

Im Dreiklang

Würth-Event:

Schnell und effektiv organisierten eine Agentur, ein Food- und ein Nonfood-Caterer innerhalb von knapp vier Monaten eine komplette Festwoche.

Die Zeit raste. Es ging auf den 20. April 2010 zu, dem Tag, an Reinhold Würth, Chef des gleichnamigen Konzerns für Montage- und Befestigungsmaterial, seinen 75. Geburtstag begeht. Der Geburtstag des Unternehmers war in der Vergangenheit ein Jour-Fix, zu dem Mitarbeiter aus aller Welt, Geschäftspartner, Wirtschaftsgrößen und Politiker im Fünf-Jahres-Rhythmus geladen wurden. Ein Mega-Event am Stammsitz im baden-württembergischen Künzelsau. Die Entscheidung, den 75. im Rahmen einer Festwoche zu feiern, fiel dieses Mal aber erst im Dezember 2009, die Vorbereitungen liefen im Januar langsam an.

Ein Mammut-Programm lag vor den Initiatoren und Dienstleistern. In drei Monaten musste eine komplettes Sechs-Tage-Event für mehrere tausend Gäste auf die Beine gestellt werden. Keine stressfreie, aber eine hochkarätige

Geschichte, für die unter normalen Umständen eine Planungs- und Vorbereitungszeit von mindestens einem Jahr, wenn nicht sogar zwei Jahren, angesetzt wird.

In der Kürze lag die Würze. Klare Zuordnung und Aufgabenverteilung, kurze Entscheidungswege sowie ein reibungsloses Zusammenspiel aller Beteiligten waren Voraussetzung. Die Verantwortung für das Projekt lag bei der zum Würth-Konzern gehörenden Marbet Marion & Bettina Würth GmbH. Eine Full-Service-Agentur, die die Fäden von der Organisation bis zur Auftragsvergabe in der Hand hielt. Mit im Boot waren außerdem das Würth eigene Catering-Unternehmen Panorama, das für Essen und Trinken sorgte. Mit der Ausstattung wurde Party Rent beauftragt, nach eigenen Angaben Marktführer im Nonfood Catering.

Eine Geburtstagsfeier im großen Stil ist für Profis gewohnte Praxis, wäre nicht der Wettlauf mit der Zeit gewesen. Rückblickend ziehen Markus



Glasklar kommt das Equipment aus der Kiste auf den Tisch – eine Stärke der Party Rent Group, alles im gebrauchsfertigen Zustand anzuliefern.

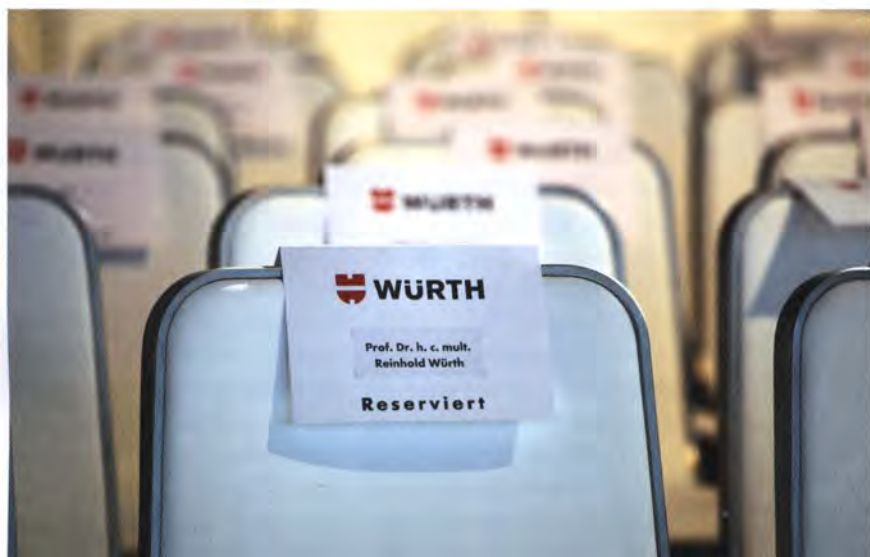
Berdyszak, Geschäftsführer von Panorama-Catering, und Martin Stermerdink, Vertriebsleiter bei Party Rent, dennoch ein positives Fazit. Im Verbund hätten Marbet, Panorama-Catering und Party Rent sich in

der Zusammenarbeit gegenseitig befruchtet. Außerdem sind Stermerdink und Berdyszak davon überzeugt, dass das konzentrierte Vorgehen das Budget für diesen Event nicht gesprengt hat. Nach ersten Hochrechnungen sei man sogar darunter geblieben.

Es habe ein Ziel gegeben: Am 20. April musste alles ste-

hen. Entsprechend war man angehalten, von vornherein präzise zu planen und an den richtigen Stellschrauben zu drehen. Spielraum für verschiedene Entwürfe und Denkmodelle gab es nicht. Man konnte sich nicht in langen Diskussion ergehen, um letztendlich Entscheidungen doch noch zu vertagen: „Schaffe, net schwätze“, lautet denn auch der Werbeslogan des Würth-Konzerns.

Den Rahmen für die Festwoche bildeten das Budget auf der einen und das Veranstaltungsprogramm auf der anderen Seite. An sechs Tagen sollten unterschiedliche Gästegruppen bewirtet werden. Geplant waren ein Gala-Abend (700 Personen), eine Frühjahrskonferenz (700 Teilnehmer), ein Tag für 600 Senioren bzw. ehemalige Mitarbeiter, ein Tag für 1.200 Kunden und zwei Mitarbeitertreffen mit Vertretern aus dem Ausland (zusammen 6.800 Personen).



Bestuhlung: Keiner tanzt aus der Reihe; als seien die Sitzgelegenheiten mit dem Zirkel abgemessen.



Löffelweise Detailarbeit vom Sushi-Band bis zu den kleinen Appetithappen.

Die Festwoche endete mit einem Tag der offenen Tür, zu dem man 50.000 Menschen erwartete. Die konzeptionelle

Herausforderung bestand darin, einerseits dem Charakter der unterschiedlichen Veranstaltungen gerecht zu werden.

Andererseits galt es, das vorgegebene Motto „bodenständig und innovativ“ kulinarisch umzusetzen. Insofern musste jeder Festtag für sich neu geplant werden. In einem ersten Schritt wurden Größe der Zeltlandschaft sowie der Versorgungstrakt, von WC-Anlagen bis zur Küche, Lagerkapazitäten usw. fixiert.

Die Umfeld-Parameter gab Panorama-Catering vor. Am Galaabend war Büfett und Front-Cooking für kleine Portionen angesagt. Dazu musste eine Ausrüstung für zehn Stationen herbei, mit Kochstellen, Sushi-Fliesband usw. Statt Stehtischen und Bars war zum Seniorentag ein Bankett mit Sitzgelegenheiten geplant. Das Menü wurde serviert, was einen anderen Personaleinsatz der Servicekräfte erforderte als

am Festabend, an dem 60 Köche in der Küche und an den Büfett-Stationen im Einsatz waren.

Insgesamt bestand die Crew von der Eingangskontrolle bis zur Servicekraft über die komplette Festwoche aus 400 Personen, für die übrigens ein eigenes Catering organisiert werden musste.

Für Party Rent war das Drehbuch jedes Veranstaltungstages eines der wichtigsten Orientierungsgrößen. „Wir hatten es mit zwei Auftraggebern zu tun.“ Marbet gab das Ambiente und die Raumausstattung vor, Panorama-Catering Gläser, Porzellan, Küchen-Equipment usw. Stemerlink nimmt das allerdings gelassen. Die Erfahrung und die hohe Verfügbarkeit sei die Schlagkraft von Party Rent.

„Zwanzig 40-Tonner mit schätzungsweise 400.000 Teilen haben wir nach Künzelsaus geschickt“, gibt er einen Eindruck der Dimensionen, die in dieser Woche bewegt wurden. Die Ansprüche an die Logistik und logische Verpackung und Lagerung stiegen mit jedem Teil. Vereinbart war, dass nicht vor Ort gespült wurde, sondern in der Stuttgarter Niederlassung des Nonfood-Caterers. Auch das musste bei den Abläufen berücksichtigt werden. Abräumen, grob reinigen, einordnen und abtransportieren. Um den hohen hygienischen Standards gerecht zu werden, war extra eine Person abgestellt, die die Einhaltung nach HACCP beaufsichtigte.

ULRIKE PÜTTHOFF ■

Die Unternehmen

Festliches Triumvirat

Party Rent Group

In 18 Jahren hat sich das Unternehmen nach eigenen Angaben zum größten Event-Ausstatter entwickelt. Vom Aschenbecher bis zum Zelt liefert der Logistik-Dienstleister das nötige Equipment. Party Rent ist auf Firmen-Events ebenso vertreten, wie bei Konzerten, Tagungen oder Messen. Bundesweit hält das Unternehmen 13 Niederlassungen. Einige werden von Franchisenehmern betrieben. 45 LKWs und 300 Mitarbeiter kümmern sich um Logistik und Pflege aller Bedarfsartikel.

Panorama-Catering

Schwerpunkt des zum Würth-Konzern gehörenden Caterers sind die Betriebs- und Schulverpflegung sowie Events. Er bedient nicht nur die zur Würth-Gruppe gehörenden Kantinen, sondern arbeitet auch für externe Kunden. 135 Mitarbeiter sind bei Panorama-Catering beschäftigt.

Marbet

Das Label steht für Marion und Bettina Würth, die 1996 die Event-, Incentiv- und Travel-Agentur ins Leben gerufen haben. Zunächst nur für den Würth-Konzern aktiv, ist die Full-Service-Agentur heute auch für andere Kunden tätig.