

DIPLOM-Arbeit

Dipl. Event Managerin

(inkl. Sponsoring)

Zentrum Bildung Wirtschaftsschule KV Baden



**Gemeinsam Zeichen setzen
für Menschen mit Behinderung!**

Autorin SuzAna Senn-Benes





Inhaltsverzeichnis

Thema	Seiten
Vorwort: Zitat	3
Veranstaltungsprofil	4 - 5
Portrait des Vereins	6 - 7
Ausgangslage / Entscheidungsgrundlagen (SWOT-Analyse)	8 - 9
Quantitative und qualitative Zielsetzungen	10
Planung	11 - 14
Integration von Sponsoring	15
Lokalität	16
Organisation	17 - 19
Durchführung	20 - 21
Budget	22
Kontrolle der Eventziele	23
Persönliche Reflexion	24
DANK	25
Anhang	ab 26
-Lebenslauf	
-Offerten/Korrespondenz	
-Budget-Erläuterungen	
-Event-Dokumentations-Ordner	
-Quellenverzeichnis	
-Bestätigung	
Sponsoring-Konzept	separates Dokument



MAHATMA GANDHI

**Indischer Rechtsanwalt, Widerstands-Kämpfer &
Revolutionär hat einst weise Worte gesprochen:**

**„Sei DU selbst die Veränderung,
die DU DIR wünschst
für diese Welt!“**

**Diese Worte sind wahrlich Motivation
und Ansporn genug, mit einer**

HERZ_{ens-}

**Angelegenheit weiter
zu fahren...**



Ort des Events	Gemeindesaal Obersiggenthal in Nussbaumen bei Baden
Grobes Programm	<p>WANN – WO – WAS?</p> <p><u>Freitag-Nachmittag, ab 14.00 bis ca. 18.00 Uhr</u> Ausstellung der Arbeiten diverser Behinderten Organisationen aus der Region im Gemeindesaal Obersiggenthal. Kaffee-Bar-Betrieb</p> <p><u>Samstag, ab 13.30 – 17.30 Uhr</u> -Ausstellung der Arbeiten (dito Freitag) -Kaffee-Kuchen-Bar-Betrieb -Kinderunterhaltung: * Kinder- & Jugendchor Kirchdorf * Bewegungs-Künstlerin Simona Hofmann * Familien-Lotto * Kamelreiten</p> <p><u>Samstag-Abend, 19.00 – 24.00 Uhr</u> -Ausstellung der Arbeiten (dito oben) -Pasta-Plausch -bunte Unterhaltung: * mit Baden-Kennerin Silvia Hochstrasser * Poetry Slam-Künstler Simon Libsig * Behinderten Band Insieme * Musiker Adrian Stern</p> <p>Unter der Leitung von: - Projektleiterin SuzAna Senn-Benes - Wimi Wittwer (Jugendnetz Obersiggenthal)</p>
Rahmenbedingungen	<p><u>Saal</u> -geeignete Lokalität mit Infrastruktur -Möglichkeit Ausstellung Werke -Sitzplätze und Tische für Besucher -Parkplätze vorhanden -Technische Hilfsmittel: Musik-Anlage/Mikrophon -Künstler-Rückziehort</p> <p><u>Diverses</u> -Organisation Pasta-Plausch -Lotto-Preise -HERZ-Deko -nötige Bewilligungen: Parkplätze, Kamelreiten</p>
Budgetvorgaben	Die Events sind stets selbsttragend und müssen Gewinnbringend sein!



Portrait des Vereins



Nach „Baden zeigt HERZ“ folgte im Jahr 2011
die Gründung des Vereins

„**SCHWEIZ zeigt HERZ**“ (CHzH)

www.schweizzeigtherz.ch

Der Verein setzt sich aus 5 Vorstandsmitgliedern zusammen:



Team von rechts: SuzAna Senn-Benes (Initiantin/Projektleiterin), Hans Hofmann (Aktuar), Kerstin Gsell-Börngen (Administration), Peter Senn (Kassier) Pia Hüppi (Administration)

Grundgedanke Eine Bewegung mit dem Aufruf zu mehr HERZlichkeit im Alltag starten. In der schnelllebigen Zeit das Wesentliche zelebrieren.

Vision „Schweiz zeigt HERZ“ hat sich zum Ziel gemacht mit mehr HERZlichkeit im Alltag ein Zeichen zu setzen, zu berühren und bewegen. Vorerst in der Region, in Zukunft über die Kantons-Grenzen hinaus. Im Vordergrund steht der Aufruf. Als sympathischen Nebeneffekt darf gespendet werden!

Der Verein unterstützt zwei ausgesuchte Institutionen.
Ausland: Schulbildungsprojekt Margrit Fuchs Stiftung, Ruanda
Inland: Sorgentelefon für Kinder

Konkurrenz Der Verein hat keine Konkurrenz, denn er setzt sich ein für ein Miteinander. So kommen vorwiegend Menschen, die ebenfalls diesen Grundgedanken leben...

Wirtschaftliche Faktoren Wirtschaftskrise

Externe **Beeinflusser**: Besucher/Medien **Interne**: Mitglieder, Freunde, Familie, Institutionen



Unternehmens-Kultur (heute)

Der Verein setzt Zeichen und bewegt mit diversen Aktionen.

Auftritt

Das HERZ steht bei „Schweiz zeigt HERZ“ immer im Mittelpunkt. Der Event-Slogan „von HERZ zu HERZ“ kommuniziert und zeigt wohin der Gedanke führen soll! Es wirbt für ein HERZliches Miteinander.

Vision

Heute, IST-Zustand: „SCHWEIZ zeigt HERZ“ ist in der Region bestens bekannt. Verschiedene Unternehmen/Institutionen machen mit.

Morgen, SOLL-Zustand: in Zukunft soll der Vereins-Grundgedanke über die Kantons-Grenze wachsen. Weitere Unternehmen sollen teilnehmen, auch Schulen und verschiedene Institutionen sollen überzeugt werden.





Mit der „Baden zeigt HERZ“-Aktion wurden die ersten erfolgreichen Grundsteine gelegt, deshalb wagte die Initiantin den Weg mit „SCHWEIZ zeigt HERZ“:

Baden zeigt HERZ (BzH)

Im Jahr 2009 zierten einen Sommer lang 102 bunte HERZEN die Stadt und bewegten mit dieser Aktion Jung und Alt.



Spende

Vom Erlös und der Versteigerung wurden Fr. 150'000.— an die Margrit Fuchs Stiftung in Ruanda gespendet. Damit wurde ein Schulbildungsprojekt realisiert und ein Schulhaus gebaut.

Weitere Kreise gezogen

Während der Aktion erschienen von der EMMI (grösster Schweizer Milch-Verarbeiter) Rahmdeckelchen mit HERZEN der Ausstellung.



Ein Jahr darauf folgte das Buch „Von HERZ zu HERZ“. Ein Werk der Initiantin selbst, mit bunten und emotionalen HERZens-Geschichten diverser Persönlichkeiten aus der Region.



Ausgangslage/Entscheidungsgrundlagen (SWOT-Analyse)

Bisher erfolgreich durchgeführte Veranstaltungen von SCHWEIZ zeigt HERZ



31. März 2012

Start mit **Vernissage „Die Leichtigkeit der HERZlichkeit“** im Restaurant Roter Turm in Baden. 100 HERZ-Bilder, kreiert von SuzAna, wurden ausgestellt und jeweils Fr. 100.— von jedem verkauften Bild gespendet.



5. Mai 2012 der 1. Tag der HERZlichkeit.

Im HERZEN von Baden wurde auf den neuen Verein aufmerksam gemacht mit einer HERZ-Plache, an der sich viele Passanten mit einer Unterschrift verewigen konnten. Das Programm bekam durch das

Mitwirken vieler kleiner Künstler einen bunten und sehr HERZlichen Touch.



Krönung des HERZlichen Jahres

war der **HERZ-Bus**. Der Direktor der RVBW (Regionale Verkehrsbetriebe Baden/Wettingen), Stefan Kalt sponserte dem Verein den Bus für ein Jahr, wo diverse Geschäfte oder Privatpersonen mit dem Kauf eines HERZ-Inserates mitfahren konnten. Auf diesem Weg, wurde auf Badens Strassen, ein Jahr lang, auf die Idee aufmerksam gemacht.

Nach den abgeschlossenen drei Events spendete der CHzH-Verein an ausgesuchte Institutionen im In- und Ausland Fr. 5'000.--.



Am **2. Tag der HERZlichkeit**, am 5. Mai 2013, überzeugte der Verein erneut viele Geschäfte und Institutionen HERZ zu zeigen. So ist auch im Jahr **2014** ein HERZens-Aufruf geplant. Die Stadt Baden zeigt erneut HERZ via Facebook und Freizeitblock. Diverse Hotels aus der Region verwöhnen ihre

Gäste mit HERZlichen Köstlichkeiten. Wie auch immer, Hauptsache stets mit HERZ!



Überzeugte Sponsoren sind schon seit Jahren mit im Boot, vor allem seit „Baden zeigt HERZ“ und haben bereits Vertrauen in den Verein. Ebenfalls ist Unterstützung seitens der Medien vorhanden. Und immer wieder finden sich neue Helfer, welche tatkräftig mitmachen.

Interne SWOT-Analyse	
Stärken (Strengths)	Chancen (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - CHZH hat schon oft bewiesen, Menschen zu berühren und zu bewegen. Sich für einen guten Zweck stark zu machen. - Sponsoren, wie auch Teilnehmer wurden stets erfolgreich integriert, miteinbezogen. - Verein lässt sich gerne und gut von antreibender Motivation diverser Reaktionen und Feedbacks der Bevölkerung anspornen. - Ziel ist es in diesen Stärken zu wachsen und weiter zu machen... - Überzeugungskraft! 	<ul style="list-style-type: none"> - Heutiges Problem (Mobbing & Stress) zum Thema machen und hinsehen. - Tatsache wird oft thematisiert und es wird gerne nach Lösungen gesucht. - überzeugte Unternehmen zeigen gerne HERZ. Somit eine Chance weiterhin Sponsoren zu gewinnen. - Dank jahrelang erfolgreichem Auftritt weiterhin Beziehungen zu Privat-Personen und Unternehmen möglich. - Ein Miteinander ist gefragt. Die Welt ist offen für mehr HERZlichkeit!
Externe SWOT-Analyse	
Schwächen (Opportunities)	Gefahren (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - ehrenamtliche Arbeitsleistung zu finden. - fehlende Zeit - eingehen von Verpflichtungen (z.B. Verein) 	<ul style="list-style-type: none"> - Es kann sein, dass jemand am Anfang „Feuer und Flamme“ ist, mit Interesse mitmacht und am Schluss merkt, dass er keine Zeit oder Lust mehr hat! - keine Erfahrung mit Behinderten Menschen

FAZIT: Bei der SWOT-Analyse überwiegen klar die Stärken und Chancen. Somit steht der Bewegung, die HERZlichkeit weiter zu verbreiten, nichts im Weg. Ebenfalls handelt es sich um eine wertvolle Jugend-Arbeit. Jugendliche Erwachsene setzen sich für beeinträchtigte Mitmenschen ein. Das ist sicher ein sinnvoller und bereichernder Zeitvertreib und bleibt allen in bester Erinnerung. Auch später werden sich viele von ihnen, dann selbst schon Eltern, an diese erlebten Werte zurück erinnern und sich vermehrt für soziale Projekte einsetzen.

<p>Diese Event-Ziele sollen weiterhin verfolgt werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Das Bewusstsein der Bevölkerung und der Jugend erweitern. -Sich Miteinander für schwächere Mitmenschen einsetzen. -Spass haben und sich unentgeltlich für eine gute Sache einsetzen. - Den Bekanntheitsgrad vom SCHWEIZ zeigt HERZ-Verein und deren Bewegung „Aufruf zu mehr HERZlichkeit im Alltag“ weiter verbreiten. -Interessierte Mitmenschen anstecken.
--



Quantitative und qualitative Zielsetzungen

Quantitative Ziele

Mindestens **3** überzeugte Behinderten Organisationen finden, welche am Event mitmachen, d.h. ihre Werke ausstellen. (Z. B. Arwo, Insieme, Zeka aus der Region)

Mindestens **700** Besucher an den beiden Tagen begrüßen.

Mindestens **20** interessierte Jugendliche für die Organisation überzeugen.

4 regionale Medienvertreter gewinnen: Aargauer Zeitung, Rundschau, Radio Argovia, TeleM1

Den Gewinn von **einigen Tausend Franken** mit dem Event „Von HERZ zu HERZ“ an Behinderten Organisationen spenden können. Da die Spenden nicht das Hauptziel des Events sind, sondern die Begegnung „von HERZ zu HERZ“, ist jeder verdiente Franken GOLD wert und auf jeden Fall ein sympathischer Nebeneffekt.

Akquirieren von:
Helfern / Sponsoren / Schulen / Institutionen

Die Anzahl Interessenten ist gegen oben offen, denn jeder ist HERZlich willkommen und eine wertvolle Bereicherung und Unterstützung für die Umsetzung.

Qualitative Ziele

Der Event „von HERZ zu HERZ“ soll die Bevölkerung über die Arbeit des Vereins informieren. Sie mit bunten Programm unterhalten und die **“Bewegung“** bekannter machen. Jugendliche sollen ein Teil des Events sein, auch mit eigenen Ideen und Mithilfe diesen Anlass durchführen helfen. Es handelt sich um eine unentgeltliche Arbeit. Es stehen vor allem zwischenmenschliche Werte im Mittelpunkt. So ist das wertvolle Miteinander auch Haupt-Thema.

An das **Bewusstsein** der Besucher soll geklopft werden, um es zu wecken und zu aktivieren, die HERZlichkeit bewusster zu integrieren und diese auch so zu leben. Denn im Alltag gehen häufig wichtige Werte verloren oder werden gar vergessen!

Das **Miteinander** ist ein grosser Teil, aber auch ein Zusammensein mit Freunden und der Familie. Es soll eine Unterhaltung geboten werden, welche fassbar ist und welche man ein Stückweit selbst mit gestalten kann. So sollen Mütter/Väter mit ihren Kindern motiviert werden unbedingt dabei sein zu wollen. Der Anlass soll auch die wichtigen zwischenmenschlichen Begegnungen fördern.

Der Besucher soll sich noch lange daran erinnern. Mit dieser Botschaft, dieser Lebenseinstellung mehr HERZens-Wärme in den eigenen Alltag einbringen.



Planung

Das Organisations-Komitee für das neue SCHWEIZ zeigt HERZ-Projekt
„von HERZ zu HERZ“ setzt sich wie folgt zusammen:



Aufgaben vor dem Event			
Was ist zu tun?	Beschreibung	Bis wann?	Verantwortung
Besprechung mit Wimi W.	Entscheiden, ob Event durchgeführt wird. Mit Wimi W. einen Termin für 1. Meeting suchen.	bis spätestens Wo. 25	SuzAna S.-B.
Anfragen der Behinderten Organisationen inkl. „Insieme“-Behinderten-Band	Briefe an Behinderten Organisationen verschicken und über Projekt aufklären. Motivieren mitzumachen.	Nach def. Entscheidung, ob Event durchgeführt wird! Ab Wo. 25	SuzAna S.-B.
Saalmiete	Gemeindesaal reservieren	Ist provisorisch erledigt, def. Buchung bis spät. September	SuzAna S.-B.
Bewilligungen Parkplätze	Mit Gemeinde klären	Bei definitiver Saal-Buchung	SuzAna S.-B.
Samariter (Sicherheit)	Abklären, ob Samariter aus dem Dorf mitmachen	Woche 40	SuzAna S.-B.
Kontakt zu Unterhaltungs-Teilnehmer	Künstler def. buchen und Verträge aufsetzen	nach def. Entscheidung, dito oben	SuzAna S.-B.
Verträge für Künstler	Ausarbeiten	bis Wo. 40	SuzAna S.-B.
Sponsoren anfragen	Sponsoren mit Konzept, telefonisch und pers. kontaktieren	bis Wo. 40	SuzAna S.-B.
Erstes Meeting mit allen Jugendlichen	- kennen lernen, - - gemeinsam Einsatz-Plan ausarbeiten - weitere Termine planen	Nach den Sommerferien Ab Wo. 38	SuzAna S.-B. Wimi W.
Vorverkauf Tickets	Wie und Wo? Intern od. auswärts geben?	Bis zwei Wochen vor Event klären	SuzAna S.-B. Wimi W. mit Team
Pasta-Plausch	Vorkehrungen für Pasta-Plausch machen.	Während Sitzung bespr.	Wimi W. mit Team



Kuchen-Liste	Bekannte, Freunde anfragen, wer auch noch Kuchen backt.	Während der Vorbereitung stets ergänzen	Wimi W. mit Team
Dekoration	DEKO mit HERZ: Eingang, Saal, Bühne und Tische.	Muss eine Woche vor Event fertig sein	SuzAna S.-B. Wimi W. mit Team
Ausstellungsmöglichkeiten f. Behinderten Organisation	Skizze für Ausstellungsmöglichkeiten für die Werke der Behinderten.	Als Traktanden, während Sitzung bespr.	Wimi W. mit Team
Bestuhlung: Fam.-Nachmittag, Konzert Abend	Skizze für Tisch-/Stuhl-Aufstellung für die beiden Tage	Traktanden während Sitzung bespr.	Wimi W. mit Team
Lotto vorbereiten	Preise parat machen und Lotto-Utensilien besorgen	Traktanden während Sitzung	SuzAna S.-B. & Wimi W. mit Team
Verträge unterzeichnen	Künstler unterzeichnen	bis Woche 40	SuzAna S.-B.
Text Webseite	Informationen auf CHZH-Webseite laden	Immer wieder mit Neuigkeiten Ergänzen	SuzAna S.-B. Jugendliche vom J-Netz Obers.
Tischkarten kreieren und drucken, Namensschilder, Jugendschutz-Info-Tafeln	Auf jeden Fall das HERZ in Vordergrund stellen.	Eine Woche vor Anlass	SuzAna S.- B. & Wimi W. mit Team
Medienberichte und Presse-Mappen	PR-Texte ausarbeiten und Mappen vorbereiten	Ende März/Anf. April 2015	SuzAna S.-B.
Besprechung mit Behinderten-Organisationen vor Ort	Den Vorgang besprechen, mit Verantwortlichen der Behinderten Organisation vor Ort alles anschauen	Do., 30. April 2015	SuzAna S.-B. & Team CHZH
Kontakt zu Künstlern	Letzte Details durchgeben	Anfang April 2015	SuzAna S.-B.
Programm-Ablauf	Ein Programm erstellen	Eine Woche vor Event	SuzAna S.-B.
Einsatz-Plan für Helfer	Jeder bekommt einen Plan und sieht was und wo er seinen Einsatz hat. Einkauf besprechen.	Eine Woche vor Event	SuzAna S.-B. Wimi W.
Letztes Briefing vor Event Arbeiten-Aufteilung	Mit allen Helfern und Behinderten Organisationen alles im Detail besprechen.	Freitag-Vormittag, 1.Mai 2015	SuzAna S.-B. & Wimi Wittwer
<u>Vorbereitung:</u> -Kaffee-Kuchen-Buffer -Geschirr parat stellen -DEKO Saal/Bühne/Eingang -Tische & Stühle parat -Lotto-Preise/Lotto-Karten -Kasse mit Münzgeld -Namensschilder verteilen -Schilder für Jugendschutz (kein Alkohol unter 16)	Alles was auf dem Einsatz-Plan steht wird durchgeführt. Jeder weiss wo sein Platz ist.	Vorbereitung Do.-Abend Fr.-Vormittag	SuzAna S.-B. & Wimi Wittwer & Jugendliche



Da es sich um einen 2-tägigen Event handelt, wird nur der Samstag genauer beschrieben.

Aufgaben während dem Event (Samstag-Nachmittag)			
Was ist zu tun?	Beschreibung		Verantwortung
Gäste empfangen	Allenfalls erklären, dass beim Kuchen-Buffer Selbstbedienung ist.	Ab 13.30 Uhr	Wimi W. & Team
Ansage	Ansage, wie alles vor sich geht.	13.45 Uhr	SuzAna S.-B.
Lotto	Preise und Nummern bereit stellen	Ab 14.00 Uhr	Wimi W. & Team
Um Unterhaltungs-Teilnehmer kümmern	-Jugendchor -Simona Hofmann -L. Gaillard & Kamele	Ab 14.00 Uhr	CHZH-Team
Durchs Programm führen	Ankündigung der Unterhaltungs-Künstler	Ab 14.00 Uhr	SuzAna S.-B.
Motivation Kamel-Reiten	Nach Ende des Nachm.-Programms werden die Gäste eingeladen nach draussen zu den Kamelen zu gehen	Ab 16.30 Uhr bis 17.30 Uhr	Laurent Gaillard

Aufgaben während dem Event (Samstag-Abend)			
Was ist zu tun?	Beschreibung		Verantwortung
Abendkasse	Kontrolle reservierte Eintritte und spontane Gäste	Ab 19.00 Uhr	Wimi W. & Team
Gäste begrüßen	Allenfalls erklären, dass es Selbstbedienung ist.	Ab 19.00 Uhr	Wimi W. & Team
Pasta-Plausch-Buffer	Empfang und Platzierung der Unterhaltungs-Teilnehmer. Verpflegung	Ab 19.00 Uhr	SuzAna S.-B. & CHZH-Team
Künstler betreuen	Beim Buffer stehen und Gäste mit Pasta-Köstlichkeiten verwöhnen.	Ab 19.00 Uhr	Wimi W. & Team
Durchsage Programm	Die Projektleiterin kommt kurz zu Wort und erklärt den Abend.	Ab 20.00 Uhr	SuzAna S.-B.
Ablauf Programm	Programm-Ablauf wird gecheckt und eingehalten	Ab 20.00 Uhr	SuzAna S.-B. & Moderator
Präsente/Blumen oder Gagen überreichen	Nach Auftritt der einzelnen Künstler	Nach jedem Auftritt	CHZH-Team
Verabschiedung und DANK	Teilnehmer werden verabschiedet und es wird allen gedankt	Vor Ende der Veranstaltung	SuzAna S.-B. Wimi W. & Team CHZH-Team



Aufgaben nach dem Event (Samstag/Sonntag)			
Was ist zu tun?	Beschreibung	Bis wann?	Verantwortung
Samstag			
Einen Teil aufräumen, Abfall vorsortieren. Allenfalls wird die Musik-Anlage schon zusammengestellt und abgeholt und sonst erst am Sonntag.	Grob-Aufräum-Aktion	Nach Event, 24.00 Uhr Dauer ca. halbe Stunde	SuzAna S.-B. CHZH-Team Wimi W. & Team
Behinderte Teilnehmer räumen ihre Werke zusammen	Die ausgestellten, nicht verkauften Ware werden wieder eingepackt	Nach Event	Behinderten Org. & deren Teilnehmer
Sonntag			
Ganzer Saal (Tische, Deko, Abfall...)	Aufräumen, reinigen	Ab 10.00 Uhr	SuzAna S.-B. mit Team CHZH & Wimi W. & Team
Ware wird abgeholt	Behinderte Teilnehmer holen ihre nicht verkauften Ware ab	Ab 10.00 Uhr	Behinderten Organisationen & Teilnehmer
Schlüssel-Abgabe	Schlüssel-Abgabe beim Abwart	Ab 14.00 Uhr	SuzAna S.-B.
Abrechnung Einnahmen, allenfalls noch Rechnungen zahlen	Geld wird gezahlt und allenfalls noch Bezahlungen getätigt	In der ersten Woche nach dem Event	Kassier CHZH
Rückgabe der restl. Getränke/Esswaren...	Bei Resten (wie im Einsatzplan abgemacht) wieder retournieren	Ab Montag nach dem Event	Wimi W. & Team
Feedback-Besprechung	Alle Helfer/Teilnehmer ermuntern ein Feedback zu geben (mdl oder per Mail an SuzAna). Mit Helfern findet nach dem Aufräumen eine kurze Nachbesprechung statt.	Nach Event, nach dem Aufräumen	Alle zusammen Helfer Teilnehmer Künstler Besucher
Feedbacks auswerten	Zusammenfassung aller Rückmeldungen	Erste Woche nach Event	SuzAna S.-B. Wimi W.
Geplantes Nachtessen mit Helfern	Gemütliches Beisammensein als DANK	Mit den Helfern direkt besprechen	SuzAna S.-B. Wimi W.

Anmerkung

Die Daten- und Zeit-Angaben werden bei definitiver Durchführung nochmals im Detail angeschaut. Ebenso die Sicherheit mit den Samaritern aus dem Dorf und der Ticketverkauf. Da müsste überlegt werden, ob der Vor-Verkauf vom Team durchgeführt oder dies an ein überzeugtes Geschäft übergeben wird, welches diese Arbeit unentgeltlich übernimmt. So könnte dieses allenfalls neue Kunden gewinnen, welche die Tickets in den Laden abholen kommen. Wird bei „Vitamin-B-Verbindungen“ gerne gemacht.

Um einen reibungslosen Event auf die Beine zu stellen wird auch ein Ordner angelegt (siehe Details im Anhang) und eine interne Computer-Ablage vorgenommen.



Integration von Sponsoring

RAIFFEISEN	<p>Die gut verankerte Regional-Bank-Raiffeisen engagiert sich aus Tradition in vielfältiger Art für die Gesellschaft – lokal, regional und national.</p> <p><u>Raiffeisen-Philosophie:</u> Der grösste Teil des Sponsoring-Engagements wird zwischen den selbständigen Raiffeisenbanken und lokalen und regionalen Vereinen, Veranstaltern und Organisationen verteilt.</p> <p>Eignet sich als Sponsor, weil ihre Philosophie passt und ein grosser VORTEIL ist, dass sie bereits bei der „Baden zeigt HERZ“-Aktion mit dabei waren mit einem HERZ-Kauf.</p>
Die Mobiliar <i>Versicherungen & Vorsorge</i>	<p>Die Mobiliar engagiert sich in vielen Belangen der Gesellschaft: Prävention und Sicherheit, Umwelt, Kunst und Kultur.</p> <p>VORTEIL: HERZ-Kauf bei „Baden zeigt HERZ“.</p>
	<p>Die Bäckerei ist aus der Region und immer wieder als Sponsor bei allfälligen kulturellen Veranstaltungen vor Ort.</p> <p>VORTEIL: HERZ-Kauf bei „Baden zeigt HERZ“.</p>
	<p>Müllerbräu ist ein beliebtes und bekanntes Bier aus der Region und ebenfalls oft vertreten an diversen Veranstaltungen.</p> <p>VORTEIL: HERZ-Kauf bei „Baden zeigt HERZ“.</p>
Weber GartenCenter	<p>Garten Center Weber ist oft an Veranstaltungen mit Blumen-Dekor vertreten und in der Region bestens bekannt.</p>

Entscheidungs-Matrix

Kriterien	Raiffeisen, Filiale Baden	Die Mobiliar, Baden	Bäckerei Frei Nussbaumen	Weber Gartencenter, Kirchdorf	Müller Bräu Baden
Bekanntheitsgrad der Firma	5	5	5	5	5
Affinität zur Zielgruppe	5	4	4	2	2
Verankerung der Firma in Region	5	5	5	5	5
Nutzung von Synergien	4	4	4	3	3
Persönliche Beziehung	5	2	5	2	1
TOTAL	24	22	23	17	16
RANG	1	3	2	4	5

Bewertung: 1 schlecht / 2 recht / 3 mittel / 4 gut / 5 sehr gut

Begründung Auswahl Haupt-Sponsor

Da seit der BzH-Aktion bereits schon eine „geschäftliche“ Beziehung besteht und die Bank sich mit Freude beteiligt hat. Mit HERZ-Rohling-Kauf und Mini-HERZEN-Verkauf in der Filiale, ist es deshalb sicher von Vorteil erneut anzuklopfen. Die Bank kann weiterhin vom Sympathie-Bonus der Aktion profitieren und mit einem erneuten Auftritt inkl. Wettbewerb NEU-Kunden generieren. Die Philosophie der Raiffeisen ist ein breites Sponsoring-Engagement in der Region und somit ein Pluspunkt für den Event „von HERZ zu HERZ“.



Lokalität

Bewertung

Kriterien Lokalität	Saal Roter Turm, Baden	Gemeinde-Saal Obersiggenthal	Tägerhard, Wettingen
Lokal in Baden oder in der Nähe	*****	****	**
Raumgrösse	***	*****	*****
Infrastruktur vor Ort	*****	*****	*****
Technik vor Ort	*****	*****	*****
Anfahrt per PW	*	*****	*****
Öffentl. Verkehrsmittel	****	*****	*****
Parkplätze vor Ort	***	*****	*****
Kosten	***	*****	*
Total	29	39	33

Nutzwertanalyse	
*	nicht geeignet
**	ein kleiner Teil überzeugt
***	mittelmässig
****	recht gut
*****	sehr gut

Überzeugt hat Lokalität B: Gemeindesaal Obersiggenthal

Preis-Leistung stimmt – Infrastruktur – Parkplatzmöglichkeiten – grosser Saal – zusätzliches Foyer – mit öffentlichen Verkehrsmitteln gut erreichbar – Küche & Bühne vorhanden.

Da es ja eine Fortsetzung der Badener HERZ-Aktion ist, sollte das Lokal in der Region von Baden sein. Der Saal sollte Platz haben für die Ausstellung, ein Zusammentreffen und Unterhaltungs-Möglichkeiten auf der Bühne. Am idealsten scheint nun die Variante in Nussbaumen bei Baden. Da ist der Saal unterteilt mit einem Foyer, ideal für die Ausstellungs-Werke und der Saal ist überschaubar. Der Vorplatz passt perfekt für das Kamelreiten und es hat genügend Parkplatz-Gelegenheiten vor dem Haus. Auch ist der Gast mit öffentlichen Verkehrsmitteln in wenigen Geh-Minuten beim Geschehen. Die Saalkosten sind zahlbar und bei der definitiven Entscheidung den Event durchzuführen wird die Gemeinde noch angefragt, den Saal allenfalls etwas günstiger zu vermieten.

Nicht überzeugte Lokalitäten

Saal Roter Turm in Baden: zu kleiner Saal und keine Park-Möglichkeiten vor dem Haus.
 Tägerhard-Saal, Wettingen: Leider nicht umgehend in Baden, Kosten viel zu hoch.



Organisation

5 wichtigste Prioritäten,
damit die Veranstaltung durchgeführt werden kann:

Zusage der Mithilfe Jugendnetz Obersiggenthal (Helfer)	Wichtig ist, ein Miteinander zu zelebrieren. Alle sollen zusammen Spass haben. Die Jugendlichen setzen sich mit HERZ für benachteiligte Mitmenschen ein.
Zusagen von Behinderten Organisationen	Damit die Idee auch umgesetzt werden kann, ist es wichtig, dass die Behinderten Organisationen aus der Region mitmachen. So können die Menschen mit einer Behinderung sich und ihre Werke zeigen. Ein wertvoller zwischenmenschlicher Akt.
Passende Lokalität	Wichtig ist, dass die Lokalität mit öffentlichen Verkehrsmitteln gut erreichbar ist und genügend Parkplätze hat. Infrastruktur und der Preis müssen überzeugen!
Buntes Unterhaltungs-Programm Zusage von Adrian Stern	Um Zuschauer anzulocken braucht es eine zusätzliche „Spezialität“, ein buntes Unterhaltungsprogramm mit einem Star-Gast.
HERZliche Dekoration	Damit die HERZ-Idee auch ankommt, soll das HERZ im Zentrum des Anlasses stehen. In verschiedenen Varianten sollen HERZ-Symbole, von den Jugendlichen und Behinderten Organisationen, hergestellt werden.

Für den Freitag-Nachmittag, 1. Mai und den Samstag-Nachmittag, 2. Mai wird kein Regie-Plan aufgelistet. Wegen vorgegebener Seitenanzahl in der Diplom-Arbeit (daher Platzmangel). Bei einer definitiven Durchführung des Anlasses müsste das natürlich nachträglich im Detail überlegt und schriftlich festgehalten werden.



Regie-Plan für Samstag, 2. Mai 2015

Es wurde nur der Samstag gewählt, da es der Haupt-Teil der Veranstaltung ist.

Regie-Plan vor Unterhaltungs-Programm

Zeit	Wer	Was
15.30 Uhr	W.W. & Team	Eintreffen der Küchen-Crew, welche für den ganzen Pasta-Plausch (Kochen, Geschirr parat stellen, Abend-Tischdekoration) verantwortlich ist.
ab 16.30 Uhr	Künstler und Anlage	Die Künstler bringen ihre Utensilien (ob technische Mittel oder Sonstiges) und stellen alles parat. Allenfalls schon auf der Bühne.
18.00 Uhr	Künstler	Sound- & Mikrophon-Check
18.30 Uhr	CHzH-Team	Vorbereitung Abendkasse (Kasse mit Wechselgeld) Liste der reservierten Tickets
19.00 Uhr	SuzAna & CHzH-Team	Verpflegung der Künstler / Türöffnung für Abend
20.00 Uhr	SuzAna & Moderator	Beginn des Abend-Unterhaltungs-Programms

Regie-Plan für Technik

20.00 Uhr	Bühnenvorhang öffnen / Saal-Licht aus, Bühnen-Licht an
21.35 Uhr	Nach Pausen-Ansage von Moderator Bühnenvorhang zu, Licht auf Bühne aus, Licht in Saal an.
22.05 Uhr	Bühnenvorhang öffnen / Saal-Licht aus, Bühnen-Licht an.
00.00	Nach Verabschiedung und Gruppen-Bild Bühnen-Vorhang zu, Licht aus und Licht in Saal an.

Die Bühne wird nicht mit Scheinwerfern beleuchtet, sondern nur mit dem Bühnenlicht. Somit braucht es nur Anweisungen wann das Saallicht ausgehen muss und wann die Bühne beleuchtet wird. Die Musiker kümmern sich selbst um ihre Instrumente, dafür gibt es vorher einen Sound-Check.



Regie-Plan / Drehbuch während Unterhaltungs-Programm		
Zeit	Moderator/Künstler	Unterhaltungs-Art
20.00 Uhr	Projektleiterin	macht Einleitung
20.05 Uhr	Moderator	sein Part, erster Tag als Moderator
20.10 Uhr	Silvia Hochstrasser	Berichtet über die Entwicklung der Behinderten Organisationen in der Region.
20.40 Uhr	Moderator	macht kurzes Interview mit Silvia Hochstrasser, bedankt sich und sagt Insieme an.
20.45 Uhr	Insieme	erster Auftritt der Band
21.15 Uhr	Moderator	sagt Simon Libsig an
21.15 Uhr	Simon Libsig	lässt Buchstaben jonglieren
21.45 Uhr	Moderator	spricht mit Künstler und will Tipps von ihm. PAUSE wird angesagt.
22.15 Uhr	Moderator	Kommt nach 30-minütige Pause und sagt mit Spannung den Star Gast Adrian Stern an.
22.20 Uhr	Adrian Stern	Singt aus seinem Repertoire.
22.50 Uhr	Moderator	Unterhält sich mit Adi Stern und bittet Insieme nochmals auf die Bühne.
22.55 Uhr	Moderator	Sagt Adi Stern und Insieme nochmals an.
22.55 Uhr	Adrian Stern (& Insieme)	Musizieren gemeinsam
23.30 Uhr	Moderator	Spricht mit den Insieme-Mitgliedern und mit Adrian Stern, wie es ihm gefallen hat.
23.35 Uhr	Adrian Stern & Insieme	Zugabe...
23.45 Uhr	Moderator & Projektleiterin	Beenden gemeinsam den Abend und holen alle Teilnehmer nochmals auf die Bühne für Gruppen-Foto.



Durchführung

Die unkonventionelle Dramaturgie, offene Form mit Nummern-Abfolge wurde gewählt. Diese Form deshalb, weil ein roter Faden (passend: ROT wie das HERZ) durch den ganzen Event gezogen wird. Eine bunte Ausstellung wird gezeigt, der Familien-Nachmittag mit Unterhaltung soll ein aktives, wie auch passives Programm bieten und die Krönung des Abends ist die Abendunterhaltung mit Starbesetzung Adrian Stern. So wird der Event von A-Z mit Spannung, Spass und Unterhaltung bespickt und die HERZens-Angelegenheit steht die ganze Zeit im Mittelpunkt. Da der Event an zwei Tagen geplant ist, wurde nur der Samstag-Abend etwas ausführlicher dargestellt und vermehrt mit dem roten Faden versehen. Das Freitag- und Samstag-Nachmittag-Programm wurde nur kurz beschreiben.

Freitag-Nachmittag, 1. Mai 2015

An diesem Nachmittag stehen behinderte Mitmenschen im Zentrum. Die interessierten Besucher schauen sich die Ausstellung an und kaufen die bunten Werke, welche besonders gut gefallen. An der Kaffee-Kuchen-Bar gönnen sie sich eine süsse Köstlichkeit und pflegen die zwischenmenschlichen Begegnungen.

Samstag-Nachmittag, 2. Mai 2015

An diesem Nachmittag steht das Familien-Treffen auf dem Programm. Nach wie vor können die Werke bestaunt und gekauft werden. Es wird musikalische und bewegliche Unterhaltung geboten. Und das Lotto sorgt sicher für Spass und Spannung. Das Kamel-Reiten wird zur Krönung des Nachmittags.

SAMSTAG-ABEND, 2. Mai 2015

Phase	Beschreibung
Einführung	Ab 18.30 Uhr kommen die Gäste mit reservierten Plätzen in den mit vielen HERZen geschmückten Saal. Spontane Besucher zahlen den Eintritt an der Abendkasse. Den Gästen wird der Platz zugewiesen und ein SchokoladenHERZchen übergeben. Bis zum Beginn des Programms können sie sich nochmals die Ausstellung anschauen, in die Vielfalt all der bunten Werke tauchen und sich beim leckeren Pasta-Plausch verköstigen.
Exposition	Die Projektleiterin kommt zu Wort & berichtet voller Freude und Überzeugung über die Umsetzung der Idee und die vielen bereichernden Begegnungen rund um das HERZliche Projekt.
Steigerung	Während der kurzen Rede schleicht sich der witzige Moderator, Mike Weber, etwas unbeholfen auf die Bühne. Nach längerem Anlauf, da es sein erster offizieller Tag ist und er sich als Moderator noch etwas einleben muss, sagt er mit Hilfe der Projektleiterin, Silvia Hochstrasser an.
Höhepunkt 	Silvia Hochstrasser kennt Baden in und auswendig. Mit Freude und Leidenschaft berichtet sie über „ihre“ Stadt und verbindet ihre Geschichten mit vielen Informationen bezüglich Entwicklung der Behinderten Organisation in der Region. Der Besucher hört gespannt zu.
Steigerung	Der Moderator, immer noch unsicher, trotzdem irgendwie auch keck, moderiert frisch-fröhlich weiter und sagt schon etwas selbstbewusster die Behinderten-Musik-Gruppe Insieme an.



Höhepunkt 	Die behinderten Musikgruppe Insieme unterhalten mit einstudierten Songs, sie spielen selbstbewusst auf ihren Instrumenten und punkten mit Sympathie beim Publikum. Sie strahlen voller Begeisterung und stecken die Anwesenden mit ihrer Freude an der Musik und leuchtenden Augen an.
Steigerung	Der Moderator sagt den Wortakrobaten Simon Libsig an und versucht sich kurz selbst mit dieser Technik, natürlich ohne Erfolg, so lässt er es dann doch lieber bleiben, denn er will sich ja nicht noch mehr blamieren.
Höhepunkt 	Simon Libsig ist in Baden, aber auch über die Kantonsgrenze bekannt. Er kommt in Fahrt und kann vor lauter Buchstaben-Jonglieren kaum die Luft anhalten. Er berichtet über Gott und die Welt, über Alltag, über Träume und Vorstellungen all seiner Mitmenschen. Die Ideen findet er während er mit offenen Augen durchs Leben geht und davon nie genug bekommt. Diese Erlebnisse gibt er wortgewandt an die begeisterten Gäste weiter.
Umschwung	<u>PAUSE:</u> Zur Erfrischung können sich die Gäste an der Bar bedienen, weiter die zwischenmenschlichen Begegnungen pflegen und sich über das bereits gehörte austauschen. Für Raucher ist ein Plätzchen im Aussenbereich bereit gestellt.
Steigerung	Nach 30-minütiger Pause geht das Programm weiter. Der Moderator, noch etwas benebelt von der Pause - wer weiss, ob er sich einen Beruhigungs-Drink genehmigt hat - kommt, nun selbst als Komiker mit spitzbübischem Schalk, zu Wort. Er sagt mit grosser Spannung und kurzer Einlage den Star-Gast an. Die Spannung wird extra noch künstlich etwas in die Länge gezogen. Indem die Ansagekarten auf den Boden fallen und dann zuerst wieder vorsichtig sortiert werden müssen. Der Moderator kommt sichtlich ins Schwitzen, versucht aber hartnäckig wie ein Profi zu wirken.
Höhepunkt 	Der beliebte Sänger Adrian Stern singt aus seinem Repertoire. Von „ich ha nur welle wüsse...“ – bis zum Hit „Amerika“. Nach seinem Auftritt kommt auch die Insieme-Gruppe hinzu. Voller Begeisterung und Freude, mit einem bekannten Musiker als Begleitung spielen zu dürfen, legen sie sich alle zusammen ins Zeug. Das Publikum ist ergriffen und begeistert. Es entsteht vor den Augen des Publikums eine wahre, musikalische „von HERZ zu HERZ-Begegnung“.
Umschwung	Nach dem Konzert plaudern die Gäste noch ein wenig über das Erlebte, über einen erfüllten Tag und gönnen sich zum Abschluss einen Schlummertrunk.
Lösung	Nach gelungenem Abend mit buntem Programm, vielen Highlights und zufrieden lächelnden Besuchern geht ein erlebnisreicher Tag, kurz nach Mitternacht, zu Ende.

Nutzen für HAUPT-SPONSOR: Das Publikum sieht während dem ganzen Unterhaltungs-Programm dessen LOGO auf der Bühne. Der Pasta-Plausch ist auf seinen Tischtüchern platziert und mit seinen Servietten kann der Gast sich die Finger abwischen. Der aufgelegte Wettbewerb beim Eingang bietet dem Sponsor sich zusätzlich beim Gast bemerkbar zu machen.



Budget

Kostenarten	Anzahl	Stückpreis	Variable Kosten	Fix-Kosten
Vorbereitungskosten				
Drucksachen (Tischkarten)	100	1.--		100.--
Medien-Mappen	5	20.--		100.--
Sponsoring-Konzept	5	20.--		100.--
Versand (Porto/Couverts)				50.--
Webseite *)				0.--
HERZ-Rohlinge, gr./kl. (für Sponsoren)				2'000.--
Durchführungskosten				
Saal (Geschirr, Licht, Beamer)	1			1'200.--
Dekoration				500.--
Blumen-Dekoration	10			500.--
Musikanlage inkl. Mikrophon	1			1'000.--
Honorar Künstler / Unterhaltung				3'500.--
Honorar Künstler / ehrenamtlich	4			2'000.--
Speisen + Getränke / Kaffee + Kuchen	700	5.20	3'640.--	
Verpflegung Helfer	50	5.20		260.--
Geschenke Helfer	50	10.--		500.--
Geschenke Künstler (Blumen/Schoggi)	15	20.--		300.--
Fotograf *)				0.--
Namens-Schilder	30	2.--		60.--
Veranstaltungshaftpflicht				500.--
Lotto-Preise von PIPAPO				500.--
Sitzungen (Getränke, Gebäck)				200.--
Nachbearbeitungskosten				
Nachtessen Helfer à 40.--	30	40.--		1200.--
Foto-CD (Helfer/Sponsoren) à 5.--	30	2.--		60.--
TOTAL			3'640.--	14.630.--

*) Eigenleistung ohne Kostenfolge

Event-Budget

Anzahl Teilnehmer: 700	
Variable Kosten	3'640.--
+ Fixkosten	+ 14'630.--
Gesamte Kosten	18'270.--
Sponsoring-Beitrag (Haupt-/Co-Sponsor, Sparten-Sponsor, Kulinarium-Sponsor)	13'000.--
Event-Einnahmen	18'900.--
Reingewinn (Spende)	13'630.--

Budget-Erläuterungen siehe Anhang

Zur Sicherheit könnte noch zusätzlich eine 7-10% Reserve eingeplant werden, für allfällig unvorhergesehene Kosten. Interne Löhne werden keine bezahlt, da alle Helfer ehrenamtlich tätig sind.



Kontrolle der Event-Ziele

Was?	Wie?	Wann?	Wer?	allfällige Verbesserungen
Anzahl (700) Gäste am ganzen Event	Ticket-Verkauf, Lotto-Scheine, belegte Tische	Nach dem Event	SuzAna S.-B. CHZH-Team	zusammen ausarbeiten
Anzahl (3) Beteiligter der Behinderten Organisationen	Mit Anmeldungen	während der Planungs- Phase	SuzAna S.-B. CHZH-Team	Breitere Streuung, ev. über Inserate
Anzahl (20) mitmachender Jugendlicher (Feedback)	Mit Anmeldungen	während der Planungs- Phase	Wimi Wittwer	Ev. Jugendliche motivieren deren Freunde für ein nächstes Mal zu gewinnen!
Anzahl Medien- Vertreter (4)	Mit Anmeldungen	Presse- Berichte und Medien- Beiträge in Radio und TV	SuzAna S.-B.	Wenn alle aufgelisteten Medien-Vertreter kommen, dann ist das Ziel erreicht, sonst nochmals überdenken!
Erschienene PR-Beiträge sammeln	Vor- und Nachberichte	vor und nach Anlass	alle Beteiligten W.W. & Team Behinderten T. SuzAna S.-B. & Team CHZH	Ziel erreicht, wenn über den Anlass berichtet wird!
Positives Feedback der Gäste	Persönliche Ansprache	während dem Event	alle Beteiligten (dito oben)	Ziel erreicht, wenn viel positives Echo
Feedback der Teilnehmer	Protokoll	nach Event	W.W. & Team SuzAna S.-B." & Team CHZH	miteinander ausarbeiten
Einnahmen Kuchen & Pasta-Plausch	Kontrolle	nach Event	W.W. & Team	miteinander austauschen
Einnahmen Werke der Behinderten	Kontrolle	nach Event	Behinderten Organisationen	Gehen selbst über die Bücher!

Freude herrscht!





Persönliche Reflexion

Seit mehr als 15 Jahren befasse ich mich mit dem Aushecken von Ideen. Es ist mir auch immer ein Bedürfnis diese erfolgreich umzusetzen. In der Vergangenheit habe ich stets aus dem Bauch heraus geplant und mit dem Herzen durchgeführt. Nun ist mir bewusst, dies geschah oft mit fehlendem Knowhow. Die Ausbildung hat mir gezeigt, dass natürlich das Herzblut und die Leidenschaft nach wie vor bedeutend sind. Die erlernten Konzept-Elemente aber auf jeden Fall hilfreich und wertvoll sind, diese einzubinden, um den Event professioneller und effizienter anzugehen. Mit Freude habe ich dieses Konzept ausgearbeitet und während dem Entstehungs-Prozess festgestellt, dass gewisse, neu erlernte Punkte erforderlich und sehr bedeutend sind. Wie zum Beispiel die Auswertung einer geeigneten Lokalität. Zuerst war ich festgefahren und wollte den Event unbedingt an einem seit Anfang an vorgeschwebten Ort durchführen. Bis mir während der Analyse bewusst wurde, dass der Saal für meine Idee, mit einem zusätzlichen Konzert, viel zu klein wäre. Dies zeigte mir einmal mehr, dass es nur von Vorteil ist, wenn man alles im Detail angeht und sich auch von Fakten und nicht nur von Vorstellungen leiten lässt.

Ebenfalls fand ich es sehr spannend den passenden Event-Namen zu finden. Die Disposition wollte ich zuerst unter dem Namen „Rainbow-Days“ einreichen. Und während den Unterrichtsstunden habe ich mich mit meinen jüngeren Mitschülern ausgetauscht und festgestellt, dass der Name „Rainbow“ bereits für die Schwulen- und Lesben-Szene besetzt ist. Ich aber einen Event, für und mit behinderten Menschen, durchführen wollte. „Rainbow“ = Regenbogen schien mir zuerst einfach passend, da die bunte Vermischung zwischen Menschen mit und ohne Behinderung ein fröhliches Zusammenspiel darstellen sollte. Bunt und fröhlich soll die Veranstaltung sein, doch konnte ich auf keinen Fall die Lesben- und Schwulen-Bewegung miteinbeziehen. Denn dies wäre hier nicht passend gewesen.

Da mein Thema seit Jahren mit dem Schwerpunkt HERZ besetzt ist, habe ich schnell eine andere Variante gefunden. „Von HERZ zu HERZ“, das widerspiegelt wiederum sehr gut den Grundgedanken des „SCHWEIZ zeigt HERZ“-Vereins und die Vision, die HERZlichkeit weiterhin zu verbreiten. Ich kann nun sagen, dass ich die Ausbildung im Event-Management als eine wertvolle und sehr bereichernde Weiterbildung sehe und meine Ideen in Zukunft etwas strukturierter aufgleisen werde. So kombiniere ich ein kreatives Denken mit breiterem Wissen im Marketing und Sponsoring. Bewusst wurde mir ebenfalls: man lernt nie aus und kann das eigene Leben auf vielen Ebenen und mit unendlichen Event-Möglichkeiten gestalten. Sicher eine wertvolle Grundlage für jede kreative Veranstaltung. Ich lasse mich nun überraschen, welche Ideen mich auf meinem weiteren Lebensweg begleiten werden und welche Events ich alles noch wage umzusetzen. Mit dem erlernten Wissen im Gepäck und einer gewissen Sicherheit ist dies ganz sicher eine zusätzliche Motivation.

Den Event „von HERZ zu HERZ“ habe ich mit viel Liebe zum Detail und viel Leidenschaft, aber auch dem Grundgedanken „mehr HERZlichkeit zu leben“ ausgearbeitet. Die vielen positiven Reaktionen und Feedbacks, schon im Vorfeld, geben mir die nötige moralische Unterstützung und eine aufbauende Wertschätzung gegenüber meiner Tätigkeit.



DANK

Mein - licher DANK...

An all jene, **Freunde, Bekannte und Angestellte diverser Institutionen**, die mich bei der Arbeit unterstützt haben. Mir Auskünfte oder Hilfestellung bei Fragen gegeben haben. Dazu gehören auch die **Dozenten**, welche uns mit viel Freude, Know-How und breitem Wissen in Sachen Events, unterrichtet haben. Aber auch offen waren für allfällige Fragen.



DAKE an meine **lieben Eltern**, die mich stets mit Stolz bei all meinen Vorhaben unterstützen und mir bei der Umsetzung behilflich sind. Indem sie mich mit dem Mittagessen verwöhnen oder mit dem Hund spazieren gehen - damit ich in Ruhe meine Arbeiten erledigen kann. Wenn immer möglich besuchen sie erfreut all meine Veranstaltungen und geben mir wertschätzendes Feedback.



DANKE an meinen **geschätzten Ehemann**, welcher mit meinen vielen, manchmal auch etwas „verrückten“ Ideen, klar kommen muss. Mir aber immer beisteht, mich motiviert und mich unterstützt. Ebenso befürwortet er meine „HERZliche Bewegung“ und gibt mir Mut weiterhin mit HERZ dran zu bleiben und meine Ideen in die Tat umzusetzen. Mit Freude ist auch er als fleissiger Helfer oft dabei und hilft den Event erfolgreich durchzuführen.



An **meine beiden Kinder**:

DANKE an **Sara**, meine Tochter, mit welcher ich die Event-Management-Ausbildung angegangen bin. Gemeinsam die Schulbank zu drücken war am Anfang etwas fremd, doch hat es auch Spass gemacht. Auch war der, etwas andere Austausch, auf jeden Fall sicher für uns beide sehr bereichernd und wertvoll. Nun ist es eine bleibende Erinnerung an ein gemeinsames und spannendes Ausbildungs-Abenteuer... Wer weiss, was wir nun zusammen noch aushecken?

DANKE an **Timo**, meinen Sohneemann, durch welchen ich schon mehrmals auf besondere Ideen gekommen bin. Bin ich oft froh um seine Hilfestellung in Sachen technischer Mittel oder Computer-Fragen. Schön zu spüren, dass er stets an mich glaubt – aber auch gerne kritische Bemerkungen einbringt. Ganz nach seinem Motto, dass man nur mit konstruktiver und aufbauender Kritik weiter kommt!



Anhang

LEBENS LAUF SuzAna Senn-Benes



Offerten / Korrespondenz / Notizen / Formulare



Budget-Erläuterungen



Event-Dokumentations-Ordner



Quellenverzeichnis



Bestätigung



LEBENS LAUF
SuzAna Senn-Benes



Suzana Senn-Beneš

Lebensmotto:

„Wo ein Wille ist, ist auch ein HERZ“

Persönliches

Geburtsdatum 22. Mai 1965, geboren in Zagreb (Kroatien)
Nationalität Schweizerin / Kroatin
Muttersprache(n) Deutsch / Kroatisch
Fremdsprache Englisch
Zivilstand seit 1990 verheiratet
Wohnort Blumenstrasse 5, 5415 Nussbaumen bei Baden (AG)
Telefon/Handy 056 / 282 17 57 / 079 / 648 26 64
Mail suzana@a-herz.ch
Webseite www.a-herz.ch

Schulen

1972 – 1983 Grund- & Sekundarschule in Obersiggenthal
Kaufm. Ausbildung, Papeterie Höchli ag, Baden

Weiterbildungen

1984 England-Aufenthalt: First Certificate (University of Cambridge)
1986 – 1988 Fernstudium Karikatur & Pressezeichnen
1988 SAWI „Einführung in die Werbung“
2008 Ausbildung Dipl. Texterin (Schreibszene Schweiz)
2010/2011 NLP-Practitioner
2013/2014 Ausbildung im Bereich Event-Management

Tätigkeiten

1983 – 1985 Sachbearbeiterin bei ABB, Baden (Fakturenbüro)
1985 – 1987 Ressort-Sekretärin bei ABB, Baden (Gasturbinen-Verkauf & Service)
1987 – 1989 Werbesekretärin bei Dr. Marc Rutschmann AG, ZH (Direkt-Marketing)
1989 – 1990 Sachbearbeiterin bei AWI, Zürich (Aussenwerbung Intensiv)
1991 – 1993 Sekretärin bei Polke, Ziege, von Moos AG, Zürich (Ingenieur-Büro)
Seit März 1993 Hausfrau & Mutter (Kinder: Sara 1993 / Timo 1996)
Tätigkeiten während der früheren Mutter-Rolle: Von Herzen Mutter sein, Tupperware-Kundenberaterin, Leiterin des Kinderturnens im Dorf. Diverse Kurse (Foto/Computer)
2005 bis heute Freischaffende Journalistin für Wochenzeitung „Rundschau“

Projekte

1988-2013 PIPAPO-Kinderhilfe
2009 Baden zeigt HERZ-Aktion
Ab 2012 SCHWEIZ zeigt HERZ

Bücher

2005 Tagebuch einer Auszeit: „Wenn der Augenblick plötzlich eine Woche dauert“
2010 Portraits versch. Persönlichkeiten mit HERZ-Bildern: „Von HERZ zu HERZ“
2014 Roman: „Der Liebesrausch – bis zum Universum und wieder zurück“



Initiantin & Projektleiterin

1988 – 2013



PIPAPO Kinderhilfe

„Gib Glück – es kommt zurück!“

In 15 Jahren wurden Fr. 150'000.— Spenden-Gelder durch verschiedene Kindernachmittags-, Familien-Zmorge-Events und 5 Kinder-Paraden („Kids Parade“ Kinder tanzten 5x auf Strassen für Strassenkinder) für verschiedene Hilfsorganisationen im In- und Ausland gesammelt.

Meine Tätigkeit: Initiantin, Projektleiterin und Organisatorin aller Events.

22.5. – 19.9.2009



Baden zeigt HERZ

HERZen-Ausstellung (analog Bären/Löwen in ZH)

Mit dem Erlös der Aktion (inkl. Versteigerung) von Fr. 150'000.— wurde ein Schulbildungsprojekt der Margrit Fuchs-Stiftung in Ruanda unterstützt.

Die Firma EMMI wurde überzeugt eine Kaffeerahm-deckeli-Serie mit einem Teil der ausgestellten Badener HERZen, welche dann CH-weit auf den Markt kam, zu produzieren.

Meine Tätigkeit: Initiantin & Projektleiterin

Seit 2012 bis heute



IDEE mit SCHWEIZ zeigt HERZ

Aufruf zu mehr HERZlichkeit im Alltag!

www.schweizzeigtherz.ch

Am 5. Mai 2012 wurde der erste Tag der HERZlichkeit ins Leben gerufen.

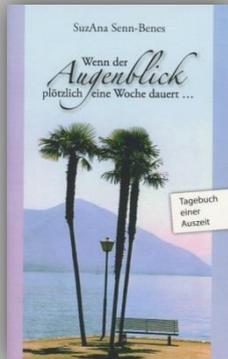
Meine Tätigkeit: Erneut Initiantin & Projektleiterin



- 21. März 2012** Auftakt zur Gründung von „SCHWEIZ zeigt HERZ“: Vernissage „Die Leichtigkeit der HERZlichkeit“ mit HERZ-Bildern, kreiert von der Initiantin selbst.
- 5. Mai 2012** 1. Tag der HERZlichkeit ins Leben gerufen, mit bunten Unterhaltungs-Programm und Unterschriften-Plache in Mitten von Baden zelebriert.
- 8. September 2012** Die Krönung des Gründungsjahres war der HERZ-Bus, welcher ein Jahr durch Badens Strassen fuhr.



Bücher im Eigenverlag herausgegeben



„Wenn der Augenblick plötzlich eine Woche dauert“

Auszeit-Tagebuch einer Hausfrau und Mutter im Abseits...

Ein Buch für mehr Verständnis gegenüber der Mutter- und Hausfrauen-Rolle!

... und nicht nur für Frauen!



„Von HERZ zu HERZ“

Porträts verschiedener Persönlichkeiten aus der Region Baden. Bespickt mit HERZ-Bildern der Aktion „Baden zeigt HERZ“

Erster Roman erscheint Ende 2014 im NOVUM-Verlag



„Der Liebesrausch - bis zum Universum und wieder zurück...“

Gloria ist jung, hübsch und unsterblich verliebt. Verliebt in ihre Jugendliebe Thomy. Die beiden schmieden Zukunftspläne und leben unbeschwert in den Tag hinein. Es scheint wahre Liebe zu sein – bis zum Universum und wieder zurück... Jahre später: Gloria ist glücklich verheiratet. Sie hat die Liebe mit Oliver, einem erfolgreichen Anwalt, neu entdeckt. Mit ihren beiden Kindern und dem Vierbeiner ist ihr Glück perfekt. Als Künstlerin lebt sie ihre kreative Seite voll aus und erntet mit ihren Arbeiten viel Anerkennung und Lob. Plötzlich überschatten einige Schicksalsschläge ihre heile Welt, mysteriöse Dinge geschehen. Ein unbekannter Mann bereitet ein Chaos in ihrem Gefühlsleben. Ihr Herz steht Kopf! Ihre heile Welt scheint unter zu gehen! Ist ihre Liebe zu Oliver in Gefahr?



**Offerten
Korrespondenz
Notizen
Formulare**



Katholische Kirchengemeine Baden- Ennetbaden

Mustavar Ingrid
Kirchplatz 12
5400 Baden

17.02.2014

Offerte für Rotturm-Saal

Liebe SuZana

Gerne biete ich Dir wie gewünscht die Offerte für Mai 2015 wie folgt an:

1.Weekend Donnerstag.-Sonntag	Miete Saal	Fr.	500.00
	Depot von Saal	Fr.	300.00
	Benützung der Küche	Fr.	240.00
	Benützung der Bühne	Fr.	100.00
	Benützung der Leinwand und Beamer	Fr.	160.00
	Hauswartarbeiten ca. 5. Std. à Fr. 60.00	Fr.	<u>300.00</u>
Total der Kosten		Fr.	<u>1600.00</u>

Das Depot müsste direkt an uns bezahlt werden, damit wir es dann zurückerstatten können, wenn der Saal sauber und besenrein hinterlassen wird.

Ich hoffe, dass ich die Offerte nach deinem Wunsch erstellt habe, bei Fragen wende dich an mich.

Schönen Tag und liebe Grüsse

Ingrid Mustavar, Kirchplatz 12, 5400 Baden, 079 194 38 82

Hallo SuzAna

Hier noch meine Offerte für den Kamel-Einsatz an Deinem Event „von HERZ zu HERZ“.

Auftritt Kamele (Laurent Gaillaird, Ehrendingen)

Der Kamelhalter bietet sein Angebot wie folgt an (Ausschnitt aus Mail)

Tagespauschale für einen externen Einsatz der beiden Tiere: Fr. 1'000.—

In der Pauschale sind folgende Leistungen inbegriffen:

- der Transport der beiden Tiere an den Veranstaltungsort
- das Errichten eines mobilen Geheges für die Pausen zwischen den Kamelritten
- zwei Blöcke à je 1 Stunde Kamelreiten mit 2 Tieren
- in der ca. 1-stündiger Pause zw. den Reitblöcken können die Tiere im Gehege besichtigt, fotografiert und gestreichelt werden.
- Abbau des Geheges und Platzreinigung

Für den Umgang mit den Kamelen und das Reiten der Tiere, haben wir eine spezielle Haftpflicht über 5 Mio. Franken abgeschlossen.

Freue mich auf ein erfreuliches Durchführen Deiner Idee und grüsse Dich mit HERZ
Laurent



**Notizen der telefonischen Abklärungen mit Frau Varga
(Gemeinde Obersiggenthal)**

8. April 2014

Sind bei der Saalmiete ein Beamer und das Licht inbegriffen?

JA, Total Fr. 750.—

Wie ist es mit dem Geschirr?

Wird separat verrechnet und muss vorher alles mit Formular bestellt werden.

Braucht es Hauswarts-Kosten, wenn wir alles selbst aufräumen und den Saal wieder besenrein abgeben?

Nein

Wie ist es mit der Billette-Steuer-Abgabe im Kanton Aargau?

Gibt es keine.

Wie ist es mit der Konsumations-Prozent-Abgabe im Kanton Aargau? Es wird Mineral, Wein und Bier angeboten-

Nicht für Wein und Bier. Höchstens fürs Spirituosen.

Wie ist es mit der Wirte-Bewilligung?

Für Einzelanlass muss nur ein Formular bei der Gemeinde-Kanzlei ausgefüllt werden. Kosten keine.

Wie ist es mit einem Lotto?

Muss bei folgendem Link eine Bewilligung eingeholt werden. Ein Charity-Lotto wird nicht verrechnet.

https://www.ag.ch/de/dfr/ueber_uns_dfr/organisation_dfr/generalsekretariat_5/lotterie_bewilligung_1/lotteriebewilligung_1.jsp



Gemeinde Obersiggenthal
Bauverwaltung

- Gesuch vom**
- Vertrag Nr.**
- Rechnung vom**

Wir bitten Sie, diesen Benützungsvertrag gut lesbar ausgefüllt an die Bauverwaltung zu senden.

Adresse: Gemeinde Obersiggenthal, Bauverwaltung, Landstrasse 134a, 5415 Nussbaumen, Tel. 056 296 21 40
E-Mail für Reservation: bauverwaltung@obersiggenthal.ch ; 2 Wochen vor der Veranstaltung ist mit dem Hauswart Kontakt aufzunehmen: Alois Amstutz, Hauswart, Tel. 079 832 11 43

Gemeindesaal Obersiggenthal

Zwischen der Gemeinde Obersiggenthal, vertreten durch die Bauverwaltung, und

Organisator

Verantwortliche Person

Adresse Tel.

PLZ Ort

Räume		
<input type="checkbox"/>	Foyer 1, WC	CHF
<input type="checkbox"/>	Foyer 1, WC, Foyer 2 (=Parkett)	CHF
<input type="checkbox"/>	Foyer 1, WC und Saal	CHF
<input type="checkbox"/>	Foyer 1, WC, Foyer 2 und Saal	CHF
<input type="checkbox"/>	Foyer 1, WC, Foyer 2, Saal und Bühne	CHF
<input type="checkbox"/>	Küche / Office im EG	CHF
<input type="checkbox"/>	Küche im UG	CHF
<input type="checkbox"/>	Mehrzweckraum 1 im UG	CHF
<input type="checkbox"/>	Mehrzweckraum 2	CHF
<input type="checkbox"/>	Mehrzweckraum 3	CHF
<input type="checkbox"/>	Mehrzweckräume 1 - 3	CHF
<input type="checkbox"/>	Aussenanlagen	CHF

Art der Benützung

Benützungstermin Zeit von bis

Einrichten am Zeit von bis

- Dekoration Wände/Decke ja / nein Miete von Essgeschirr ja / nein
 Anlass mit Bewirtung ja / nein Miete von Kochgeschirr ja / nein
 Anlass mit Eintritt ja / nein Anzahl Personen

Dem Gesuchsteller wird die Reservation vom bestätigt.

Benützungsgebühr, zahlbar bis 30 Tage vor dem Anlass CHF

Zusätzlich Gelddepot, Barzahlung bei Schlüsselübergabe CHF

weitere Kosten gemäss separater Abrechnung

Bemerkungen

Datum..... Bauverwaltung



Budget-Erläuterungen



Annahmen für Ausgaben 1./2. Mai

Erwartete Gäste für beide Tage	
1. Mai Ausstellung mit Kaffee-Betrieb	100
2. Mai Familien-Veranstaltung	200
3. Mai Pasta-Plausch mit Konzert	400

Getränke für beide Tage			
Anzahl	Getränk	Preis pro Stück	Total-Betrag
450	Kaffee	1.--	450.--
50	Wein (7dl)	10.--	500.--
250	Div. Mineral (1,5 l)	2.--	500.--
100	Bier	2.--	200.--
	TOTAL		1'650.--

Kuchen/Torten für beide Tage			
50	Kuchen/Torten je 8 Stück aufgeschnitten	15.— pro Kuchen	750.--

PASTA (mit Sauce, Salat, Brot, Käse)			
200	Portionen	5.--	1'000.--

Ausgaben Verpflegung Künstler & freiwillige Helfer		
50 Portionen (Pasta, Getränk, Kaffee/Kuchen)	10.--	500.--

Ausgaben	(Getränke/Verpflegung, Kaffee/Kuchen)	3'900.—
Ausgaben	(Drucksachen, Namenschilder, Foto-CD, Rohlinge Versicherung)	3'670.--
Ausgaben	(Saalmiete, Deko, Blumen, Musik-Anlage, Honorar Künstler, Geschenke, Lotto-Preise, Sitzungs-Verpflegung)	9'400.--
TOTAL Ausgaben		16'970.—

=====



Verkaufspreise

Angebot	Preis pro Stk.	Anzahl angenommene Verkäufe	Total
Kaffee	2.50	250	625.--
Kuchen	3.--	400	1'200.--
Wein *)	20.--	50	1'000.--
Mineral (3dl)	2.--	250 1,5 Liter = 1'250 Gläser	2'500.--
Bier *)	4.--	100	400.--
Pasta	15.--	200	3'000.--
Total Verpflegung			8'100.--

*) da ist daran zu denken, dass aufgeführt wird, dass alkoholische Getränke unter 16 Jahren nicht ausgedient werden!

Angebot	Preis pro Stk.	Anzahl angenommene Verkäufe	Total
Lotto-Karten (Sa-Nachm.)	2.--	400	800.--
Ticket-Verkauf (Sa-Abend)	25.--	400	10'000.--
Total Einnahmen Lotto/Tickets			10'800.--
Total Einnahmen Ganzer Event von HERZ zu HERZ (1./2. Mai 2015)			18'900.--

Sponsoren-Beiträge		
Infrastruktur/Verpflegung/Künstler (Adi Stern, Kamele, Moderator, Insieme)	5'200.—	
Kuchen	600.—	
Getränke	2'000.—	
Blumendekor	500.—	
Musikanlage	1'000.—	
4 Künstler à 500.—	2'000.—	
Lotto-Preise	500.—	
Nachtessen Helfer	1'200.—	
Total Sponsoren-Beiträge	13'000.--	

Total Ausgaben (Diverses)	18'270.--
-------------------------------------	------------------

GEWINN für Spende
an Behinderten Organisationen
Fr. 13'630.--



Eventbudget

Anzahl Teilnehmer Anzahl Lotto-Scheine / Tickets (Fr. 27.-)	600 350	700 400	800 450
Erlös	3'822.— + 9'450.— = 13'272.—	8'100.— + 10'800.— = 18'900.—	9'264.— + 12'150.— = 21'414.—
Variable Kosten	3'120.—	3'640.—	4'160.—
SPONSORING	13'000.—	13'000.—	13'000.—
Deckungskosten-Beitrag	23'152.—	28'260.—	30'254.—
Fix-Kosten	14'630.—	14'630.—	14'630.—
Ergebnis	+ 9'382.—	+ 13'630.—	+ 15'624.—

Mittlere Reihe (weiss) Budget-Auflistung im finanziellen Teil



Abklärungen für weitere Ausgaben

Bezahlte Künstler (inkl. Kamelreiten)

Da ich die Künstler persönlich kenne, habe ich die Abklärungen mündlich geklärt.
Offerte für Kamele kam schriftlich per Mail (siehe Anhang Seite 32)

Adrian Stern	Fr. 1'200.—)	
Insieme *)	Fr. 1'000.—)	<u>Total Fr. 3'500.--</u>
Moderator (Mike Weber	Fr. 300.—)	
Kamele (Laurent Gaillard)	Fr. 1'000.—)	

*) Bei Durchführung des vorerst fiktiven Anlasses müsste mit Insieme zusätzlich eine Abklärung wegen der SUISA-Abgabe getätigt werden.

Der Kinder- und Jugendchor kauft jeweils die Noten und da ist die SUISA-Abgabe bereits integriert.

Kleinere Geschenke sind gedacht, den anwesenden Teilnehmern der Behinderten Organisationen abzugeben und unentgeltlichen Künstlern (Kinder- und Jugend-Chor), wie auch den freiwilligen Helfern. Pro Person wird ein Wert von Fr. 10.— gerechnet.

Geschenke (Blumen/Schoggi)

Gehen an die freiwilligen Künstler. Und an die Gäste, welche beim Eingang am Sa.-Abend ein Schoggi-HERZchen bekommen.

Veranstaltungs-Versicherung (telef. Abklärung)

Pauschal-Betrag von Fr. 500.—

Steuern

Wir sind steuerbefreit, da wir ein gemeinnütziger Verein sind. Das hat der Buchhalter schon während der Aktion „Baden zeigt HERZ“ abgeklärt.



Event- Dokumentations-Ordner



EVENT-Ordner

Konzept des Events

OK-Mitglieder (Mail/Telefon & Funktions-Liste)

Helfer-Liste (Namensschilder)

Medien-Liste

PR-Beiträge

Webseite

Kommunikation (Briefe/Mails)

Offerten

Rechnungen

Protokolle

Skizzen/Pläne (Saal, Bestuhlung, ...)

Deko

Drucksachen

Unterhaltung (Referenten, Künstler)

Verträge

Technik

Werbung (Drucksachen...)

Verpflegung & Getränke

Kaffee/Kuchen

Bewilligungen

Lotto

Feedbacks

Weitere Ideen

Diverses



Quellenverzeichnis



FOTOS

Alle aufgeführten Bilder sind von mir persönlich gemacht worden.

Das Bild von Adrian Stern (im Sponsoring-Konzept) stammt aus dem Internet.

Die Bilder der Kinder aus Ruanda hat mir Regula Gloor (Präsidentin der Stiftung Margrit Fuchs) zugestellt.

LOGOS

„SCHWEIZ zeigt HERZ“ & „von HERZ zu HERZ“
Wurden von mir persönlich erdacht und gestaltet!



ZITAT (Mahatma Gandhi)

Stammt aus dem Internet

TEXT / LOGOS (Sponsoren)

Bei der Sponsoring-Auflistung habe ich alles im Internet gegoogelt und von deren Webseite die Infos und Logos herauskopiert.



Bestätigung



BESTÄTIGUNG



Hiermit bestätige ich, **SuzAna Senn-Benes**, wohnhaft in Nussbaumen bei Baden, dass die Diplom-Arbeit selbstständig erarbeitet und nur für die Abschluss-Arbeit zum Dipl.-Event Manager (inkl. Sponsoring) Zentrum Bildung Wirtschaftsschule KV Baden, verfasst wurde.

Ort und Datum: _____

Unterschrift: _____