



Carsten Gluth (Foto: C3)



Stephan Overkott (Foto: OS)

Halbjahresbilanz 2010

Weder Fisch noch Fleisch?

Welches wirtschaftliche Fazit ziehen Sie nach den ersten sechs Monaten des Jahres? Und: Welche Erwartungen haben Sie an die kommenden sechs Monate? Diese Fragen haben wir an Insider gerichtet, um die aktuelle Entwicklung und die momentane Stimmung unter den Eventagenturen zu ermitteln. Nachfolgend die Antworten:

CARSTEN GLUTH,
C3 CARPE CONNECT COMMUNICATIONS,
HAMBURG

Mein Fazit: weder Fisch noch Fleisch. Der Start ins Jahr 2010 war okay. Die ersten beiden Quartale 2010 sind stark geprägt gewesen durch das schwierige Vorjahr 2009. Entgegen dem Trend war es für C3 durchaus ein erfolgreiches Geschäftsjahr, aber auch der vermeintliche Höhepunkte einer weltweiten Wirtschaftskrise. Die Unternehmen hielten sich zurück, weil sie sparen mussten und/oder aus imagetechnischen Gründen interne und externe Zurückhaltung zu dokumentieren hatten. Die Eventbranche ist wie der gesamte Kommunikationssektor dadurch stark negativ tangiert gewesen. Projekte wurden verschoben und/oder fielen kleiner aus. Ein sauberes

Management der Kosten war und ist daher wichtiger denn je. Die schwierigen Voraussetzungen bieten aber auch Chancen. Auf allen Seiten ist eine größere Flexibilität und Kommunikationsbereitschaft zu spüren.

Für die zweite Jahreshälfte ist ein Aufwind bemerkbar. Nach dem Motto „aufgeschoben ist nicht aufgehoben“ wird das eine oder andere Projekt doch noch realisiert. Vor allem verstärken sich die bereits im zweiten Quartal begonnenen Gespräche für 2011. Das dritte und vierte Quartal 2010 sind damit der Vorlauf eines bisher vielversprechenden Jahres 2011. Die Grundvoraussetzungen für einen Erfolg werden insbesondere in den kommenden sechs Monaten gelegt. Wir schauen daher entsprechend optimistisch in den weiteren Jahresverlauf 2010.

STEPHAN OVERKOTT,
OUTSTANDING SOLUTIONS, DORTMUND

Wir erleben einen positiven Aufwärtstrend. Outstanding Solutions verzeichnete mehrere Neukunden in der ersten Jahreshälfte. Dazu zählen unter anderem der Deutsche Sparkassenverlag, Siemens Healthcare und CFP Brands. Für weiteres Neugeschäft stehen die Zeichen sehr gut.

ROBIN A. VATER,
METZLER : VATER, MÜNCHEN

Die Metzler : Vater Communication Group kann eine sehr positive Bilanz des ersten Halbjahres 2010 ziehen, trotz der eher verhaltenen Stimmung in der Event-Branche. Dank der guten Auftragslage sind unsere Kapazitäten ausgelastet und die Umsätze stim-

men. Dies resultiert auch aus dem Trend, dass unsere Auftraggeber immer mehr nachhaltige Events und Veranstaltungsreihen nachfragen und wir als Agentur bereit sind, mit ins Risiko zu gehen und Investis zu übernehmen. Wir investieren aber auch in eigener Sache, denn zum Ende des Sommers werden wir unser eigenes, größeres Headquarter beziehen. Mit gemischten Gefühlen hingegen sehen wir die Entwicklung hin zu noch engeren Abgabefristen und aufwändigeren Pitches um kleinere und mittlere Budgets.

Mit der Bilanz der letzten sechs Monate im Rücken blicken wir sehr zuversichtlich auf das nächste Halbjahr. Unsere Auftragslage ist nicht zuletzt dank unseres breit gefächerten Leistungsspektrums gesichert. So erwarten wir Zuwächse in der Verknüpfung von Social Media und Live-Kommunikation. Aber auch im Bereich Messebau sehen wir Potential in der Entwicklung von Kommunikationsräumen, weg von einer zu starken Produktfokussierung. Zudem werden unsere Kunden in der momentanen Marktlage noch mehr fordern, Erfolge messbar und für den Sales-Bereich verwendbar zu machen.

ANGELIKA VAGEDES,
VAGEDES & SCHMID, HAMBURG

Unsere Agentur hat eine wirtschaftlich erfolgreiche erste Jahreshälfte hinter sich und kann somit ein sehr positives Fazit ziehen.

Wir konnten nicht nur spannende Projekte umsetzen, beispielsweise für den Airport Hamburg, das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Tchibo, die Deutsche Lufthansa und Schwarzkopf & Henkel, sondern auch verschiedene langfristige Rahmenverträge mit namhaften Unternehmen schließen. Besonders freut uns, dass wir einige Kunden durch Ausschreibungen gewinnen konnten und neue Namen wie Dedon, Otto und The Body Shop Germany auf unserer Referenzliste Platz genommen haben. Aufgrund unserer guten wirtschaftlichen Situation der ersten sechs Monate haben wir uns in den vergangenen Wochen personell weiter verstärkt – ganz gegen den volkswirtschaftlichen Trend.

Wir schauen also sehr positiv in die Zukunft. In der zweiten Jahreshälfte stehen weitere Großprojekte an, wie beispielsweise der IT-Gipfel mit Bundeskanzlerin Merkel in Dresden, der Wirtschaftsfilmpreis in Ludwigsburg, Lufthansa Events in Deutschland, Frankreich und Italien sowie der Tag der offenen Tür des Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie in Berlin. Der Schritt, unser Portfolio zu erweitern, ist sicher mit ein Grund dafür, dass wir heute, in der Jahresmitte, unternehmerisch positiv zurück und nach vorne schauen können. Unsere Kunden erwarten von uns als Agenturpartner mehr denn je ein interdisziplinäres Denken und das Know-how sämtlicher



Robin A. Vater (Foto: Metzler : Vater)



Michael Leroudier (Foto: circ)

Kommunikationsmaßnahmen. Daher stehen, neben den genannten Events, ganzheitliche Beratung und vernetzte Kommunikationskonzepte auf unserer To-Do-Liste der kommenden Monate. Im zweiten Halbjahr werden nun die Budgets 2011 auf Kundenseite geschnürt und entsprechend vermehrt Ausschreibungen durchgeführt. Wir haben somit alle Hände voll zu tun, freuen uns auf zwei neue Kollegen und geben weiter Gas.

CHRIS MARSH,
IMAGINATION DEUTSCHLAND, KÖLN

Nach einem harten Jahr 2009 lässt sich in den ersten Monaten dieses Jahres langsam wachsendes Vertrauen in die Märkte beobachten – auch beflügelt vom WM-Fieber. Wir konnten leicht steigende Event- und Messeaktivitäten verzeichnen, diese allerdings vor dem Hintergrund insgesamt geschrumpfter Budgets. In verschlankter Form finden die Projekte aber wieder statt.

Der typische Aufwind nach der Sommerpause im September und Oktober ist auch in diesem Jahr zu spüren. Die zweite Hälfte des Jahres wird belebt, aber nicht hektisch. Die Kunden verhalten sich, sicherlich zu Recht, nach wie vor vorsichtig, was mittelfristige oder gar langfristige Planung betrifft. Alle Budgets werden permanent überarbeitet. Häufig fallen Entscheidungen daher erst in letzter Sekunde – wodurch sich nicht nur Auswahlmög-



Angelika Vagedes (Foto: Vagedes & Schmid)



Chris Marsh (Foto: Imagination)



Dr. Stefan Kleßmann (Foto: Triad)



Anja Osswald (Foto: phocus)



Hans-Peter Knödler (Foto: ten&one)



Jürgen Henke (Foto: prima events)

lichkeiten verringern, sondern wodurch ironischerweise oft auch höhere Kosten entstehen als bei größerem Vorlauf. Das Geschäft bleibt also schwierig, aber es kommt!

DR. STEFAN KLESSMANN,
TRIAD BERLIN PROJEKTGESELLSCHAFT,
BERLIN

Das konjunkturelle Umfeld ist positiv. Wir durften einige große und ambitionierte Vorhaben für unsere Kunden realisieren. Vor allem der Urban Planet Pavillon in China war ein erfolgreiches Projekt mit zahlreichen begleitenden Veranstaltungen.

Wir gehen davon aus, dass sich der Trend, innovative Formate einzufordern und hier unsere Expertise nachzufragen, weiter verstärken wird. Überall ist zu spüren, dass man neue Wege gehen möchte und hierin auch investiert. Wir gehen daher in das 2. Halbjahr mit viel Zuversicht und planen Neueinstellungen.

MICHAEL LEROUDIER,
CIRC, WIESBADEN

Die wirtschaftliche Entwicklung hat unsere Erwartungen mehr als übertroffen. Aus der „Zurückhaltung 2009“, die wir auch bei bestehenden Kunden verzeichnet haben, wuchsen bereits im zweiten Halbjahr des vergangenen Jahres neue Projektideen. Diese wirkten sich positiv auf das Geschäft im ersten Halbjahr 2010 aus und erbrachten eine deutliche

Steigerung an inhaltlich spannenden – und durchaus auch lukrativen – Aufträgen.

Daher: Weiter so . . .

ANJA OSSWALD,
PHOCUS BRAND CONTACT, NÜRNBERG

Grundsätzlich kann ich ein sehr positives Fazit ziehen. Bereits Ende 2009 lösten sich die meisten Unternehmen aus ihrer Erstarrungshaltung. Dieser erfreuliche Trend setzte sich 2010 verstärkt fort, so dass wir schon Ende des ersten Quartals die notwendige Planungssicherheit für das Gesamtjahr 2010 fixieren konnten. Allerdings waren die ersten Monate in diesem Jahr auch durch ein immens hohes Pitchenaufkommen gekennzeichnet, das nicht nur sehr viel Energie, sondern auch große finanzielle Ressourcen beanspruchte.

Sollte sich das Jahr entsprechend positiv fortsetzen, könnten wir die Ergebnisse aus dem Jahr 2008 nahezu erreichen. Das ist jedoch auch maßgeblich von der Anzahl, dem Umfang und natürlich dem Ausgang der Pitches im Herbst dieses Jahres abhängig. Zudem bedarf der über die Jahre immer stärker zunehmende Preis- und Konkurrenzkampf immer straffere Prozesse, um die gewohnte Kreativität und vor allen Dingen die Dienstleistungsqualität auch weiterhin kontinuierlich anbieten zu können.

HANS-PETER KNÖDLER,
TEN&ONE EVENTAGENTUR, MÜNCHEN

Das wirtschaftliche Fazit der ersten sechs Monate ist durchweg positiv, eine Zurückhaltung der Unternehmen ist nicht mehr zu spüren. Allerdings werden die finanziellen Daumenschrauben weiter angezogen, jeder Euro wird auf seinen Nutzen geprüft.

Das zweite Halbjahr wird nicht ganz so stark sein wie das erste Halbjahr, aber immer noch gut. Wir erwarten aber, wie es sich seit geraumer Zeit zeigt, noch sehr kurzfristige Projektanfragen, für die es natürlich schwierig ist, Ressourcen frei zu halten.

JÜRGEN HENKE,
PRIMA EVENTS, HAMBURG

Nach einem wirklich schweren Vorjahr hat sich 2010 bisher hervorragend entwickelt. Unsere Gäste feiern wieder. Es bleibt eher authentisch als abgehoben, aber die Jobs für dieses Halbjahr sind wieder auf gutem Niveau gekommen. Dabei ist die Zahlungsmoral fast besser als vor der Krise.

Auch die Auftragseingänge für das zweite Halbjahr stimmen uns sehr optimistisch. Ein toller Gradmesser sind sicher unsere **„Langen Nächte der Industrie“**. Hier gewinnen wir mit Hannover einen weiteren Standort und liegen vergleichbar bei + 20%.