

ACB Serie Erfolgreiche Kongresse organisieren

SERIE: ZIELAUSRICHTUNG EINES KONGRESSES- TEIL 1

Vorlaufzeiten eines Kongresses

1.1 BIDDING FOR A CONGRESS – PROFESSIONELLES ANGEBOT FÜR EINEN KONGRESS



Gründliche Recherche, gute Kontakte, verlässliche Business-Partner sind nur einige Grundvoraussetzungen, ein professionelles Angebot für einen Kongress erstellen zu können

Die Wertschöpfung eines Kongresses ist ein Vielfaches der normalen touristischen Ausgaben.

Zukünftige Kongresse werden meistens von internationalen oder nationalen Gesellschaften, Verbänden oder Vereinen ausgeschrieben. Im optimalen Fall kann auch eine Initiativbewerbung eines Politikers oder Universitätsprofessors erfolgen.

Einen Kongress zu organisieren verlangt viel Einsatz und Zeit und bringt neben Anerkennung für den Veranstalter natürlich auch organisatorische und finanzielle Ungewissheit mit sich. Die frühzeitige Einbindung von Profis, die sich um die Gesamtorganisation der Veranstaltung kümmern - so genannte PCO's - ist für den Veranstalter eine Garantie für „guten Schlaf“ vor dem Kongress - die perfekte Veranstaltungsabwicklung. Ein PCO hilft dem zukünftigen Veranstalter sich voll auf die thematischen Inhalte zu konzentrieren und die finanzielle und organisatorische Hemmschwelle mit fachkundiger Aufbereitung zu überwinden.

Einen Kongress nach Österreich einzuladen, bedarf einer ausgesprochen detaillierten Vorbereitung und hängt maßgeblich von der guten Zusammenarbeit von den Vertretern der organisierenden Gesellschaft, den lokalen Repräsentanten, dem lokalen Convention Bureau und des PCO's (je nach Anlassfall) ab. Bids werden im Regelfall zwischen 3 - 5 Jahre vor Kongresstermin abgegeben.

In der nächsten Ausgabe:

1.2 Auswahl des geeigneten Professional Congress Organizer (Was ist ein PCO und wie kann es mich bei der Kongressorganisation unterstützen)

1.3 Was ist ein Convention Bureau und welches Service bietet es einem Veranstalter?

1.1.1 Vorbereitung des Kongressveranstalters

Entsprechende Recherche und Vorbereitung ist unbedingt erforderlich.....

Erstanalyse via Web, Datenbanken etc. und möglichst detaillierte Recherche über Event um Basiskennntnisse zu erhalten:

- Wo fanden die LETZTEN KONGRESSE statt
- Gibt es schon FIXIERTE DESTINATIONEN für zukünftige Kongresse (Hauptstädte oder Sekundärstädte)
- Wann fanden Kongresse in der VERGANGENHEIT statt (Datum, Monat)
- Fixer oder flexibler TERMIN (bevorzugte Daten oder Saison oder günstigere Preise in der Nebensaison)
- Wie ist die FREQUENZ des Kongresses (Congress Rotation)
- Offene TERMINE in der Zukunft
- TEILNEHMERZAHLEN, GRÖSSE der Ausstellung, Anzahl der Poster früherer Kongresse
- TIMETABLE des vorigen Kongresses
- Besondere ANFORDERUNGEN des Kongresses (Anzahl der Räume, Technik,...)
- „traditionelle“ SPONSOREN
- RAHMENPROGRAMME (Social Programme)
- BUDGET des letzten Kongresses (Teilnahmegebühren,..)
- PUBLIKATIONEN (Final Programme, Abstract Book,..)
- Gibt es ein offizielles LOGO und eine Website des Kongresses

Die ersten Schritte....

- Gibt es eine interessante AUSSCHREIBUNG?
- Gibt es ein BID MANUAL - die formalen Rahmenbedingungen für eine Bewerbung
- AUFBAU INTENSIVIERUNG zum Head Office
- Wie verläuft die DESTINATIONSENTSCHEIDUNG innerhalb einer Gesellschaft, - wer sitzt in den Komitees, - wie kann man positiv auf diese Personen einwirken?
- Wie schaut die BEARBEITUNGSSTRUKTUR aus - hat die Gesellschaft eine Association Management Company, - hat sie ein CORE PCO oder werden immer wieder lokale PCO's eingebunden?
- Wer kann sich BEWERBEN (ist ein lokaler Kontakt notwendig oder nicht)
- Einbindung des PCOS (Erstgespräch anhand der Recherchen)
- ANALYSE der Städte (Hauptstädte oder Sekundärstädte)
- Finden des OPTIMALEN TERMINS (bevorzugte Daten und Saison)
- Auswahl der möglichen TAGUNGSLOKALITÄTEN (entsprechend der Teilnehmerzahlen, Infrastruktur, Räumlichkeiten)
- VERFÜGBARKEIT des Tagungsortes (Location) und der Hotels

1.1.2 Erstellung eines Bids

Professionelle Erstellung eines Bids je nach Vorgabe der Gesellschaft (Inhalt und Format) ist Grundvoraussetzung

- Detaillierte ANALYSE DES BID MANUALS – in jedem Fall das Bid Manual im Detail befolgen
- BIDBUDGET kalkulieren und deren Finanzierung festlegen (Meetings, Reise- und Hotelkosten, Erstellung der Bewerbungsunterlagen und Entwicklungskosten für ein Logo, Site-Inspection)
- EINLADUNGSBRIEFE der ortsansässigen Gesellschaft, Repräsentanten aus Politik und Wirtschaft)
- INFORMATIONEN, Bilder über die Destination auf emotionaler und fachlicher Ebene
- WISSENSCHAFTLICHES PROGRAMM (Überblick) – Grundzüge der wissenschaftlichen Ausrichtung (kann/muss aber nicht Teil eines Bids sein)
- DETAILS über den Tagungsort (Pläne, Technische Ausstattung, Catering)
- PCO PROFIL (je nach Bid Manual – ist nicht immer notwendig)
- Information über HOTEL und TRANSPORTMÖGLICHKEITEN (Flug, Zug,..)
- RAHMENPROGRAMM (Social Programme)
- ROHBUDGET
- UNTERSTÜTZUNG von Sponsoren und öffentlichen Einrichtungen
- REFERENZEN

Bewerbungspräsentation in enger Kooperation mit den Partnern

- Übliche DAUER der Präsentation abklären
- WER präsentiert und wer ist die Zuhörerschaft?
- Wer ENTSCHEIDET?
- Professionelle Power Point PRÄSENTATION und Video

Site Inspection....

nur, wenn eine im Bidding Process vorgeschrieben ist

- Adäquate, Complimentary HOTELZIMMER für Vertreter des Organising Committees buchen
- Professionelle und detaillierte VORBEREITUNG durch alle Partner – Fragen müssen jederzeit beantwortet werden können
- Durchgehende PROFESSIONELLE BEGLEITUNG mit akkuratem Wissen über Geographie, Kultur und Geschichte der Destination
- Eine SITZUNG mit allen Partnern einplanen
- BESUCH des Tagungsortes (mindestens 4 – 6 Stunden einplanen)
- Besuch des Headquarter Hotels und diverser ausgewählter HOTELS
- Ausgezeichnetes CATERING organisieren

1.1.3 Voraussetzungen für ein erfolgreiches Bid:

Argumente:

- Ansprechende DESTINATION, Kultur, Geschichte,...
- Ausgezeichnete INFRASTRUKTUR (Hotels, Restaurants, internationale Flug- und Verkehrsanbindung – gute Erreichbarkeit)

Erfolg verspricht....

- NACHWEIS von vergangenen erfolgreichen Veranstaltung im vergleichbaren Rahmen
- professionelle und anerkannte PARTNER (PCO, Convention Bureaus,...)
- ENTSCHEIDUNGSTRÄGER der Gesellschaft ist in Österreich ansässig (zB. Präsident, Treasurer,..)
- Anerkannte EXPERTEN auf dem entsprechenden wissenschaftlichen Gebiet sind in Österreich angesiedelt
- Unterstützung und Befürwortung von einflussreichen Wissenschaftlern und anderen Entscheidungsträgern (LOBBYING)
- laut CONGRESS ROTATION kommt Österreich als Veranstaltungsland in Frage
- Unterstützung durch die INDUSTRIE UND ÖFFENTLICHEN EINRICHTUNGEN (z.B. Sponsoring, Veranstaltung im Rathaus)

ACB Serie Erfolgreiche Kongresse organisieren

ACB CONGRESS-THESAURUS

Fachausdruck	Erklärung
Abstract	Kurz- (Zusammenfassung) eines Vortrages
Abstract book	Sammelband der Kurzfassungen (Vorträge)
Bid document	Bewerbung
Bid Manual/Bid Book	Mindestanforderungen
Bidding for a congress	sich um einen Kongress bewerben
Complimentary room (comp room)	Gratis Zimmer
Congress rotation	Rotation (der Austragungsorte)
Convention Bureau	Non-Profit Marketingorganisation, welche ein Land oder eine Stadt repräsentiert
Destination	Kongressort
Final Program	Endgültiges Programm
Headquarter Hotel	Hauptquartierhotel
Social Program	Rahmenprogramm
Accompanying Persons Programme	Gesellschaftliches Programm für Begleitpersonen
Timetable	Ablaufplan eines Kongresses