

„Events sind die Zukunft“

„Ich persönlich glaube, dass Events die absolute Zukunft sind“, sagt Eva Mandl. Gerade im digitalen Zeitalter werde die menschliche Komponente – also tatsächlich jemanden persönlich zu treffen – immer wichtiger. Daniela Haraszti's Kunden wurde es in den letzten Jahren hingegen immer wichtiger, neben der Organisation und Umsetzung ihrer Events auch eine umfassende PR-Betreuung zu erhalten.

Beide Agenturen griffen also immer öfter auf die Ressourcen und die Expertise der jeweils anderen zurück. Und bald wurde ihnen klar: Es funktioniert besser, wenn alles aus *einer* Hand kommt. Und so ziehen die „Musen“, wie Daniela Haraszti sich und ihre fünf Mitarbeiterinnen gerne nennt, mit 1. Juli bei Himmelhoch ein, um dort ab sofort als Submarke unter dem Namen Muse Events by Himmelhoch zu agieren.

Event macht PR macht Event

„Oft ist es so, dass PR-Agenturen glauben, sie können Events machen, und Eventagenturen glau-

ben, sie können PR machen“, sagt Daniela Haraszti. „Bei uns ist es tatsächlich so, da zwei unterschiedliche Agenturen mit zwei unterschiedlichen Kernkompetenzen – Event und PR – zusammenkommen.“ Die Kombination aus einer PR- und einer Eventagentur, zusätzlich gepaart mit der erst kürzlich aufgebauten Digitalunit der Himmelhoch, sollen Abläufe vereinfachen, Prozesse beschleunigen und den Ideenhorizont erweitern.

online einkaufen“, sagt Mandl. „Das Bewusstsein der Menschen zu erhöhen und sie zu bitten, doch wieder in die Geschäfte zu gehen, ist die eine Sache. Besser ist es, Inszenierungen in den Geschäften zu schaffen, damit die Menschen diese von sich aus wieder gern besuchen. Wir wollen Events dort setzen, wo man sie *nicht* erwartet.“ Durch die Kombination eines informativen Angebots online und eines nachhaltigen Einkaufserlebnis-



Daniela Haraszti bringt langjährige Event-Erfahrung in die Himmelhoch.

An Ideen mangelt es den beiden nicht – ganz besonders am Herzen liegt ihnen jedoch ein zentrales Konzept, das sich durch all ihre Projekte ziehen soll und das sie unter dem Begriff „human-digital“ zusammenfassen. Damit wolle man den Bogen zwischen digitaler Kommunikation und persönlichem Kontakt spannen – denn weder das eine, noch das andere könne man heute außer Acht lassen, erklärt Mandl.

Ein konkretes Projekt, mit dem Himmelhoch und ihre neue Event-Unit den human-digital-Ansatz umsetzen werden, ist die Event-Inszenierung im stationären Handel. „Viele unserer Kunden kommen zu uns und jammern, dass alle nur noch

ses offline soll ein echter Mehrwert für den Kunden geschaffen werden.

Online-Dating für Events

Man könne den human-digital-Ansatz mit dem Prinzip einer Dating-Plattform vergleichen, erklären die beiden Geschäftsführerinnen. Zunächst kommuniziert man online mit dem potenziellen Partner und tastet ab, ob er überhaupt infrage kommt. Ist dem schließlich so, dann möchte man ihn auch gern einmal treffen. An das Treffen hat man wiederum Erwartungen und möchte vor allem eines nicht: enttäuscht werden.

Genau so funktionieren heute auch Events, erklärt Haraszti:

”

Die Jungen suchen sich wirklich nur die Events aus, von denen sie sich einen echten Mehrwert erwarten dürfen – sei es in Form eines intellektuellen oder eines emotionalen Erlebnisses.

Daniela Haraszti
Leitung Himmelhoch Event-Unit

“

„Vor allem die Jungen werden immer digitaler und haben auch immer weniger Zeit. Deshalb informieren sie sich vorher ganz genau und suchen sich wirklich nur die Events aus, von denen sie sich einen echten Mehrwert erwarten dürfen – sei es in Form eines intellektuellen oder eines emotionalen Erlebnisses.“

Den Kunden verführen

Ein schöner Event, der professionell organisiert und toll umgesetzt ist, reiche heute daher nicht mehr aus. Es müsse seinen Besuchern einen persönlichen Benefit liefern und vor allem aber im Vorhinein perfekt kommuniziert werden – ansonsten gehe man in der heute herrschenden Fülle an Events unter. Um beim Bild der Dating-Plattform zu bleiben: Man muss den Kunden verführen. Denn: Über 80% der Entscheidungen werden nicht rational getroffen, sondern auf Basis von Emotionen.

Diesen Anforderungen will Himmelhoch mit der Übernahme von Muse gerecht werden: Muse kümmert sich um die perfekte Inszenierung der Veranstaltungen, Himmelhoch sorgt für die entsprechende Kommunikation. Quasi wie in guten alten Zeiten. „Wir freuen uns auf die vielen kreativen Ideen, die ab sofort unter einem Dach umgesetzt werden“, sind sich die Neo-Kolleginnen einig.

”

Ich persönlich glaube, dass Events die absolute Zukunft sind. Vor allem in einem digitalen Zeitalter wird die menschliche Komponente immer wichtiger.

Eva Mandl
Geschäftsführerin
Himmelhoch

“