

So werden GVs zu Highlights

GENERALVERSAMMLUNGEN Für Unternehmen sind Generalversammlungen wichtige Instrumente der Shareholder-Kommunikation. Die Dienstleister der Eventtechnik wissen, wie diese Veranstaltungen zu jährlichen Höhepunkten werden und was die Herausforderungen dabei sind.

VON DENISE WEISFLOG

■ Die Generalversammlungs-Saison 2015 ist zu Ende. Viele GVs gingen von der Öffentlichkeit unbeachtet über die Bühne, andere generierten ein grosses Medien-Echo. Beispielsweise diejenige des Bauchemiekonzerns Sika, an welcher der Verwaltungsrat die Stimmrechte der Gründerfamilie beschneidet und so die Machtübernahme durch die französische Saint-Gobain blockierte. Doch ob im öffentlichen Bewusstsein oder nicht: Für die Unternehmen sind Generalversammlungen Highlights in der Shareholder-Kommunikation.

Damit sie zu solchen werden, braucht es die Unterstützung der Eventtechnik-Dienstleister. MK hat sich in der Branche nach aktuellen Trends und Herausforderungen umgehört.

GV als Marketinginstrument

Der Kilchenmann Event- und Mediaservice in Kehrsatz, Bern, plant und realisiert in Zusammenarbeit mit Eventagenturen und Technikpartnern jährlich mehrere kleinere bis mittlere GVs. Laut Bernard Peter, Leiter Event- und Mediaservice, Kilchenmann AG, haben sich die Anforderungen der Kunden in den vergangenen Jahren verändert. «Die GV ist nicht mehr nur ein Abarbeiten von Traktanden, sondern vermehrt auch eine Marketingveranstaltung, an der sich das Unternehmen möglichst gut präsentieren möchte. Qualität, Design und Ambiente bleiben wichtige Faktoren, zudem rückt das Thema interaktive Kommunikation in den Vordergrund», sagt Peter. Ein solcher Anlass werde nur dann zum Erfolg, wenn im Publikum eine Emotion ausgelöst werde und die Botschaft nachhaltig sei.

Modernes Equipment bringt Sicherheit

Als besondere Herausforderung nennt er die sehr hohen Qualitätsansprüche der Kunden. Bei der Umsetzung gelte es auf eine hochstehende Visualisierung der Präsentation sowie auf eine gute Sprachverständlichkeit bis in die



Claudia Raguth, Leiterin Marketing und Kommunikation, Dr. W. A. Günther Media Rent AG.

hintersten Reihen zu achten. Zudem sei es wichtig, die Referenten und den Vorstand buchstäblich ins richtige Licht zu setzen.

«Das qualitativ hochwertige und moderne Mietequipment, das genau an die Anforderungen des Kunden angepasst ist, bringt ein Höchstmass an Sicherheit und Qualität», sagt Peter. Mit dem entsprechenden Know-how liessen sich auch bei komplexen Raumverhältnissen die höchsten Anforderungen an die Lesbarkeit und Sprachverständlichkeit meistern.

Mehr Beratung gefragt

Mindestens 25 Generalversammlungen pro Jahr setzt die B+T BILD+TON AG aus Rothenburg, Luzern, um. Die Bandbreite reicht laut Sebastian Sattler, Kundenberater Events, von kleinen Genossenschaftsversammlungen bis hin zu grossen Generalversammlungen von börsenkotierten Unternehmen.

Bei der Erarbeitung unerlässlich seien eine sorgfältige Vorbereitungsarbeit, gewerkschaftsübergreifende Abklärungen, Geheimhaltungserklärungen für das gesamte Unternehmen, Diskretion sowie redundante Technik. Um eine GV perfekt zu inszenieren, braucht es hochauflösende Bilder



Sebastian Sattler, Kundenberater Events, Bild und Ton AG.



Bernard Peter, Leiter Event- und Mediaservice, Kilchenmann AG.

für Hintergründe auf der Panoramaprojektion, Ambiente-Beleuchtung im Gastbereich, ein Bühnendesign, das der Corporate Identity entspricht, Showbeleuchtung für die Künstler, eine gute und homogene Sprachbeschallung, Kamertechnik sowie interaktive Elemente. «Heute verlangen die Kunden vermehrt nach Beratungen in Sicherheitsfragen, Visualisierungen für Bestuhlungen, Bühnenbau und -design», erklärt Sattler.

Kein «notwendiges Übel»

Zwischen März und Mai stehen bei der Dr. W. A. Günther Media Rent AG jeweils 45 bis 50 Generalversammlungen auf dem Programm. «Immer mehr Unternehmen haben erkannt, dass GVs mehr sein können als ein «notwendiges Übel», sagt Claudia Raguth, Leiterin Marketing, Kommunikation und Innendienst bei Dr. W. A. Günther Media Rent, «sie achten auf ein gemütliches Wohlfühl-Ambiente und rücken die Firma ganz gezielt ins beste Licht.»

Eindrückliche Breitbild-Projektionen in HD-Qualität, Messebauten oder interaktive Ausstel-

lungen im Eingangsbereich trügen ihren Teil dazu bei. Auch der gezeigte Content spiele eine Rolle. «Unverzichtbar sind ein ansprechendes Design, grosse Schriften und eine schlanke, übersichtliche Darstellung. Allen Bemühungen einer tollen Inszenierung zum Trotz: Früher wie heute steht die Betriebssicherheit der Technik bei Generalversammlungen an erster Stelle», erklärt Raguth. Die Dr. W. A. Günther Media Rent set-



Peter Lemmenmeier, Geschäftsführer der Stagelight AG.

ze deshalb seit Jahren auf den Aufbau einer redundanten Infrastruktur, bei der im Notfall innert Sekunden auf Back-up-Geräte zurückgegriffen werden könne.

Richtige Vorbereitung

Die Stagelight AG mit Hauptsitz in Herisau setzt jährlich 25 bis 30 Generalversammlungen um. Laut Geschäftsführer Peter Lemmenmeier ist es bei solchen Veranstaltungen in erster Linie wichtig, Havarie-Lösungen für verschiedenste Szenarien zu haben, um dem Kunden ein Höchstmass an Sicherheit bieten zu können. «Insbesondere bei der Vernetzung von mehreren Veranstaltungsschauplätzen via Satellit ist die Vorbereitung solcher Situationen mindestens so wichtig wie der Einsatz eines Lautsprechersystems, das eine perfekte Sprachverständlichkeit auf allen Plätzen ermöglicht», erklärt Lemmenmeier.

Auf die Frage, mit welchen Mitteln man eine GV zum Highlight mache, antwortet er: «Viele möchten Highlights in Form von kulinarischen Leistungen oder extravaganen Give-Aways setzen.

Links

- www.kilchenmann.ch
- www.bildundton.ch
- www.mediarent.ch
- www.stagelight.ch

Andere wiederum lassen uns viel Freiheit bei der Umsetzung von gestalterischen Vorschlägen. Das ist immer auch eine Frage des Budgets und der Ausrichtung des Unternehmens», führt Lemmenmeier aus.

Qualitätsansprüche steigen

Im Vergleich zu früher seien die Ansprüche bei allen technischen Gewerken gestiegen. Dies sei ein stetiger Wandel. «Beispielsweise wird die Kameratechnik nur noch in High-Definition-Auflösung umgesetzt, was vor einigen Jahren noch eher eine Seltenheit war. Daneben wird die Energieeffizienz immer wichtiger, weshalb bei der Beleuchtung immer mehr LED-Scheinwerfer eingesetzt werden. Und auch beim Ton sind die Qualitätsansprüche gestiegen», erklärt Lemmenmeier.

Als einen Höhepunkt für Stagelight nennt er die jährliche GV der St.Galler Kantonalbank. «Dies, weil die Veranstaltung mit einem grosszügigen Rahmenprogramm umgesetzt wird und einen sehr wichtigen Teil der Marketingstrategie des Unternehmens darstellt.» ■

«Emotionen verstärken die Botschaft»

GENERALVERSAMMLUNGEN MK im Gespräch mit Pius Sidler, Senior Partner bei McKinivan, einer Schwestergesellschaft der Habegger AG. Sein Team betreut Generalversammlungen zahlreicher Börsenschwergewichte und Kantonalbanken.



Pius Sidler

MK Herr Sidler, was macht eine gute GV aus?

PIUS SIDLER Für die Menschen auf und hinter der Bühne steht sicherlich der reibungslose Ablauf im Vordergrund. Für die Aktionäre das gute Erlebnis, wobei die Verpflegung da eine wichtige Rolle spielt. Themen sind auch wichtig: Wenn die «Shareholder Journey» interessant war, war es eine gute GV.

MK Wie wichtig sind dabei Emotionen?

SIDLER Ich denke, die Aktionäre kommen mit Ausnahme von kon-

troversen Situationen nicht wegen Emotionen an eine GV. Aber Emotionen sind ein wichtiges Werkzeug, um entlang einer GV Akzente zu setzen, die Aktionäre zu Botschaften zu locken und Botschaften zu verstärken.

MK Welche Fehler sollten unbedingt vermieden werden?

SIDLER Lange Wartezeiten. Das Management bei Unsicherheiten unschlüssig darzustellen. Fehler im Ablauf. Technische Mängel. Und zu wenig Wienerli.

MK Macht es bei der Umsetzung einen Unterschied, ob die GV von grossem öffentlichem Interesse ist oder nicht?

SIDLER Ja, denn ein grosses öffentliches Interesse bedeutend mehr Votanten, mehr Medienaufmerksamkeit und ein höheres Energieniveau.

MK Wie kann ein Unternehmen seine GV für ein positives Bild gegen aussen nutzen?

SIDLER Die Aktionäre ernst nehmen. Neben der sachlichen auch eine emotionalisierendere Kommunikation verwenden. Eben nicht nur den Kopf, sondern auch die Herzen der Aktionäre ansprechen und so gewinnen. Das Gesamterlebnis des GV-Besuchs durchdenken.

MK Welche Arten von GVs sind besonders schwierig umzusetzen?

SIDLER Versammlungen, in denen das Unternehmen aus der Defensive heraus argumentieren muss. Da gilt es, jede Massnahme doppelt und dreifach zu überlegen. Man will keine unnötigen Angriffsflächen bieten.

INTERVIEW: DENISE WEISFLOG

Anzeige

STAGELIGHT

audio - light - visuals



Wir sind seit 25 Jahren in der Veranstaltungsbranche tätig und wissen genau, worauf es ankommt.

Eine unserer Kernkompetenzen ist die medientechnische Ausstattung von Aktionärs- und Mitgliederversammlungen sowie von Kongressen. Wir erfüllen alle Qualitätsansprüche, garantieren einen reibungslosen Ablauf Ihres Anlasses und bieten massgeschneiderte Techniklösungen für jeden Kundenwunsch.

STAGELIGHT - TRADITION, INNOVATION UND QUALITÄT AUS LEIDENSCHAFT

