

Editorial.



Liebe Leser, liebe Kunde, liebe Kollegen,

in Kürze wird das "eventige Leben" wieder zum Stillstand kommen. Wer irgend kann verzichtet während Fußball-Fieber & Olympia-Wahn darauf, Gäste einzuladen. Außer zum Fußball schauen natürlich. Markenbotschaften vermitteln zu wollen, während Kicker-Fans kaum zuhören, ist kein Spaß und nahezu jeder Veranstalter resigniert und stellt eine Mattscheibe bereit.

Besser so, als wenn erst gar keiner käme. Sport-Sommer: Segen und Fluch zugleich. Aber hoffentlich wenigstens ein warmer. Aus dem sonnigen München grüßt

Ihr Matthias Kindler

Die analogen Suchmaschinen.



Im Suchmaschinen-Zeitalter wird gegoogelt. Oder gebingt. Man sucht – und oft genug findet man auch. Aber der Prozess ist nicht immer ganz schmerzfrei und Gewissheit, dass man "alles" gefunden hat, gibt es auch keine. Wir sind daher in dieser Hinsicht ganz old-school und verlassen uns gerne auf die guten, alten Print-Produkte. Nicht als Gegenmodell, sondern zur Ergänzung der digitalen Seiten, die wir Ihnen [letztes Mal](#) ans Herz gelegt hatten.

Analog schätzen wir zur Inspiration für alles um Reisen, Hotels, Flüge und verwandten Genuss zuerst den Klassiker [Geo Saison](#). Den werden Sie kennen. Aber hatten Sie schon einmal [Travelers World](#) in der Hand? Ein Abo, das sich richtig lohnt. Genau wie [Connoisseur](#). Kommt zwar aus dem Hause [Airtours](#), ist aber keineswegs nur Werbung. Und wenn, dann nur für die schönsten Angebote. Alle drei werden bei uns sogar ganz altmodisch aufgehoben und archiviert. Wenn das kein Kompliment ist.

Warum in die Ferne schweifen ... Besuch in Prag.



Die goldene Stadt – bisher in dieser Publikation sehr stiefmütterlich behandelt, obschon nur dreieinhalb Autostunden von München entfernt. Eine der besterhaltenen Altstädte Europas lockt jährlich Millionen Touristen, davon gefühlt 90% Italiener. Wer schiebende Menschenmassen in den Gassen vermeiden will, reise im März - Frühlingswetter und günstige Hotelraten inklusive.

Wir testeten das [Josef](#), fast schon ein Klassiker in der Designhotelszene. Schöner Frühstücksraum, tadellose Zimmer – bestehen Sie aber auf die Nichtraucher-Variante. Sehr zentral gelegen und mit eigener kleiner Tiefgarage – die sollte obligatorisch sein, sonst fahren Sie womöglich mit dem Zug zurück, und der braucht nach München fast 6 Stunden.

Wer zum ersten Mal in der Tschechischen Metropole ist, unbedingt einen Sundowner (natürlich ein köstliches tschechisches Pivo = Bier) auf der Dachterrasse des Hotels [U Prince](#) nehmen - das nennt man Überblick. Schön gelegen zum Abendessen, mit großer Terrasse zur Moldau: [Hergetova Cihelna](#). Und nach kilometerlangen Spaziergängen durch die unfassbar großartige Altstadt sollten Sie in einem der wunderbaren Jugendstil-Kaffeehäuser einkehren, zum Beispiel das [Café Louvre](#).

Und noch ein Last-Minute-Tipp: Wer bis zum 3. Juni reist, der besuche unbedingt die große Bernd & Hilla Becher-Ausstellung in der [Galerie Rudolfinum](#) – ein schöner Kontrast zu all der Pracht da draußen.

Coming soon: Markenerlebnisse.



Marken erlebbar zu machen ist heute einer der Schlüssel zum (Geschäfts-) Erfolg. Erlebnis-Gesellschaft, Multi-Sensorik, anspruchsvolle Kunden, Produktüberfluss und anderes mehr führen zu einer tiefen Eventisierung unserer Gesellschaft. Nur, wer da auf der Höhe der Zeit ist und authentische, nachhaltige und einzigartige Markenerlebnisse bietet, wird auf Dauer bestehen.

Markenerlebnisse finden auf Events statt, auf Messen, am Telefon, beim Konsum, bei Promotions, am Point of Sale – oder überall dort, wo Marken und Kunden zusammen kommen. Diesem Thema widmen wir in Kürze einen eigenen Blog namens "Markenerlebnisse". Wenn Sie interessiert, was wir mit Marken Positives und Negatives erleben, schalten Sie ein, klicken Sie hin. Wir würden uns freuen. Und versprochen: langweilig wird es nie, dafür immer kurz, immer aktuell. Und schneller, als es ein Newsletter wie dieser je sein kann.

Event-Ranking – Kokolores der besonderen Art.



Letzte Woche veröffentlichten [W&V](#) und [Horizont](#) wieder das deutsche Event-Ranking. Hätten sie sich nur die Mühe und das Papier gespart. Denn das, was Klarheit und Orientierung in den undurchsichtigen Markt bringen soll, schafft Intransparenz und Verwirrung – in einigen Fällen durch Täuschung. Harte Worte? Ja, aber berechtigt, wie unabhängige Branchenkenner wie Prof. Dr. Rück oder der erfahrene Haudegen (ich darf Sie doch so nennen, lieber Kollege?) Wolf Rübner gerne immer wieder bestätigen.

Trotz recht klarer Vorgaben und einem obligatorischen Testat vom (gefälligen) Steuerberater lügen und betrügen einige Agenturen, dass die Balken sogar brechen. Honorarumsätze pro Mitarbeiter von weit über 100 TSD Euro (oder in einigen Fällen gar über 200, oder 300 TSD) werden dort ausgewiesen, um den potentiellen Kunden von seiner Leistungsfähigkeit zu überzeugen.

Das, liebe Leser, ist in aller Regel völlig, komplett, und ganz und gar unmöglich. Rechnen Sie doch einfach mal nach. Bei 200 Arbeitstagen im Jahr wären das an jedem Tag und bei jedem Mitarbeiter (Empfang, Azubi, Junior & Co. inklusive) 1.000 Euro Honorar. Wie gesagt, pro Tag und für jeden. Ich weiß ja nicht, wie Sie Ihre Dienstleister bezahlen, aber so spendabel sind Sie wohl kaum. Und Ihr Einkauf erst recht nicht.

Wer Ihnen solche Zahlen vorsetzt, nimmt Sie auf den Arm. Das ist wettbewerbsverzerrend und hie und da gar betrügerisch. Oder schlicht dämlich. Denn es legt den Verdacht nahe, dass eine Agentur Umsatz und Honorar nicht auseinanderhalten kann. Das wäre natürlich auch eine Erklärung ...

Der heiße Herbst.



Ihre nächste Chance zur Weiterbildung im Bereich Markenerlebnisse (früher: Event :-) haben Sie im Oktober. Nach gleichnamigem Fest und noch rechtzeitig vor Weihnachten haben wir 6 neue MasterClass-Termine ins Programm genommen.

Ob Trends, Konzeption, Arbeiten mit Partnern oder Next Level – wir haben die Themen, die Sie interessieren. [Hier stehen die Details](#). Und auch, warum 98 % der Teilnehmer wieder kommen wollen.

Uns eine Zeile, Ihnen einen Besuch wert.



Wir hatten Ihnen Asien-Tipps versprochen: Zuerst, wie immer großartig, die [Thai-Airways Partner Special](#). So günstig kommen Sie sonst nirgends in First oder Business nach Südostasien. Sadeekah. | In Bangkok angekommen ab zu "[From Siam with Love](#)", ausnahmsweise kein Restaurant sondern ein bezaubernder Modeladen, der den Spagat zwischen Folklore und Trend schafft, nahe dem [Shangri-La Hotel](#). | So gestylt ab ins [Bo.Lan Essentially Thai](#), eine der besten Adressen in der Hauptstadt. Reservieren und das Degustationsmenü probieren. | Sparen können Sie sich den überteuerten Cocktail auf dem [State Tower](#). Das sah in Hangover II toll aus, reicht aber an den Konkurrenten, die Bar auf dem [Banyan Tree Hotel](#), nicht heran. Netter, besser, billiger. |

Oder treibt es Sie eher nach Kambodscha? Die Tempelanlagen von [Angkor](#) sind ohne Zweifel eine Reise wert, lebten dort schon über 1 Million Menschen als Paris und London 50.000 Einwohner hatten. Übernachten sollten sie im [Hotel de la Paix](#). Und dort auch essen. Das Khmer-Menü ist herausragend. | Das behaupten viele auch vom [Mozaic](#) in Ubud auf Bali, angeblich eines der besten Restaurants der Welt. Wir fanden die Herrschaften in erster Linie arrogant und haben stattdessen und vielleicht genauso gut im [Bridges](#) gegessen. |

Exzellentes Fusion-Cooking finden Sie übrigens auch in der Schweiz, präziser in Luzern. Im [Bam Bou](#) haben wir köstlich gespeist und nur 2 Etagen darüber ebenso großartig genächtigt. Das "[The Hotel](#)" ist für uns definitiv die erste Adresse in der Stadt - stylish, freundlich, eine Service-Oase!

Was die Presse über uns schreibt.

Für eine neue Sichtweise plädiert dieser [Beitrag in der neuen CIM](#). Einen Blick in die Schweiz bietet die neue [Expodata](#). Von der ITB berichtet [Prof. Wunsch](#). Wie wichtig Ziele für den Event-Erfolg sind erläutert [Aquisa](#).

Und selbst der [Fahrlehrerbrief](#) befasst sich mit Events. Na das ist ja fast noch spannender als der Artikel "[Kunden wollen keine Me-too-Angebote](#)" beim Marktführer Werben & Verkaufen. Viel Vergnügen bei der Lektüre.

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.

Wenn Sie mehr zu einem Thema wissen möchten: info@thecompanies.de
Uns besser kennenlernen: www.thecompanies.de

THE COMPANIES

THE COMPANIES. Marken. Erlebnisse. Ergebnisse. GmbH
Prinzregentenstraße 67 · D 81675 München
Telefon 089|418 007-0 · Telefax 089|418 007-17

USt.-ID: DE 192124298 · HRB 119736 München
Geschäftsführer: Matthias Kindler

Alle Fotos: Matthias Kindler, Editorial: Michael Namberger, www.berg12.de