

ARBEITSMATERIAL 2.9

Kommunikation für Veranstaltungen als Prozess einrichten

Abschnitt 2.9 · Interne und externe Kommunikation

Modellfall im Buch: Chur

LEITFRAGE

Wenn ein Gast an Ihrem Buffet fragt, was mit den Resten geschieht: Gibt Ihre Aushilfe dieselbe Antwort wie Ihre Website? Und wer in Ihrem Haus hat den Satz auf der Website freigegeben, bevor er online ging?

Dieses Blatt gibt das Arbeitsmaterial des Abschnitts in bearbeitbarer Form wieder. Die Texte stammen aus dem Buch; die leeren Spalten sind für die Angaben des eigenen Hauses bestimmt.

Das Werkzeug: Kommunikationsplan für eine Tagung

Zeitpunkt	An wen, was	Wer erstellt, wer gibt frei
Buchung	Kunde: Rolle des Hauses, Faktenblatt, Kennzahlen nach dem Anlass	Bankettchef; Faktenblatt von der Direktion freigegeben
Sechs Wochen vorher	Teilnehmende über den Kunden: Anreise, stufenloser Zugang in Worten, Ansprechperson, Formate auf Anfrage	Marketing; Freigabe Bankettchef; Weg mit dem Kunden vereinbart
Vor jedem Einsatz	Mitarbeitende und Aushilfen: Kurzinfo zu Resten, Trennung, Zugang, Rückfragen	Bankettchef, zehn Minuten im Briefing
Vor dem Anlass	Lieferanten: Kriterien, Endzeiten, Ansprechperson (2.7, 2.8)	Bankettchef
Während des Anlasses	Gäste: Beschilderung, Antworten, Weg für Rückmeldungen	Bankettchef, Empfang
Nach dem Anlass	Kunde: vereinbarte Kennzahlen, Vorfälle, Lehren (1.10)	Bankettchef; Freigabe Direktion
Laufend	Website, Angebote, soziale Medien: nur Aussagen aus dem Faktenblatt	Marketing; Freigabe durch eine zweite Person

Praktische Anwendung: Kommunikation für Veranstaltungen als Prozess einrichten in sieben Schritten

- 1. Das Faktenblatt anlegen.** Jede Aussage, die das Haus über seine Leistungen macht, mit Beleg, Stand und verantwortlicher Person. Was keinen Beleg hat, kommt nicht hinein (1.1).
- 2. Einen Plan je Veranstaltungsart schreiben.** Wer erfährt wann was auf welchem Weg: Kunde, Teilnehmende, Mitarbeitende, Lieferanten, Nachbarschaft. Eine Seite genügt.
- 3. Die Freigabe regeln.** Wer schreibt, prüft nicht selbst. Die zweite Person vergleicht mit dem Faktenblatt. Für Klima- und Umweltaussagen wird die Grundlage dem Text beigelegt.
- 4. Die Information für alle lesbar machen.** Text statt Bild, Lageplan in Worten beschrieben, stufenloser Zugang mit Weg, eine Telefonnummer mit einer Person. Die Website nach ISO/IEC 40500 ist Anleitung, kein Muss.

- 5. Die Mitarbeitenden einbeziehen.** Eine Kurzinfo mit drei oder vier Sätzen zu Resten, Trennung, Zugang und Anreise, vor jedem Einsatz zehn Minuten, auch für Aushilfen. «Ich frage nach» ist eine gute Antwort.
- 6. Die Wege mit dem Kunden vereinbaren.** Der Kunde kennt seine Teilnehmenden. Gemeinsam wird festgelegt, welche Formate nötig sind und wer was verschickt.
- 7. Rückmeldungen auffangen.** Nach jedem grösseren Anlass fragt das Haus den Kunden, was angekommen ist. Die Antworten gehen in das Faktenblatt und in die Auswertung (2.11).

Umsetzung im eigenen Haus

Schritt	Verantwortlich	Termin	Erledigt
1. Das Faktenblatt anlegen			
2. Einen Plan je Veranstaltungsart schreiben			
3. Die Freigabe regeln			
4. Die Information für alle lesbar machen			
5. Die Mitarbeitenden einbeziehen			
6. Die Wege mit dem Kunden vereinbaren			
7. Rückmeldungen auffangen			

Prüf-Checkliste

Frage	Ja	Nein	Nachweis / Bemerkung
Gibt es ein Faktenblatt mit allen Aussagen des Hauses, ihren Belegen und ihrem Stand?			
Prüft eine zweite Person jeden Text, bevor er nach aussen geht?			
Können wir für jede Klimaaussage die Grundlage vorlegen?			
Ist unsere Anreiseinformation für einen Bildschirmleser lesbar?			
Beschreibt sie den stufenlosen Zugang in Worten?			
Wissen auch Aushilfen, was sie Gästen zu Resten, Abfall und Zugang sagen?			
Klären wir mit dem Kunden, wie seine Teilnehmenden am besten erreicht werden?			
Fragen wir nach dem Anlass nach, was angekommen ist?			

Häufige Fehler

- **Texte aus den Seiten anderer Häuser übernehmen.** Deren Aussagen haben deren Belege, nicht die eigenen.
- **Ein Wort für eine Eigenschaft wählen, die nur zum Teil stimmt.** «Barrierefrei» führt genau die Menschen in die Irre, für die es geschrieben ist.
- **Information als Bild verschicken.** Für einen Bildschirmleser ist sie dann leer.
- **Die Aushilfen vergessen.** Am Buffet ist ihre Antwort die Antwort des Hauses.
- **Schreiben und Prüfen in einer Hand lassen.** Dann prüft niemand.
- **Ein Vorhaben als Stand ausgeben.** Wer ein System aufbaut, sagt das so.

Modellrechnung

Modellannahme, kein belegter Branchenwert

Posten	Betrag	Anmerkung	Eigener Wert
Tagungspauschalen: 220 × CHF 135	CHF 29.700	ein Tag mit Mittagsbuffet	
Abendessen: 180 × CHF 85	CHF 15.300	ohne Getränke	
Zimmer: 60 × 1 Nacht × CHF 190	CHF 11.400	Kontingent des Verbands	
Faktenblatt und Kommunikationsplan	16 Stunden	einmalig, Marketing und Bankett	
Anreiseinformation neu, als Text, mit Wegbeschreibung	8 Stunden	einmalig	
Freigabe durch eine zweite Person	20 Minuten	je Text	
Briefing vor jedem Einsatz	10 Minuten	je Anlass, alle Mitarbeitenden im Service	

Gegen einen Anlass von CHF 56.400 stehen vierundzwanzig Stunden einmaliger Arbeit und wenige Minuten je Text und Einsatz. Was ein Verband kostet, der seinen Mitgliedern das nächste Mal ein anderes Haus empfiehlt, steht in keiner Zeile.

Was verlangt ist, und was nur Anleitung ist

Verlangt (Norm)	Was es im Hotel belegt	Nur Anhang oder Methode
Festlegen, was, wann, mit wem und wie kommuniziert wird (7.4)	Kommunikationsplan je Veranstaltungsart	Methode: Faktenblatt als einzige Quelle
Prozesse für externe Kommunikation mit Lieferanten und Parteien (7.4)	Freigabebeweg mit zwei Personen; Vereinbarung der Wege mit dem Kunden	Methode: Kurzinfo für Mitarbeitende
Wirksamste Mittel gemeinsam ermitteln (7.4)	Notiz aus dem Gespräch mit dem Kunden über seine Teilnehmenden	Barrierefreie Formate (A.15)
Keine irreführende Kommunikation, gleich in welchem Format (7.4)	geprüfte Texte mit Beleg aus dem Faktenblatt	Website nach ISO/IEC 40500 (A.15)
Anwendungsbereich sachlich und ohne Irreführung (4.3, Anmerkung)	Satz zum Stand des Systems auf Website und in Angeboten	Bericht nach C.3

DACH-Anker: Aussagen und Zugang zur Information

Ebene	Deutschland	Österreich	Schweiz
Klimaaussagen	gegenüber Verbrauchern: klimaneutral aufgrund von Kompensation für Produkte unzulässig (Anhang zu § 3 Abs. 3 Nr. 4c UWG), ab 27. September 2026	ebenso gegenüber Verbrauchern, UWG-Novelle BGBl. I Nr. 58/2026, ab 27. September 2026	Angaben über die Klimawirkung nur mit objektiven und überprüfbaren Grundlagen (Art. 3 Abs. 1 lit. x UWG), seit 1. Januar 2025
Allgemeine Umweltaussagen	gegenüber Verbrauchern nur bei anerkannter hervorragender Umweltleistung (Nr. 4a); Ganzes für einen Teil unzulässig (Nr. 4b)	ebenso gegenüber Verbrauchern	Verbot irreführender Angaben (Art. 3 Abs. 1 lit. b UWG); Grundsätze der Lauterkeitskommission

Ebene	Deutschland	Österreich	Schweiz
Künftige Umweltleistung	gegenüber Verbrauchern: Umsetzungsplan, messbare und zeitgebundene Ziele, unabhängige externe Überprüfung (§ 5 Abs. 3 Nr. 4 UWG)	ebenso gegenüber Verbrauchern	Verbot irreführender Angaben; bei Klimaaussagen lit. x
Barrierefreiheit von Online-Diensten	BFSG für Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr seit 28. Juni 2025; Kleinunternehmen ausgenommen	BaFG seit 28. Juni 2025, nach der Wirtschaftskammer auch Buchungsmöglichkeiten von Hotels	Diskriminierungsverbot für Private, die Dienstleistungen öffentlich anbieten (Art. 6 BehiG)
Teilnehmerdaten	DSGVO	DSGVO	Datenschutzgesetz, in Kraft seit 1. September 2023

Stand der Tabelle: 22. Oktober 2026, wie im Buch. Die laufende Fassung mit Änderungen nach diesem Stichtag steht in Band8a_Rechtsanker_DACH_laufend.xlsx. Die Tabelle ersetzt keine Prüfung der geltenden Fassung und keine Rechtsberatung im Einzelfall.

Quelle: Francesco Dore, Das Steuer und die Lupe, Band 8a «Das Fest und seine Spuren», Abschnitt 2.9. Edizioni Effedore, 2026.