

## Wir haben ein Transparenzproblem im Eventmarketing

Katharina Falkowski - 7. März 2013 - [10 Kommentare](#)

“Wir haben ein Transparenzproblem im Eventmarketing”, hörte ich Matthias Kindler, Geschäftsführer von [The Companies](#), kürzlich in einem anderen Kontext sagen. Und dabei ging mir das Herz auf. Nicht weil ich diesen Zustand gut fände, sondern weil ich derselben Meinung bin und mich sehr freuen würde, wenn wir in der Eventbranche ein Stück offener, ehrlicher und transparenter werden würden.

Wo das Problem liegt und was sich mit mehr Transparenz verbessern würde? Da mich die Meinung von Matthias Kindler dazu auch interessiert hat, habe ich ihn genau das gefragt – und hier sind seine unverblühten Antworten.



### Interview zur Transparenzproblematik im Eventmarketing

**Katharina Falkowski:** Du sagtest kürzlich an anderer Stelle, dass wir ein Transparenzproblem haben. Was genau meinst Du damit?

**Matthias Kindler:** Auf allen Ebenen und in jedem Bereich der Live-Kommunikation mangelt es an Transparenz.

Das fängt schon damit an, dass die ganze Branche bis heute keinen vernünftigen akademischen Unterbau hat. Es gibt zwar mittlerweile rund 20 Studiengänge für die Veranstaltungsbranche, die Hälfte davon, vor allem die privaten, sind jedoch das viele Geld nicht wert, das sie kosten. Event-Konzeption, eine Kernfunktion, kann man bis heute nicht studieren. Die jungen Leute wissen und lernen nicht wie ein Event konzipiert wird, was bei einem Event funktioniert und wie Events wirken. Bereits in der Ausbildung fehlt Transparenz in Form von fehlenden fachlichen Inhalten.

Dazu kommt, dass man in der Öffentlichkeit kaum gute Events zu sehen bekommt. Agenturen und Kunden verstecken ihre Arbeiten. Was dazu führt, dass niemand so recht weiß, was ein gutes Event überhaupt ist – denn man sieht ja kaum welche.

Auch zwischen Kunden und Dienstleistern fehlt häufig Transparenz. Wie genau entsteht ein Event, wie wird er tatsächlich geplant und umgesetzt. Das ist vielen Marktteilnehmern gar nicht klar. Wie oft hören wir von Kunden, dass so ein Event doch nicht so schwer sein kann. “Meine Frau hat letztes auch eine ganz tolle Feier zu meinem 50.-sten organisiert”. Solche Aussagen beweisen, dass viele Auftraggeber einfach keine realistische Vorstellung von der Komplexität in der Realität haben. Auch hier großer Bedarf für Transparenz in den Prozessen.



**K.:** Ist das ein besonders ausgeprägtes Problem in der Eventbranche?

gut was bei einem Werbespot ankommt und wie er wirkt. Auch viele andere Marketing- und Werbe-Themen werden in der Presse, der Öffentlichkeit und Wissenschaft diskutiert oder finden sich in Form von Studiengängen wieder. In der Eventbranche baut sich dies dank besserer Ausbildung jetzt erst langsam und Stück für Stück auf. Für eine Branche, die Milliardenumsätze macht, ist das ausgesprochen erstaunlich. Und genau genommen natürlich ein Alptraum!

### **K.: Warum denkst Du, zeigen Eventagenturen ihre Projekte nicht oder engagieren sich nicht für mehr Öffentlichkeit?**

**Matthias:** So richtig verstehe ich es auch nicht. Viele Event-Manager und Agenturen begründen es damit, dass sie keine Unternehmensinterna preisgeben dürfen oder den Wettbewerb nicht "weiterbilden" möchten. Natürlich soll niemand vertrauliche Informationen ausplaudern. Das ist klar. Ich brauche aber auch keine Zahlen oder die kompletten Planungsdaten für den Wettbewerb freizugeben. Ich kann einen Case jederzeit so aufbereiten, das er die kommunikative, inszenatorische Idee zeigt und dabei nichts Verfängliches verrät. Die meisten unserer preisgekrönten Events hatten vertrauliche Inhalte, das hat uns nicht davon abgehalten sie Juries zur Beurteilung vorzulegen. Ich denke, die Begründungen sind größtenteils vorgeschoben.

Sicherlich hat der eine oder andere auch etwas zu verstecken – nämlich seine mittelmäßige Arbeit. Viele der Events, die man dann doch irgendwie zu sehen bekommt, sind schlecht, wirkungslos, effekthascherisch. Manch einer möchte natürlich nicht zeigen womit er sein Geld verdient.

### **K.: Warum findest Du, sollten wir bzw. die Branche transparenter werden? Welche Vorteile hätte das denn?**

**Matthias:** Transparenz bringt nur Vorteile und wäre ein großes Geschenk für alle Marktteilnehmer.

Zuerst ist Transparenz das ultimative Mittel um Qualität zu verbessern! Jedes veröffentlichte Projekt ist auch eine Inspiration. Wir helfen uns damit gegenseitig, regen Ideen an und verbessern am Ende das Qualitätsniveau im Eventmarketing.

Zum anderen können wir durch transparente Prozesse auf mehr Verständnis der Kunden hoffen. Wenn sie sehen, wie ein Event entsteht, wie viel Arbeit das ist, wie viel Fachkompetenz dahinter steht, dann müssen wir uns vielleicht nicht mehr anhören, wie leicht so ein Event doch zu organisieren ist. In meinen MasterClass Seminaren vergleiche ich ein Event mit einer Film- & Fernsehproduktion. Nur ist Event bedauerlicherweise live und ohne die Chance es zu wiederholen!

Außerdem könnte diese Transparenz dazu beitragen wieder höhere Preise zu erzielen. Mit ehrlicher Arbeit ist ja heutzutage in der Branche kaum noch Geld zu verdienen. Und daran sollten doch alle ein Interesse haben.

### **K.: Wie kann man diesbezüglich denn den ersten Schritt machen? Was kann jeder machen, damit es etwas transparenter wird? Oder braucht es dafür eine große und konkrete Veränderung?**

**Matthias:** Eine einzelne Agentur kann da, denke ich, nicht viel bewegen. Eigentlich ist es eine Verbandsaufgabe, aber da habe ich nach den Erfahrungen der letzten zehn Jahre wenig Hoffnung.

Somit ist es am Ende vermutlich eine Thema für die Ausbildung des Nachwuchses. Wenn man an den Hochschulen nicht nur vermittelt, wie Events wirklich funktionieren, sondern auch durch Forschung Transparenz herstellt, wird es eines Tages „von unten“ in die Branche hineinwachsen.

### **K.: Danke Matthias für das Interview!**

**Und wer einen ersten Schritt hin zu mehr Transparenz machen möchte, ist herzlich eingeladen seine Events und Projekte bei uns im eveosblog vorzustellen! Einfach per Mail mit mir in Kontakt treten, wir freuen uns!**

**10 Kommentare**

Kategorien: Eventmarketing News

Tags: Eventmarketing, Interview, Live-Kommunikation, Matthias Kindler, Transparenz

### **Ähnliche Artikel zu diesem Thema:**



[Webinare und Online-Events: eine Umfrage aus Kundensicht – welche Erwartungen haben die Teilnehmer?](#)