

## Firmenjubiläum: Eine Chance, die Sie nutzen, und Fehler, die Sie vermeiden sollten



© Foto: Alexa Kirsch

„Der große Knigge“ im Gespräch mit der Eventberaterin und Protokoll-Expertin Silke Freudenberg

**Alexandra Sievers (AS):** *Frau Freudenberg, zunächst eine grundsätzliche Frage: Warum sollte eine Firma ihr Jubiläum nicht sang- und klanglos übergehen, sondern unbedingt feiern?*

**Silke Freudenberg (SFR):** Ein Firmenjubiläum ist eine einmalige Chance, das Unternehmen und seine erfolgreiche Geschichte in die Öffentlichkeit zu bringen. Das hat viele Vorteile: Es sorgt für Aufmerksamkeit in der Branche und bei potenziellen Neukunden, stärkt die Marktpräsenz, das Image, schafft Vertrauen und Bindung. Außerdem ist ein Jubiläum immer auch ein geeigneter Anlass, um Danke zu sagen: den Geschäftspartnern, Kun-

den, Lieferanten und natürlich den Mitarbeitern. Denn ohne sie alle hätte das Unternehmen nicht über Jahre hinweg Erfolgsgeschichte geschrieben und könnte kein Jubiläum feiern.

**„Findet keine Feier statt, kann das als Zeichen schlechter Konjunktur gewertet werden.“**

Je nach Größe und Bedeutung der Firma wird von ihr auch einfach ein Fest erwartet. Findet keines statt, kann das als Zeichen einer schlechten Konjunktur oder einer negativen Unternehmensentwicklung interpretiert werden. Schnell werden Vergleiche mit den Jubiläumsfreierlichkeiten anderer Firmen aus der Branche gezogen – und das kann zu positiven wie negativen Schlussfolgerungen führen. Daher sollte ein Jubiläum unbedingt genutzt werden, um die Firma positiv hervorzuheben.

**AS:** *Wer sollte zu einer Jubiläumsfeier eingeladen werden?*

**SFR:** Idealerweise werden alle an der Firmengeschichte beteiligten Personengruppen eingeladen. Angefangen bei der Gründerfamilie, sollte sie das Fest nicht selbst ausrichten, dann Geschäftspartner, Kunden, Lieferanten und natürlich die Mitarbeiter, auch ehemalige. Hinzu kommen weitere Gäste aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Kultur. Auch Vertreter von Partnerfir-

men, von anderen Branchenunternehmen, Organisationen, Verbänden und Hochschulen können eingeladen werden. Wichtig sind ebenso die Vertreter von Presse und Medien: Sie sollen ja über das Jubiläum berichten.

*„Je bedeutender das Jubiläum und die Firma, desto prominenter sind die Ehrengäste.“*

Und dann gibt es noch die Ehrengäste, die in der Regel aus der Politik oder anderen, für die Firma bedeutenden Kreisen stammen. Sie werten die Veranstaltung auf und werden gerne um ein Grußwort oder eine Festrede gebeten. Je bedeutender das Jubiläum und die Firma sind, desto prominenter ist meist dieser Teil der Gästeliste. Es können beispielsweise aus der Politik Vertreter von Stadt, Land bis hin zum Bund angefragt werden: Oberbürgermeister, Ministerpräsidenten bis hin zur Bundeskanzlerin oder dem Bundespräsidenten. Die Bedeutung einzelner Gästegruppen kann jedoch je nach Firma stark variieren. So wird eine Sportfirma andere VIPs einladen als beispielsweise ein Finanzunternehmen, eine politische Organisation oder eine Stiftung.

**AS:** *Was sind aus Ihrer Erfahrung die größten Fehler, die bei der Organisation eines Firmenjubiläums gemacht werden können?*

**SFR:** Meist wird unterschätzt, wie viel Zeit für die Planung benötigt wird. Wir alle kennen das: Je besser und detaillierter wir auf eine Situa-

tion oder Veranstaltung vorbereitet sind, umso erfolgreicher meistern wir sie. Ein weiterer Aspekt ist die unklare Verteilung von Aufgaben und Verantwortlichkeiten innerhalb des Organisationsteams. Wenn jeder denkt, der andere macht's, dann passiert gar nichts. Am besten ist es, frühzeitig eine interne oder externe Veranstaltungsleitung zu benennen.

Außerdem sollen bei einem Firmenjubiläum die Gäste im Vordergrund stehen: Sie sollen sich wohlfühlen, wertgeschätzt und auch unterhalten werden. Oft drängen sich jedoch die Gastgeber ins Rampenlicht. In Redenmarathons oder langatmigen Programmen präsentieren sie sich und die Firmenentwicklung. Meiner Meinung nach gilt hier „Weniger ist mehr“.

**AS:** *Worauf kommt es bei der Planung eines Firmenjubiläums besonders an?*

**SFR:** Eine der wichtigsten Überlegungen ist: Welche Botschaften wollen Sie senden, welchen bleibenden Eindruck wollen Sie bei Ihren Gästen hinterlassen? Es gibt diese Veranstaltung nur einmal, und daher sollte sie auch wirklich etwas Besonderes sein. Das bedeutet gleichzeitig aber auch: Man hat nur „einen Schuss“ frei – und der muss sitzen.

Was die Gäste sich im Allgemeinen wünschen, ist eine abwechslungsreiche Mischung aus kurzweiligen Programmpunkten sowie genügend Zeit

zum Austausch, Essen und Trinken. Wenn Sie das bei der Planung berücksichtigen, ist schon viel erreicht.

**AS:** *Und was macht die Planung oft so schwierig?*

**SFR:** In der Regel werden Firmenevents von Mitarbeitern aus den Marketing- oder Kommunikationsabteilungen organisiert. Ein Jubiläum ist jedoch keine Routineveranstaltung. Fast immer stehen die Unternehmensvertreter zum ersten Mal vor dieser Aufgabe.

**„Die protokollarische Rangfolge einzuhalten ist eine ebenso heikle wie wichtige Aufgabe.“**

Insbesondere die Notwendigkeit, bei der Begrüßung und Platzierung der Gäste die protokollarischen Regeln einzuhalten, ist eine Herausforderung. Dafür ist es hilfreich, externe Profis dazuzuholen. Sie bringen ihr Wissen, ihre Erfahrung und ihr Netzwerk mit ein. Zudem unterstützen sie die Gastgeber bei der Regie und VIP-Betreuung. Auch wenn Unvorhergesehenes eintrifft, geben sie ihnen Sicherheit. Auf diese Weise können sich die Gastgeber ganz ihrer Rolle und ihren Gästen widmen – denn das ist ihre Hauptaufgabe bei einer Jubiläumsveranstaltung.

**AS:** *Was sind für Sie die wichtigsten Erfolgsfaktoren einer Jubiläumsfeier?*

**SFR:** Für mich sind das insbesondere drei Punkte:

1. Professionalität bei der Organisation mit hoher Individualität bei der Gestaltung. So wird der Event zu etwas Einmaligem, das in dieser Form nur diese eine Firma ausrichten kann.
2. Der Anfang und das Ende der Feier sowie die Gastronomie; der Auftakt sorgt für die richtige Einstimmung, der Schluss für den bleibenden Eindruck und die Bewirtung für das Wohl der Gäste sowie für den (Nach-)Geschmack, mit dem sie nach Hause gehen.
3. Emotionalität ist wichtiger als die reine Vermittlung von Information; denn Emotionen berühren Menschen stärker als Worte. Ein Jubiläum sollte die Gäste emotional erreichen: ob über die Darstellung der Firmengeschichte in musikalischer Form beispielsweise als Musical, ob als Ausstellung, durch die multimediale Präsentation einzelner Produkte oder durch Darbietungen von Mitarbeitern. Es gibt eine Vielzahl an Möglichkeiten, das Jubiläum emotional erlebbar zu machen.

**AS:** *Vielen Dank, Frau Freudenberg, für das aufschlussreiche Gespräch.*

**HINWEIS:** Mehr Tipps zum Thema „Firmenjubiläum“ gibt Ihnen die Eventberaterin Silke Freudenberg ([www.silkefreudenberg.com](http://www.silkefreudenberg.com)) in der aktuellen Ausgabe von „Der große Knigge“.