

Die Trendsetter

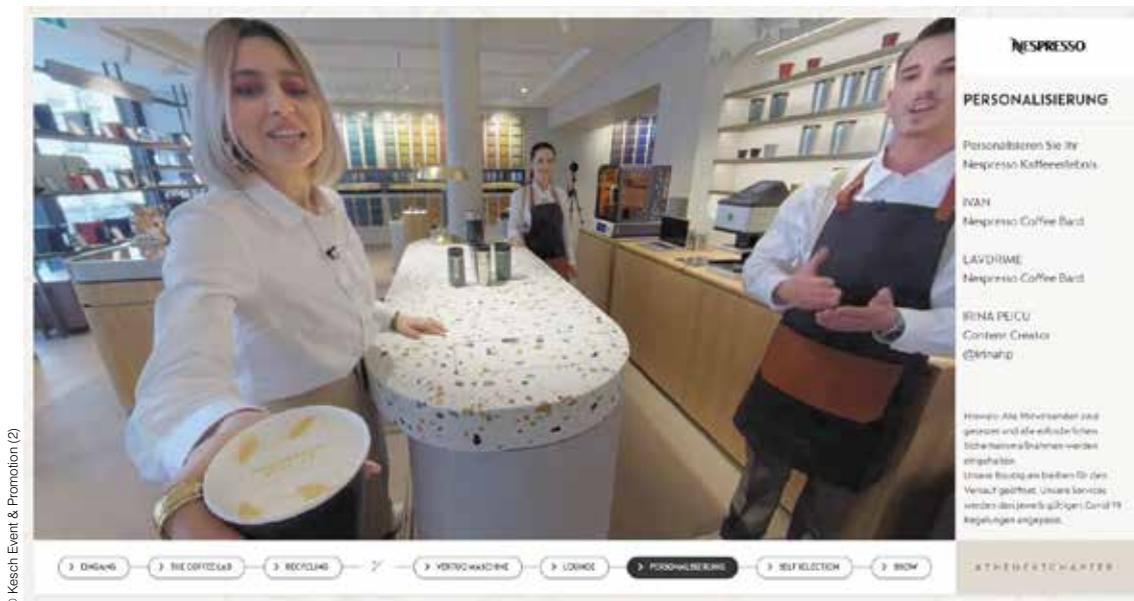
Die Kesch-Gründer ziehen eine positive Bilanz für 2021 und blicken optimistisch in die Zukunft.

••• Von Britta Biron

WIEN. Nach knapp zwei Jahren hat die Eventbranche gelernt, mit den vielen Einschränkungen, Unsicherheiten und schwierigen Rahmenbedingungen zu leben. Und wie das Beispiel der Agentur Kesch zeigt, durchaus erfolgreich. Die Gründer Thomas Kenyeri und Lukas Schütz erläutern im Gespräch mit medianet die Details.

medianet: Wie sieht die Bilanz für 2021 aus?

Lukas Schütz: Wir haben uns rasch auf die neuen Gegebenheiten eingestellt und neue Formate und Geschäftsbereiche geschaffen. Wir haben auch die Units



”

Durch die Pandemie haben die Entscheidungsträger erkannt, dass Events und Livemarketing generell ein wichtiger Teil in Sachen Marketing, Vertrieb, Branding und für die Bindung von Mitarbeitern, Kunden und Partnern sein können.

Lukas Schütz

Co-Gründer der Agentur Kesch

‚Social Media‘, ‚Consulting‘ und ‚Online Marketing‘ mit neuen Mitarbeitern erweitert und können die großen Themen Brand Experience und Livemarketing nun noch ganzheitlicher abbilden. Wir konnten nicht nur all unsere bestehenden Kunden halten, sondern mit unseren neuen Ideen, Angeboten und Ansätzen auch viele neue gewinnen.

“

medianet: Wie läuft das im Vorjahr gestartete Coachingprogramm für Live- und Eventmarketing in der Interiorbranche?

Thomas Kenyeri: Wirklich super. Wir merken, dass unsere Erfahrung und die konkreten Vorschläge den Kunden einen großen Mehrwert bieten. In diesem Geschäftsfeld arbeiten wir jedoch weit über die Felder Live- und Eventmarketing hinaus zusammen. Wir implementieren Prozesse, analysieren die Positionierung, das (online) Marketing und den Vertrieb und helfen dabei, das Kundenerlebnis zu verbessern. Viele Kunden konnten durch die Zusammenarbeit mit uns erfolgreicher werden.

medianet: Apropos Erfolg – für den Launch-Event des Nespresso Ateliers auf der Kärntner Straße in Wien haben Sie kürzlich zwei BEA World Event Awards gewonnen ...

Schütz: Wir waren schon einige Male live bei den BEA World Awards und durften auch schon mehrere Projekte als nominierte

Großer Erfolg

Für den Launch-Event „Nespresso Atelier“ #thenextchapter wurde Kesch kürzlich mit zwei BEA World Awards ausgezeichnet.



Standardwerk

Das Interesse am Event Trend Report von Kesch ist hoch. Die neue Ausgabe verzeichnet schon mehr als 36.000 Downloads.

Agentur selbst einer internationalen Fachjury präsentieren. Wir haben uns beim ersten Besuch geschworen, hier einmal ganz oben am Treppchen stehen zu wollen. Das ist uns nun heuer gelungen.

Wir haben das Feedback bekommen, dass wir in Bezug auf das Projektbudget das Maximum an Kreativität und Innovation herausholen konnten – das macht uns natürlich zum einen stolz und zum anderen zeigt es uns, dass wir international mithalten können. Für unser Image waren die Awards natürlich klasse und das möchten wir nun nutzen, um bestehenden und zukünftigen Kunden den Mut zu geben, neue Wege zu beschreiten und ihre Marken noch emotionaler aufzuladen.

medianet: Neue Wege bzw. die Zukunft im Livemarketing sind auch das Thema des Event Trend Reports, dessen fünfte Auflage kürzlich erschienen ist. Ist das Interesse groß?

Kenyeri: Ja, bisher wurde der Report bereits 36.000 downge-