

Esther Girsberger

Worauf es bei Firmenanlässen wirklich ankommt



Bild: zvg

Eine der brennendsten Fragen bei der Organisation der Jahresbilanz-Konferenz, des Firmenjubiläums oder eines anderen das Unternehmen in den Fokus stellenden Events ist die nach den Give-aways. Ob ich als Moderatorin, als Gast oder als Organisatorin involviert bin – fast zuoberst auf der Pendenzenliste steht jeweils das ungelöste Problem des Begleitgeschenks beim Abschied. Das Anliegen ist ja auch berechtigt. Die Zahlen, die Reden und die Auftretenden bleiben selten nachhaltig in Erinnerung. Was man aber physisch nach Hause trägt, das bleibt. Allerdings lange nicht immer im guten Sinn. Es lohnt sich deshalb, den Präsentchen einige Gedanken zu widmen.

1. Süssigkeiten: Grundsätzlich kann man da nicht allzu viel falsch machen. Aber eben nur grundsätzlich. Mit Firmenlogos aus Marzipan geschmückte Madeleines sollte man gleich noch vor Ort verspeisen. Bis man zu Hause ist, ist das Logo nämlich entweder verschmiert, klebt an der Verpackung oder – vor allem bei wärmeren Temperaturen – es zerfließt. So geschehen mit den mit einer Marzipan-Briefmarke verzierten Migros-Törtchen zu Ehren des 50-jährigen Todestags von Gründer Gottlieb Duttweiler, die an der Bilanz-Medienkonferenz des Unternehmens verteilt wurden.

2. Kosmetik: Heikel. Wer schwört mittlerweile nicht auf seine Marke? Selbst Männer sind wählerisch geworden und gebrauchen nicht jede pflegende Nachtcrème, selbst dann nicht, wenn

es nur ein Münsterchen und nach einmaligem Gebrauch erledigt ist. Was erst recht für die Frauen gilt. Sie sind noch wählerischer.

3. USB-Sticks: Wir alle haben mittlerweile Tausende. Willkommen, weil nützlich, sind sie immer noch. Aber vermeiden Sie seichte Werbeslogans wie «Bitte speichern: Ihre Spende ist unsere Stärke» (Give-away bei einer Wohltätigkeitsorganisation). Wenn schon, dann wählen Sie eine eigene Form. Wie beispielsweise der USB-Stick «VW-Käfer». Wobei Sie Gefahr laufen, dass solche USB-Sticks zu Hause von kleinen Kindern behändigt und verschluckt werden. Mit unangenehmen Haftungsfolgen.

4. LED-Taschenlampen: Scheinen momentan hoch im Kurs zu sein. Jedenfalls habe ich schon eine stattliche Sammlung zusammen. Aber aufgepasst. Kritische Medienvertreter schauen im Internet nach, wie viel eine solche LED-Taschenlampe kostet. Selbst mit Mengenrabatt sind die nicht eben billig. Wenn ein Regionales Arbeitsvermittlungszentrum solche Give-aways verteilt, fragt sich der steuerzahlende Journalist nicht ganz zu Unrecht, wer diese «Bhaltis» eigentlich berappt.

5. Potpourri-Tasche: An und für sich eine naheliegende und praktische Lösung. Nur: Welches Unternehmen hat schon eine so reiche Produktpalette, dass der Inhalt wirklich passt? Bietet sich eigentlich nur für Nahrungsmittelunternehmen an. Aber auch da stellt sich wieder die Frage, ob die Produkte heil nach Hause kommen. Was besonders für Weinflaschen gilt, die auch noch schwer im Gewicht sind.

6. Verlosung: Eine äusserst aufwändige, aber kreative und bleibende Idee. Coop hat bei einem Investorenanlass eine ganze Tombola aufgestellt. Jeder zog ein Los und konnte das Give-away beim aufgebauten Stand abholen. Mit dem zusätzlichen Vorteil, dass eine rege Tauschbörse stattfand und die Gäste sich dadurch angeregt unterhielten. Zur Nachahmung empfohlen! ■

Esther Girsberger ist Publizistin sowie Dozentin.