

Editorial.



Liebe Leser, liebe Masterclassler, liebe Kunden, liebe Andere,

haben wir uns in letzter Zeit für Ihr nettes Feedback bedankt? Nein, dann sei dies hiermit in aller Form geschehen. Ihr Lob freut uns, hören Sie bloss nicht auf damit.

Einen schönen Sommer und bis bald.

Matthias W.

Wir sind übrigens 70.

Sie blättern gerade durch die 70te Post aus München Ost. Wie die Zeit vergeht. Kurz vor der Erfindung des Internets haben wir begonnen, Ihnen unsere Expertise rund um Marken, Erlebnisse und schöne Orte näher zu bringen.

Was als Tool zur Kundenpflege gedacht war (und uns unserer Erinnerung nach nie einen neuen Kunden, dafür aber viele dankbare "Follower" gebracht hat) ist heute ein lieb gewordenes Hobby.

Wir haben schon oft überlegt, was wir [mit all den Tipps](#) (es müssen weit über 1.000 sein) noch alles anstellen können. Eine Datenbank? Ein Buch? Eine Bezahl-Seite?

Was halten Sie davon? Haben Sie ein Geschäftsmodell für uns? Kennen Sie einen Verleger? Oder wollen Sie einfach nur weiterlesen?

Wir sind baff.



Bis Ende September findet in New York wohl einer der spannendsten Ausstellungen oder sagen wir besser "Installationen" der letzten Jahre statt.

[James Turrell meets Guggenheim](#). Wenn der Lichtkünstler von Weltrang auf die Rotunde einer Architektur-Ikone trifft bleibt einem der Atem weg. Oder die Spucke. Egal was, das muss man sehen. Falls Sie es nicht selber schaffen, bringen wir Ihnen Fotos mit.

Wir können es noch.

Wie Sie wissen beraten wir "nur noch", keine Umsetzung von Events mehr. Aber, keine Regel ohne Ausnahme. Als unser langjähriger Kunde die Schuler AG fragte, ob wir eine wichtige Produkt-Neueinführung für sie produzieren, haben wir gerne ja gesagt.

Hat Spaß gemacht und ist gut geworden. Das fand auch die US-Fachzeitschrift Exhibitor Magazine und verlieh dem Event den Corporate Event Award, genauer gesagt "[Best of Show](#)" – also den besten Event des Jahres. Wir haben uns gefreut. Wir sind also noch nicht aus der Übung.

Und unsere Quote "Event-Award pro Mitarbeiter" oder "Award pro Event" bleibt wohl auch weiter einsame Spitze.

Wir verraten, wie man Gold gewinnt.



Wer fast 50 Kreativpreise gewonnen hat und schon Tausende Events anderer gesehen und als Juror bewertet hat, kann ein paar Tipps geben, wie man aus guten Events Gewinner macht.

Dazu haben wir ein eigenes Tagesseminar konzipiert. Was kann man einreichen, wo schickt man es hin und wie bereitet man es auf? Das ist besonders - aber nicht nur - für Agenturen und Kreative hilfreich. Kunden waren aber auch schon da.

Die nächste [Hochdruckbetankung "Go for Gold"](#) gibt es am 20. November. Hier steht, was man da lernt und wie man sich anmeldet.

Wir können noch 6 andere spannende Themen.



Wie viele [kriegsentscheidende Themen](#) muss ein Event-Manager zwischen Briefing und Erfolgskontrolle kennen? 47!

Warum wirken [Events für alle Sinne](#) besser und nachhaltiger?

Event-Erfolge kann (und sollte) man [messen](#). Aus 5 allerbesten Gründen.

[Was ist in, was ist out?](#) Wie sehen die Events der Zukunft aus?

Zufriedene Chefs, [glückliche Gäste](#), mehr Wirkung. Geht nicht? Und ob.

Wie man auf ganz andere Ideen (und zwar gute) kommt, erfahren Sie [hier](#).

Wir erfinden uns wieder neu. Und Sie mit.

Interessieren Sie sich für emotionale Markenführung? Für Erlebnisse mit Ergebnissen? Wollen, dürfen oder müssen Sie sich mit Touchpoint-Marketing beschäftigen? Dann sollten wir miteinander sprechen. Denn das sind nun auch ganz offiziell unsere Themen.

Mit 19 plus 24 Jahren Erfahrung in diesem Bereich gehören Tobias Wannick und Matthias Kindler nicht zu den alten, aber wohl zu den erfahrensten Hasen in diesem Bereich. Sobald unser Homepage Update fertig ist, sagen wir Bescheid. In der Zwischenzeit dürfen Sie gerne unseren Blog zu dem Thema "folgen". [Hier ist er](#).

Uns eine Zeile, Ihnen einen Besuch wert.



Nicht gerade ein Schnäppchen aber ein tolles Angebot für den genussorientierten Cineasten - das neue, alte [Gloria](#) Kino. Zum Teil sogar mit Filmen im Original. | Das wir das noch nicht kannten? Der [Werneckhof](#) in (Alt-) Schwabing. Saulecker, nur das Durchschnittsalter ist gefühlt dreistellig. Alle Mann hin, Durchschnitt senken. Sterneküche!

Schon im [Lenbachhaus](#) gewesen? Dann aber los. Tickets online kaufen, die Schlangen sind lang. | Eine Leserin empfahl besonders für den Sommer das [Sommer](#) in der Sommerstraße. Das durften wir Ihnen nicht vorenthalten. | Falls der Sommer noch ein paar Tage hält: Geheimtipp Starni-Seezugang. Direkt vor der sehr merkwürdigen Schön-Klinik. Seehang ins Navi eingeben. Jetzt bringen uns die Einheimischen um.

Dann flüchten wir halt nach Italien. Auf den Berg oberhalb von Sarteano. Dort hat ein US-Millionär sein Geld in die Renovierung eines [Dorfes](#) gesteckt. Großartig ist es geworden. Und seine Mitarbeiter sind das netteste, was uns seit langem begegnet ist. | Und wenn Sie schon in der Gegend sind, die Abtei [San Galgano](#) nicht vergessen. Schon mal eine Kathedrale mit unverbautem Sterneblick besucht? Eben.

Statt Besuch hier nur ein Klick. [Exchange](#) - die Austauschplattform für Event-Manager. Kostenlos, aber nicht öffentlich, nur für Besucher eines Kindler-Seminars. [Hier registrieren](#). | Wer lesen möchte wie Markenerlebnisse funktionieren tut es [hier](#).

In Berlin geht "man" gerade in die [Bonbon Bar](#). Oder als Veganer ins köstliche [La Mano Verde](#). Wenn das nur noch etwas netter eingerichtet wäre. Absoluter Pflichttermin: [Anish Kapoor](#) im Martin Gropius Bau.

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 64 · D 81675 München
089/2444 5500

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

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