|  |
| --- |
| **Checkliste Tag der offenen Türe** |
| **Zeit** | **Massnahmen** | **Agentur** | **Unternehmen** | **Erl. durch** |
| **8 Monate**vor Beginn der Veranstaltung | **Terminfindung*** Veranstaltungen im Winter erfordern eine andere Planung als VeranstalIungen im Sommer.π
	+ Winter: Praktisch alle Programmpunkte müssen in-house stattfinden.
	+ Sommer: Freiflächen können genutzt werden.
	+ Der Fall "Regenwetter" ist zu berücksichtigen
 |  |  |  |
| **6 Monate**vor Beginn der Veranstaltung | **Ablaufplanung*** Welchen Zweck verfolgt man mit dem Tag der offenen Tür?
	+ Mitarbeiter zeigen ihren Arbeitsplatz
	+ “Gläserne Produktion" = Aufklärung über Arbeitsabläufe, Werben um Sympathie
	+ Information, z.B. im Rahmen einer Betriebserweiterung u.ä.
* **Wer wird eingeladen?**
	+ Mitarbeiter und ihre Familien
	+ Geschäftspartner
	+ Bewohner am Standort
	+ Presse
* Welche Abläufe/Räumlichkeiten innerhalb des Unternehmens sollen in den Tag der offenen Tür einbezogen werden, welche sind für den Publikumsverkehr nicht zugänglich (Buchhaltung, Personalwesen etc.)
* Wird im Unternehmen etwas produziert? Kann eine Betriebsbesichtigung durchgeführt werden? Ist sichergestellt, dass die Produktion läuft bzw. in den Räumen etwas passiert? Leere Fabrikhallen sind langweilig.
* Handelt es sich um eine reine Info-Veranstaltung oder dient sie auch der Unterhaltung (Rahmenprogramm, Kinderspiele, Bewirtung, Abendveranstaltung etc.)
 |  |  |  |
| **6 Monate** vor Beginn der Veranstaltung | **Kostenübersicht*** Einholen von Angeboten
* Erstellen eines Budgets
* Freigabe des Etats
* Regelmässige Überprüfung der Kosten
 |  |  |  |
| **3-6 Monate** vor Beginn der Veranstaltung | **Buchungen*** Musik
* Kleinkünstler
* Aushilfspersonal
* Catering
* Bühnentechnik
* Licht- und Tontechnik
* Zelte, Pavillons
* Ausstellung zur Firmenhistorie
* Sonstige
 |  |  |  |
| **8-12 Wochen** vor Beginn der Veranstaltung | **Einladungsliste für persönliche Einladungen*** Mitarbeiter
* Geschäftspartner
* lokale ,,VIP" (Gemeinde-, Kantons- und/oder Nationalrat, Politik, Verwaltung etc.)
* Presse
 |  |  |  |
|  | **Produktion der Drucksachen*** Einladung
* Plakate (falls eine breitere Öffentlichkeit eingeladen wird)
* Unternehmensdarstellung
* Programm/ Lageplan
* Tischkarten
* Namensschilder
* Gewinnkarten
* Sonstige
 |  |  |  |
|  | **Erstellen einzelner Ablaufpläne und Organisation der verschiedenen****Bereiche*** Betriebsführung
* Bewirtung
* Unterhaltung und Spiele
* Kinderprogramm
* VIP-Gäste und Pressebetreuung
* Sonstige
 |  |  |  |
| **6 Wochen**vor Beginn der Veranstaltung | **Versand** der persönlichen Einladungen mit Antwortkarte, Anreiseskizze etc.**Presseunterlagen*** Präsentation I Vorträge
* Unternehmensdarstellung
* Pressetexte
 |  |  |  |
| **2 Wochen**vor Beginn der Veranstaltung | **Kontaktieren** von Nichtreagierern (VIP-Gäste und Journalisten)**Fertigstellung** aller Drucksachen und Präsentationen.**Plakatierung**Einladung der Anwohner**Buchungen*** Liegen alle Verträge vor?
* Termine noch einmal telefonisch prüfen und bestätigen lassen
* Besonderheiten von Gästen und Künstlern erfragen
* Bei Bedarf Übernachtungen buchen
 |  |  |  |
| **1-2 Tage**vor Beginn der Veranstaltung | **Beginn des Aufbaus*** Bühnentechnik
* Zelte/Stände
* Bestuhlung
* Sonstiges

**Organisatorisches*** Einweisung der Mitarbeiter und des Personals
* Probedurchgänge
* Letzte Prüfung der Verantwortlichkeiten
* Betreuung von Gästen / Künstlern, die eventuell schon einen Tag vor der Veranstaltungsbeginn anreisen
 |  |  |  |
| **1-2 Stunden**vor Beginn der Veranstaltung | **Anwesenheit*** Aller beteiligten Mitarbeiter
* Geschäftsleitung
* Künstler
* Catering
* Sonstiges
 |  |  |  |
| **Während** der Veranstaltung | **Kontrolle*** Regelmässige Prüfung aller Abläufe
* Auffüllen von Prospektmaterial
* "Springer-Einsatz" falls irgendwo Engpässe entstehen
 |  |  |  |
| **Nach** der Veranstaltung | Abschlussbesprechung, Dank an alle beteiligten Mitarbeiter, Erstellung Medienspiegel |  |  |  |