

## THE COMPANIES sind tot, es leben THE COMPANIES.



Entschuldigung für diesen etwas brachialen Einstieg, aber wir wollten sicher sein, dass Sie ganz und aufmerksam bei uns sind. Denn dies ist kein normaler Newsletter wie sie ihn seit ein paar Jahren kennen und hoffentlich schätzen. Heute geht es um etwas mehr, um mehr als Nützliches, Unterhaltsames, Schönes. Bereit? Gut.

Nicht zuletzt dank Ihnen und Ihrem Vertrauen haben wir es in den letzten Jahren bis ganz an die Spitze unserer Branche geschafft. Die Projekte, die wir zusammen mit Ihnen auf die Beine gestellt haben, konnten Juries in allen wichtigen Event-Wettbewerben der Welt überzeugen und haben uns Platz 1 im deutschen Event-Kreativ-Ranking der w&v beschert. Und 850 deutsche Event-Verantwortliche haben uns vor wenigen Wochen zur Nummer 2 im Lande gewählt. Auf der unabhängigen Bewertungsplattform für Agenturen "Benchmark" stehen wir mit der Note "sehr gut" ebenfalls sehr gut da.

### **Der Event-Markt wird sich wandeln.**

Wir sind überzeugt, dass sich der deutsche Event-Markt in den nächsten 18 Monaten grundlegend wandeln wird. Unter- oder unbezahlte Pitch-Runden für jedes noch so kleine Projekt führen zu immer höheren Akquisekosten, die auf die Projekt-Umsetzung umgeschlagen werden müssen. Letzterem steht jedoch ein immer höher werdender Preisdruck entgegen. Das kann auf Dauer betriebswirtschaftlich nicht gut gehen. Die Lösung: Entkoppelung von kreativer Leistung und operativer Umsetzung – was in der klassischen Werbung schon seit Jahrzehnten Usus ist. Diesen Prozess möchten wir aktiv mitgestalten.

Wir haben uns daher entschlossen, unser Geschäftsmodell ab diesem Sommer grundlegend zu ändern. Wir werden uns in Zukunft auf Konzeption und Beratung zu den Themen Event und Promotion konzentrieren. Um unabhängig zu sein und in keine Interessenskonflikte zu geraten, bedeutet dies, dass wir in Zukunft auf die operative Umsetzung dieser Maßnahmen verzichten werden.

### **Was Sie davon haben.**

Zu Deutsch: wenn Sie ein wirklich zielgerichtetes und besonderes Event- oder Promotionkonzept für Ihr Unternehmen oder eines Ihrer Produkte benötigen, entwickeln wir dies gern als Konzeptioner und Kreative für Sie. Das Handling des Projekts erledigt dann ein bewährter Logistikpartner. Natürlich steuern wir den Prozess gerne, falls gewünscht.

Sie wollen die Rolle von Event Marketing in Ihrem Kommunikationsmix unabhängig von laufenden Projekten analysieren und optimieren? Sie suchen

Jemanden, der ohne Eigeninteressen aber mit der Erfahrung aus über 20 Jahren below the line auf Kunden- und Agenturseite eine 360°-Analyse erstellt und Sie bei den nächsten Schritten berät? Das bieten wir Ihnen gerne an.

Sie wollen bestehende Event-Maßnahmen auf den Prüfstand stellen – ohne gleich eine Agentur zu beauftragen, die diese selbstverständlich auch selber umsetzen möchte? Dann sind Sie bei uns richtig. Oder möchten Sie, dass wir Sie oder Ihre Kollegen coachen, trainieren und weiterbilden? Auch das werden wir Ihnen anbieten. Unabhängig, neutral und in der Qualität, die Sie von uns gewohnt sind.

Da Sie von uns auch immer einen hohen Nutzwert gewohnt sind, schildern wir Ihnen die 5 wichtigsten Trends im Event-Markt weiter unten. Schön eingerahmt von wunderbaren Hoteltipps und anderen Empfehlungen rund um Destinationen, Genuss und Wohlbefinden.

Herzlichst und auf ein Neues

Matthias Kindler, Tobias Wannieck & das Team von THE COMPANIES

## Andre Heller schlägt wieder zu: Afrika, Afrika.

Europas bekanntester Impresario – Andre Heller – ist wieder auf Tour. Da wir bei der WM (oh je, darf man dieses Wort überhaupt schreiben ohne der FIFA Gebühren zu zahlen?) ja doch nicht in den Genuss seiner Spektakel kommen werden, sind wir stattdessen mal wieder in den Zirkus gegangen: Afrika, Afrika – zur Zeit auf Tournee durch alle deutschen Metropolen. Was soll man sagen? Ja, es war sehr schön. Die afrikanischen Künstler und Artisten gingen mit Engagement, Liebe und Leidenschaft zu Werke. Einfach hin- und mitreissend. Aber Heller? Choreographie, Licht, Bild, Zelt, Ausstattung und Dramaturgie waren wohl seine Aufgabe – und das Ergebnis eher mau. Das vielgepriesene Zelt mühsam auf "authentisch" getrimmt, der Ablauf eher beliebig und ganz sicher zu lang. Schauen Sie es sich bitte trotzdem an – und bejubeln Sie die Künstler, die haben es nämlich verdient. Über den großen Meister können wir ja einfach den Mantel des Schweigens hüllen.

## Trend Nummer 1. Maßgeschneiderte und kreative Events funktionieren besser und liefern den höheren Return on Investment.

1.

Etliche "Zielgruppen", besonders im B2B-Bereich, zeigen bereits deutliche Anzeichen von Event-Müdigkeit. Sie folgen einer Einladung nicht mehr oder tun nachher nicht das, was der Gastgeber sich erhofft hatte. Warum? Weil sie schon "alles" erlebt und gesehen haben und Neues, wirklich Kreatives, Maßgeschneidertes und Zielgerichtetes erwarten. Wir erstellen Ihnen ebensolche Konzepte. Unser Ruf als Nummer 1 im Bereich Kreation und Konzeption ist dabei unsere Verpflichtung. Lassen Sie uns über Ihr Projekt diskutieren.

"Pret a dinner" lautete das ambitionierte Motto, unter dem Edel-Caterer-Aspirant [Kofler](#) in die heiligen Hallen der neuen HypoVereinsbank-Zentrale in München einlud und zum Angriff blies. In die "Höhle des Käfers" habe er sich getraut, so die unglaubliche Moderatorin. Unglaublich, da bei ihrem Moderationsversuch dem ein oder anderen Eventler vor Schreck das Fingerfood im Halse stecken blieb. Aber getreu dem Motto: Wir sind Caterer, eine Licht & Ton Firma kennen wir auch und eine tolle Deko macht uns XY – fertig ist der Event. Nein liebe Caterer, so einfach ist es nun wirklich nicht. Das konnten die rund 150 Gäste live und in Farbe erleben. Statt auf Event hätte sich Meister Kofler lieber aufs Essen konzentrieren sollen, denn das war maximal oberer Durchschnitt. Und die Moral von der Geschichte: Event-Verantwortliche versuchen auch nicht, noch nebenbei zu kochen.

## Trend Nummer 2. Agenturauswahl, Steuerung und Controlling sind die zentrale Herausforderung für Event-Verantwortliche im Unternehmen.

# 2.

Wenn Events im Kommunikationsmix eines Unternehmens jemals das leisten sollen, wozu sie theoretisch in der Lage sind, geht dies nur im Rahmen von langfristigen, gut strukturierten Agenturbeziehungen. Wer ist der richtige Agentur-Partner für meine Aufgabe? Wie binde ich ihn ein? Wie fördere und fordere ich ihn? Welches Vergütungsmodell eignet sich? Für die Beantwortung dieser und verwandter Fragen bedarf es detaillierter Marktkenntnis und "Insider-Wissens". Wenn Sie Ihre Partnerschaften weiterentwickeln oder neu gestalten wollen, beraten wir Sie gern.

## Ich bette mein Haupt: abseits der großen Städte.



Geschmackvolles Hotel-Wohnen außerhalb der 6 deutschen Großstädte ist ja oft ein Abenteuer. Selbst in Metropolen wie Nürnberg oder Bielefeld ist es oft eine ganz neue Erfahrung. Nach Münster ist nun auch Heidelberg auf der sicheren Seite, dank dem [Arthotel](#). Werfen Sie mal einen Blick auf die Homepage und Sie werden uns zustimmen, dass dieses stilsichere Haus den Vergleich mit vielen Designhotels in großen Städten nicht zu scheuen braucht. Jetzt suchen wir nur noch einen Grund, wieder nach Heidelberg zu fahren.

Ähnlich dürfte es sich mit der Hansestadt Bremen verhalten. Wer dorthin musste und angenehm übernachten wollte, dem blieb bisher nur der [Eichenhof](#) – und der befindet sich unglücklicherweise 30 Fahrminuten von der Innenstadt entfernt. Abhilfe verspricht das Hotel "Überfluss". Schauen sie doch mal [hier](#).

Darf man Nizza zu den kleineren Städten zählen? Naja, eigentlich gibt es ja im zentralistischen Frankreich nur eine wirkliche Stadt. Na gut, Nizza. Da testeten wir das [Hi-Hotel](#). Mal was Anderes. Eher flippig, eher jung, eher schräg. Zum

Beispiel Zimmer mit Toilette und Dusche mitten im Raum, schräger Sound als Background-Musik im ganzen Haus. Zentrale Lage, szenige junge Menschen im Service. Gefühlt eher 3,5 Sterne, aber freundlich, aufmerksam, angenehm. Nur mit dem Auto weiß man nicht so recht wohin, mitten in der Stadt.

### Trend Nummer 3. Event-Marketing wandelt sich von der taktischen Maßnahme zum strategisch geplanten Instrument.

# 3.

Mal ganz ehrlich. Haben Events in Ihrem Unternehmen den gleichen Stellenwert wie klassische Kommunikation oder PR? Sehen Sie. Events genießen noch nicht die Anerkennung, die sie verdienen. Als externe Berater können wir durch vergleichbare Erfahrungen aus anderen Unternehmen und Branchen dazu beitragen, die Bedeutung von Event-Marketing und damit die Wirkung dieses Instruments nachhaltig zu steigern. Es kostet Sie nur einen Anruf.

### Was die Presse schreibt.

#### „Es macht keinen Spaß mehr“



Es hat gerauscht im Blätterwald. Was sich in der Event Branche ändern könnte, lesen Sie [hier](#). Welche Agenturen den kreativen Ton angeben, hat ebenfalls die w&v ermittelt. [Hier](#). Von einem gelungenen [Branchentreffen](#). Und warum kostenlose Pitches nun wirklich keinen Sinn machen, hat Promotion Business für Sie [hier](#) zusammengefasst. Events sind zunehmend auch ein Thema für die breite Publikumspresse. In der [AZ](#) zum Beispiel. Viel Spaß bei der Lektüre.

### Uns ein Zeile, Ihnen vielleicht einen Besuch wert.

München: Gut, schnell, billig, vapiano-inspiriert, Pizza im Wagenrad-Format und Wein günstig: [L'Osteria](#). Berlin: [6vorne](#), anders als der Name vermuten lässt ein edler neuer Designerschuppen. [Shiroishiro](#) für Asiatfans, [Le Cochon](#) für den frankophilen Genießer, [Lubitsch](#) als Hommage an Felix Austria. Wo wir gerade im Norden sind: Die [Bank](#) Brasserie in Hamburg, mondän und trendy sagen die Einheimischen. Zu guter Letzt noch einmal Düsseldorf. Sehr empfehlenswert ist hier ein Cocktail im Museumscafé des K21, das auch abends sehr gut besucht ist – ["Bar am Kaiserteich"](#).

## Trend Nummer 4. Kein Event mehr ohne seriöse Evaluation oder ohne Controlling.

# 4.

Erfolgsmessung ist in aller Munde und das ist aus zwei Gründen gut. Erstens kosten Events Geld, manchmal sogar viel Geld. Da möchte man zu Recht wissen, wofür es ausgegeben wurde. Und zweitens kann sich ein Instrument auf Dauer nur behaupten, wenn sein Erfolg auch nachgewiesen werden kann. Bei beiden können wir Sie unterstützen. Nach mehr als 450 Projekten glauben wir nicht mehr, "dass man das in unserem Fall nicht messen kann". Fragen Sie nach. [Hier](#).

## "Der neue Hotspot in den Alpen".

So beschreibt sich das [Mavida](#) in Zell am See. Und alle glauben es, anders kann man sich nicht erklären, dass kaum ein Titel von Wallpaper bis Brigitte nicht von diesem neuen "Wellness & Balance" Hotel schwärmt. Das wollten wir uns natürlich selber anschauen. Haben wir gemacht und eigentlich hat es uns recht gut gefallen. Aber der Reihe nach. Von außen eher abschreckend, daher auch keine Fotos auf der eigenen Homepage. Innen allerdings ein sehr guter Eindruck: modern, aufgeräumt aber nicht kalt, mit Geschmack, nur an ein paar Details mangelt es noch. Zimmer tadellos, Restaurant abends lecker und morgens gastfreundlich bis 11.30 Uhr.

Der Wellness-Bereich ist wirklich riesig, viel größer als man bei einem Haus mit nur 45 Zimmern erwarten würde. Wellness-Angebote vom Feinsten, kompetentes Personal. Warum jublieren wir also nicht? Ganz einfach: Das Preis-/Leistungsverhältnis stimmt nicht ganz. Das Mavida spielt in der gleichen Preisgruppe wie das [Vigilius](#) und das [InterConti Berchtesgaden](#), zwei andere Hotspots in den Alpen. Und dafür reicht es dann doch nicht. Wenn Sie ein Schnäppchen erwischen: hinfahren. Bei regulären Preisen (um die 280 Euro für das DZ mit Halbpension) noch mal ganz scharf nachdenken.

## Trend Nummer 5. Qualifizierung von Mitarbeitern in Unternehmen und Agenturen entscheidet über den zukünftigen Erfolg.

# 5.

10 Jahre lang kam man eher zufällig in den Eventbereich. Weil man gut organisieren konnte zum Beispiel. Bei steigendem Erfolgsdruck und Erwartungen entscheiden in Zukunft Qualifikation und Weiterbildung über den Erfolg. Wir geben unser Wissen aus 19 Jahren Event und mehr als 100 Fach-Seminaren gerne weiter. An Unternehmen und Agenturen. In Form von Kompaktseminaren, Inhouse Trainings oder Training on the job. Sie haben Bedarf? Bitte [hier](#).

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

Prinzregentenstraße 67 · 81675 München  
Telefon 089|418 007-0 · Telefax 089|418 007-17