



Professionell UND PREISWERT

Warum der Event-Manager
Reinhold Weber ein Faible
für den Event-Logistiker
Party Rent Group entwickelt hat.

Reinhold Weber* lehnt, als Belohnung das erste Glas Champagner des Abends in der Hand, an einem der immer noch festlich eingedeckten Stehtische. Allmählich legt sich die Spannung, die ihn den gesamten Abend über auf Trab gehalten hat. Offenbar hat alles perfekt geklappt – mit einer Mischung aus Stolz und Zufriedenheit blickt Weber durch den Saal und auf eine Gruppe gut gelaunter Gäste, die sich langsam in Richtung Ausgang bewegen. Einige von ihnen haben ihm nette Komplimente wegen der perfekten Gestaltung gemacht, und auch das Lob seines Vorgesetzten und des Geschäftsführers hat ihm trotz des üblichen unausgesprochenen Untertons, wonach so etwas ja sicher auch kein großes Kunststück sei, gut getan.

Weber ist seit fast fünf Jahren Event-Manager eines großen Industrieunternehmens und als solcher für die Organisation von Messen und Veranstaltungen aller Art verantwortlich. Angefangen hatte er ursprünglich als Außendienstmitarbeiter. Dann verließ der langjähri-

ge Verantwortliche für den Eventbereich das Unternehmen. Als ein Nachfolger gesucht wurde, bewarb Weber sich hausintern auf die Stelle. Eine kühne Entscheidung: Er hatte zwar schon viele Veranstaltungen besucht – bisher allerdings immer nur als Gast. Andererseits, so hatte er sich überlegt: Event-Manager ist kein Ausbildungsberuf im klassischen Sinne – warum also nicht.

Event-Manager – das ist seit Jahren ein echter Trendberuf. Junge Leute assoziieren damit vor allem Glamour, Champagner, Berühmtheiten in festlicher Garderobe. Dazu feinste Küche und Luxushotels, Scheinwerfer und außergewöhnliche Locations in fernen Städten und fremden Ländern. Über solche naiven Vorstellungen kann Reinhold Weber heute nur noch spotten. Tatsächlich sieht alles so einfach aus – wenn man das Privileg hat, Gast einer solchen Veranstaltung zu sein. Der Profi weiß: Diese scheinbare Leichtigkeit ist das Ziel seiner Arbeit. Aber sie ist eben auch, das hat Weber in den vergangenen Jahren bitter erfahren, das Ergebnis der harten Arbeit vieler beteiligter Personen. Klar: Er ist der Chef an einem solchen Abend wie heute, der Dirigent, der im undankbaren Spannungsfeld zwischen einem begrenzten Budget und einer gesteigerten, in der Regel aber nur diffus definierten Erwartungshaltung von Marketingabteilung und Vorgesetzten ein vielköpfiges Orchester zum Klingen bringen muss. Wie viele Orchestermitglieder selbst für ein relativ kleines Event für mehrere Dutzend Teilnehmer notwendig sind – das hätte sich Weber auch als regelmäßiger Besucher von Messen und Events nicht träumen lassen.

Das Problem: Das Orchester sieht Weber als Dirigent erst am Vorstellungsabend. Weber ist nämlich zunächst nur für den Inhalt der Veranstaltung – das Thema, die Gäste, die Produkte – verantwortlich. Rahmen und

Ziele werden von ihm innerhalb seines Unternehmens mit der Geschäftsführung und den Fachabteilungen abgesprochen und definiert. Sie bilden die Basis für die Auswahl der Partner, das Briefing aller an dem Projekt beteiligten Firmen und Personen. Für alles andere arbeitet er während der Vorbereitung eines Events mit meist nur einem einzigen Ansprechpartner als General-

fessionalität angewiesen. Da ist vieles zu überblicken: Ton- und Videotechnik, Beleuchtung und Bühnenbau, Blumen und Dekoration, Mietmöbel und Küchentechnik, Entertainment, Servicepersonal, Caterer und vieles mehr. Kein Problem, wenn der Generalunternehmer für diese vielen Jobs Profis gefunden hat, denn: Die Organisation eines Events ist zunächst einmal die

Organisation von scheinbar Selbstverständlichem. Die einbezogenen Fachunternehmen müssen pünktlich und perfekt arbeiten. Erst das ist die Basis für erfolgreiche und unvergessliche Veranstaltungen.

Event-Manager Weber erinnert sich nur ungern an sein erstes Projekt, eine Produktvorstellung für Fachgroßhändler mit allem Drum und Dran: Präsentation, Dinner, Party. Das Ganze in einer originellen ehemaligen Fabrikhalle, die für Events „nackt“ vermietet wurde. Weber wollte es besonders gut machen – also schöner, effektiver, kreativer und vor allem billiger als sein Vorgänger. Er hatte dafür eine Event-Agentur engagiert, die das angeblich vollständig garantieren konnte – mit langjährigen und erfahrenen Mitarbeitern und besten Zulie-

ferern für alles, was man nicht selbst auf Lager hatte. Veranstalter zusammen. Das sind mal die verantwortlichen Mitarbeiter eines Hotels, einer Veranstaltungshalle oder einer anderen Location. Das können aber auch ein Gastronom oder ein Messebauer, eine Werbeagentur oder eine Event-Agentur sein. Erst der Generalunternehmer wiederum hat den unmittelbaren Kontakt zu den Fachunternehmen, die dann gemeinsam alle anfallenden Aufgaben bei der Planung, Vorbereitung und Durchführung der Veranstaltung abdecken.

Weil also während der Planung einer Veranstaltung nur der Generalunternehmer für die Qualität der ‚Orchestermusiker‘ sorgen kann, ist Weber als Event-Manager auf dessen Know-how, Ehrlichkeit und Pro-

ferern für alles, was man nicht selbst auf Lager hatte.

„Bei dieser Gelegenheit habe ich dann den Unterschied zwischen ‚billig‘ und ‚preiswert‘ auf die ganz harte Tour kennengelernt“, sagt Weber heute und erinnert sich an seine Lehrzeit: Die rund zehn Meter hohe Halle sollte mit Trauben aus Luftballons dekoriert werden. „Als ich morgens fragte, wo die denn blieben, zeigte man auf einige Beutel mit Luftballons. Man warte noch auf die Servicemitarbeiter, die sie aufblasen würden. Die dafür vorgesehene Maschine sei wohl beim letzten Einsatz kaputtgegangen ...“

Schlimmer konnte es nicht kommen, dachte Weber. Es konnte. Licht, Sound und die Videoanlage sollten



schon am Nachmittag des Vortages der Veranstaltung aufgebaut werden und einsatzbereit sein. „Das war wichtig, damit die Kollegen von Marketing und Vertrieb abends und am nächsten Vormittag einen Probelauf ihrer Präsentationen durchführen konnten.“ Daraus wurde nichts: Auf Nachfrage an den Inhaber der Event-Agentur erfuhr Weber, die zuständigen Mitarbeiter hätten einen Unfall gehabt und könnten erst am folgenden Morgen kommen. Weber: „Ein Mitarbeiter dieser Firma, den ich besorgt nach dem Unfall befragte, schaute mich verständnislos an. Sein Auftrag sei gewesen: Aufbau heute Vormittag. Man könne damit Übernachtungskosten sparen ...“

Die Liste der Peinlichkeiten ließe sich beliebig verlängern: Zu spät gelieferte Kühlschränke führten dazu, dass die Stars der Veranstaltung, die zu präsentierenden Produkte, nicht gekühlt waren – ein Desaster. Den Möbeln sah man an, dass sie sehr beliebt und darum auch schon sehr oft eingesetzt worden waren. Die Servicemitarbeiterinnen für das Dinner waren zwar hübsch und motiviert, aber nur die wenigsten hatten schon einmal richtig serviert und hinterließen einen professionellen Eindruck. Unvergesslich der „regionale Spitzenkoch“: Der entpuppte sich als Koch eines Betriebsrestaurants, der gut mit dem Inhaber der Event-Agentur befreundet war und sich mit diesen Veranstaltungen ein Zubrot verdiente.

Die Reaktionen der Kollegen auf die am Ende enttäuschende Veranstaltung hat Weber bis heute nicht vergessen. Auf die billige Tour macht er es seitdem nicht mehr. Es ist ihm auch gleichgültig, ob die Arbeit miserabel ist, weil der Dienstleister auf seine Kosten an der Qualität spart oder ob er es einfach nicht besser kann. Er weiß: Gute Qualität kostet aus gutem Grund mehr als schlechte. Eine Kollegin riet ihm, Menschen und Firmen gerade im Eventbereich nach den Leistungen zu beurteilen, die sie in der Vergangenheit schon erbracht haben, und nicht danach, was sie in Zukunft womöglich einmal erreichen wollen.

Auf diese Weise geriet Weber an die Party Rent Group. Seit der regelmäßigen Kooperation mit dem Event-Logistik-Dienstleister kann Weber nicht nur bei seinen Vorgesetzten erfolgreichere Veranstaltungen vorweisen – ihm macht die Arbeit auch mehr Spaß. Und: Die Professionalität seines neuen Generalunternehmers hat dazu beigetragen, dass die Zahl seiner schlaflosen Nächte merklich zurückgegangen ist.

„Warum Party Rent? Weil ich damit für jede Veranstaltung einen erfahrenen und garantiert zuverlässigen Ansprechpartner habe, der vom ersten Planungsgespräch an dabei ist und dem ich fast blind

vertrauen kann“, sagt Weber. „Wir planen gemeinsam, definieren, was alles an Zubehör benötigt wird und Party Rent sorgt dafür, dass alles pünktlich und zuverlässig beschafft und angeliefert, aufgebaut und angeordnet wird. Oft wird noch in der Nacht nach dem Event abgebaut und abtransportiert.“

Als großer Vorteil hat sich für Weber, der häufig bundesweit Veranstaltungen vorbereiten muss, der Umstand erwiesen, dass die Party Rent Group in den vergangenen Jahren auf zehn Niederlassungen in ganz Deutschland gewachsen ist und über internationale Erfahrung mit Dependancen in den Niederlanden, Luxemburg und Frankreich verfügt. „Die Leute haben wirklich Routine. Und trotzdem habe ich nie den



Eindruck, dass hier lediglich Checklisten nach dem Motto ‚Hatten wir schon, können wir schon, waren wir schon‘ abgearbeitet werden. Meine Partner verlieren bei aller Professionalität nie jenen Spirit aus dem Blick, der jeden Event erst zu einem einzigartigen Erlebnis macht.“

Spitzenleistungen sind aber meistens spitzenteuer? „Billig ist Party Rent nicht. Aber jeden investierten Euro wert“, sagt Weber. „Schließlich kann ich inzwischen blind voraussetzen, dass die Leute intern perfekt organisiert sind und Logistik und Abwicklung zuverlässig funktionieren. Daran gemessen sind die Preise sogar günstig.“

Etliche Meter entfernt, in unmittelbarer Nähe des Ausgangs, lässt sich der Geschäftsführer offenbar gerade für die erfolgreiche Veranstaltung loben. Reinhold Weber zitiert lachend den befreundeten Event-Manager eines anderen Unternehmens: „Es folgt nun die Belobigung der Unbeteiligten ...“ Er nippt an seinem Champagner und sieht ziemlich zufrieden dabei aus.

** Wir haben den Namen unseres Gesprächspartners geändert.*