

## Kreativität lohnt sich



Mit diesem Claim macht der [Art Directors Club ADC](#) seit Jahren mit großem Erfolg Front gegen schlechte, einfallslose Werbung. Und Fallstudien und Effies beweisen, wie gut kreative Kampagnen jedem Produkt tun.

Auch bei Marketing-Events lohnt sich Kreativität. Zum einen für den Auftraggeber, weil unverwechselbare Events mit eindeutigem Markenbezug dazu beitragen, die gesteckten Ziele zu erreichen. Und auch für Agenturen, zum Beispiel in Form von Awards. Zwei große internationale Trophäen haben wir im Januar aus den USA über den Teich geholt: Den Gala-Award in der Königsklasse und den AME Award in Silber in der Kategorie "Best New Product Launch" (Gold wurde in dieser Kategorie übrigens nicht vergeben). Danke an alle, die zu diesem Erfolg beigetragen haben!

In diesem Sinne. Das Jahr hat noch fast elf Monate. Und mit guten Events kann man nur gewinnen.

Herzlich

Ihr Matthias Kindler & das Team von THE COMPANIES

P.S. Auf die letzten zwei Ausgaben dieses Newsletters bekamen wir das Feedback "wir seien zu nett geworden", nicht mehr bissig genug. Erste Anzeichen von Alters-Milde? Nichts da. Das lassen wir nicht auf uns sitzen.

## Mit Lufthansa auf der schiefen Bahn

Kommen Sie ab und zu in den Genuss, Langstrecke zu fliegen? Haben Sie das Glück bei "länger als 6 Stunden Flugzeit" dann in der Business Class zu landen? Sollten Sie als heimatverbundener Deutscher brav Lufthansa buchen, dann erleben Sie Aldisierung und Cartierisierung in einem Aufwasch.

Die Preise haben nämlich mittlerweile das alte DM-Niveau locker in Euro überschritten. Nordamerika unter € 3.800? Das dürfte schwierig werden. Lufthansa bietet Business zu den alten First Class Preisen. Aber dafür ist ja jetzt alles besser. Damit wir das glauben, hat die Kranich-Linie in den letzten 18 Monaten einen zweistelligen Millionenbetrag verballert. Sie glauben der Werbung? Dann sind Sie schief gewickelt, treffender: schief gebettet. Was die Airline als längstes Bett seiner Klasse beschreibt ist eine schiefe Ebene, die Ihnen nur gefallen wird, wenn Sie gern im Stehen schlafen. So fühlt es sich nämlich an.

Aber dafür können Sie ja ohne Ende Video gucken. Theoretisch ja. Praktisch funktioniert auch heute das tolle System mit 21 Kanälen weder "on demand" (also dann, wenn Sie es wollen) noch sonst fehlerfrei. Knapp ein Jahr nach dem Launch des neuen Produkts sind Ihre Flugbegleiter heilfroh, wenn das System nicht alle paar Minuten abstürzt oder die Damen permanent unter die Sitze krabbeln müssen, um die Elektronik manuell zu korrigieren. Viel Spaß.

Aber mit etwas Glück erwischen Sie ja noch die alte Business-Ausstattung (denn trotz massiver Werbung für das neue Produkt ist die noch großflächig im Einsatz) oder Sie buchen gleich was anderes. Die Airline des Jahres Singapore zum Beispiel (unter anderem nach New York und einfach großartig) oder SAS oder United. Da können Sie überall besser sitzen, finden ein funktionierendes Produkt und - tata - sammeln sogar Statusmeilen. Und in zwei Jahren ist die neue Lufthansa Business dann nicht nur komplett veraltet sondern bei der miesen Verarbeitung auch schon kaputt.

Tipps vom anderen Ende der Welt: heute aus Südafrika

Da wir nun wirklich nicht alles allein erfliegen und er-essen können, jetzt quasi als Gastkolumne. In der letzten Ausgabe kamen die Insider-News von Ines Richter, Markenberaterin (verspäteten Dank), heute hat uns Alexander Wüst, Senior First Officer bei der Lufthansa, geholfen.

Das [Arabella Sheraton](#) liegt direkt an Kapstadts Waterfront, eine Gegend, die an die High Street in San Francisco erinnert. Das Hotel ist modern, hat schöne Zimmer und Bäder und neben einer super Bar macht besonders auch der Spa-Bereich Laune! Man kann beim Schwitzen über Kapstadt schauen und sich überlegen, wo man seine verlorenen Pfunde wieder aufstocken könnte. Sehr gut möglich ist das zum Beispiel im [Beluga Café](#). Es befindet sich in einem alten umgebauten Fabrikgebäude und bietet neben einer schönen Bar eine hervorragende (Fleisch-)Karte.

Wer kein Fleisch mag, aber trotzdem kein Vegetarier ist, findet in Campus Bay, einem Vorort von Kapstadt, seine Erfüllung in Fisch. Der Ort liegt direkt unterm Tafelberg am Meer und schon die Taxifahrt dorthin ist den Ausflug wert! Im [Restaurant Codfather](#) gibt es keine Speisekarte - man geht mit der Bedienung zu einer Fischauslage, wo man sich seinen persönlichen Fisch aussuchen kann. Selber ausnehmen muss man ihn zum Glück nicht, sich nur überlegen, ob man Gemüse, Reis oder Pommes als Beilage haben möchte. Abgerechnet wird nach Gewicht. Das Ambiente im Codfather ist nicht schick, es ist laut und nicht ganz billig, aber unser Informant hat dort "seinen besten Marlin und die besten Tigerprawns seines Lebens" gegessen - und Captain Wüst ist schon viel herumgekommen!

## Was die Presse über uns schreibt

Glauben Sie alles was in der Zeitung steht? Nein? In dem Fall sollten Sie es aber. Wir sind nämlich preiswert. Beweise: [hier](#) und [hier](#).

## Und eine Zeile von Ihnen ...

Was ist im Moment cool oder neu? Heute drehen wir den Spieß mal um. Sie müssen sich den "angesagtesten Spot" in Ihrer Stadt selber suchen. Ist nämlich in vielen deutschen Großstädten recht einfach. Angesagte Bar oder Restaurant ist da, wo das angesagte Hotel ist.

Was mit dem [Side](#) in Hamburg begann, stimmt für die Kaminbar im Münchner [Cortiina](#) oder das [Dorint](#) am Hauptbahnhof. Checken Sie mal das ["q!"](#) in Berlin, das wurde quasi nur der Bar wegen gebaut. Und so weiter und so fort. Als Hamburger wissen Sie sicher schon, dass ganz Hamburg ins [East](#) tingelt. Sollten Sie Miamese sein, geht es natürlich in den [Shore Club](#), wo man die Schönen, Reichen und Coolen trifft. Aber nur nicht da übernachten, das ist den Preis nicht wert. So, jetzt sind Sie dran. Besuchen Sie mal wieder ein schickes Hotel in ihrer Heimatstadt. Es lohnt sich. Versprochen.

## World of Events

"Wenn schon Westerndeko, dann richtig" – dieses Motto eines Ausstellers war das Highlight bei unserem letzten Besuch auf der World of Events. Drei Jahre später fühlten wir uns stark genug, einen erneuten Trip nach Wiesbaden zu wagen. Die Veranstalter haben den Termin auf kurz nach Silvester (12. Januar) gelegt und auch sonst einige Neuerungen versprochen, wie zum Beispiel die Messeparty, jetzt WOE-Night genannt.

Und da sind wir schon bei der positiven Überraschung unserer Reise. Die Kollegen von Satis & Fy haben eine wirklich gelungene Abendveranstaltung hingelegt. Dafür sorgte insbesondere das variable Raumkonzept aus verschiebbaren Wänden, das aus einer drögen Messehalle eine schicke Location machte. Dazu unaufdringliche Unterhaltung, originelle Möblierung und viel Raum zum Networken. Endlich mal ein Branchen-Event, für den man sich nicht schämen muss.

Tagsüber auf der Messe bot sich leider ein anderes Bild. Die World of Events präsentiert sich zwar in einem professionelleren Look als noch vor drei Jahren – dennoch fanden wir nur wenig Innovatives oder gar Inspirierendes. Statt dessen eine kräftezehrende Melange aus aufdringlichen "Walking Acts", appetithemmenden Tischdekos, Zaubershow und dem neuesten Stand der Mietklo-Industrie. Zu unserem Glück fehlte da nur noch die Westerndeko. Vielleicht ja nächstes Jahr – wir geben nicht auf.

Ich bette mein Haupt: Hier besser nicht

Auf der Designhotelwelle reiten mittlerweile beinahe alle. Mit mehr oder weniger Erfolg. Bevor Sie sich nachher ärgern, verzichten Sie doch bitte auf folgende Häuser: das [NH Frankfurt City](#) – auch wenn es neu ist und in Frankfurt ja bekanntermaßen großer Bedarf herrscht – so reicht das nicht für eine Empfehlung. Genauso wenig wie beim neuen [Hilton](#) in Köln. Das ist nicht aus einem Guss, das ist nicht authentisch. Ein paar schnieke Sessel und Glasbausteine reichen nicht. Sorry. Abgestürzt auch das 5-Sterne [Dorint](#) in Wiesbaden. Sieht zwar nett aus, aber wenn das Zimmer dann bei Einzug nicht sauber ist hilft ein "das tut uns leid, wird von einer Fremdfirma erledigt" nicht. Was ist eigentlich der Kern des Produkts "Hotel" - wir dachten bisher, das wären picobello Zimmer....

## Städtereise: Stockholm

Alter Schwede – das "Venedig des Nordens" ist nach unserem Gusto. Nicht nur, was das Kulinarische angeht, sondern auch die Atmosphäre, die netten Menschen und die Schlafplätze.

Das [Nordic Light](#) haben wir selbst ausprobiert. Designhotel. Nicht glamourös, aber durchaus mit Charme. Angesagte, geräumige Bar unten, hübsche, aber recht kleine (Einzel-)Zimmer oben. Direkt gegenüber die Schwester [Nordic Sea](#). Ebenfalls zentral gelegen und dem Design verschrieben: das [Lydmar](#), dessen "trendy" Bar uns allerdings nicht überzeugte. Wer mal eine Nacht in einer Einzelzelle verbringen möchte, dem sei das [Langholmen](#) empfohlen. Im ehemaligen Knast wohnt es sich inzwischen ganz komfortabel. Und etwas außerhalb: das schicke [Hotel J](#).

Essen gehen will am Wochenende gut geplant sein – die angesagten Läden sind rappendvoll, also unbedingt reservieren. Zum Beispiel im [Grill](#), [Gondolen](#) -"Touristenfalle" mit tollem Blick und gutem Essen - oder dem teuren, stern-tragenden [F12](#). Zwischen den Mahlzeiten gibt's viel Kultur oder Shopping. Zu diesen Themen verweisen wir mal wieder auf die Kollegen von [Max](#).

## Service Center

Sie können den Newsletter auch im PDF-Format abonnieren. Kurzes [Mail](#) genügt!

[Lob](#) oder [Tadel](#)? Newsletter [abbestellen](#) oder [abonnieren](#).

Newsletter-Archiv: Zu finden auf unserer Homepage unter Punkt 5 > Service > Newsletter

Wenn Sie mehr zu einem Thema wissen möchten:

[info@thecompanies.de](mailto:info@thecompanies.de)

Uns besser kennen lernen: [www.thecompanies.de](http://www.thecompanies.de)

THE **KINDLER** COMPANY THE **EVENT** COMPANY® THE **PROMOTION** COMPANY THE **PR** COMPANY

Prinzregentenstraße 67 · 81675 München

Telefon 089/418 007-0 · Telefax 089/418 007-17/-77