNGSKRAFT

1. **Under the Sea – Die Unterwasserwelt**

Tauch ein in eine Welt aus schimmernden Lichtern, leuchtenden Quallen und fließenden Bewegungen – wie schwerelos zwischen Traum und Tiefe.

2. **Feuer & Eis**

Gegensätze ziehen sich an – visuelle Kontraste, heiße Rhythmen und frostige Eleganz in einem spannungsgeladenen Spiel der Elemente.

3. **Roaring Twenties**

Gold, Federn, Swing und ein Hauch von Charleston – ein Abend wie ein heimliches Gatsby-Fest mit modernen Überraschungen.

4. **Rokoko**

Opulente Dekors, Pastellfarben, Masken und Fächer – die Bühne wird zum barocken Salon mit Augenzwinkern und Puderduft.

5. **Tomorrowland**

Elektrisierend, futuristisch und voller Beats – ein Festival der Sinne mit Neon, Hologrammen und rhythmischer Energie.

6. **Miami Vice**

Pink, Palmen und Pastell – Retro-Ästhetik trifft auf Coolness mit Sonnenbrille, Cadillac-Vibes und Cocktailbar.

7. **Van Gogh**

Ein Event wie ein Gemälde – leuchtende Farben, wirbelnde Projektionen und eine Poesie, die durch Licht erzählt wird.

8. **Mission Impossible**

Spannung, Action und Überraschung – das Event als geheime Mission, bei der nichts so ist, wie es scheint.

9. **The White Party**

Eleganz in Weiß – minimalistisch, leuchtend, zeitlos – eine Bühne für Stil und Überraschung in absoluter Reduktion.

10. **Mexico**

Farbenfroh, lebendig, würzig – ein Fest der Lebensfreude mit Musik, Masken und magischem Temperament.

11. **Flower Power**

Peace, Farbe und Leichtigkeit – ein Hauch von Hippie, kombiniert mit Visuals, die blühen und überraschen.

12. **Gold**

Glanz, Wert und Symbolik – Gold als verbindendes Element für Stärke, Erfolg und glänzende Inszenierung.

13. **Tanz auf dem Vulkan**

Dramatisch, explosiv und voller Energie – ein Event, das brodeln, überrascht und Gänsehaut erzeugt.

14. **Ein Sommernachtstraum**

Poetisch, geheimnisvoll, verzaubert – Natur, Licht und Illusionen verschmelzen zu einem abendlichen Märchen.

15. **Ein Wintermärchen**

Kristalle, Nebel, warme Kontraste – ein frostig-schöner Rahmen für magische Geschichten zwischen Eis und Glanz.

II · Visuelle Elemente prägen sich ein

Wer visuelle Akzente setzt – mit Farben, Licht, Bühnenbild, Inszenierungen oder Medien –, verankert Inhalte tiefer. Unser Gehirn erlebt und speichert visuelle Eindrücke schneller und nachhaltiger als Worte. Wir erleben Situationen besonders intensiv, wenn starke Bilder mit Emotionen verknüpft werden.

Ein stimmungsvolles Eröffnungsbild, eine unerwartete Lichtinszenierung, ein markanter Programmpunkt, das inszenierte Firmenlogo, ein Illusionselement, eine Skulptur, eine Projektion oder ein leuchtender Schriftzug über dem Eingang – intensive, emotionale Bilder geben deiner Veranstaltung Größe und Tiefe.

Achte darauf, dass die Bilder, die du bei deiner Veranstaltung kreierst, makellos sind, ohne störende Elemente. So entstehen schöne Erinnerungen und hochwertiger Content für Social Media.

15 ELEMENTE FÜR STARKE, ERINNERUNGSWÜRDIGE BILDER

1. Makellose Ästhetik bis ins Detail

Keine halben Sachen: Bühne, Requisiten, Kleidung und Umgebung sollten durchdacht und stimmig sein.

2. Keine störenden Elemente im Bild

Achte auf Kabel, Getränke, Taschen, leere Stühle oder Schilder im Hintergrund – kleine Fehler ruinieren große Wirkung.

3. Durchdachte Ausleuchtung

Gute Lichtführung schafft Tiefe, Atmosphäre und Klarheit – vermeide grelle Spots oder flaches Licht.

4. Wiedererkennbare visuelle Sprache

Nutze unternehmensnahe Farben, Formen, Logo-Elemente – dezent, aber sichtbar.

5. Inszenierte Perspektiven statt Zufallsmotive

Plane Fotopunkte vorab: Wo entstehen Bilder, die auch in der Rückschau stark wirken?

6. Bewegung im Bild

Tanz, Interaktion, Show – Menschen in Aktion erzeugen Dynamik und Energie.

7. Motive mit Storypotenzial

Ein Bild, das eine Geschichte erzählt, bleibt stärker haften als ein Gruppenfoto. Denke in Szenen.

8. Klare Blickführung

Achte darauf, dass das Auge des Betrachters gelenkt wird – durch Licht, Linien, Positionierung.

9. Bildtiefe durch Vorder- und Hintergrund

Spiele mit Ebenen – z. B. eine Silhouette im Vordergrund, Bühne im Hintergrund.

10. Corporate-Elemente sinnvoll einbinden

Das Firmenlogo muss nicht immer groß sein – ein subtil gebrandetes Objekt oder Give-Away wirkt oft eleganter.

11. Schnittstellen zur Interaktion

Dinge, die Gäste anfassen, ausprobieren oder mit nach Hause nehmen – erzeugen echte Fotos, nicht nur Deko.

12. Gesichter und echte Emotionen

Fotos mit echtem Lachen, Staunen oder Konzentration transportieren Energie und Nähe.

13. Kontraststarke Farb- und Formwahl

Farbkontraste, geometrische Strukturen oder organische Elemente schaffen Wiedererkennbarkeit.

14. Timing: Der Moment zählt

Nutze Showhighlights, Überraschungsmomente oder symbolische Gesten bewusst – z. B. der Moment, in dem etwas erscheint, sich verwandelt oder endet.

15. Fotografische Inszenierung vorbereiten

Briefing für Fotograf:innen, Positionen klären, Hintergründe definieren – gute Bilder entstehen nicht zufällig.

Ein magischer Moment, der live stark wirkt, kann auch visuell ikonisch sein – wenn Timing, Licht und Setting stimmen. Plane solche Effekte im Voraus.

III · Ein emotionaler Start ist Gold wert

In Filmen und in der Dramaturgie gilt die Drei-Akt-Struktur: Anfang – Mitte – Ende. Sie bietet einen guten Leitfaden und kann gut auf Dein Event übertragen werden.

Ein starker emotionaler Beginn setzt ein klares Signal: Es geht jetzt richtig los. Vermeide Wartezeiten, Leere, Technikprobleme und eine nüchterne Begrüßung. Starte mit einem starken Moment, mit etwas, das berührt, überrascht und wach macht – dann hast Du einen starken Start.

15 STARKE IDEEN FÜR EINEN UNVERGESSLICHEN EVENT-AUFTAKT

1. **Musikalische Live-Inszenierung**

z. B. mit Streichquartett, Percussion-Ensemble oder sphärischem Soundtrack passend zum Motto.

2. **Emotionaler Video-Trailer**

mit Bildern aus der Unternehmensgeschichte, Stimmen der Mitarbeitenden oder Kunden, visuell stark geschnitten.

3. **Opening-Showact**

artistisch, tänzerisch, poetisch oder spektakulär – passend zum Thema.

4. **Illusion oder magisches Element**

z.B. die Erscheinung des Gastgebers, ein schwebendes Objekt, eine Verwandlung des Logos – symbolisch für das Thema des Events: Transformation, Verbindung, Neuanfang.

5. **Ungewöhnlich inszenierter CEO-Auftritt**

Nicht von der Seite auf die Bühne laufen – sondern durch Nebel, durch das Publikum, per Hologramm oder „aus dem Video heraus“.

6. **Laser-Show mit Storytelling**

Statt reiner Licht-Show: eine kurze, choreografierte Geschichte, z. B. „Reise durch die Firmengeschichte“ in abstrakter Form.

7. **Interaktive Lichtinszenierung mit Gästen**

Gäste bekommen leuchtende Stäbe, Karten oder Armbänder – bei bestimmten Signalen ergibt sich ein visuelles Gesamtbild im Raum.

8. **Schwarzlicht- oder Schatten-Performance**

Tänzer:innen oder Objekte erscheinen erst durch Lichttechnik und schaffen poetische Bilder oder das Firmenlogo.

9. **Countdown-Inszenierung**

mit Sound, Licht und Projektion: ein emotionaler Countdown, der z. B. von „100 Jahren Geschichte“ bis „JETZT“ zählt.

10. **Live-Mapping auf eine Skulptur**

Projektion auf ein Objekt, das sich live verwandelt.

11. **Szenischer Opening-Dialog**

Zwei Schauspieler:innen beginnen wie zufällig ein Gespräch über das Thema oder die Firma – humorvoll, persönlich, nahbar.

12. **Verwandlung des Raums**

z. B. durch einen auf Knopfdruck einsetzenden Lichtwechsel oder eine Illusion: aus neutral wird magisch.

13. Geräuschkulisse & Atmo-Sound

Ein Event, das „mit Klang beginnt“ – z.B. mit Meeresrauschen, Herzschlag oder futuristischem Summen, das langsam in Musik übergeht.

14. Persönliche Begrüßung auf ungewöhnliche Weise

z.B. alle Gastgeber stehen mitten im Raum und führen Gäste einzeln zu ihrem Platz – oder der Gastgeber spricht vorab aus dem Off in den Raum hinein.

15. Dunkelheit als Dramaturgie

Der Saal wird dunkel. Stille. Ein Ticken, ein Lichtstrahl auf eine Uhr, die plötzlich rückwärts läuft. Stimme aus dem Off: „In einer Welt, die sich immer schneller dreht, nehmen wir uns heute die Zeit, etwas Besonderes zu erleben.“

Ein emotionaler Auftakt mit Musik, Licht, Show oder einer berührenden Ansprache öffnet Herz und Wahrnehmung der Gäste – und bildet den Startschuss für ein unvergessliches Event.

IV · Überrasche Deine Gäste

Übertriff die Erwartungen Deiner Gäste, bereite ihnen Momente der Überraschung – etwas, mit dem sie nicht gerechnet haben. Menschen lieben das Unerwartete, es erzeugt Aufmerksamkeit und zaubert den Gästen ein Lächeln ins Gesicht.

Solche Momente sorgen für Gesprächsstoff und erzeugen automatisch Content – für dich und für deine Gäste. Auf Social Media, in der Presse oder im Rückblick deines Unternehmens. Ein überraschender Beginn. Ein plötzlicher Effekt. Eine Umkehrung der Routine. Übertriff die Erwartungen, indem du etwas tust, womit niemand rechnet.

15 ÜBERRASCHENDE IDEEN, DIE ERWARTUNGEN ÜBERTREFFEN

1. **Das Firmenlogo erscheint plötzlich in der Luft**
z.B. durch Projektion, Drohnen oder eine Illusion: aus Nebel, Licht oder Konfetti.

2. **Ein Performer tritt scheinbar als Gast auf**
und offenbart sich erst später – Überraschungseffekt durch Rollenwechsel.

3. **Ein Objekt im Raum „erwacht“ zum Leben**
z. B. eine Deko-Skulptur, die plötzlich Licht abgibt, sich bewegt oder Ton erzeugt.

4. **Ein ganz normaler Mitarbeitender wird Teil der Show**
z. B. per Videovorbereitung oder als vermeintlicher „Zufallsgast“ auf der Bühne.

5. **Aus dem Off ertönt eine Stimme, die direkt mit dem Publikum spricht**
Persönlich, überraschend, humorvoll – z. B. als Gedankenstimme des Veranstalters, KI, Kind oder Tierfigur.

6. **Ein leuchtender Papierflieger landet präzise beim CEO**
Mit eingebauter Botschaft oder dem Claim des Unternehmens.

7. **Der Raum verändert sich durch einen einzigen Impuls**
z. B. Lichtwechsel, Musikumschwung, Projektion – aus neutral wird magisch.

8. **Ein scheinbar technisches Problem entpuppt sich als Inszenierung**
z. B. Beamer fällt aus → eine Handzeichnung erscheint live.

9. **Das Publikum wird Zeuge eines scheinbar echten Zufalls**
z. B. jemand verliert etwas – was später als Teil der Show erscheint oder gebraucht wird.

10. **Ein Live-Moment spielt mit Gedankenlesen oder Vorhersage**
z. B. ein Gast nennt spontan ein Wort, das bereits sichtbar vorbereitet wurde – auf dem Screen, dem Tischset oder der Torte.

11. **Ein Deko-Element wird plötzlich zur Bühne**
z.B. ein Podest klappt auf, Performer spielen darauf.

12. Ein komplett stiller Moment

Nach viel Musik und Bewegung: komplette Ruhe, Dunkelheit, eine einzige Stimme.

13. Ein Gast erhält ein Geschenk, das scheinbar aus dem Nichts kommt

z. B. eine Box, die unter dem Tisch befestigt war oder plötzlich „erscheint“.

14. Eine spontane Bewegung aller Gäste führt zu einem kollektiven Effekt

z. B. alle richten ihre Handylichter nach oben → es erscheint ein verstecktes Logo.

15. Die Moderation wird durch eine „magische Verwechslung“ gestört

z. B. jemand spricht dazwischen, der sich als Showstarter entpuppt.

Viele dieser Überraschungen lassen sich unsichtbar vorbereiten und dann sichtbar eindrucksvoll umsetzen – mit Illusion, Technik oder Storytelling. Frag einen Showprofi. Viele Künstler lieben solche kreativen Herausforderungen und können Dich ohne große Kosten beraten.

V · Interaktive Elemente machen Events erlebbar

Beziehe deine Gäste aktiv ein. Je mehr sie mitmachen, desto intensiver erleben sie den Abend – und desto stärker verankert sich das Event emotional. Sie werden Teil des Gruppen-Erlebnisses, sind mental und emotional tiefer engagiert. Menschen erinnern sich nicht nur daran, was sie gesehen haben, sondern besonders an das, woran sie selbst beteiligt waren. Das erzeugt Energie im Raum – und Bilder, auf denen die Gäste nicht nur dabei sind, sondern mittendrin.

15 INTERAKTIVE ELEMENTE, DIE EVENTS ERLEBBAR MACHEN

1. **Fotobox im Motto-Design**

Gäste fotografieren sich mit Requisiten oder Hintergründen, die das Event-Thema spielerisch aufgreifen. Branding nicht vergessen.

2. **Magische Illusions-Fotobox**

z. B. mit schrägen Perspektiven, Spiegeln oder Requisiten, bei denen es wirkt, als würden die Gäste schweben.

3. **Live-Show mit Publikumsbeteiligung**

z. B. ein Mentaltrick, bei dem ein Zuschauer scheinbar einen Gedanken überträgt – direkt auf der Bühne.

4. **Ein Mitmach-Kunststück**

Gäste lernen einen einfachen Zaubertrick – idealerweise thematisch gebrandet –, den sie später weitergeben können.

5. **Spiele oder Team-Challenges**

z. B. Quiz, Motto-Parcours, Escape-Elemente oder interaktive Moderation mit Gewinnen.

6. **Kreative Stationen zum Selbermachen**

z. B. Mini-Druckwerkstatt für Eventpostkarten, Motto-Schablonen auf Taschen oder kleine Erinnerungsobjekte.

7. **Foto-Wettbewerb mit Live-Wand**

Gäste posten Bilder mit Hashtag – die besten erscheinen live auf einer Wand oder Leinwand.

8. **Magischer Close-up-Walkact**

Ein Walking Magician, der sich unter die Gäste mischt und sie direkt an den Tischen verzaubert – individuell, nahbar, überraschend.

9. **Interaktive LED-Requisiten**

z. B. Leuchtstäbe oder leuchtende Armbänder, die bei bestimmten Signalen gemeinsam aktiviert werden – für ein kollektives Lichtbild.

10. **Hologramm- oder AR-Stationen**

Gäste erleben sich selbst oder Produkte in einer digitalen Illusion – z.B. als Miniatur oder als Teil einer Szene.

11. **Geschicklichkeitsspiele mit Firmenbezug**

z.B. ein Balance-Parcours mit Produktbauteilen, ein futuristischer Greifarm oder ein Laser-Labyrinth.

12. **Message Wall mit Live-Transformation**

Gäste schreiben etwas auf, das durch Projektion oder Mapping in ein „gemeinsames Bild“ verwandelt wird.

13. **Personalisierte Give-Away-Station**

Gäste gestalten oder wählen ihr eigenes Give-Away, z.B. mit Name, Slogan, Symbol oder magischem Effekt.

14. **Silent Voting**

Gäste stimmen mit verdeckten Karten, Licht oder QR-Codes über Themen ab – das Ergebnis wird visualisiert.

15. **Interaktive Landkarte**

Die Gäste markieren ihren Herkunftsort in einer Karte, optional mit Polaroid-Fotografie.

✦ **BONUS-IDEE: POSTKARTEN-STATION**

Die Gäste verfassen einen handgeschriebenen Gruß – an sich selbst, Kolleg:innen, Freunde oder die Familie. Die Karten sind vorfrankiert und werden direkt mitgenommen oder gesammelt und einige Tage nach dem Event verschickt – als Überraschung. Optional mit Logo, Motto oder Show-Motiv als Vorderseite.

Extra-Tipp: Viele dieser Elemente lassen sich modular verbinden – z.B. eine Fotobox mit Gewinnspiel, eine Mitmach-Illusion mit Firmenbotschaft, oder eine kreative Station, bei der das Endergebnis am Abend nochmal auf der Bühne erscheint.

VI · Ungewöhnliche Programmpunkte bleiben im Kopf

Achte bei der Auswahl der Programmpunkte darauf, dass sie Emotionen auslösen. Ein außergewöhnlicher Moment – sei es durch visuelle Magie, musikalische Dichte oder eine Story mit Gänsehaut – wirkt weit über den Abend hinaus.

Besonders stark ist es, wenn dieser Moment direkt mit dem Unternehmen oder dem Anlass verbunden ist. Dann wird aus Show ein gemeinsames Erlebnis mit Bedeutung. Lass Deine Gäste spüren, dass die Veranstaltung individuell für die Firma geplant wurde und nicht „von der Stange“ ist. Das schafft Exklusivität und Einmaligkeit.

15 UNGEWÖHNLICHE PROGRAMMPUNKTE – INDIVIDUELL FÜR DIE FIRMA GESTALTET

1. Die Vision erscheint – live und sichtbar

Ein leuchtendes Firmenmotto aus Licht, Rauch oder Projektion macht abstrakte Begriffe wie Vertrauen, Wandel oder Zukunft fühlbar.

2. Produkte oder Ideen erscheinen live auf der Bühne

Ein neues Produkt erscheint wie aus dem Nichts – der Launch wird zu einem gemeinsamen emotionalen Moment.

3. Ein Show-Act, der mit dem Corporate Claim spielt

Der Leitsatz des Unternehmens wird Ausgangspunkt für eine magische Darbietung oder eine Choreografie – modern, künstlerisch, überraschend.

4. Mitarbeitende als Teil der Show

Vorab eingeweihte Mitarbeitende werden überraschend Teil einer Illusion oder Inszenierung. Nähe, Wertschätzung, Gänsehaut-Garantie.

5. Eine Show, die das Firmenlogo verwandelt

Das Logo wird auf der Bühne zusammengesetzt, schwebt, erscheint oder wird live aus vielen Elementen zusammengesetzt. Marke als Erlebnis.

6. Der CEO wird auf ungewöhnliche Weise sichtbar

Statt klassischer Ansprache: ein Auftritt aus Licht, Nebel, einem Objekt oder sogar einer Rückprojektion. Zeigt Persönlichkeit mit effektivem Auftritt.

7. Storytelling-Act zur Unternehmensgeschichte – live interpretiert

Szenisch, mit Erzähler, Sound und visuellen Elementen – die Geschichte der Firma als bewegender Kurzmoment. Perfekt für Jubiläen oder Transformationen.

8. Ein Sound-Act mit Corporate Sounds oder Produktklängen

Ein Musiker oder DJ nutzt echte Sounds aus der Produktion, der Software oder dem Alltag des Unternehmens als Basis für einen einzigartigen Live-Track. Ein akustisches Markenerlebnis.

9. Magischer Moment mit einem der Werte des Unternehmens

„Nachhaltigkeit“, „Zusammenhalt“, „Innovation“ – wird nicht gesagt, sondern sichtbar gemacht: z.B. ein Gegenstand, der sich verwandelt, multipliziert oder verschwindet.

10. Ein Symbol des Unternehmens schwebt durch den Raum

Ob ein Produkt, ein Icon oder ein abstraktes Zeichen – es erscheint, beginnt zu leuchten und zu schweben. Marke wird Magie.

11. Ein Abschlussmoment, bei dem alle Gäste Teil der Szene werden

Mit kleinen Requisiten (Karten, Leuchtpunkten, Tüchern) entsteht ein kollektives Bild. Das Unternehmen als verbindende Kraft.

12. Eine versteckte Show mitten im Raum

Ein vermeintlicher Gast entpuppt sich als Artist. Ein Objekt wird zur Bühne. Eine Wand bricht auf. Überraschung und Inszenierung verschmelzen.

13. Das Firmengebäude oder die Vision als Miniatur in einer Illusion

Als magisches 3D-Modell, als Torte oder als aufblasbares Objekt – symbolisch stark und leicht inszenierbar.

14. Ein Schlussmoment mit einem eindeutigen Satz: „Nur heute. Nur hier.“

Der finale Moment ist einmalig: Nur für dieses Team, diese Firma. Das schafft emotionale Exklusivität – und genau darüber wird gesprochen.

15. Ein Moment, der von innen kommt – aus der Unternehmenskultur heraus

Ein selbst geschriebenes Lied eines Mitarbeiters, ein Poetry Slam mit eigenen Worten zum Firmenwert. Echtheit berührt.

Ein Produkt, das scheinbar aus dem Nichts erscheint. Ein Logo, das sich in der Luft zusammensetzt. Ein gemeinsamer Moment, der live entsteht und nicht wiederholbar ist – das sind Erlebnisse, die bleiben.

VII · Nachhaltigkeit sichtbar machen lohnt sich

Nachhaltigkeit bei Events ist eines der aktuellsten und am meisten in die Zukunft gerichteten Themen der Eventbranche. Ob durch lokale Dienstleister, saisonale Produkte beim Catering, wiederverwendbare Materialien oder Give-Aways aus nachwachsenden Rohstoffen – Dein Event nachhaltig auszurichten beschert viele Vorteile, etwa auch Kostenersparnisse.

Und das ist mehr als ein Trend – Nachhaltigkeit ist Haltung, die den Respekt des Unternehmens gegenüber Ressourcen und der Umwelt ausdrückt. Das wird von den Gästen positiv aufgenommen. Zeig, dass dem Unternehmen diese Werte wichtig sind – auch im Kleinen. Das schafft Respekt, Vertrauen – und ein gutes Gefühl.

15 TIPPS, UM NACHHALTIGKEIT BEI EVENTS SICHTBAR ZU MACHEN

1. Nachhaltigkeitskonzept sichtbar kommunizieren

Zeig direkt beim Eintritt (per Bildschirm, Aufsteller oder Begrüßungsrede), welche nachhaltigen Entscheidungen getroffen wurden. Durch Transparenz steigt die Wertschätzung – und man kann gezielt sparen, ohne dass es als billig empfunden wird.

2. Auf überflüssige Drucksachen verzichten

Digitale Einladungen, Programme und Feedbacktools. Wirkt modern, reduziert Materialverbrauch und spart CO₂ sowie Druck- und Versandkosten.

3. Miet-Deko statt Neukauf

Dekorationselemente leihen, tauschen oder aus recyceltem Material herstellen. Günstiger als Neukauf – nach dem Event keine Entsorgung notwendig.

4. Umweltfreundlichen Veranstaltungsort wählen

Achte auf Energieeffizienz, erneuerbare Energien, nachhaltiges Müllmanagement und gute Erreichbarkeit. Solche Orte bieten oft auch einzigartige Atmosphäre.

5. Catering regional, saisonal & fleischreduziert

Vegetarische/vegane Optionen und regionale, saisonale Produkte. Gäste schätzen die bewusste Auswahl – und je nach Wahl sind die Zutaten günstiger.

6. Wiederverwendbares Geschirr statt Einwegplastik

Porzellan, Glas oder Edelstahl. Wirkt hochwertiger, senkt Entsorgungskosten und vermeidet Müllprobleme.

7. Technik gezielt und effektiv einsetzen

Nicht alles muss maximal ausgeleuchtet oder beschallt sein. Intelligenter Technikeinsatz reduziert Stromverbrauch und spart Mietkosten. „Weniger ist mehr“ wirkt oft ästhetischer.

8. Mit lokalen, verantwortungsbewussten Partnern arbeiten

Technik, Showacts, Catering, Floristik – Partner aus der Nähe, die ressourcenschonend handeln. Spart Reisekosten, Unterkunft und Logistikaufwand.

9. Station für Trinkwasser & Refill-Flaschen

Statt Einzelflaschen – schicke Mehrwegflaschen und Wasserstationen. Gäste fühlen sich eingeladen, Teil der Lösung zu sein. Spart Getränkelogistik und Müllentsorgung.

10. Sinnvolles Give-Away mit nachhaltigem Nutzen

z. B. ein kleiner Zaubertrick aus Holz, ein Saatgutpäckchen, eine wiederverwendbare Karte mit QR-Link zum Eventvideo. Hochwertig, zeigt Verantwortungsbewusstsein und bleibt im Gedächtnis – nicht im Müll.

11. Umweltfreundliche Anreise fördern

Shuttles, ÖPNV-Tickets, Fahrradparkplätze oder Mitfahrbörsen. Die Veranstaltung beginnt gemeinschaftlich. Spart Parkflächen, Security und CO₂-Kompensationen.

12. Wiederverwendbare Namensschilder oder digitale Check-ins

Auswechselbare Karten oder digitale Anmeldung per QR-Code. Reduziert Einwegmaterialien und spart Druckkosten.

13. Übrig gebliebenes Catering oder Deko-Elemente spenden

An lokale Einrichtungen oder karitative Partner. Positiver sozialer Effekt, spart Entsorgungskosten und bringt ggf. steuerliche Vorteile.

14. Nachhaltigkeit zum Teil des Programms machen

Bühne modular bauen oder Showelemente so gestalten, dass sie bei anderen Events wieder einsetzbar sind. Zeigt planerisches Denken und Langlebigkeit. Spart Material bei Folge-Events.

15. Maßnahmen dokumentieren und als Kommunikationstool nutzen

Zeig nach dem Event, was getan wurde: CO₂-Einsparung, Materialvermeidung, Spenden, Wiederverwertung. Ermöglicht doppelte Nutzung als Content für PR, Social Media und Employer Branding.

VIII · Erlebnisse für alle Sinne einplanen

Eine Veranstaltung ist im Optimalfall eine emotionale Reise für alle Sinne. Etwas für die Augen, für das Ohr, für den Geschmack, für den Geruch – auch die Haptik spielt eine Rolle. Achte darauf beim gesamten Veranstaltungs-Design. Im besten Fall passt alles zusammen und ist vom Motto oder Thema der Veranstaltung bestimmt.

Ein gelungenes Event spricht nicht nur den Kopf an – sondern auch Auge, Ohr, Nase, Haut und Gaumen. Je mehr Sinne involviert sind, desto tiefer geht das Erlebnis. Es lohnt sich, das Event als eine Art Reise für alle Sinne zu denken.

15 IDEEN, WIE DU BEI EVENTS ALLE SINNE ANSPRICHST

1. Ein Signature-Duft am Eingang

Ein feiner Hauch aus einem Duft-Ventilator empfängt die Gäste: Meeresbrise bei einem Unterwasser-Motto, Sommerregen bei einem Natur-Event oder Orangenblüte bei einer mediterranen Feier. Der erste Eindruck bleibt – auch olfaktorisch.

2. Ein taktiles Begrüßungsdetail

Jeder Gast bekommt am Einlass ein kleines physisches Zeichen: einen Anstecker, Aufkleber, eine Schleife oder einen Hauch Glitzer. Ein kleines „magisches Upgrade“ beim Ankommen. Es entsteht sofort ein Gefühl von „Ich gehöre dazu.“

3. Ein unerwarteter, erfüllender Moment

Echte Kunstschneeflocken, magisch fallende Blütenblätter oder Schmetterlinge erfüllen den Raum mit farbiger Pracht. Es berührt, bringt Staunen – und lässt Smartphones zücken.

4. Ein Sounderlebnis, das man spürt

Die Musikanlage kann mehr als nur Sound – durch Fülle und Bass, Raumgestaltung und abgestimmtes Sounddesign hört man nicht nur, man ist mittendrin.

5. Tischdekoration, die haptisch lebt

Stoffe, Texturen, Gegenstände, die zum Anfassen einladen. Vielleicht kleine Aufziehfiguren oder mechanische Elemente. Die Gäste entdecken gemeinsam – starker Ice-Breaker und Gesprächs-Starter.

6. Ein multisensorisches Thema

„Under the Sea“ z. B. – mit Meeresrauschen, Algenprojektionen, passendem Duft, Muscheln auf dem Tisch und einer Projektion, die Wasserwellen im Raum tanzen lässt. Wenn alles zusammenpasst, entsteht ein Erlebnis – nicht nur ein Setting.

7. Ein Geschmack, der überrascht

Ein Gruß aus der Küche oder ein „Sensorik-Löffel“ beim Einlass – klein, aber prägnant. Ein Geschmackserlebnis, das nicht satt macht, sondern neugierig.

8. Ein Drink mit multisensorischem Effekt

Ein Getränk, das nicht nur schmeckt, sondern auch raucht, knistert oder changiert – durch Trockeneis, Duftkräuter oder ungewöhnliche Farben. Ein Showmoment im Glas.

9. **Ein Element, das man mitnehmen kann – mit Geschichte**

Ein kleines Objekt (Samenkugel, Holzstück mit Gravur, Rose von Jericho, Duftstein), das lebendig und haptisch etwas erzählt. Nachhaltige Erinnerung durch echte Substanz.

10. **Ein immersiver Lichteffekt**

Farbverläufe, akzentuierte Spots, langsame Übergänge und sich bewegende Lichter an der Decke, auf den Tischen. Licht als Konzept – nicht nur als Beleuchtung. Schafft Atmosphäre, fast unbemerkt, aber spürbar. Licht choreografiert Emotion.

11. **Ein Geräusch, das neugierig macht**

Knisternde Verpackungen, leise tickende Klanginstallationen oder ein plötzlicher Windzug mit Geräusch – kleine Sounddetails, die auffallen, ohne laut zu sein. Das Ohr als Tür zur Aufmerksamkeit.

12. **Ein optisches Signature-Element**

Mapping auf dem Tisch führt durch die Veranstaltung, kündigt Programm- und Menüpunkte an – hautnah und lebendig.

13. **Lagerfeuer**

Echtes Feuer im Freien, Flammen, Rauch und Wärme – verstärkt durch einen kulinarischen Effekt: Stockbrot, Marshmallows, Grillfleisch und Jagertee. Schafft ein einmaliges Gefühl der geborgenen Gemeinsamkeit.

14. **Aroma Station**

Gäste mischen nach einer vorgegebenen Anleitung eigene Gewürzmischungen. Ein Moment für alle Sinne, der über das Event hinaus bestehen bleibt – im Gewürzregal, beim gemeinsamen Kochen, immer positiv konnotiert.

15. **Ein Bühnenmoment, der alle Sinne trifft**

Nebel, Bewegung, Musik, Licht, Wunder, Lachen, Staunen. Eine synthetische Inszenierung, bei der alles ineinandergreift. Highlights, die bestimmen, wie man den Abend im Gedächtnis behält.

IX · Ablauf mit Rhythmus: Spannung und Entspannung

Gute Veranstaltungen haben Rhythmus und das Gefühl für den richtigen Moment. Sie wechseln zwischen konzentrierten Momenten und entspannter Atmosphäre. Zwischen Laut und Leise. Dicht und locker. Gib den Gästen Zeit, das Erlebte zu verarbeiten, und gestalte Übergänge bewusst: Ein Lichtwechsel, ein kluger Satz, das klare Ende einer Phase können helfen, von einer Sequenz zur nächsten zu führen.

15 PHASEN FÜR EINE EMOTIONALE EVENT-REISE

1. Ankommen mit Atmosphäre

Die Gäste betreten den Raum – je nach Motto passend: Licht, Musik, vielleicht ein Duft oder eine Lichtinstallation. Der erste Eindruck wirkt wie eine Ouvertüre.

2. Erster Impuls – weckt die Aufmerksamkeit

Ein starker Einstieg: Trailer, musikalisches Opening, eine Illusion oder ein künstlerischer Moment, der emotional wachrüttelt.

3. Begrüßung

Kurze, persönliche Begrüßung. Nicht protokollarisch, sondern herzlich und echt. Vielleicht begleitet von einem kleinen Amuse-Bouche oder einem Signature-Drink.

4. Erstes Anstoßen & Austausch

Leichter Smalltalk, Aperitif, lockere Atmosphäre – Raum zum Ankommen im Gespräch. Erste persönliche Begegnungen.

5. Der erste Gang – begleitet von Atmosphäre

Vorspeise oder Flying Buffet, untermalt von Musik, Visuals oder Lichtstimmung. Nicht aufdringlich – der Abend beginnt.

6. Der erste Showblock – Staunen & Story

Jetzt darf es überraschen: ein künstlerischer Programmpunkt, der emotional oder magisch verankert ist. Etwas Artistisches, Außergewöhnliches, eine Illusion, die ein Firmenwert visualisiert.

7. Kurze Pause – Durchatmen & Verarbeiten

Lichtwechsel. Musik runter. Vielleicht eine Duftveränderung oder ein kurzer ruhiger Moment der Stille. Alles setzt sich.

8. Der zweite Gang – mit Thema

Das Motto darf spürbar sein: farblich abgestimmtes Essen, Projektionen, Tischgestaltung. Gespräche entstehen.

9. Interaktives Zwischenspiel

Ein Moment, bei dem die Gäste mitmachen – z.B. eine kleine Abstimmung, ein kollektives Ritual, eine magische Beteiligung.

10. Zweiter Showblock – jetzt darf es richtig knallen

Die Energie steigt. Artistische Höchstleistung, ein Zirkus-Act, eine große Illusion, eine starke Musiknummer.

11. Hauptgang – mit Sättigung & Sinnlichkeit

Jetzt wird geschlemmt – Zeit für Genuss. Dazu passend zum Thema: Sounds, Lichtstimmung, Raum für Gespräche.

12. **Der stille Höhepunkt**

Ein kurzer, leiser, tief emotionaler Moment – z.B. eine Geschichte, eine Vision, ein Film, eine Lichtinszenierung mit Musik. Alles konzentriert sich.

13. **Dessert & Leichtigkeit**

Jetzt darf es süß werden – nicht nur kulinarisch. Eine kleine Showeinlage, etwas Spielerisches, vielleicht ein poetischer Act.

14. **Finale mit Memory-Effekt**

Der letzte Showmoment: ein gemeinsames Bild, eine Illusion, eine Szene mit Lichtern oder Beteiligung aller. Emotionaler Kollektivmoment und klares Ende des offiziellen Teils.

15. **Nachklang & Ausklang**

Musik zum Verweilen, Band, DJ, Tanzfläche, Takeaways, ein bleibendes visuelles Element (z.B. Projektion, Illusions-Fotobox).

✦ **BONUS-TIPP**

Denk die Übergänge als eigene Kunstform. Lichtstimmungen, Musikwechsel, kleine Impulse oder Sätze können helfen, die Gäste durch den Abend zu führen – ohne Brüche, mit bewussten Atempausen.

X · Storytelling verbindet – aus Fakten werden Erlebnisse

Menschen erinnern sich nicht an Zahlen. Sie erinnern sich an Gefühle. Deshalb verpuffen viele Eventbotschaften, wenn sie rein informativ oder werblich bleiben. Was hängen bleibt, ist das, was berührt. Ein Moment. Eine Metapher. Ein Bild.

Eine gute Geschichte macht eine Botschaft greifbar, verbindet Gäste emotional mit dem Unternehmen und schenkt Sinn und Bedeutung – besonders bei Visionen, Veränderungen oder Jubiläen.

WIE GUTES STORYTELLING GELINGT

1. **Nutze visuelle Metaphern – statt PowerPoint**

Ein Symbol wirkt stärker als 20 Charts. Bei einer Fusion nicht nur vom „gemeinsamen Weg“ reden – sondern symbolisch zwei Elemente auf der Bühne zusammenführen: ineinandergreifende Puzzleteile, zwei Lichter, die zu einem werden.

2. **Wähle Showelemente mit Bedeutung**

Wenn sich etwas verwandelt oder verschwindet und in anderer Form wieder erscheint, kann das den Wandel eines Unternehmens eindrucksvoll darstellen. Die Magie wird zur Sprache.

3. **Mach Erzählungen authentisch**

Wenn der CEO nicht nur die Quartalszahlen vorstellt, sondern erzählt, was ihn persönlich motiviert hat, ein neues Produkt zu entwickeln, schafft das Nähe und Vertrauen.

4. **Beziehe die Gäste als Teil der Geschichte ein**

Statt nur zuzuhören, können Gäste Entscheidungen treffen, sich einbringen oder aktiv Teil einer Metapher werden – etwa beim symbolischen Entzünden einer gemeinsamen Vision. Beteiligung macht Botschaften persönlicher.

5. **Arbeite mit Spannungsbögen**

Jede gute Geschichte lebt vom Aufbau: Anfang, Konflikt, Auflösung. Baue bewusst Momente der Spannung, Überraschung oder Reflexion ein, bevor du zur Auflösung kommst. So fesselst du die Aufmerksamkeit.

WAS DU BRAUCHST, UM GUTES STORYTELLING ZU ERMÖGLICHEN

6. **Ein klares Thema oder eine Frage**

Was soll erzählt werden – und warum?

7. **Eine emotionale Linie**

Was sollen die Gäste fühlen – und wann?

8. **Einen roten Faden im Ablauf**

Geschichten entfalten sich in Phasen – vom Einstieg bis zum Höhepunkt und Abschluss.

9. **Starke Bilder**

In Dekoration, Dramaturgie oder Inszenierung.

WANN EIGNET SICH STORYTELLING BESONDERS?

10. **Bei Jubiläen**

Die Reise des Unternehmens als Heldengeschichte.

11. **Bei Veränderungsprozessen**

Herausforderung – Wendepunkt – neue Perspektive.

12. **Bei Produktvorstellungen**

Was war das Problem – wie entstand die Lösung?

FAZIT – DIE 3 KERNPUNKTE

13. Denk in Geschichten – nicht in Stichpunkten.

14. Ein gutes Event ist keine Aneinanderreihung von Infos, sondern eine Reise, die deine Gäste mitnimmt – mit klarem Anfang, Wendepunkt und einem Schluss, der nachwirkt.

15. Je klarer die emotionale Botschaft – desto stärker bleibt dein Event in Erinnerung.

XI · Foto- und Videomomente gezielt erzeugen

Klappern gehört zum Handwerk. Nutze dein Event als Bühne, lass die Gelegenheit nicht ungenutzt, hochwertigen Content zu erzeugen – für die Außenwirkung, die interne Kommunikation, für alle, die nicht dabei sein konnten, und als Werbung für kommende Events.

Professionelles Foto- und Videomaterial ist immer eine gute Investition. Es prägt das Bild, das dein Unternehmen nach außen abgibt – und dieses Bild sollte so stimmig und hochwertig wie möglich sein.

15 TIPPS FÜR PROFESSIONELLE FOTO- UND VIDEOMOMENTE

1. Event-Hashtag einführen und bewerben

Ermuntere Gäste, Fotos unter einem einheitlichen Hashtag zu posten – das schafft Sichtbarkeit und bündelt alle Eindrücke an einem Ort.

2. Walk-Through-Video zu Beginn

Lass die Location vor dem Gästeeinlass mit Drohne oder Gimbal filmen – als cineastischen Einstieg für dein Aftermovie.

3. Reaktionen statt Bühnenfokus

Richte eine Kamera bewusst auf das Publikum während einer Show oder Rede – echtes Staunen, Lachen oder Applaus erzeugen starke Bilder.

4. Behind-the-Scenes für Social Media

Zeige, was sonst verborgen bleibt: Aufbau, letzte Proben, Technik – das macht neugierig und gibt deinem Event Tiefe.

5. Interview-Spot oder Selfie-Booth mit Fragen

Stelle eine Frage auf einem Schild („Was hat dich heute überrascht?“) und lade Gäste ein, ein kurzes Selfie-Statement abzugeben.

6. Mobile Content Creator beauftragen

Zusätzlich zu Profifotograf:innen junge Creator einsetzen, die authentischen Content im Hochformat für Stories, Reels & Co. liefern.

7. Video-Postkarte mit persönlicher Botschaft

Lass Gäste eine kurze Videobotschaft aufnehmen („Grüße von Event XY“) – das kann vor Ort geschnitten und digital verschickt werden.

8. „Signature Moment“ zum Mitfilmen ankündigen

Eine Konfettiszene, ein magischer Reveal oder ein kollektiver Toast – kündige ihn als „Handy-raus-Moment“ an.

9. Gebrandete Props zum Posieren verteilen

Brillen, Kappen, Leuchtstäbe oder witzige Schilder mit deinem Branding – schaffen spontane, markenbezogene Bilder.

10. Gäste bewusst in Szene setzen

z. B. beim Servieren des Desserts – auf ein Zeichen gehen die Lichter aus, ein Spot geht an, Rauch steigt auf – die Gäste sind plötzlich „auf der Bühne“.

11. Professionelle Fotos am Einlass vor gebrandeter Fotowand

Die Gäste bekommen die Bilder am Ende als Ausdruck und später digital. So entsteht ein starker Moment mit Erinnerungswert und Mehrwert – für Gäste wie Veranstalter.

12. Live-Fotomosaik aus Gästepostings

Sammele alle geposteten Bilder in Echtzeit auf einer großen LED-Wand oder im Eingangsbereich – das motiviert zur Beteiligung.

13. Visual Quotes mit deinem Branding

Halte markante Aussagen oder inspirierende Zitate aus Reden grafisch fest und kombiniere sie mit Eventfotos – ideal zum Teilen.

14. After-Clip schon am Abend zeigen

Schneide ein 30–60 Sek. Recap mit den besten Szenen des Tages – gezeigt als Überraschung kurz vor dem Finale.

15. Danke-Clip oder Reel als Follow-up

Schneide ein emotionales Video aus Material, das auch die Gäste involviert („Das war EUER Abend“) – perfekt als Danksagung und Multiplikator.

XII · Corporate Message in Szene setzen

Eine Party zu feiern ist schön und gut und richtig. Du solltest allerdings die Chance nicht verstreichen lassen, das Event für das Unternehmen und seine Zwecke zu nutzen – in subtiler Weise, nicht mit der Holzhammer-Methode, nicht als Verkaufs- oder Werbeshow, sondern indem du Produkte, Marke und Logo in die Veranstaltung einwebst.

Und nicht vergessen: Deine Werbung soll nicht nur nach außen wirken – auf Kunden und Lieferanten. Unterschätze nicht, wie wichtig auch die Wirkung nach innen ist, wenn es darum geht, dass sich Mitarbeiter mit dem Unternehmen identifizieren, sich für es einbringen, solidarisch und loyal sind.

15 IDEEN, UM DIE CORPORATE MESSAGE IN SZENE ZU SETZEN

1. **Showelement mit Produktbezug**

z. B. eine Illusion, bei der ein neues Produkt die Hauptrolle spielt.

2. **Branding im Bühnenbild**

Firmenfarben, Slogan oder Logo subtil integriert in Lichtdesign, Deko oder Requisiten.

3. **Mitarbeiter auf der Bühne**

z. B. als Teil einer Choreografie oder Präsentation, die für Zusammenhalt steht.

4. **Visual Storytelling**

Video-Einspieler, die Entwicklung oder Vision der Firma in Bildern erzählen.

5. **Logo als magischer Effekt**

z. B. eine Projektion, die sich in der Luft formt oder eine Laserzeichnung.

6. **Persönliches CEO-Statement mit Anekdote**

Nahbar, inspirierend, kein PR-Sprech.

7. **Interaktives Element**

z. B. ein Abstimmungs- oder Lichtspiel, bei dem alle Gäste gemeinsam etwas aktivieren.

8. **Produkt-Installation mit Wow-Effekt**

In Szene gesetztes Objekt in Kombination mit Musik und Licht.

9. **Give-Away mit inhaltlicher Verbindung zur Unternehmensbotschaft**

z. B. etwas, das den Wandel, Fortschritt oder Zusammenhalt symbolisiert.

10. **Gäste zum Teil der Marke machen**

z. B. durch gebrandete Foto-Aktion mit Hashtag für Social Media.

11. **Zukunftsvision inszenieren**

z. B. mit Augmented Reality, Hologramm oder Projektion der nächsten Schritte.

12. **Live-Painting mit Message**

Ein Künstler malt live das Leitmotiv oder die Mission des Unternehmens.

13. **Corporate Soundtrack oder Hymne**

Ein Musikstück, das speziell für das Unternehmen oder den Anlass komponiert wurde.

14. **Verwandlung als Symbolik**

z. B. eine Show, bei der aus einem alten Produkt oder Logo das neue entsteht.

15. **Gemeinsamer Schlussmoment mit Bezug zur Marke**

z. B. gemeinsames Lichtsignal, magischer Effekt oder Projektion, die den Kern der Marke emotional auflädt.

XIII · Ein starkes Finale sorgt für Nachhall

Ein guter Schluss ist so wichtig wie ein guter Start. Setze einen bewussten Schlusspunkt, inszeniere einen Schlussakkord – einen letzten Donnerhall, der den Höhepunkt der Veranstaltung markiert. Bring noch einmal Emotionalität und ein starkes Bild auf die Bühne, bevor es in den gemütlichen Teil übergeht.

Lass deine Veranstaltung am Schluss nicht kraftlos auslaufen. Nutze die Chance, noch einmal einen eindrücklichen Moment zu erschaffen – und schaffe ein emotionales Wir-Gefühl und eine Atmosphäre der Zusammengehörigkeit.

15 IDEEN FÜR EINEN STARKEN SCHLUSSMOMENT

1. **Magischer Schluss-Effekt**

Ein spektakulärer Illusionsmoment, eine Stunt- oder Entfesselungssillusion als spannungsgeladener Höhepunkt.

2. **Gemeinsame Hymne oder Song**

Alle Gäste singen oder summen gemeinsam eine einfache, starke Melodie – live begleitet von Band oder Musiker:in. Schafft Gänsehaut und Verbundenheit.

3. **(Indoor-)Feuerwerk oder Pyro-Finale**

Eine Pyroshow oder Flammenprojektion erzeugt ein elektrisierendes Finale – ideal abgestimmt auf Musik oder Countdown.

4. **Lasershow mit Firmenbotschaft oder Claim**

Bewegende Visuals, Logos oder Slogans inszeniert in Licht – als Verankerung der Botschaft und visuelles Highlight.

5. **Konfetti-Regen im Corporate-Design**

Gold, Silber oder passend zur Markenfarbe – zur Musik gezündet und kombiniert mit Lichteffekt und Applausmoment.

6. **Seifenblasen, die durch den Raum schweben**

Als stilles, poetisches Finale – besonders wirksam in Verbindung mit Musik, Licht und Live-Performance.

7. **Live gezeichnetes Bild**

Eine Künstlerin erschafft in wenigen Minuten ein Bild oder Symbol des Events – am Ende sichtbar für alle.

8. **Countdown mit Übergang in Party**

Ein gemeinsames Runterzählen mit visuellem und akustischem Knall – als Brücke vom offiziellen zum entspannten Teil.

9. **Video-Rückblick in Echtzeit (Aftermovie-Light)**

Schnelle, emotionale Zusammenfassung des Tages mit Musik und Highlightbildern – am besten live mit Applausmoment.

10. **Symbolischer Akt auf der Bühne**

Ein Lichtobjekt wird übergeben, eine Fackel gemeinsam entzündet oder ein Puzzle-Teil ergänzt – für Übergang, Abschluss oder Staffelfstab.

11. **Schmetterlings-Release oder Lichtballons**

Je nach Location: echte oder symbolische Entlassung von „Wünschen“ oder „Ideen“, die in die Welt fliegen – emotional, poetisch, ruhig.

12. Live Painting oder gemeinsames Kunstwerk

Gäste haben im Lauf des Abends etwas mitgestaltet – am Ende wird das fertige Werk enthüllt oder ins Licht gesetzt.

13. Poetisches Spoken Word oder Kurzansprache mit Story

Ein starker Text oder eine persönliche Geschichte als letzte Botschaft – mit Lichtakzent, Musikuntermalung und Applaus.

14. Alle Lichter aus – ein Licht bleibt an

Das Licht geht aus, aber ein Licht bleibt – eine Idee, eine Vision, ein „Licht in der Dunkelheit“. Minimalistisch, aber stark.

15. Musikalisches Finale mit Überraschung

Eine bekannte Melodie live, plötzlich erweitert durch einen versteckten Chor im Saal oder einen Stargast, der die Party anmoderiert.

XIV · Erinnerungen mitgeben

Give-Aways sind eine gute Möglichkeit, dass die Gäste deine Veranstaltung buchstäblich mit nach Hause nehmen. Das „Mitgebsel“ sollte zum Thema oder Motto passen und idealerweise auf einen besonderen Moment der Veranstaltung Bezug nehmen.

Vielleicht ist es etwas, was die Gäste mit ihren Familien oder Freunden teilen können – so ergibt sich eine gute Situation, in der im Familien- und Freundeskreis von der Veranstaltung erzählt wird, und du schaffst noch mehr Reichweite. Das kann z.B. auch ein Zauberkunststück sein, das die Gäste mit nach Hause nehmen und vorführen können.

15 KREATIVE, BEDEUTUNGSVOLLE UND VERANTWORTUNGSVOLLE GIVE-AWAY-IDEEN

1. Ein Zauberkunststück zum Nachmachen

Ein kleines Trick-Gimmick mit Anleitung – ideal als Gesprächsanlass zu Hause und emotionaler Anker zum Event.

2. Seed-Paper mit Firmenlogo

Bedrucktes Papier mit Blumensamen zum Einpflanzen – nachhaltig, ästhetisch und symbolträchtig: „Was hier beginnt, wächst weiter.“

3. Mini-Fotodruck vom Event mit Rahmen

Direkt vor Ort ausgedruckte Fotos von einem besonderen Moment – im kleinen Aufsteller oder mit Magnet als Kühlschrank-Erinnerung.

4. Personalisierte Duftkarte

Eine Karte mit dem Motto oder dem Eventlogo, beduftet mit einem einzigartigen Aroma, passend zum Motto – für starke Sinnesverankerung im Gedächtnis.

5. Wiederverwendbare Stoffservietten zum Mitnehmen

Praktisch, ästhetisch, nachhaltig – und ein Erinnerungsstück aus dem Dinner-Bereich.

6. Give-Away, das geteilt werden soll

z. B. ein Glückskeks mit personalisierter Botschaft – doppelt verpackt mit dem Hinweis: „Eins für dich, eins zum Weitergeben.“

7. Limitierte Postkarte mit QR-Code zum Highlight-Video

Hochwertiger Druck mit einem ikonischen Moment oder Zitat – digital verknüpft mit dem After-Event-Film.

8. Kleine Glaskugel mit Schneeeffekt oder Mini-Lichtspiel

Symbolisiert „den magischen Moment“ – visuell ansprechend, dekorativ und emotional aufgeladen.

9. Inspirationskärtchen im Set

Kleine Karten mit klugen Gedanken, Firmenwerten oder Fragen zum Weiterdenken – in einem kleinen Umschlag oder Holzständer.

10. Mini-Puzzle oder Bauelement

Ein Puzzleteil mit Claim wie „Du bist Teil des Ganzen“ – als Metapher und vielleicht Sammelobjekt bei Folgeveranstaltungen.

11. Faltbare Einkaufstasche mit individuellem Zitat oder Bild

Alltagsnützlich, aber durch das Motiv oder Statement ein echter Erinnerungsanker.

12. Lichtobjekt oder LED-Karte

z.B. eine Karte mit integriertem LED-Licht: „Du bringst das Event zum Leuchten.“

13. Digitales Give-Away mit realem Bezug

Zugang zu einem Download – Meditation, Musik, Wallpaper – mit einem physischen QR-Gegenstand (Anhänger, Karte).

14. Nachhaltiger Kugelschreiber mit Gravur

Nicht neu – aber wenn der Text originell ist („Stift für neue Gedanken“), wird er nicht gleich weggelegt.

15. Tee-Blume oder Kaffee-Drip-Set mit Etikett

Hochwertiger Genussartikel zum Teilen – mit Botschaft: „Ein Moment für dich – oder für zwei.“

XV · Nach dem Event ist vor dem Event

Sorge dafür, dass dein Event in den Tagen und Wochen danach weiter lebt. Schicke an alle Teilnehmer eine Karte oder E-Mail, mit der du dich für die Teilnahme bedankst. Füge einen QR-Code ein, über den Fotos und Videos abrufbar sind.

Füge in deine Dankeskarte einen Link zu einer Umfrage ein und motiviere die Gäste, Feedback abzugeben. Einerseits verfestigt sich, dass ihnen das Event gefallen hat – sie erinnern sich an Momente, die ihnen gefallen haben –, andererseits gibst du ihnen ein Sprachrohr und erhältst wertvolle Hinweise für die Zukunft.

Nutze die Kommunikation danach als starke strategische Komponente, um Beziehungen zu pflegen, Feedback zu erhalten und das Event langfristig positiv zu verankern.

15 IDEEN FÜR DIE ZEIT NACH DEM EVENT

1. **Dankeschön-Nachricht senden**
Per Post, E-Mail oder Messenger – persönlich, herzlich, mit einem schönen Bild vom Event.

2. **Event-Fotos bereitstellen**
Online-Galerie mit Passwort oder Gesichtserkennung – alle Teilnehmenden werden darauf hingewiesen.

3. **Social-Media-Album posten**
Highlights in einem offiziellen Post mit markierbaren Bildern und Einladung zum Taggen.

4. **Offizielles Aftermovie veröffentlichen**
Ein kurzer Zusammenschnitt emotionaler Momente – ideal für LinkedIn, Instagram & Co.

5. **Behind-the-Scenes zeigen**
Aufbau, Team, Proben – wirkt nahbar und sympathisch.

6. **Zitat-Sammlung erstellen**
Schöne Rückmeldungen von Gästen als Visuals oder kurze Clips veröffentlichen.

7. **Feedback einholen und sichtbar machen**
Kurze Umfrage verlinken und später kommunizieren, was gut ankam – und was beim nächsten Mal besser wird.

8. **Besonderen Gästen individuell danken**
Ein personalisiertes Follow-up per Brief, E-Mail oder kleiner Aufmerksamkeit zeigt Wertschätzung.

9. **Goodie per Post nachreichen**
Ein kleines Geschenk oder QR-Code zum Download eines Bonus-Inhalts stärkt die Verbindung.

10. **Blogbeitrag oder Case-Story schreiben**
Was war das Ziel des Events – und was ist passiert? Ideal für Website, PR oder Content-Marketing.

11. **Erfolge teilen**
Wenn dein Event etwas bewegt hat: CO₂-Einsparung, Spendenaktionen, Besucherzahl – teile es mit der Welt.

12. Teilnehmende in Story oder Beitrag erwähnen

Personen oder Firmen markieren, die gepostet haben – so entsteht Interaktion.

13. Exklusives Angebot oder Einladung verschicken

„Als Dankeschön für Ihre Teilnahme...“ – fördert Anschlusskommunikation und Folgebuchungen.

14. Interne Nachbesprechung machen

Was hat funktioniert? Was beim nächsten Mal besser? Learnings dokumentieren.

15. Save the Date für das nächste Event schicken

Frühzeitige Kommunikation sorgt für Vorfreude und Verbindlichkeit.

Bonus: Die richtige Location wählen

Der Ort einer Veranstaltung ist mehr als nur Kulisse – er ist ein aktiver Teil der Inszenierung. Er bestimmt, wie Gäste ankommen, wie sie sich fühlen und wie sie das Event in Erinnerung behalten. Die Wahl sollte daher nicht nur funktionalen Kriterien folgen, sondern auch emotionalen.

WAS WIRKLICH ZÄHLT

Erreichbarkeit

Zentral oder außergewöhnlich? Hauptsache: klar kommuniziert und gut erreichbar – ob per Bahn, Auto oder Shuttle. Niemand soll sich erst durch ein Labyrinth kämpfen müssen.

Größe mit Gefühl

Nicht zu eng, nicht zu leer: Räume sollen lebendig wirken – nicht gedrängt, aber auch nicht verloren. Faustregel: lieber verdichten als zerfasern.

Infrastruktur

WLAN, Technik, Licht, Ton – und ja, auch die Toiletten. Klingt banal, aber hier entscheidet sich oft, ob ein Event professionell wirkt oder nicht.

Atmosphäre und Aussage

Eine Location erzählt mit. Was soll sie über dein Unternehmen sagen? Klassisch, visionär, charmant, urban, naturnah? Der Raum wirkt – ob du willst oder nicht.

Budgetbewusstsein mit Blick fürs Ganze

Nicht die billigste Lösung wählen – sondern die, die den besten Effekt erzielt. Ein Ort, der für Gesprächsstoff sorgt, spart oft an anderer Stelle.

„Weißt du noch, in dieser alten Druckerei mit dem Kronleuchter über der Bar?“ – Ungewöhnliche Orte geben dem Event ein Gesicht, fördern Kreativität und machen aus Gästen Beteiligte.

CHECKLISTE: 15 KRITERIEN FÜR DIE WAHL EINES UNKONVENTIONELLEN VERANSTALTUNGSORTS

1. Erreichbarkeit für Gäste

Gut angebunden durch ÖPNV, Parkplätze oder Shuttle? Eine abgelegene Location braucht einen klaren Anreisepfad.

2. Stromversorgung & technische Infrastruktur

Ausreichend Stromquellen, Licht, WLAN, Möglichkeiten für Bühnen- oder Medientechnik?

3. Sanitäre Anlagen

Ausreichend und in gutem Zustand? Falls nicht: mobile Lösungen einplanen.

4. Flexibilität bei Auf- und Abbaueiten

Spielraum für Inszenierungen, Technikaufbau oder Probenzeiten?

5. Wetterfestigkeit & Plan B

Outdoor-Location? Dann muss ein Notfallplan her: Zelte, Schirme, Regen-Szenarien.

6. Zulassungen & Sicherheit

Brandschutz, Fluchtwege, Versicherungen, Personenzahl – alles abgeklärt? Wer trägt die Verantwortung?

7. Zustand & Sauberkeit

Ist der Ort betretbar, nutzbar, präsentabel? Muss renoviert oder vorbereitet werden?

8. Atmosphäre & Storytelling-Potenzial

Passt der Charakter des Ortes zur Botschaft des Events? Erzählt er von Kreativität, Eleganz, Industrie, Natur?

9. Branding-Möglichkeiten

Darf man Banner, Logos, Projektionen oder Dekorationen anbringen – innen wie außen?

10. Zugänglichkeit für Technik & Logistik

Können LKW anfahren? Gibt es ebenerdige Zugänge oder Lastenaufzüge?

11. Genehmigung für Musik, Licht & Showtechnik

Wie laut darf es werden? Einschränkungen bei Lasern oder Pyrotechnik?

12. Exklusivität & Alleinnutzung

Gehört die Location ganz dir – oder finden parallel andere Veranstaltungen statt?

13. Ansprechpartner & Reaktionszeit

Verlässlicher, entscheidungsfähiger Kontakt vor Ort? Wie reagieren sie auf Sonderwünsche?

14. Zugänglichkeit für alle Gäste

Barrierefrei, altersgerecht, sicher auch bei Dämmerung, Treppen, Wegen?

15. Emotion & Komfort im Gleichgewicht

Weckt der Ort Emotionen? Schön. Aber werden Grundbedürfnisse wie Sitzen, Sehen, Hören, Wärmen und Orientieren auch erfüllt?

FAZIT

Die perfekte Location passt zum Charakter der Firma und des Events – nicht nur zur Teilnehmerzahl. Sie ist Bühne, Botschaft und Erlebnis in einem. Und sie lohnt sich, wenn sie dazu beiträgt, das Event unvergesslich zu machen.



JULIUS FRACK

ILLUSIONIST · FISM-WELTMEISTER · SHOWDESIGNER

„Magie ist nicht das, was ich tue.

Magie ist das, was in den Menschen entsteht, die dabei sind.“

JULIUSFRACK.COM