

Editorial.



Liebe Leser, liebe Kunde, liebe Kollegen,

wenn Sie auf der Suche nach Inspiration sind – und wer im Bereich Erlebnismarketing ist das nicht – können wir Ihnen aktuell zwei "Events" empfehlen.

Mit dem ICE schnell und bequem zu erreichen ist die [Documenta 13](#), noch bis 16.9 im wunderbaren Kassel. Ob Yeosu in Südkorea touristisch ähnlich reizvoll ist, wissen wir nicht. Aber bis 12. August findet dort eine "[kleine Expo](#)" statt. Pavillons und Inszenierungen zum Thema "Lebendiger Ozean, lebendige Küste".

Und wenn Ihnen beides zu weit ist, lesen Sie einfach, was wir hier für Sie vorbereitet haben.

Ihr Matthias Kindler

Event-Design-Jahrbuch.



Es war einmal ein richtig gutes Buch, quasi Pflichtlektüre für jeden, der sich mit Event-Gestaltung beschäftigt. Ein Buch voller toller Beispiele, ein Buch, das wir gerne an Kunden verschenkt haben. Und nicht nur, weil wir mit unserer Arbeit darin vertreten waren.

Die Ausgabe 2012/13, sehnsüchtig erwartet, ist allerdings das genaue Gegenteil von Inspiration. Sie ist ein echter Abturner, ein Zerrspiegel der Branche. Zum größten Teil zeigt sie Beispiele von Agenturen und Machern, die in den Neunzigern stehen geblieben sind. Hauptsache es seilt sich irgendwas von der Decke ab.

Und als Sahnehäubchen ein [Chakka-Event von Ergo](#). Als ob eine gewisse Veranstaltung dieses Unternehmens nicht schon genug Schaden angerichtet hätte, nun auch noch ein Motivations-Event in martialischer Top-Gun-Optik, das genau zeigt, was man von Versicherungskunden hält und wie man diese "abschießt". Sparen Sie sich die 59 € für die Zelebrierung der Mittelmäßigkeit. Wenn Sie neugierig sind, dürfen Sie es gerne bei uns Probe lesen.

Unseen ideas.



In den vielen tausend Pitches die jedes Jahr landauf landab durchgeführt werden, entstehen unzählige gute Ideen, die aber nie das Tageslicht erblicken. Und bei den teilnehmenden Agenturen hat sich noch dazu so einiges an (Branchen-) Know-how angesammelt. Beides muss ja nicht verschenkt sein, denkt sich eine neue Internet-Plattform und beschert uns ein interessantes Modell: [Unseen ideas](#).

Agenturen und Kreative hinterlegen dort "Arbeitsproben" – zum Beispiel das Konzept für eine Vertriebstagung. Oder eine Kampagne, um Motorradfahren wieder sexy zu machen. Wer einen neuen (Agentur-) Partner sucht, stöbert – und wenn etwas Spannendes dabei ist, wird der Kontakt hergestellt. Klingt auf den ersten Blick recht vielversprechend? Jetzt müssen nur noch viele mitmachen.

Markenerlebnisse - news you can use.



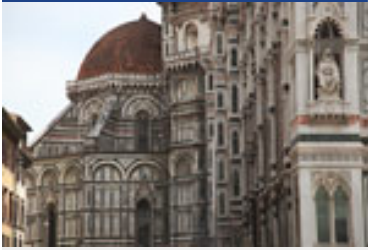
Markenerlebnisse sind zweifellos ein Königsweg in Herz, Bauch und Geldbeutel der Kunden. Gesprochen wird viel darüber, geschrieben auch. Aber wie man wirkungsvolle, sinnhafte und authentische Erlebnisse erschafft, die bestenfalls sogar Produkte verkaufen, darüber wissen nicht mehr ganz so viele "Experten" Bescheid.

Bescheiden wie wir sind, zählen wir uns zu den Fachleuten. Denn mit Marken beschäftigen wir uns seit über 20 Jahren. Und wie man Erlebnisse inszeniert, na ja, da haben wir wohl auch ein paar respektable Erfahrungen.

Deshalb widmen wir diesem Thema nun einen exklusiven Blog. Markenerlebnisse heißt der. [Und hier finden Sie ihn](#). Mit do's und dont's, über unsere Erlebnisse mit den Erlebnissen. Guten und nicht so tollen. Und natürlich mit vielen Tipps und Tricks.

Sie kümmern sich um Marken? Dann sind sie unsere Zielgruppe.

Florenz.



Steht bei Ihnen ein Florenz-Besuch an? Da haben wir Sie auf etwas gebracht, oder? Würden wir natürlich nicht tun, wenn wir nicht auch die passenden Tipps für Sie parat hätten. Erst übernachten? Okay, wir wäre es mit dem [Continentale](#), dem [Gallery Hotel Art](#) oder den [Lungarno Suites](#)? Alle drei sehr, sehr schön, aber auch nicht ganz billig.

Eine Alternative sind ganz klar die beiden sehr stylischen Bed and Breakfasts "[Floroom](#)", Nummer 1 und Nummer 2. Entweder sehr nah am Dom oder um die Ecke des Ponte Vecchio. Das gesparte Geld, soweit man in einer Stadt wie Florenz davon sprechen kann, können Sie dann im [J](#) ausgeben. Wow, sehr modern, sehr italienisch, sehr lecker. Allerdings auch hier mal wieder: nicht ganz günstig, aber was ist das schon am Arno? Den können Sie dafür aber beim Essen direkt unter dem Fenster sehen.

Auch empfehlenswert das "[Vincanto](#)" auf der Piazza S.M. Novella oder das "[obika](#)" eine neue Mozzarella-Bar. Den besten Überblick gleich nach der Ankunft verschaffen Sie sich übrigens vom [Glockenturm](#) des Doms. Sechs Euro brauchen Sie und viel Kondition, aber das wird mit einem einzigartigen Panorama belohnt. Unbedingt machen.

Bleibt noch ein letzter Tipp. Es ist nur ein Katzensprung von Florenz zu "[The Mall](#)". Prada (jetzt 3 x größer als zuvor), Bottega Veneta, Marni und, und, und. Da sparen Sie das alles wieder rein. Im Handumdrehen. Versprochen.

Sozialistische Verhältnisse.



Mit solchen Ergebnissen wurden früher freundliche Regenten wie Nikita Chruschtschow im Amt bestätigt. Oder Jogi Löw, zumindest vor der EM. [100%](#) wollen unsere Masterclass Event & Marketing weiterempfehlen, [98%](#) planen einen weiteren Besuch. Darauf sind wir stolz. Und wir machen heiter weiter.

Im [Oktober und im November](#). Mit sechs hochaktuellen Themen – von denen es einige so nur bei uns gibt. Frisch entwickelt, an Ihren Bedürfnissen ausgerichtet. Oder falls Sie schon Ihre [Weiterbildung 2013](#) planen – für Januar und Februar sind wir bereits online.

Wo dürfen wir helfen?

So, nun müssen Sie nur noch aussuchen, zu welchem Thema Sie wann etwas Neues erfahren möchten. Und bitte warten Sie nicht zu lange, manche Termine sind sehr schnell ausgebucht.

[The Next Level](#) – Mehr erreichen mit Events

[Event-Konzeption](#) – Neue, wirkungsvolle Ideen entwickeln

[Team Up](#) – Partner finden, führen und vergüten

[Trend Watch](#) – Neues in der Markeninszenierung 2013

[Bestleistung auf dem Event](#) – Perfekt, sicher und stressfrei umsetzen

[Event-Management für Profis](#) – Perfekt planen von A bis Z

Übrigens – wenn es Sie interessiert, bieten wir gerne zusammen mit Professor Dr. Rück von der FH Worms ein Seminar "Event-Kontrolle" an. Damit können Sie Kollegen und Vorgesetzten unwiderlegbar beweisen, wie Ihre Events funktionieren. [Geben Sie uns hier ein Zeichen](#).

Oder möchten Sie wissen, wie man mit "[Go for Gold](#)" Preise gewinnt? Dieses Modul unterweist in der hohen Kunst der erfolgreichen Award-Einreichung. Vermittelt von vielfachen Gewinnern und erfahrenen Juroren. [Hier](#) können Sie sich vormerken lassen.

Uns eine Zeile, Ihnen einen Besuch wert.

Wenn Sie sich von der wirklich grausamen Internetseite der Documenta nicht haben abschrecken lassen und sich auf den Weg nach Kassel machen, haben wir zur Belohnung gleich 3 Hoteltipps in der Hessenmetropole: das [MotelOne](#), das [Reiss am Hauptbahnhof](#) und das von Matteo Thun gestaltete [Penta Hotel](#). Jetzt kann man in Kassel sogar schon übernachten. |

München: Haben wir schon von der [Astor Cinema Lounge](#) im Bayerischen Hof geschwärmt? Große Sessel, tolle Filme, netter Service. So muss Kino für Erwachsene aussehen. Vorhang. | Das Yum hat Nachwuchs bekommen, in Haidhausen. Liebevoll, stylish und aufwändig dekoriert gibt es in der [Spicery](#) authentische Thai Küche. Lecker. |

Nicht überzeugen konnte uns der [Ederer](#), einstmals ein großartiger "Fresstempel". Trotz schöner Terrasse gibt es leider nur ein "ausreichend". Gleiche Note auch für den Garten des [Palace-Hotels](#). Das Filet war muffig, die Preise jenseits von Böse. |

Ab in die Mitte. Allerdings die in HH. Dort findet man das neue [Barcelo](#) (kennen Sie doch schon aus Barcelona). Im netten Hotel-Restaurant gibt es natürlich



So
einfach
war das



Tapas. Und an der Binnenalster vor der Tür können sie das wieder weg joggen. Wiederentdeckt dank einer Kundin: das [Mess](#), immer noch so lecker wie vor 10 Jahren, direkt an der Schanze. |

Schnell noch nach Berlin: Die drehen preislich nun auch langsam durch. Zumindest wenn es sich um vermeintliche "Szene-Treffpunkte" handelt. Wie der [Pauly Saal](#) von den Machern des Grill Royal. Ob die Russen-Mafia jetzt umzieht? |

London. "New Bankside Hotel brings cool to the Capital". Aha, wir sind gespannt, was das [CitizenM](#) bietet. Unseren Testbesuch bei "Affordable Luxury" planen wir aber erst nach Olympia.

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