

# Wie ein Firmen-Event zum Erfolg wird

Ob 100jähriges Firmenjubiläum oder eine Weihnachtsfeier für 1000 Mitarbeiter – Firmenfeste sollten die Krönung eines Geschäftsjahres sein. Solche Events sind dann eine Investition in die Zukunft, wenn sie authentisch Geist und Power eines Unternehmens zum Ausdruck bringen und Gäste und Mitarbeiter gleichermaßen mitnehmen. Mit der Devise: Gags um der Gags willen sei da nicht viel zu erreichen, sagt Peter Richert, seit 15 Jahren im Saar-Lor-Lux-Raum mit seinen Event-Konzepten erfolgreich.

**E**ventdesign und Programm eines Unternehmens-Events, gleich welcher Art, müssen zu den Farben, zur Tonalität des Hauses passen, transportieren im Idealfall die Identität und die Leistungsfähigkeit eines Unternehmens und seiner Leitung, unterstreichen die Zukunftsfähigkeit. Es geht immer um eine glaubwürdige Inszenierung. Das ist wichtig, vor allem wenn Prominente, lokale Prominenz oder gar Politik-Spitzen wie die Ministerpräsidentin oder die Wirtschaftsministerin überzeugt werden sollen“, erläutert Richert. Er muss es wissen. „Peter Richert- Events und Incentives“ berät und unterstützt Weltunternehmen wie beispielsweise die Firma Dürr AP in Püttlingen (8000 Mitarbeiter) oder Fresenius in St. Wendel bei der Konzeption und Realisierung ihres 40jährigen Firmenjubiläums.

*Herr Richert, was halten Sie davon, wenn der Chef auf die Idee kommt, seine Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen zum Bungee-Springen einzuladen?*

**Richert:** Das kann dann eine begeisternde Sache sein, wenn das Unternehmen beispielsweise Zugseile herstellt oder Brücken baut, dann hat der Sprung der Mitarbeiter etwas mit dem Produkt zu tun, das sie herstellen. Das stärkt dann die Corporate Identity, wie Wirtschaftspsychologen sagen. In diesem Falle ein lohnenswertes Incentive: Es schafft Leistungsanreize und fördert die Motivation.

*Firmen-Events sind also Elemente des Marketings?*

**Richert:** Absolut. Wir beraten die PR-Leute in den Betrieben. Wir fragen nicht nur nach der Unternehmens-Philosophie, sondern auch nach innovativen Geschäftsideen, nach kreativen Elementen in der Betriebsführung und, was die Leute immer mehr wissen wollen: nach effizienter Nutzung von Ressourcen. Diese Unternehmens-Dimensionen setzen wird dann in ein spezielles Design und Programm um, sorgen für die „passende“ (siehe oben Bungee) Kunst- oder Showdarbietung und – im Saarland besonders hochwertig: für feines Essen und Trinken.

*Das Spiegelbild des Unternehmens in einem Event entstehen zu lassen ist eine anspruchsvolle Aufgabe ...*

**Richert:** ... die gelingt, wenn Unternehmen und Eventagentur vertrauensvoll zusammenarbeiten. Ein erfolgversprechendes Firmen-Event zu planen und zu realisieren, das kann man nicht mit fertigen Konzepten von der Stange. Dazu bedarf es eines Brainstormings mit den Verantwortlichen in dem Unternehmen, anregenden Diskussionen, dann entsteht ein fließender, kreativer Prozess. Das ist mein Unternehmenskonzept. Die Erfolge in den letzten Jahren bestärken mich darin.



Peter Richert



Das gläserne Gästebuch der Firma Dürr: Ministerpräsidentin Annegret Kramp-Karrenbauer und Wirtschaftsministerin Anke Rehlinger trugen sich ein.