

08  
CONTENT IST KING – UND DRAMA IST QUEEN



Unter-Tenor Sopran  
König

**Events brauchen  
Inhalt und  
Inszenierung.  
Content ist King,  
Drama ist Queen.**

Wenn Sie es besonders eilig haben, brauchen Sie von diesem Kapitel nur eine Seite zu lesen.

Das wäre allerdings schade und Sie würden einiges verpassen. Zum Beispiel, was Romeo und Julia mit Ihrer Führungskräfte-Konferenz am Hut haben und warum intellektuelle Verdauungspausen wichtig sind.

**I**dee ist ein Begriff, von dem jeder meint, ihn erklären zu können. Macht man die Probe aufs Exempel, fallen die Erklärungsversuche allerdings meist höchst unterschiedlich aus. Um für die folgenden Erläuterungen ein gemeinsames Verständnis und damit ein Fundament zu haben, empfehle ich, dem deutschen Duden zu folgen und eine Idee als „leitenden Gedanken“ zu verstehen.

Für Events ist die Idee nämlich weit mehr als nur ein „Einfall“. Die Idee ist der übergeordnete, alles bestimmende Gedanke, der den Event prägen wird. Anders gesagt: das Was. Was tun wir, um das Warum – das Ziel des Events – zu erreichen? Wie bei jedem übergeordneten Gedanken muss man sich überlegen, wie man ihn umsetzt. Im letzten Satz hat sich quasi zufällig und aufgrund des ganz normalen Sprachgebrauchs das Wörtchen „wie“ eingeschlichen. Wie praktisch und überaus passend, denn das Wie bedeutet im Fall von Eventkonzeption vier Dinge: Inszenierung, Dramaturgie, Markenbezug und Maßarbeit. Um die ersten beiden Begriffe geht es in diesem Kapitel.

Für jede Idee – ob gut oder schlecht – gibt es viele Wege, sie umzusetzen. Denken Sie zum Beispiel an die unzähligen Möglichkeiten, ein Produkt auf einer Bühne überraschend zu präsentieren. Nebel, Vorhang, Kabuki, reinfahren, runterfallen, enthüllen, projizieren, herbeizaubern – alles schon erlebt, oder? Neben der entscheidenden Idee ist also das Wie, die Art der Umsetzung der Leitidee, für den Eventerfolg von zentraler Bedeutung. Großen Einfluss haben dabei Inszenierung und Dramaturgie.

„Inszenierung“ und „Dramaturgie“ – auch zwei Begriffe, die für jeden Eventmanager etwas anderes bedeuten. Beide stammen natürlich aus der Kunst – aus dem Theater, um genau zu sein. Wenn Sie es eilig haben, kommen Sie mit den folgenden Definitionen gut über die Runden.

Dramaturgie beschreibt die Kunst, einen Spannungsbogen zu gestalten.

**Inszenierung bedeutet in Szene setzen, also die Art und Weise, wie ein Regisseur (oder eben ein Eventmanager) ein Stück (ein Event) aufführt.**

Wenn Ihnen das reicht, springen Sie bitte zu Kapitel 9. Allerdings verpassen Sie dann so einiges.

In der folgenden, ausführlicheren Betrachtung dieser beiden Begriffe, ihrer Herkunft und Geschichte werden Sie vieles entdecken, das Ihnen auf der Suche nach guten Ideen und deren Umsetzungsmöglichkeiten helfen wird.

Zurück zum Theater. Schon in der Antike hat man entdeckt, wie viel Freude es Menschen macht, gut unterhalten zu werden. Ob Herz oder Schmerz, das Geschehen auf der Bühne fasziniert die Zuschauer, und die Schöpfer der damaligen Theaterstücke haben einen entscheidenden Beitrag zu unserer Kulturgeschichte geleistet. Schnell lernten die Macher, dass Stücke mit gewissen Kompositionsprinzipien, also einem strukturierten Aufbau, am besten funktionierten. Die Zuschauer lachten oder weinten immer genau an den richtigen Stellen.

Sie merken, wie ich den Bogen zu Events spanne? Ob Komödie oder Tragödie – Stücke, die gewisse Regeln beherzigen, treffen fast immer ins Schwarze. Dies geschieht im Drama durch „Auf und Abs“ in der Handlung. Jede Tragödie hat klar abgrenzbare fünf Phasen: Einleitung, Steigerung, überraschende Wendung, Verlangsamung und die finale Katastrophe. Analog funktioniert übrigens auch die Komödie, außer dass Sie bitte die Katastrophe durch ein Happy End ersetzen. All dies finden wir auch in der Komposition von Kino- oder Fernsehfilmen wieder, genauso wie in der Musik, der Literatur und sogar dem Computerspiel.

#### Wie übersetzt man dies nun auf Events?

Aus der Sicht des Eventmarketings beschreibt Dramaturgie „die Umsetzung der Eventidee in eine durchgängige Handlung, welche der Übermittlung der Eventbotschaft dienen soll, den inhaltlichen und zeitlichen Handlungsablauf konkretisiert und durch ein Spiel mit den Erwartungen der Teilnehmer planmäßig Spannung auf- und abbaut“<sup>1</sup>.

Klar und verständlich, nicht wahr? Und sehr hilfreich für Ihre nächste Konzeption. Vielleicht regt das „Spiel mit den Erwartungen der Teilnehmer“ schon in diesem Moment Ihre Phantasie an, erinnert Sie an unsere Kernthesen in Kapitel 5 und bringt Sie direkt auf neue Ideen für die Übermittlung Ihrer Eventbotschaft.

Wenden wir uns dem zweiten Aspekt der Inszenierung zu.

Der Begriff der Inszenierung wird im Theaterkontext Anfang des 19. Jahrhunderts als Übersetzung von „mise-en-scène“ aus dem Französischen übernommen. 1837 liefert August Lewald die erste Definition: „In die Szene zu setzen“ heißt, ein dramatisches Werk vollständig zur Anschauung zu bringen, um durch äußere Mittel die Intention des Dichters zu ergänzen

<sup>1</sup> Zanger, C. und Drengner J. (2009): Eventmarketing, in: Bruhn, M.; Esch, F.-R.; Langner, T. (Hrsg.): Handbuch Kommunikation, Wiesbaden, S. 205.