

RAUMGESTALTUNG

Einführung in die Raumgestaltung von Events



EINLEITUNG

Die Raumgestaltung und Konzeption ganzheitlicher Raumbilder haben im Rahmen von Events eine große Bedeutung und einen großen Einfluss auf das Besuchererlebnis. Der Raum und die Ausstattung schaffen nicht nur Atmosphäre, sie leiten uns, beeinflussen unser Verhalten, fördern Kreativität, erzeugen Emotionen und sind letztlich an dem gewünschten, ganzheitlichen Eindruck eines Events maßgeblich beteiligt.

Oft gehen wir davon aus, dass ein Raum hauptsächlich visuell wirken und funktionell seinen Zweck erfüllen soll. Doch es sind deutlich mehr Faktoren, die wir in einem Raum wahrnehmen. Fühlen wir uns wohl, ist es zu dunkel oder zu hell, ist es kalt oder warm, ist die Raumgestaltung verständlich, bietet sie Orientierung oder verwirrt, stört sie vielleicht sogar? Eine gute Raumgestaltung stellt nicht nur etwas aus oder hin, sie inszeniert und macht Informationen mit allen Sinnen erlebbar^[1].

Als konzeptionelle Leistung wird die Gestaltung des Raums im Idealfall von einer spezialisierten Agentur begleitet. Ein grundsätzliches Verständnis empfiehlt sich aber auch für Eventplaner. Deshalb bietet dieses PDF eine Hilfestellung und Einführung in das Thema Raumgestaltung - allerdings ohne einen ganzheitlichen oder wissenschaftlichen Anspruch erheben zu wollen. Neben Grundwissen und beispielhaften Techniken soll sie mit konkreten Aufgaben und Fragen zum bewussten Handeln und Hinterfragen im Bereich der Raumgestaltung anregen.

INHALTSVERZEICHNIS

Zielsetzung + Grundlagen der Raumgestaltung	4
Dramaturgie & Inszenierung im Raum	8
Sitzordnung & Tischpläne	16
Tischgestaltung & Dekoration	22
Tipps vom Ausstatter: Raumgestaltung richtig planen	25
8 praktische Empfehlungen für die Organisation	29
Checkliste Raumgestaltung	30
Link-Tipps & Quellen	31

Herausgeber

Party Rent Group
Am Busskolk 16-22
46395 Bocholt



KAPITEL 1

ZIELSETZUNG + GRUNDLAGEN DER RAUMGESTALTUNG



Grundbausteine der Raumgestaltung

Der erste Schritt für eine gezielte und effektive Raumgestaltung besteht darin, relevante Informationen und Rahmenfaktoren zu sammeln.¹⁾ Erst wenn du über diese Rahmenfaktoren Bescheid weißt, kannst du die bestmögliche räumliche Lösung finden!

Ziele & Rahmenfaktoren des Events: Warum, was und wie?

Drei nicht nur für die Raumgestaltung wichtige Fragewörter, sondern auch für den Erfolg eines Events an sich! Warum wird das Event veranstaltet? Was soll vermittelt werden? Wie soll es vermittelt werden? Hierbei geht es um die konzeptionellen und inhaltlichen Ziele der Veranstaltung. Da diese von der Raumgestaltung gezielt unterstützt werden sollen, sind sie ein zentraler Grundbaustein.



Wichtig sind auch die Rahmenfaktoren des Events: Anzahl der Gäste, Locationgrundrisse und -gegebenheiten, Dauer, inhaltlicher Ablauf, erforderliche Eventbereiche wie Buffet, Empfang und Bühne. All das hat Einfluss auf die Gestaltung des Raums.

Zielgruppe: Wen möchtest du erreichen?

Neben den Zielen und Erwartungen des Veranstalters, solltest du dich mit der Zielgruppe auseinandersetzen! Angefangen bei Fakten wie Alter, Geschlecht oder Sprache. Darüber hinaus ist es wichtig, ihre Interessen und Einstellungen grob zu kennen. Gehören sie einer bestimmten Kultur oder Szene an? Bedeutend sind auch ihre konkreten Interessen an dem Angebot oder Produkt, das bei dem Event thematisiert werden soll. Aus all diesen Hintergrundfaktoren kannst du schließen, welche Art des Erlebens sie vermutlich bevorzugen werden und wie du deinen Raum am besten daran anpasst.

Corporate Identity: Wie möchtet ihr wahrgenommen werden?

Für ein stimmiges Raumbild und -gefühl solltest du die intern anvisierte und extern existierende Marken- oder Produktwirkung bedenken. Nach welcher Unternehmensphilosophie lebt ihr? Welches Image habt ihr oder möchtet ihr haben? Hat euer Angebot eine sensorische oder emotionale Wirkung? All das sollte sich auch in der Gestaltung des Raums wiederfinden lassen! Wie du das umsetzen kannst, erfährst du auf den Folgeseiten.

Corporate Design

Neben den Firmenfarben, an die beim Corporate Design (CD) häufig als erstes gedacht wird, kann es auch weitere Bestandteile enthalten. Zum Beispiel Formen (rund oder eckig), typische grafische Elemente und ihre Anordnung (z.B. Logo immer links oben) oder auch ein bestimmter Architekturtypus. Lass dich über bestehende oder in einem Styleguide geforderte Merkmale informieren!

Ziele definieren

Nachdem du alle wichtigen Informationen gebündelt hast, gilt es daraus Ziele für die Raumgestaltung zu formulieren. Du solltest dir unter anderem folgende Fragen stellen und die Antworten als Ziele formulieren:

- › Welche Emotionen sollen geweckt werden? (z.B. Vertrauen, Spannung, Freude, Neugierde) Ein sehr wichtiger und bedeutender Punkt der Raumgestaltung! ^[7]
- › Welches Image soll kommuniziert werden? (z.B. seriös, professionell, innovativ, traditionell, modern, jung)
- › Welche Atmosphäre soll ausgestrahlt werden? (z.B. hochwertig und professionell, locker und entspannt, sommerlich und warm oder spannungsreich und geheimnisvoll)
- › Wie sollen Informationen gelernt oder erlebt werden? (z.B. selbst Produkte testen, etwas gemeinsam erarbeiten, eine Ausstellung anschauen)
- › Welche Motivation soll über das Event hinaus bei den Teilnehmern geweckt oder gefördert werden? (z.B. Weiterempfehlungsneigung erhöhen, stärkere Bindung oder häufigere Auseinandersetzung mit der Marke)
- › Welche konkreten Aktionen sollen vor Ort unterstützt werden? Sollen die Besucher z.B. untereinander oder mit dem Produkt interagieren? (z.B. Produkt spielerisch kennenlernen, Vortrag konzentriert verfolgen, netzwerken, durch die Ausstellung leiten, aktive Teilnahme, Kreativität fördern)

- › Welche baulichen und gestalterischen Merkmale sollte die Raumgestaltung und Ausstattung laut Corporate Design haben? (z.B. runde Formen, viele weiße Flächen - gemäß der Vorgaben des Corporate Designs)



Zwei Tipps:

- › Verliere dich nicht in zu vielen Zielen! Fokussiere dich auf wesentliche Kernaspekte!
- › Denke nicht in Abläufen! Wichtiger ist zu hinterfragen, wie etwas erlebt wird! ^[7]

AUFGABE 1

Sammele relevante Grundbausteine & formuliere Ziele!

Schreibe deine Grundbausteine auf!

- › Was möchtest du mit dem Event erreichen? Was sind deine Ziele?
- › Welche Rahmenfaktoren bestehen? (u.a. Anzahl der Gäste, Dauer, Locationgröße)
- › Wie kann man deine Zielgruppe beschreiben und charakterisieren?
- › Welche Anforderungen gibt eure Corporate Identity bzw. euer Corporate Design vor?

Konkretisiere nun deine Ziele!

- › Welche Emotionen soll dein Raumdesign hervorrufen?
- › Welches Image soll kommuniziert werden?
- › Welche Atmosphäre strebt ihr an?
- › Wie sollen Informationen vermittelt und erlebbar gemacht werden?
- › Welche langfristige Motivation beabsichtigst du?
- › Welche Aktionen sind für das Event geplant?
- › Bestehen bauliche oder gestalterische Vorgaben?

Schreibe hier deine Ergebnisse auf!

KAPITEL 2

DRAMATURGIE & INSZENIERUNG IM RAUM



Wie kann der Raum die Event-Dramaturgie unterstützen?

Die Dramaturgie ist kurz formuliert eine raum-zeitliche Struktur mit dem Ziel der symbolisch besetzten Kommunikation. In unserem Kontext geht es also um die Verknüpfung aus räumlicher sowie zeitlicher Gestaltung einer Veranstaltung, die dabei behilflich sein soll, eine Botschaft zu verdeutlichen. Was damit gemeint ist, lässt sich gut mit gesellschaftlichen Ritualen darstellen.

An Weihnachten sollen beispielsweise Kinder in ihrem Zimmer warten, bis sie den ersten Stern am Himmel sehen oder eine Glocke hören. Erst dann dürfen sie zum Weihnachtsbaum und Geschenke öffnen. Heute werden solche Rituale sehr individuell praktiziert und umgedeutet, aber letztlich geht es immer darum, Emotionen (Spannung), gesellschaftliche Werte (Geduld) und symbolische Aussagen (das Christkind bringt die Geschenke) zu festigen. Genau das sollen auch Marketing-Events mittels Dramaturgie erreichen.

💡 **Tipp: Erstelle ein Moodboard**

Ein Moodboard hilft dir bei der Planung und Vorstellung deiner „Geschichte“. Sammle Fotos von anderen Events, Stimmungen, Emotionen, Möbeln, Dekorationen etc. als konkrete Orientierung.

» **Nutze die Party Rent App Funktion „Moodboard“**

Erzähle und denke in Geschichten

Eine Veranstaltung sollte immer eine Geschichte erzählen. Die zeitliche sowie räumliche Struktur sollte Stück für Stück durch eine live erlebte Erzählung führen. Mit unter anderem einem Prolog, Höhepunkt und Epilog. Die Raumgestaltung kann dabei sowohl visuell



als auch räumlich helfen. Es sind nicht nur gewählte oder gestaltete Bauteile, Grafiken, Objekte und Dekorationsgegenstände, die eine möglichst konsistente und visuell erfassbare Erlebniswelt schaffen. Es ist auch ihre räumliche Anordnung, die Spannung, Exklusivität oder Gemütlichkeit erzeugen kann.

Denke also in Geschichten, schaffe Erlebniswelten, nutze Objekte, Grafiken, Licht, das Ambiente, die Anordnung, kurzum die Möglichkeiten der Raumgestaltung, um die Inhalte mit allen Sinnen begreifbar zu machen. Diese Herangehensweise erleichtert nicht nur den Besuchern, deine Botschaft zu verstehen, sondern auch dir die Planung – so denkst du die Ausstattung und Raumgestaltung in einer Geschichte, in Bildern, Stimmungen und nicht in der reinen Anordnung von Tischen und Stühlen.

Begrüßungssituation

Gerade beim Betreten einer Location ist es wichtig, den Gast zu begrüßen und einzustimmen. Ein bedeutender Aspekt ist, dass die Gestaltung des Raumes Orientierung bieten sollte. Besonders am Eingang bleibt der Gast erst einmal stehen und versucht sich zu orientieren^[1]. Daher solltest du zum einen an genügend Platz denken, damit der Eingang nicht in kürzester Zeit voller Menschen steht. Zum anderen sollten Ein- oder Zugänge einen Überblick über alle Räume und Richtungen ermöglichen^[7].



Der Gang durch den IAA Stand von Mercedes Benz begann 2011 beispielsweise mit einer langen Rolltreppe, von der aus man sich in Ruhe umsehen und orientieren konnte.

Eine andere Möglichkeit der Begrüßung, Einführung und Orientierung können auch Informationsmöglichkeiten sein. Beispielsweise eine Infotafel über das Programm, andere Teilnehmer, einzelne Räume etc. Auch hier sollte man an genügend Platz denken, sodass es nicht zur Traubenbildung kommt.

Führung von Gästen

Zu Beginn des Events solltest du an die Wegführung außerhalb der Location denken. Menschen suchen nach Orientierung, also Sorge dafür, dass sie auch gut zum Eingang finden. Das kannst du informativ über eine Beschilderung lösen oder – optisch vielleicht interessanter – über richtungsweisende, große Objekte.

Wenn man seine Gäste durch den Raum leiten möchte, z.B. zu bestimmten Stationen, kann man sie mit Objekten oder der Anordnung von Tischen führen. Beispielsweise können Statuen oder Objekte in eine bestimmte Richtung zeigen oder „schauen“. Menschen orientieren sich unbewusst daran.

Quer gestellte Tische oder Raumelemente bremsen dagegen aus. Menschen bewegen sich nicht im rechten Winkel, daher sollte die Raumführung bei längeren Strecken, z.B. in Ausstellungen, runderen bzw. organischeren Formen folgen.^[7]

Eine andere Möglichkeit sind farbliche Unterteilungen, Streifen oder Markierungen auf dem Boden - als Orientierung und Leitsystem^[4]. Natürlich müssen hierfür auch Teilbereiche des Events (nach Thema, Aktion etc.) gleichfalls farblich unterteilt sein.

Nicht zuletzt bietet Beleuchtung gute Möglichkeiten, Menschen zu führen^[4]. Lichtpunkte steuern die Aufmerksamkeit, können unsere Blickrichtung im Kleinen, aber auch unsere Bewegungen im Großen leiten.

💡 Beispiel: Leitsystem im Stil von Laufbahnen

Im Tokioter Flughafen dienen stilisierte Laufbahnen, wie auf Sportplätzen, als Raumdesign und Wegeleitsystem.

» Projekt ansehen

Spannung oder Neugier erzeugen

Der Raum und seine Anordnung kann aktiv Emotionen fördern. Unter anderem Spannung. Indem man beispielsweise einen zunächst geschlossenen Vorraum wählt, um alle Gäste erst einmal zu begrüßen. Der Hauptraum wird dann später und gemeinsam als eine Art „feierlicher Akt“ betreten. Man muss aber dazu sagen, dass das nur wirkt, wenn der Hauptraum auch wirklich ein Highlight ist!

Im Vorraum könnte man die Spannung zusätzlich dadurch steigern, dass Tische schräg in Richtung des nächsten Raumes und wie ein Pfeil auf den Eingang und den erwarteten nächsten Programmpunkt zeigen. Bei einem Event der Firma Schuler diente eine sich



ganz langsam nach hinten verschiebende LED-Wand, die den Zugang zum vorgestellten Produkt freigab, als räumlicher Spannungstreiber. Andere Möglichkeiten sind räumliche Abtrennungen oder begrenzte Einsehbarkeiten, die die Spannung und Neugier steigern.

Location-Bereiche trennen bzw. inszenieren

Im Rahmen von Events gibt es häufig verschiedene Teilbereiche des Raumes, so auch einen **gesonderten Bereich** für ausgewählte Gäste. Um diesen richtig zu inszenieren, gibt es ein paar grundlegende Tricks. Der Bereich ist meistens erhöht, über den Köpfen der anderen, sichtbar abgesperrt oder abgegrenzt und man kann hineinsehen. Kleine Einblicke durch eine Aussparung oder durch Fenster machen neugierig und den Ort zu etwas sichtbar Besonderem. ^[7]

Andere Bereiche könnten **verschiedene Themareale** auf einer Konferenz sein. Oder auch räumliche Bereiche für Catering, Vortrag und Gruppenarbeiten. Eine im Grunde einfache und wirkungsvolle Trennung entsteht durch verschiedenfarbige Ausstattung: grüne



Tische und Stühle stehen im Teil für die Gruppenarbeiten, blaue im Bereich der Vorträge und gelbe für den Buffetbereich. Das schafft Klarheit und eine gute Orientierung, die auch bei der Gestaltung von Infotafeln oder dem Programm hilfreich sein kann. Gerade auf Events mit vielen Menschen oder bei Konferenzen mit langen Arbeitsphasen,

sind **Breakout Bereiche** zur Entspannung oder für intimere, ruhige Gespräche sinnvoll. Diese sollten räumlich als auch akustisch etwas abgeschirmt sein und eine möglichst wohlige, entspannte Atmosphäre, mit bequemen Sitzgelegenheiten und weichen Böden haben. Das Gefühl von Intimität kann dabei auch schon mit kleinsten Mitteln erreicht werden: z.B. mit Abschirmungen im Kopf- oder Arbeitsbereich^[3]. Es gibt auch Sessel und Couchen, die solche Abschirmungen als Designelement integriert haben.

Im Rahmen von Events dienen Bereiche ähnlich einer **Ausstellungsfläche** dazu, Produkte vorzustellen oder zu erklären. Anstatt sie einfach nur auf ein Podest zu stellen, kann man auch kleine thematische Erlebniswelten schaffen. Diese können Nutzungsszenarien verdeutlichen, in denen die Gegenstände normalerweise benutzt werden: z.B. eine Wohnzimmer- oder Büroszenarie. Hier hilft die Raumgestaltung, die Funktion, den Einsatzort und Nutzen viel schneller und besser zu erklären als jeder Text! Alternativ kann man sich auch von typischem Verkaufsdesign, z.B. einem lebhaften Marktstand, inspirieren lassen.

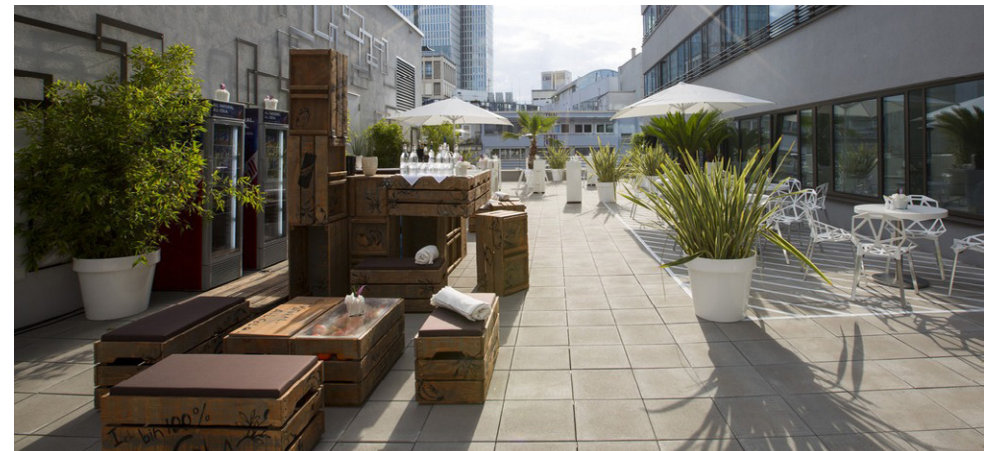
💡 Beispiel Event „Shift“

Die Raumgestaltung des Events inszenierte Lebensbereiche des Menschen, die inhaltlich in diesem Rahmen relevant waren.

» **Fotos des Events**

Einbindung bestehender Architektur

Deine Location sollte im besten Fall eigens für dein Event ausgesucht worden sein. Sie sollte den passenden Rahmen bilden, denn sie kommuniziert etwas über dein Unternehmen und dein Event. Eine Industrielocation sagt etwas anderes aus, als ein typischer Konferenzraum eines Hotels oder die firmeneigene Lagerhalle. Die Architektur ist ein Teil der Raumgestaltung und sollte dementsprechend sowohl auf deine Ziele als auch mit der Ausstattung abgestimmt sein – in Stil, Farben, Anordnung und ebenso dem kommunizierten Image.



Konnte man sich den Raum nicht bewusst aussuchen, sollte man trotzdem auf die bestehende Architektur eingehen. Einfach nur schicke Designmöbel in einen emotionslosen Schulungsraum zu stellen, ist nicht die beste Lösung. Wenn Raum und Ausstattung sich widersprechen, verliert jedes noch so schöne Konzept seine Wirkung. Besser ist es, die räumliche Situation bewusst und thematisch passend aufzugreifen. Anpassen kann man eine nicht optimale Raumstruktur immer noch mit Stellwänden, Bauteilen, Displays oder Theken. Jedoch ist es ratsam, gleich in eine passende Location zu investieren.

Authentizität – von Raum und Objekt

Echtheit ist sehr wichtig für die Atmosphäre, Menschen spüren es regelrecht, wenn etwas nicht zusammenpasst. Authentizität trägt zudem dazu bei, dass Menschen sich besser einfühlen und die Botschaft verinnerlichen können.^[2] Mitunter ein Grund, warum viele Events heute in den eigenen Hallen und Räumen von Firmen stattfinden oder in eigentlich nicht für Events genutzten Räumen. Die dortige Authentizität und Echtheit entwickelt ihren eigenen Charme. Daher ist es besser, eine Location zu wählen, die zum Konzept und Thema passt und somit keine Nachbildungen oder großen Umbauten notwendig macht.

Gleiches gilt für die Raumdekoration. Anstatt wenig originelle Blumengestecke zu buchen, können auch typische Firmenprodukte oder Gegenstände aus der Produktion eingebunden werden. Das macht die Raumgestaltung nicht nur authentisch, sondern auch einzigartig – abgestimmt auf dein Unternehmen und deine Inhalte. Mit solchen gezielten, individuellen Ergänzungen zu gemieteten Möbeln, bleibt das Event als Bild im Kopf eines jeden Besuchers!

Beispielsweise wurde für das Event „Wave of Taste“ (siehe Foto rechts) eine reguläre Lagerhalle eindrucksvoll umgebaut. Eingelagerte Firmenprodukte blieben nicht nur im Raum, Schläuche wurden zudem als effektvolle Leuchten und Gitterboxen als Bar umfunktioniert.

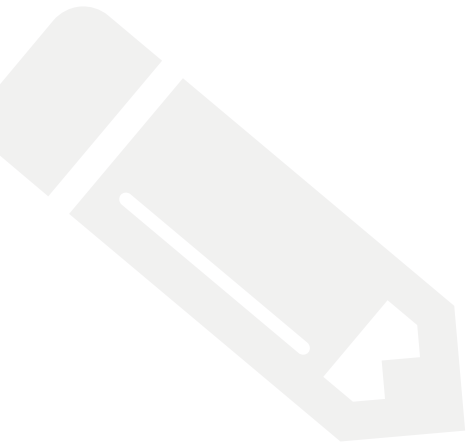


AUFGABE 2

Skizziere eine Dramaturgie bzw. Geschichte deiner Veranstaltung:

Versetze dich in den Gast und gehe im Kopf oder Raum seinen Weg durch, stelle dir vor, wann er wo, was sieht und wie erlebt.

- › Was ist deine „Geschichte“ und wie spiegelt sie sich im Raum wider?
- › Wie soll die Begrüßungssituation aussehen?
- › Was sind emotionale Höhepunkte und wie werden sie räumlich inszeniert?
- › Brauchst du eine Wegführung durch das Event? Wie gestaltest du sie räumlich?
- › Gibt es verschiedene Location-Bereiche? Wie werden sie getrennt und inszeniert?
- › Ist die Location authentisch und passend? Wie und wo kann man möglichst authentische Objekte einbinden?



Schreibe deine dramaturgischen Eckpunkte auf:

A large, empty yellow rectangular area intended for writing the dramaturgical key points.

Ideen für dein Eventdesign? Lass dich inspirieren.

Die Tablet-App vom Eventausstatter Party Rent ist ein Inspirationstool, das über zahlreiche Produkt- und Veranstaltungsbilder Ausstattungsideen für Marketing-Events bereithält.

Zum kostenlosen Download:



Nutzbar ab iOS Version 6.1 und Android 4.1.



Ausstattungsideoen

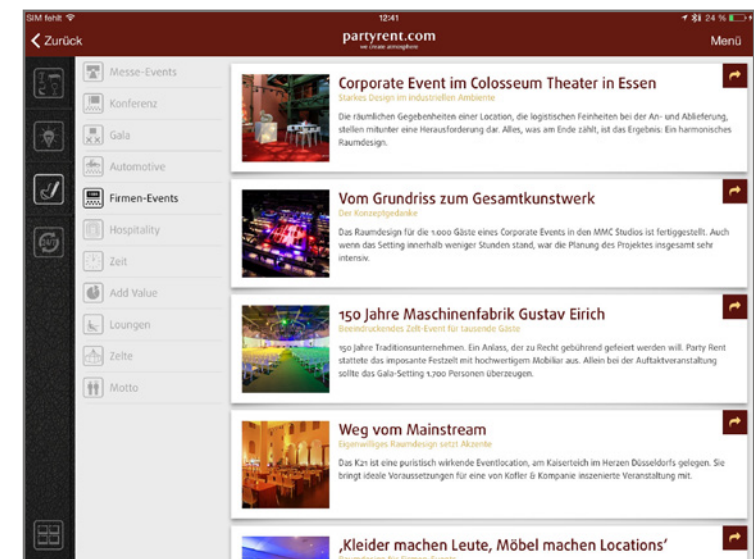
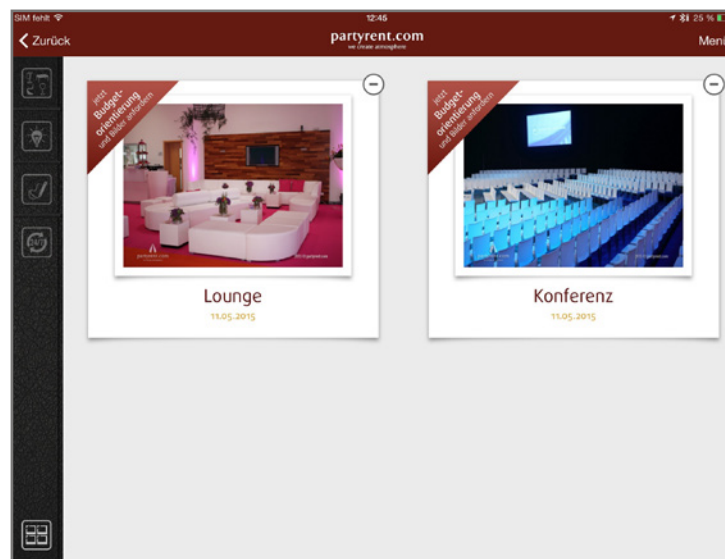
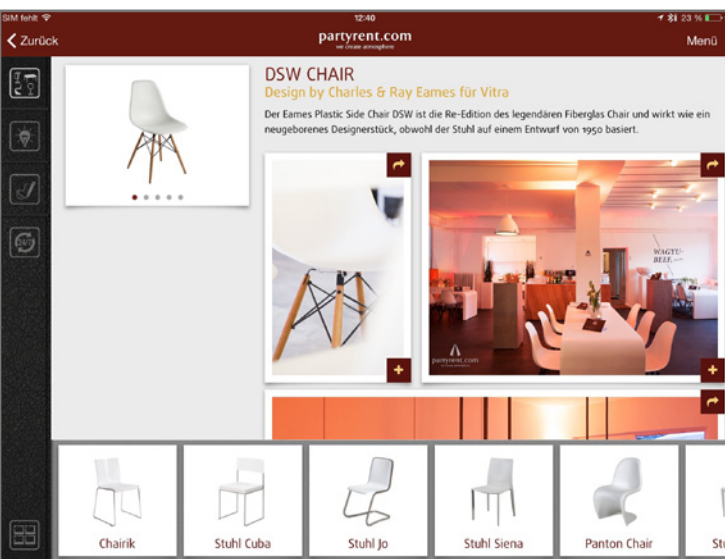
Ein umfangreicher Pool an Mobiliar, Dekoration und weiterem Equipment zeigt dir die Möglichkeiten, die es bei der Gestaltung von Räumen heute gibt.

Präsentation & Kalkulation

Lege Moodboards mit deinen Produktfavoriten an und nutze sie für Präsentationen. Zu jedem Board kannst du schnell eine Budgetorientierung anfordern.

Projektreferenzen

Schau dir bereits durchgeführte Veranstaltungsformate und das dazugehörige Ausstattungskonzept an. Vielleicht findest du ein Konzept, das dir gefällt.



KAPITEL 3

SITZORDNUNG & TISCHPLÄNE



Was kommuniziert das Ausstattungskonzept?

Die Anordnung des Mobiliars wird häufig von Raumstrukturen, Kapazitäten und der Gästeanzahl bestimmt. Wer hier nur auf funktionelle Aspekte achtet, verzichtet auf kommunikative und verhaltensunterstützende Chancen! Der jeweilige Sitzplatz kann z.B. etwas darüber aussagen, welche Bedeutung jemand in der Firma hat: Sitzt er oder sie weit hinten oder weit vorne? Sitzen alle Abteilungen an einem Tisch zusammen oder wird nach Stellung sortiert? Die Art der Möblierung kann auch Einfluss auf die Konzentration haben. Sie kann Bewegung fördern oder einschränken. Den Einsatz von Stühlen, Tischen sowie anderer Ausstattung kann man aktiv nutzen, um ein bestimmtes Verhalten oder auch kommunikative Aussagen zu begünstigen. In diesem Kapitel findest du eine Auswahl wirksamer Einflussfaktoren.

Die Sitzordnung hat Einfluss auf Verhalten & Botschaft

Aus deinen Zielen des letzten Kapitels geht hervor, welches Verhalten du seitens der Teilnehmer fördern möchtest. Mit unterschiedlichen Tisch- und Sitzordnungen kannst du Ziele aktiv unterstützen!

💡 Beispiel: Talkrunde als Live-Stammtisch

Anstatt eine Talkrunde frontal auf der Bühne zu inszenieren, kann man sie auch mittig platzieren, und die Gäste drum herum. So man den Eindruck, live bei einem „Stammtisch“ dabei zu sein.

» [Beispiel ansehen](#)

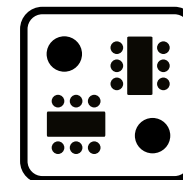
Bedenke dabei, dass die Art der Bestuhlung auch immer eine inhaltliche Aussage hat. Mit der Sitzordnung kann man dramaturgisch spielen und das solltest du für dein Event bestmöglich oder auch kreativ nutzen^[7].

Hier sind drei Beispiele, die verdeutlichen sollen, dass man klassische Bestuhlungsmuster immer hinterfragen und auf die eigenen Ziele anpassen sollte.



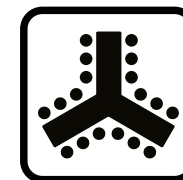
Ziel: Gäste sollen netzwerken

Stehische, verschiedene Sitzmöglichkeiten und ein lockeres Ambiente machen Menschen flexibler und unterstützen ein lockeres Zusammenkommen und auch wieder gehen.



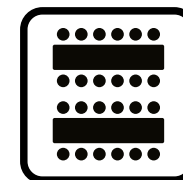
Ziel: Gruppenarbeit und Talks sinnvoll vereinen

Gruppentische in Y-Form ermöglichen beides. So sitzen die Gäste nah beieinander und können zusammenarbeiten. Gleichzeitig kann ein Referent alle Zuhörer gut sehen.^[8]



Ziel: Mitarbeiter sollen sich als Gemeinschaft sehen

Lange, große Tafeln drücken Zugehörigkeit und Verbundenheit aus und sind hierfür besser als viele, separierte Einzeltische.



Bewegungsmöglichkeiten erhöhen die Aufmerksamkeit

du wirst den folgenden Effekt aus eigener Erfahrung kennen: Wenn man lange am gleichen Platz sitzt und sich um einen herum nicht viel verändert, schweift man irgendwann in seinen Gedanken ab. Die Konzentration fällt immer schwerer. Dieser Effekt ist wissenschaftlich erforscht und ganz normal. Man spricht von einer Grenze von etwa 15 Minuten. Ab dann nimmt die Aufmerksamkeit deutlich ab. Deswegen ist Bewegung wichtig und gut, sie fördert die Aufmerksamkeit und Hirnaktivität.^[5]

💡 Beispiel „MINDevent“

Vier kleinere Bühnen im Raum und Drehstühle für die Gäste. Das schafft Perspektivwechsel und Bewegungsmöglichkeiten, die die Konzentration fördern sollen.

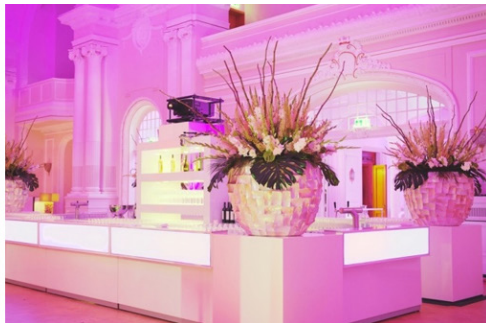
» [Beispiel ansehen](#)

Sowohl kürzere Vortragszeiten und ein abwechslungsreiches Programm, aber auch räumliche Elemente können hier helfen.

Zum Beispiel verschiedene Sitz-, Steh- oder Aktionsmöglichkeiten zwischen denen man wechseln kann.

Atmosphäre

Einer der wahrscheinlich naheliegendsten Aspekte: Die Wahl und Anordnung der Möbel bestimmt die Atmosphäre. Bequeme Sessel und ein weicher Teppich oder gar Sand erzeugen eine entspannte Atmosphäre. Die Platzierung von gemütlichen, abgetrennten



Sitz-Nischen ebenso. Gruppierte Hocker stehen für ein junges, dynamisches und lockeres Ambiente. Interieur hat immer eine Wirkung auf die Umgebung. Jede Form, jede Farbe besitzt Relevanz für die Wirkung des Raums.



Designprodukte besitzen darüber hinaus auch inhaltliche Aussagekraft - bieten also Spielraum für das Branding eines Events. Es ist dabei nicht einmal nur das hochwertige Objekt, vielmehr geht es um die Aura, die gutes Design umgibt. Originalität, Trendbewusstsein, Wertigkeit, Individualität, Beständigkeit – das sind nur einige Charakteristika, die Designprodukte verkörpern können. Die Ergänzung vielleicht auch nur einzelner, gezielter Designmöbel bietet zudem die Möglichkeiten der Differenzierung und Individualisierung der eigenen Mietmöbelauswahl.

Sogar die Anzahl der Tische beeinflusst die Atmosphäre. Zum Beispiel wenn es beim Essen zu wenige Tische gibt. Dann wird es schnell hektisch und unruhig, weil Teilnehmer schnell noch einen Platz erwischen oder den bestehenden nicht verlieren möchten. Auch die Platzierung der Tische kann einen ähnlichen Effekt haben. Beispielsweise nah am Ein- und Ausgang, direkt neben dem Buffet oder sehr eng beieinander.

💡 Weiterführender Artikel

Style für die Location: Wie Designmöbel Raum- und Eventkonzepte bereichern.

» [Artikel lesen](#)

Sowohl die Art der Möbel als auch die Anzahl und Platzierung haben Einfluss auf die Atmosphäre und Stimmung.



Drei Tipps

- › Mit der Sitzordnung kann man dramaturgisch spielen und das solltest du für dein Event bestmöglich oder auch kreativ nutzen.
- › Denk bei der Sitzordnung an eure Unternehmensphilosophie und -hierarchie: Soll der Chef zum Mittelpunkt werden oder die Mitarbeiter?
- › Die Anordnung und Zuweisung von Tischen beeinflusst die Kommunikation. Willst du bestimmte Gruppen miteinander in Kontakt treten lassen? Dann setz sie einfach zusammen. Vielleicht hilfst du ihnen so bei der „schwierigen Sitzplatzwahl“.

Raum- und Platzbedarf nach Tischformen

Tischform	Größe	Platzbedarf
4er Ecktisch	120 x 80 cm	4,76 m ²
6er Ecktisch	180 x 80 cm	6,44 m ²
8er Ecktisch	220 x 80 cm	7,56 m ²
6er Rundtisch	Ø 120 cm	10,24 m ²
8er Rundtisch	Ø 150 cm	12,25 m ²
10er Rundtisch	Ø 180 cm	14,44 m ²
12er Rundtisch	Ø 220 cm	16 m ²
8er Tisch Oval	Ø 200 x 100	12 m ²
10er Tisch Oval	Ø 240 x 120	14,05 m ²

Sitzhöhe als Kommunikationsfaktor

Menschen kommunizieren gerne auf gleicher Augenhöhe. Daher sollte man auch die Bestuhlungsart und -höhe auf inhaltliche Ziele abstimmen. Stell dir das in drei Stockwerken vor.

Loungebereiche (Erdgeschoss)

Gemütliches Sitzen, das durch den großen Unterschied der Augenhöhe zu stehenden Gästen eine privatere und abgeschiedenere Wirkung hat.

Dinnerbestuhlung (1. Stock)

Die Bestuhlungsform empfiehlt sich, um zeitweise Ruhe in eine Veranstaltung zu bringen. Gäste sind gewissermaßen an einen festen Platz und eine gleiche Sitzhöhe gebunden.

Stehtische und Barhocker (2. Stock)

Eine flexible, den Austausch fördernde Bestuhlung, da die Augenhöhe im Sitzen und Stehen etwa gleich ist und diese Sitzordnung Platzwechsel und Bewegung der Gäste zulässt.

Ausgewählte Vorgaben der Versammlungsstättenverordnung NRW (VStättV(0))

Gilt für Veranstaltungen mit mehr als 200 Personen

Breite der Rettungswege

In Räumen: 1,20 m je 200 Personen

Im Freien: 1,20 m je 600 Personen

Räume mit mehr als 100 m²: min. 2 Ausgänge

Sitzplatzbreite: min. 0,50 m

Abstand zwischen: Stuhldreihen: min. 0,40 m Tischen: min 1,50 m

Der Platzbedarf für Besucher ist wie folgt reguliert:

1. für Sitzplätze an Tischen: 1 Besucher je m²
2. für Sitzplätze in Reihen und für Stehplätze: 2 Besucher je m²
3. bei Ausstellungsräumen: 1 Besucher je m²

Brandschutz

Bedenke, dass in allen Teilbereichen einer Veranstaltung (Bestuhlung, Dekoration, Messebau etc.) Brandschutzregeln eingehalten werden müssen! Daher eignen sich nicht alle Möbel und Gegenstände für ein Event. Hier sind sowohl Material als auch Standort zu berücksichtigen. In kleinerem Umfang (z.B. Tischdekoration) kann eine Brandschutzimprägnierung (Spray) weiterhelfen. Genaue Vorschriften entnimmst du dem Kapitel „Brandverhütung“ in der VStättV(0)!

Hinweis: Angaben sind Auszüge und Beispiele. Alle Angaben ohne Gewähr.

Sämtliche Vorschriften findest du in der VStättV(0) des jeweiligen Bundeslandes^[6].

Mit dem Aufbauplan zur finalen Sitzordnung

Um deine Gedanken zur Sitzordnung reibungslos in die Praxis umzusetzen, empfiehlt sich ein Aufbauplan. Dieser stellt einerseits sicher, dass alle Möbel an ihren vorgesehenen Platz kommen und sorgt andererseits für einen koordinierten und effizienten Aufbau.

Basis für diesen Plan ist ein im besten Fall gut bemaßter Grundriss der Location, in den die Funktionsbereiche sowie das gewünschte Farb- und Stellkonzept deiner Veranstaltung eingezeichnet werden. Bis die letzten Stühle, Tische und dekorativen Elemente an ihrem finalen Platz stehen, feilst du mit dem Ausstatter an diesem Konzept. Diese Zusammenarbeit empfiehlt sich, um in deiner Planung auch Fluchtwege, Wasseranschlüsse, Stromleitungen und andere Vorgaben der Versammlungsstättenverordnung korrekt und realistisch zu berücksichtigen. So entsteht nach und nach ein umsetzbares Raumbild mit Aufbauplan. Einen realitätsnahen Eindruck deines Raums setzen einige Ausstatter auch in sehr guten Renderings um.



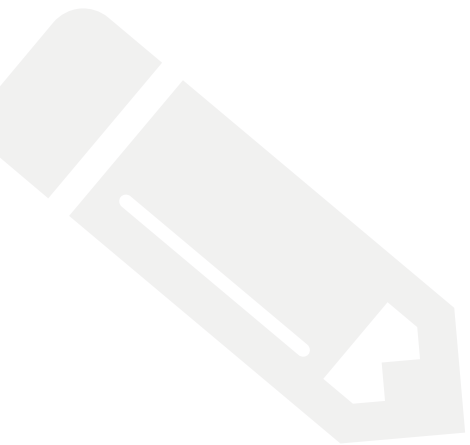
Vor dem Aufbau ist es wichtig, zentrale Raumpunkte im Plan festzulegen, an denen sich das Aufbauteam orientieren kann und von denen aus bemaßt wird. Als praktisches Tool aus der Aufbauplanung haben sich nach Maß zugeschnittene Holzpaneele bewährt, um Abstände schnell und richtig zu setzen.

AUFGABE 3

Führe dir deine Ziele noch mal vor Augen und gehe verschiedene Bestuhlungs- und Tischvarianten durch.

- › Wie viele Bereiche mit welchen Tischanordnungen und ggf. Stühlen brauchst du?
- › Unterstützt die Tischanordnung das dortige, gewünschte Verhalten?
- › Welche Botschaft soll sich im Ausstattungskonzept widerspiegeln?
Passt es auch zur Firmenphilosophie?
- › Bietest du verschiedene Sitz- und Stehgelegenheiten für mehr Bewegungsfreiheit und Abwechslung an?
- › Sollen z.B. Nischen für mehr Gemütlichkeit entstehen oder sollen alle zusammen stehen bzw. sitzen?

Schreibe deine Ergebnisse auf:



KAPITEL 4

TISCHGESTALTUNG & DEKORATION



Tipps & Ideen, um sich von anderen abzuheben!

Meistens sehen gedeckte Tische recht ähnlich aus. Die Komposition aus Geschirr, Besteck, Gläsern und Dekoration überrascht wenig – was oft sicher ausreicht. Aber auch bei der Inszenierung des Tisches kann man seine Gäste überraschen und sie über ausgewählte Objekte gezielt ansprechen.

Tischkultur sagt etwas aus

Bedenke auch beim Tischkonzept und der Dekoration, dass jedes Objekt eine Wirkung hat und etwas kommuniziert. Das gilt insbesondere für Pflanzen. Hier bietet sich immer der Vergleich zwischen einem Rolls-Royce und einem Bonsai an. Beide spiegeln sehr gut Alter und Tradition wider und passen deshalb gut zusammen. Genauso hat jedes Tischdesign eine ganz bestimmte Wirkung. Soll es eher zurückhaltend oder doch dekadent aussehen? Wie soll sich das Unternehmen im gedeckten Tisch wiederfinden? Versuche weiterzudenken als „Es muss hübsch aussehen“.

Echtheit

Echtheit ist auch hier ein wichtiger Aspekt. Gerade auf dem Tisch, wo die Menschen den Objekten sehr nahe kommen, sind passende Materialien bedeutend. Je nachdem welches Motto du aufgreifen möchtest, solltest du möglichst originalgetreue Objekte nutzen. Ein

Tischläufer aus echten Buchseiten ist beispielsweise besser als ein nachahmender Aufdruck (siehe Brandschutz, Seite 20). Noch besser sind individuelle, firmeninterne Originalteile aus der Produktion oder alte Fotos, die parallel auch sehr guten Gesprächsstoff bieten.

💡 Beispiele: Firmentypische Objekte einsetzen

Originalteile der Firma oder firmentypische Objekte können wundervolle Tischdekoration abgeben!

- » Bücher als Tischdeko
- » Betonblock als Deko
- » Tassen als Projektionsfläche
- » 4 Ideen für kreative Tischdekos

Multisensorische Erlebnisse

Kleine Unterschiede machen viel aus. Zum Beispiel das Gewicht des Glases. Schwere Objekte vermitteln den Eindruck von Wertigkeit. Holzelemente sehen auf den ersten Blick gleich aus, aber wenn es noch ganz frisches Holz ist, schafft es mit seinem Duft eine



ganz andere Stimmung. Multisensorische Effekte sind sehr wirkungsvolle Botschafter, aber auch hier lebt jede Idee von ihrer Echtheit. Imitate können den gewünschten Effekt nur bedingt erzielen.

Neben eher „versteckten“ Überraschungen kann man auch ganz offensiv überraschen und mit gewohnten Erwartungen brechen. Man kann die Teilnehmer beispielsweise aktiv einbinden (siehe Beispiele im roten Kasten). Man muss auch nicht immer zu klassischem Geschirr und Besteck greifen – es gibt auch untypische und sehr charismatische Alternativen.

💡 Beispiel: Tischgestaltung als Prozess

Gäste können auch aktiv in die Tischgestaltung eingebunden werden!

- » Tischgestaltung als bunter Prozess
- » Party-Baukasten

AUFGABE 4

Überlege, welche Objekte und Elemente deine Firma, dein Produkt, deine Philosophie am besten widerspiegeln und das Image unterstützen.

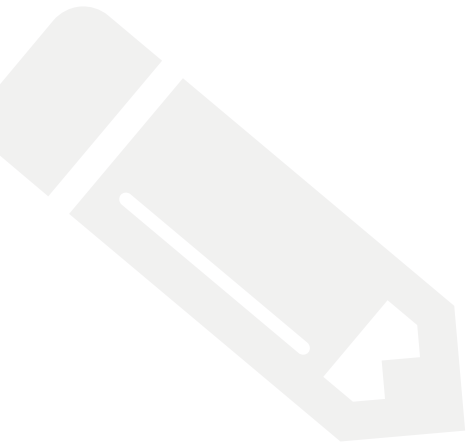
- › Was soll deine Tischdekoration kommunizieren? Welchen Stil soll sie haben?
- › Fallen dir passende und interessante multisensorische Elemente ein?
- › Gibt es spannende Originalteile eurer Firma, die du einbinden kannst?
- › Welche untypischen Table Top Ideen sind denkbar?

💡 **Ideen, Beispiele und Anregungen**

Viele inspirierende Beispiele und Motive für dein Moodboard findest du u.a. auf Pinterest.

» [Party Rent bei Pinterest](#)

Schreibe deine Tisch-Ideen auf:



KAPITEL 5

Tipps vom Ausstatter:

Raumgestaltung richtig planen

Damian Fischer von Party Rent berät Eventplaner bei der Raumgestaltung von Events. Für den Leitfaden beantwortet er typische und häufige Fragen rund um Organisation und Planung.



Denk an die Kleinigkeiten

Die perfekte Vorgehensweise bei der Planung und Ausgestaltung gibt es nicht. Warum? Weil es jedes Mal andere Anforderungen an eine Veranstaltung gibt. Aus zurückliegenden Projekten kann man aber Empfehlungen weitergeben. Verdeutlichen lässt sich das am besten, wenn man sich die typischen Fragen der Planer stellt:

Wann sollte ich mit der Planung beginnen?

Da gibt es alles. Zwei Jahre oder nur einen Monat vorher – immer abhängig davon, von welchen Dimensionen man spricht und ob es planungsintensive Themen gibt. Beispiele hierfür sind die Produktion bestimmter Stoffe oder die Programmierung von speziellen Lichtinstallationen. Bei einer mittelgroßen Veranstaltung bis zu 500 Personen kann ich empfehlen, die beteiligten Gewerke ca. ein halbes Jahr vor der Veranstaltung ins Boot zu holen. So gibt es noch genug Luft für eine Anpassung der Konzeption und für die Abstimmung mit den anderen Beteiligten.

Wie sollte ich die Auf- und Abbauezeiten planen?

Auch hier gilt: völlig abhängig von den jeweiligen Bedingungen. Knappe und fixe Zeitfenster können es erforderlich machen, dass Auf- und Abbau auch mal nachts stattfinden müssen, aber die Regel ist das nicht. Im Idealfall finden diese Arbeiten werktags zwischen 8 und 17 Uhr statt – einfach auch, um Personalkostenzuschläge zu vermeiden. Dass das nicht immer klappen kann, liegt auf der Hand. Optimale Bedingungen schafft zumindest für uns der 3-Tage-Turnus: Ein Tag Aufbau, ein Tag Veranstaltung, ein Tag Abbau. So hat man auch Pufferzeiten, falls es Störungen oder außerplanmäßige Änderungen gibt. Zeitfenster sind außerdem so zu organisieren, dass auch andere Gewerke nicht in ihrer Arbeit behindert werden. Erfahrungsgemäß kollidieren vor allem Ausstattung und Technik miteinander. Die einen brauchen Platz, um an die Decke zu kommen, die anderen wollen

unten schon aufbauen. Ein Gewerkemeeting im Vorfeld des Aufbaus macht absolut Sinn, um Zuständigkeit und Zeitfenster zu klären. Schon Kleinigkeiten, wie Stellflächen für LKWs, erleichtern die Aufbausituation enorm.

Wie viel Platz benötige ich?

Kommt natürlich ganz auf die Anzahl der Gäste an. Und auf das Konzept, das man umsetzen will. Bei Konzerten ist z.B. schon ein halber Quadratmeter pro Person und Stehplatz Pflicht. Bei Veranstaltungen mit Sitzbereichen kann man von 1 bis 1,8 m² Mindestfläche pro Person ausgehen – abhängig davon, ob es auch Buffet-, Bar-, Bühnen- und Tanzflä-



chen braucht. Schon die Form des Dinners hat ganz unterschiedlichen Platzbedarf. Wer denkt, dass Runtische echte Platzsparer sind, irrt gewaltig. Wer sechs Personen an einen runden Tisch setzen will, benötigt mindestens 1,20 m Durchmesser. Im Raum erfordert das mit Bestuhlung, Bewegungsfläche und Fluchtwegen 10,24 m². Ein rechteckiger Tisch braucht für sechs Personen mindestens 1,80 m Länge und 80 cm Breite. Mit Umgebungsflächen kommt er aber schon mit 6,44 m² aus. Auf 600 Personen umgerechnet macht also nur die Wahl der Tische schon knapp 400 m² aus.

Faustregeln gibt es auch für andere Bereiche:

- › 10% des Gästevolumens sind ein guter Richtwert für die Länge von Buffetmetern. Auf 100 Gäste kämen damit also etwa 10 Buffetmeter.
- › Für Tanzflächen gelten ebenfalls 10%. Bei 500 Personen sind etwa 50 m² Tanzbereich angebracht, wenn es sich nicht gerade um eine reine Tanzveranstaltungen handelt.
- › Nochmal 10% gelten bei der Gestaltung von Loungeflächen, vorausgesetzt, die Form der Veranstaltung setzt nicht ihrerseits schon einen Mehrbedarf voraus. 30 Meter Lounge für 300 Personen sind absolut ausreichend. Hier sind 10% aber wirklich das Maximum. Denn eine Lounge nimmt allgemein mehr Platz und Budget in Anspruch.
- › Für den Barbereich braucht es in der Größenordnung von 500 Personen schon eine dreifache Zapfanlage. Inklusive Ablageflächen werden hier schon etwa 15 Meter benötigt.
- › Die Bühne schlägt dann auch nochmal zu Buche, speziell wenn mit einer Band geplant wird. 5 Personen brauchen für ihr Instrumentarium um die 18 m².

Das alles können natürlich nur Richtwerte sein. Aber um ein Gefühl dafür zu bekommen, welcher Platzbedarf nötig ist und wie schnell Kapazitäten ausgeschöpft sein können, eignen sich diese Werte recht gut.

Auf welche Bedingungen der Location soll ich achten?

Für genügend Platz wurde hoffentlich bereits im Vorfeld gesorgt. Ansonsten sind einfach die Spezifikationen der Location zu beachten, damit die Logistik reibungslos über die Büh-

ne geht. Gibt es etwa Torbögen, erschwerte Zugänge, Brücken etc.? Denkmalgeschützte Räume bedürfen eines bodenschonenden Transports. Man muss sich Gedanken über Treppen und Aufzüge machen, wenn Veranstaltungen nicht im Erdgeschoss stattfinden.

Mit wieviel Besteck/Geschirr plane ich am besten?

Das entscheidet sich mit Auswahl der Catering-Form: Gesetztes Dinner, Flying, Buffet oder ein Mix aus allem – die Anforderungen sind völlig divers. Beim gesetzten Dinner liegt man mit 10% Mehrmenge in Bezug auf die Gästeanzahl auf der sicheren Seite. Beim Buffet kann man ruhig mit der doppelten Menge planen, denn mancher Gast geht auch ein zweites oder drittes Mal mit frischem Geschirr los. Gastgenaue Abzählung kann ich aber absolut nicht empfehlen. Irgendwo fällt doch immer eine Gabel runter. Damit einher geht im Übrigen auch die Organisation des Caterings. Rückstau ist hier ein wichtiges Thema. Wo wird das benutzte Geschirr verarbeitet? Ich würde immer eine



Lösung empfehlen, die sehr nah am Veranstaltungsraum liegt – das Service-Personal wird sich für jeden gesparten Meter bedanken. Außerdem: Wer Wegzeiten spart, spart auch zusätzliches Personal. Für den Rückstau an sich sollte man dann am besten „frisches“

Personal beschäftigen und nicht auf Arbeitskräfte zurückgreifen, die bereits den Aufbau gestemmt haben. Das vermeidet Fehler, die sich am Ende ansonsten in der Wiederbeschaffungsrechnung bemerkbar machen.

Welche Bedingungen habe ich zu beachten, wenn ich mich für ein Zelt als Location entscheide?

Im Grunde ist das ja die ideale Location, denn Fläche und Equipment können ideal aufeinander angepasst werden, allerdings geht eine temporäre Lösung natürlich auch immer ans Budget. Unabhängig davon zählt hier aber vor allem der Untergrund: Beton oder Wiese? Gibt es unterirdische Leitungen? Wenn ja, in welcher Tiefe? Ich muss das Zelt ja auch im Boden verankern können und darf mit den Erdnägeln keine Leitungen erwischen. Ab 75 m² zusammenhängender Zeltfläche ist im Übrigen eine Abnahme durch das Bauamt erforderlich. Hinzu kommen dann ggf. noch temporäre Sanitäreinrichtungen. Dann muss man sich auch um Abwasserleitungen usw. kümmern. Aber da muss einfach auch immer der spezifische Einzelfall betrachtet werden.

An welches typische Kleinequipment muss ich denken? Was wird immer vergessen?

Wir bemühen uns zwar, dass nichts vergessen wird, aber oft sind es die Sachen, die einfach weniger offensichtlich sind. Aschenbecher etwa, oder genug Kerzen für alle Kerzenständer. Was ich häufig erlebt habe ist, dass die Reinigungskraft für den Sanitärbereich bis kurz vor Veranstaltungsbeginn vergessen wurde. Und das sollte man bei einer 500-Gäste-Veranstaltung wirklich vermeiden.



8 PRAKTISCHE EMPFEHLUNGEN FÜR DIE ORGANISATION



Beginne möglichst früh mit der Planung. Binde alle Gewerke ein halbes Jahr vor dem Event ein.



Plane den Auf- und Abbau am besten als 3-Tages-Turnus: Ein Tag Aufbau, ein Tag Event, ein Tag Abbau.



Wenn du wenig Platz hast, nutze eckige Tische anstatt runder, das spart viel Platz!



Plane für Buffet, Tanzfläche und Lounge jeweils 10% der Gästezahl in Metern ein. Bei 100 Gästen sind das also 10 Meter.



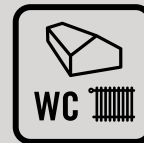
Achte auf die Anlieferungsbedingungen der Location: Platz für einen LKW, Treppen, Torbögen, Denkmalschutz etc.



Geschirr & Besteck: Plane bei einem gesetzten Dinner 10% Mehrmenge in Bezug auf die Gästezahl ein. Bei einem Buffet sollte man mit der doppelten Menge kalkulieren.



Denke beim Catering an den Rückstau: Wo wird das benutzte Geschirr verarbeitet? Wähle einen möglichst nahgelegenen Raum, um das Servicepersonal zu entlasten.



Hast du an alle „Kleinigkeiten“ gedacht: Aschenbecher, genügend Kerzen, Flaschenöffner, Feuerzeuge, jemand für den Sanitärbereich?

CHECKLISTE RAUMGESTALTUNG

Als ganz konkrete Hilfestellung möchten wir dir abschließend eine Checkliste und Exceldatei an die Hand geben. Diese soll dir die inhaltliche sowie planerische Raumgestaltung deines Events erleichtern!

Die Checkliste ermöglicht dir:

- › Fakten deiner Raumgestaltung übersichtlich zusammenzutragen
- › einzelne Phasen deines Events zu strukturieren
- › situationsgebundene Ziele, Aktionen und Inhalte einzuteilen
- › zielgerichtete Raumlösungen zuzuordnen und zu konkretisieren

Sichere dir kostenfrei und unverbindlich deine Checkliste für Raumgestaltung!

» Download Exceldatei

Event	Datum	Tag	KVV	Dauer	Rahmen/Kontext	Gäste/Zielgruppe	Anmerkungen	Zuständige Personen	...
	04.05.15	Dienstag	23	2 Tage	KundenEvent in Lagerhalle	Langjährige Kunden			
Raumgestaltung nach Phasen					Vor der Location	Begrüßung	Phase 2	Phase 4	...
Was passiert?									
		Beschreibung			Gäste kommen an	Gäste melden sich an, erhalten Namensschilder, ein Getränk, schauen sich um			
		Weiterführende Info/Links			Die meisten kommen mit Autos				
Aktionen									
		Beschreibung			Weg zum Eingang, zu Fuß	Begrüßungs- & Orientierungsphase			
		Weiterführende Info/Links							
Ziel									
		Beschreibung			Sollen nicht zum Eingang finden	Reibungsloser Ablauf, emotionale Erregung			
		Weiterführende Info/Links							
Zu vermittelnde Informationen									
		Beschreibung			Wie ist der Eingang	Größer Verlauf des Events, ohne zu viel zu erzählen, auf mehreren Schritten			
		Weiterführende Info/Links							
Botschaft/Message									
		Beschreibung			Das Event wird gekennzeichnet, spannend, überraschend und gut organisiert	Das Event wird gekennzeichnet, spannend, überraschend			
		Weiterführende Info/Links							
Emotionen									
		Beschreibung			Neugier, Spannung	Neugier, Spannung			
		Weiterführende Info/Links							
Atmosphäre									
		Beschreibung			Resonanz durch Location, Heizung, Umgebung	Gehemmt, mysteriös, dunkel, viel schwarz, einzelne schwache Lichtquellen, leichter Bezug zu James Bond			
		Weiterführende Info/Links							

Weiterführende Link-Tipps

Beispiele & Anregungen für das Raumdesign

- › Acoustic Scenography von hands on sound
- › Nachhaltiges Meeting Design, Tipps und Beispiele von VisitDenmark
- › Party Rent bei Pinterest
- › Raumgestaltung aus Post-its
- › Schwarzes Brett als Networking-Hilfe bei Events
- › „Wave of Taste“ in Köln: ein Best Practice für Eigenmarketing in der Eventbranche

Beispiele & Anregungen rund um die Tischdeko

- › Beispiele für bunte Gestaltung
- › David Stark Beispiele bei Pinterest
- › David Stark Design
- › Natürliche Dekorations-Stile

Blogs, Plattformen & Magazine

- › eveosblog
- › PLOT
- › Szenografans
- › Szenografie.de

Fachartikel

- › Ideen und Erkenntnisse des „Szenografie-Kolloquiums“ in Dortmund:
Wie funktioniert Wahrnehmung?
- › Mediale Inszenierung - wie Live-Kommunikation interaktiv wird
- › TRIAD Berlin: Vorträge und Präsentationen
- › Zusammenfassungen der Vorträge der Konferenz „Raumwelten“

Quellen

- [1] Video: „Die preisgekrönten Ausstellungen des Atelier Brückner | euromaxx“
- [2] 5 Faktoren immaterieller Ausstellungen um Interaktion & Veränderung zu fördern - DASA Szenografie Kolloquium
- [3] Szenografie Kolloquium 2015 - wie Raumwirkung, Objekte & Bewegung das Besucherlebnis lenken
- [4] Buch: „Ausstellungsgestaltung: Konzepte und Techniken“
- [5] Livebericht vom MINDchallenge Workshop:
Wie werden Meetings effektiver und interaktiver?
- [6] Versammlungsstättenverordnung auf Wikipedia
- [7] 18 Tipps für die räumliche Inszenierung eines Events von Simon Ackermann
- [8] Video: Interview zum Summit of Newthinking

Dieser Leitfaden ist eine unverbindliche Orientierung und Hilfestellung der Party Rent Group, Am Buskolk 16-22, 46395 Bocholt

Du benötigst Unterstützung bei deiner Raumgestaltung? Dann kontaktiere uns, wir helfen dir gerne weiter!



E-Mail info@partyrent.com

Telefon 02871 24 81 0

Web www.partyrent.com

Du hast Fragen zum Leitfaden? In diesem Fall ist Christoph von Party Rent dein Ansprechpartner:



Christoph Bovenkerk

E-Mail christoph.bovenkerk@partyrent.com

Telefon 02871 24 81 156

2015 | Copyright Party Rent Group

Der vorliegende Text steht zum kostenlosen Download zur Verfügung. Das Urheberrecht und alle Rechte am Inhalt verbleiben beim Verfasser, der keinerlei Gewähr für die Richtigkeit, Vollständigkeit oder Aktualität übernimmt. Eine Verwendung oder Vervielfältigung des Textes, auch in Auszügen, bedarf der Genehmigung des Verfassers. Eine Bereitstellung durch Dritte als Download oder gar der Verkauf sind nicht gestattet. Dieses PDF darf aber gerne weitergegeben und auch ausgedruckt werden ;)

Danke an: eveosblog für die redaktionelle und gestalterische Unterstützung, alle Fachleute und Wissenschaftler, die ihr Wissen mit uns geteilt haben und alle Unternehmen, Projekte und Partner, die die schönen Beispiele und Fotos ermöglicht haben.