

Context.

Das Magazin des KV Schweiz | 3/06

Karriere:
Weiterbildungen in
Eventmanagement. Seite 14

Absenzen:
Die systematische Erfassung
von Krankheitstagen. Seite 18

Swissport

Wie am Flughafen
abgefertigt wird
Seite 6



AZA
CH-8027 Zürich
PP/Journal
Postcode 1

kv schweiz
sec suisse · sic svizzera

«Ein hoch professionelles Gebiet»: Red Bull Flugtag ...



... Zoo-Fest in Zürich ...



... World Economic Forum in Davos.



Nicht nur Cüpli trinken

Der Event ist ein beliebtes Marketinginstrument. Wer ihn organisiert, macht Eventmanagement – ein anspruchsvolles und kreatives Berufsfeld.

Text: Tanja Seufert

Als am 7. September 2004, es ist ungewöhnlich heiss an diesem Spätsommertag, in Basel ein übergrosses Fondue-Caquelon von einer Startrampe stürzt und nach wenigen Metern mitsamt seinem Piloten in den Rhein plumpst, ist das nichts Ungewöhnliches. Es ist Red Bull Flugtag, und 34 mehr oder weniger flugtaugliche Objekte wagen den Sprung über die sechs Meter hohe Rampe, darunter ein römischer Streitwagen, ein Teufelsrochen und ein Wikingerschiff. 15 000 Zuschauer pfeifen und klatschen, und eine vergnügte Promi-Jury vergibt Punkte für Reichweite und Originalität. Die Medien bringen die Bilder in die Stuben der übrigen Schweiz. Dass dies ein Bilderbuchevent ist, weiss auch Red Bull selber.

«Der Flugtag», sagt Pressesprecherin Alexandra Hermann von Red Bull, «widerspiegelt zu hundert Prozent die Markenpersönlichkeit von Red Bull: witzig, polarisierend, selbstironisch, professionell, selbstbewusst, individuell.» Der rote Bulle verfolge seit seiner Geburtsstunde eine klare Mediastrate-

gie. Und die scheint aufzugehen: 1994 in der Schweiz zugelassen, stieg der Absatz von 9 Millionen Dosen (1995) auf 78 Millionen (2005). Gemäss einer Studie von Isopublic 2005 kennen 98 Prozent aller Schweizerinnen und Schweizer zwischen 15 und 49 Red Bull. Zur erfolgreichen Vermarktung gehören neben den bekannten Werbespots sportlich-verrückte Events wie der Flugtag, Rennen in selbst konstruierten Seifenkisten oder originelle Sportevents.

EMOTIONALE BINDUNG

Was ist ein «Event» überhaupt, ausser ein englisches Wort? «Ein Event ist ein Anlass zur Erzeugung von Erlebnissen», sagt Bruno Seger, Leiter des Nachdiplomkurses Eventmanagement an der Zürcher Hochschule Winterthur. «Und der soll vier Bereiche ansprechen: Emotion, Motivation, Kognition, Interaktion. Auf gut Deutsch: Er soll die Teilnehmer berühren, sie zu etwas – zum Beispiel zu einem Kauf – bewegen, ihnen eine Botschaft vermitteln und sie aktiv miteinbeziehen.» Als Events zählt etwa ein Tag der

offenen Tür, eine Ausstellung oder eine Produkte-Promotion. «Ein Event», sagt er, «ist der Versuch, den Konsumenten über ein Erlebnis zu erreichen.»

AUFFALLEN UM JEDEN PREIS

Im Zürcher Hauptbahnhof kochen zurzeit Spitzenköche in IKEA-Küchen. Daneben schwärmen Mitarbeiter aus, um Passanten Gipfeli und Kataloge zu verteilen. Ein aufwändiger Event, der nur eines soll: Aufmerksamkeit erregen. Aufmerksamkeit auf die anschliessende «Küchen-Woche» bei IKEA, in der günstige Küchen noch günstiger werden. Gleichorts lancierte Sunrise 2005 einen Weltrekordversuch im Dauertelefonieren, bei dem zwei Teilnehmer in Zürich und Bern bis zum Umfallen miteinander telefonierten – und gleichzeitig Sunrise Webphone bekannt machten. Vor Ort konnten die Zuschauer die Gespräche mitverfolgen, Themen vorschlagen und das Internet-Telefonie-Angebot selbst testen. Auffallen ist alles in den von unzähligen Werbeplakaten umsäumten Pendlerströmen.

Erfolgreiche Eventmanager/innen ...

BELIEBT, ABER ANSPRUCHSVOLL

Obwohl die Wirkung von Events nur sehr schwer messbar ist, setzen immer mehr Unternehmen auf diese kostspielige Strategie. «Ein guter Event bleibt viel länger in Erinnerung als ein Werbeplakat. Die Wirkung von konventioneller Werbung nimmt ab, da die Konsumenten sie in der täglichen Informationsflut immer weniger beachten», sagt Bruno Seger.

Für Barbara Honegger, Kursleiterin in Eventmanagement und Inhaberin einer Marketingberatungsfirma, ist der Event kein Wundermittel: «Zwar stellt er, im Gegensatz zur üblichen Werbung, eine engere Beziehung zum Konsumenten her, eine emotionale Bindung. Doch auch hier zeigen die Leute Ermüdungserscheinungen.» Dann, wenn die x-te Einladung zu einer Modeschau ins Haus flattert und schon wieder ein Tag der offenen Tür stattfindet. Immer mehr Firmen buhlen mit Events um die Gunst der Konsumenten. «Ein Event hat nur eine Chance, wenn er einen Mehrwert bietet», sagt Honegger. Mehr Erlebnis, mehr Spannung, mehr Wert – für den Eventbesucher natürlich, nicht für die Firma.

Die Bedeutung von Events nimmt zu, und damit auch die Qualifikation derer, die sie organisieren. Vom zweitägigen Seminar

bis zum mehrwöchigen Lehrgang reicht die Palette. Barbara Honegger empfiehlt Ersteres für solche, die Mit-, aber nicht Hauptverantwortung tragen, etwa als Assistent oder Assistentin, und Letzteres für Leute, die in einer Event-Agentur arbeiten und täglich mit dem Organisieren von Events beschäftigt sind. «Eventmanagement ist ein hochprofessionelles Gebiet, ein eigener Beruf eigentlich», sagt auch Bruno Seger von der Zürcher Hochschule Winterthur. «Wer professionell Events gestalten will, sollte deshalb eine fundierte Ausbildung machen.» Die Vorbereitung eines Anlasses habe nicht nur eine organisatorische, sondern auch eine konzeptionelle Seite – und die werde eher vernachlässigt. Ein Event ist eine Inszenierung. «Die Grundidee muss bis in die Wahl der Serviettenfarbe sichtbar sein!»

AM SCHLIMMSTEN IST BELIEBIGKEIT

Die Ansprüche sind hoch. Wer als Eventmanager/in Erfolg haben will, muss nicht nur die entsprechenden Qualifikationen vorweisen, sondern auch die persönlichen Fähigkeiten für dieses hektische Umfeld mitbringen. «Am wichtigsten sind natürlich Organisationstalent und vernetztes Denken, denn es gibt extrem viel Kleinarbeit zu erle-

- ... sind geborene Organisatorinnen und Organisatoren.
- ... fühlen sich in einer Drehscheibenfunktion am wohlsten.
- ... erledigen auch gerne «Kleinkram».
- ... können Menschen motivieren.
- ... entwickeln innovative, kreative Ideen.
- ... sind konzeptionell stark.
- ... behalten in hektischen Situationen einen kühlen Kopf.

digen, vom Verschicken der Einladungen bis zur Beschilderung der Parkplätze», sagt Barbara Honegger. Es brauche Projektleitungskompetenzen, um die involvierten Leute zusammenzubringen und zu motivieren, und Belastbarkeit, denn es kann immer etwas schief gehen. «Nicht zuletzt sind Eventmanager sehr kreative Leute. Sie müssen sich immer wieder Neues einfallen lassen.»

Tun sie das nicht, zählt das für Bruno Seger zu den Todsünden des Eventmanagements. «Der schlimmste Event ist der belanglose und austauschbare, der klassische Cüpli-Event zum Beispiel. Er gibt den Leuten das Gefühl, dass es völlig egal ist, um welchen Inhalt es geht.» ■

Ausbildungsmöglichkeiten

Kurse/Seminare

Wirtschaftsschule
KV Baden-Zurzach
Schulhaus Kreuzliberg,
Postfach, 5402 Baden
Telefon 056 200 15 60
www.kvbaden.ch
info@kvbaden.ch,
info@kvzurzach.ch

KV Winterthur
Tösstalstr. 37, 8400 Winterthur
Telefon 052 269 09 09
www.kv-winterthur.ch,
info@kv-winterthur.ch

KV Region Ost
Inerka, Institut
für Erwachsenenbildung
und Kaderschulung
Kreuzbleichweg 4
9000 St. Gallen
Telefon 071 274 36 50
www.kvost.ch, inerka@kvost.ch

KVZ Kaufmännischer
Verband Zürich
Pelikanstrasse 18,
Postfach 6889, 8023 Zürich
Telefon 01 211 33 22
www.kvz.ch, info@kvz.ch

SIB
Schweizerisches Institut
für Betriebsökonomie
Lagerstrasse 5, 8021 Zürich
Tel. 043 322 26 66,
www.sib.ch, info@sib.ch

SAWI
Schweizerisches
Ausbildungszentrum
für Marketing, Werbung und
Kommunikation
Zentralstrasse 115 Nord
Postfach, 2500 Biel 7
Telefon 032 366 70 40
www.sawi.com, info@sawi.com

Lehrgänge

HFM
Höhere Fachschule für Marketing
und Eventmanagement
Schmidgasse 8b, 6300 Zug
Telefon 041 711 56 56
www.intensivausbildung.ch,
iaz@gmx.ch

HSW
Hochschule für Wirtschaft Luzern
ITW
Institut für Tourismuswirtschaft
Zentralstrasse 18, 6002 Luzern
Telefon 041 228 41 45
www.hsw.fhz.ch/itw,
itw@hsw.fhz.ch

Nachdiplomkurse

SPRI
Schweiz. Public Relations Institut
Ankerstr. 53, 8004 Zürich
Telefon 044 299 40 40
www.spri.ch, info@spri.ch

Zürcher Hochschule Winterthur
Departement Wirtschaft
u. Management
St. Georgenplatz 2,
8400 Winterthur
Telefon 052 267 71 71
www.zhwin.ch, info@zhwin.ch

Weitere
Ausbildungsmöglichkeiten
www.w-a-b.ch