



Events als Salz in der Marketingsuppe

Für den Event-Spezialisten OPUS Marketing ist dabei – trotz Investitionen in absolute Spitzentechnik – die Ansprache aller Sinne das oberste Credo und das aus gutem Grund

Seit mehr als einem Vierteljahrhundert setzt OPUS Marketing Akzente am österreichischen und internationalen Eventmarkt. „Wir machen Kundenbotschaften erlebbar“, betont OPUS-Gründer und Geschäftsführer **Erik R. Kastner**, der trotz tiefgreifender Veränderungen von Geschäftsmodellen und Arbeitswelten – Stichwort: Digitalisierung – stets vor allem einem Grundsatz treu geblieben ist: „Basisanforderung ist immer, Kundenveranstaltungen aussagekräftig, budgetkonform und impactstark in das Marketingkonzept des Unternehmens zu integrieren.“

Wichtig ist dabei, neben den „soft skills“ auch technisch stets ganz vorne mit dabei zu sein. Jüngste Investition von OPUS Marketing ist das heuer neu erworbene „Ez-Präsentationssystem“, das laut Erik Kastner einen „Quantensprung in Sachen Präsentationstechnik“ darstellt.

Eine weitere Neuerung stellt der Geschäftszweig „Event-Coaching“ dar. „Wir stellen auf Wunsch aus den Mitarbeitern des Auftraggebers ein Event-Team zusammen, das professionell begleitet, gecoacht und motiviert wird“, so Kastner, dessen OPUS Event-Coaches nicht nur „Querdenker“, sondern auch „Spezialisten mit einem Blick fürs Ganze“ sind. Das ACB-Magazin traf den OPUS-Chef zu einem ausführlichen Interview.

ACB-Magazin: Sie haben Ihre Karriere in der Top-Hotellerie, inklusive Auslandsengagements begonnen. Was hat Ihre Leidenschaft für den Event-Bereich geweckt?

Erik Kastner: „Bei mir hat sich das Stück

für Stück entwickelt. Auch während meiner Hotellerie-Zeit hatte ich sehr viel mit Veranstaltungen zu tun und dann dachte ich mir, warum nicht selbst Veranstaltungen organisieren. Auf eine andere Art. Schon vor 25 Jahren hatte ich das Ziel, alles aus einer Hand anzubieten.“

ACB-Magazin: Wie stellte sich die Event-Branche Anfang der 1990er Jahre dar, als Sie mit OPUS Marketing den Sprung in die Selbständigkeit unternahmen?

Erik Kastner: „Vor 25 Jahren stand der Begriff ‚Event‘ noch in den Sternen. Heute bezeichnen die fünf Buchstaben eine ganze Branche, die boomt und diese Entwicklung hat mich von Beginn an gefesselt. Deshalb engagiere ich mich auch für die gesamte Branche. Als Bundessprecher ist es mir wichtig, bei zentralen Themen, wie z.B. die Vereinheitlichung der Veranstaltungsgesetze und -verordnungen, sich gemeinsam stark zu machen und die Professionalisierung der Branche weiter voranzutreiben.“

UNGEFILTERT UND EMOTIONS BETONT

ACB-Magazin: Was waren Ihrer Erfahrung nach die größten Veränderungen in der Event-Branche in den zurückliegenden 25 Jahren?

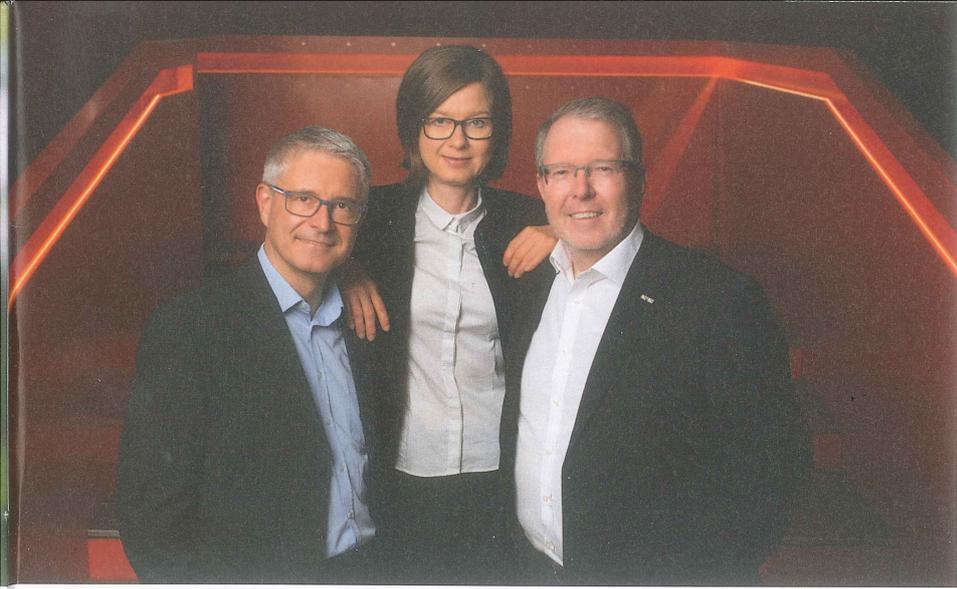
Erik Kastner: „Der Wandel durch den technischen Fortschritt ist ein signifikanter Einflussfaktor in der Veranstaltungsbranche. Digital-Live-Events oder Hybrid Veranstaltungen sind eine neue Dimension der Live-Kommunikation. Der Megatrend der fort-

schreitenden Digitalisierung hat und wird unsere Branche in verschiedensten Bereichen prägen und herausfordern. Beispiele dafür sind die Informations- und Datensicherheit, neue Formen der Produktpräsentation, virtuelle Tagungseinheiten und die Vernetzung virtueller Räume oder eine verstärkte Partizipation der Teilnehmer, die trotz fortschreitender Technik die menschlichen Bedürfnisse berücksichtigen müssen. Ein Event muss nach wie vor alle Sinne ansprechen. Events sind das einzige Marketing-Tool, bei dem das ungefiltert und emotionsbetont nach wie vor möglich ist.“

ACB-Magazin: Worin sehen Sie die Stärken von OPUS Marketing?

Erik Kastner: „Erfolgsgarant ist vor allem der All-In-One-Service. Wir können Unternehmen in jedem Segment optimal betreuen und das genießen unsere Kunden. Immer mehr Kunden möchten in diesen Zeiten die Dienstleistungen für eine Veranstaltung aus einer Hand beziehen. Das gilt für spektakuläre Corporate Events ebenso wie für private Feiern. Jene Kunden, die ein Allroundpaket buchen wollen – von der kreativen Ideenfindung über die Konzeption, Planung und Organisation bis hin zur Rundumbetreuung und Umsetzung –, aber auch solche, die nur auf Profi-Know-how und Support in Teildisziplinen zurückgreifen möchten, haben dadurch einfachen und schnellen Zugriff auf unsere One-Stop-Shops.“

Mein Credo seit 25 Jahren: Wir kochen nicht, wir tanzen nicht und wir singen nicht – alles andere machen wir selber.“



Erik Kastner, Geschäftsführer (rechts) von OPUS Marketing gemeinsam mit den beiden Agenturleitern Michael Tenhalter und Birgit Pertlwieser

CHAMPIONS LEAGUE DER EVENT-BRANCHE

ACB-Magazin: Was waren die bisher ungewöhnlichsten Aufträge für OPUS Marketing?

Erik Kastner: „Einer der schönsten Aufträge war 1994 die Opel Omega Präsentation in Linz. Die damals in Österreich größte Präsentation eines Neufahrzeugs in diesem Segment. Zuerst die tolle ‚Eroberung des Kunden‘: Das Angebot ist innerhalb einer Woche entstanden. Wir haben diese europaweite Ausschreibung gegen drei große Agenturen aus England und Deutschland gewonnen. Dann der lehrreiche und mit vielen, vielen Stunden gesäumte Weg der Produktion bis hin zur Veranstaltung. Sechs Monate ‚Wahnsinn‘, der mit dem Event (neun Tage lang) seinen Abschluss fand. Die Erfolgsbestätigung haben wir schriftlich. Aber viel wichtiger war, was wir in den Augen der begeisterten Eventteilnehmer und des Auftraggebers gesehen haben. Das motiviert mich – auch nach so langer Zeit – immer noch.“

Heute würde ich sagen, dass jeder Auftrag – und wir bieten keine Schubladenkonzepte an – seinen eigenen Reiz hat. International zu arbeiten und sich mit den großen Agenturen in Europa zu vergleichen, ist nach wie vor eine ungewöhnliche, herausfordernde und faszinierende Aufgabe.“

ACB-Magazin: Welche Rolle spielt heute die Technik bei Events?

Erik Kastner: „Um den sich laufend ändernden Event-Instrumenten immer etwas draufsetzen zu können, spüre ich mit meinem Team als sogenannter Event-Trend-Scout stets neueste technische Entwicklungen und Tendenzen auf. Wir sind mit unserer Eventtechnik immer am Puls der Zeit und vor allem habe ich eine ziemlich coole Truppe, die absolute Profis und Nerds sind. Die Spezialisten und die gesamte Event-Technik im eigenen Haus, diese Kombination ist unschlagbar und

schafft für den Kunden den tollen Vorteil der schnellen und unbürokratischen Umsetzung.“

QUANTENSPRUNG IN SACHEN PRÄSENTATIONSTECHNIK

ACB-Magazin: Sie investierten heuer in ein neues Live-Bildschirmmanagement. Ohne jetzt ins Technische abzugleiten: was kann das „E2-Präsentationssystem“ für Ihre KundInnen gegenüber dem bisherigen System an Mehrleistung bieten?

Erik Kastner: „Am Markt der Emotionen sind Events das Salz in der Marketingsuppe. Das E2-Präsentationssystem ist ein Quantensprung in Sachen Präsentationstechnik. Unsere Kunden können dadurch ihre Marken, Botschaften und Ideen noch besser präsentieren und an ihre Zielgruppe kommunizieren. Das System ist nach oben offen und wir arbeiten bereits als eine der wenigen Firmen in Österreich voll digitalisiert und im Bereich 4K. Aber nicht nur ein neues Präsentationssystem macht das Salz in der Suppe ... es ist die Kunst ganz individuell kombinieren zu können.“

ACB-Magazin: Wie sehen Sie die weitere Zukunft der Event-Branche? Welche Veränderungen zeichnen sich ab?

Erik Kastner: „Die Basisanforderung ist immer: Kundenveranstaltungen aussagekräftig, budgetkonform und impactstark in das Marketingkonzept des Unternehmens zu integrieren. Die Zukunft könnte sein – und das zeichnet Opus Marketing bereits aus –, in mehreren Segmenten breit aufgestellt zu sein und alle Arten von Eventdienstleistungen anbieten zu können, ohne um jeden Preis ‚pitchen‘ zu müssen oder Angst vor Konjunkturzyklen zu haben. Der Zeitgeist spricht von ‚digitalisieren‘. Wir sprechen bei Events von professioneller Übermittlung von Emotionen, die ein Eventbesucher mit nach Hause nehmen und sich lange daran erfreuen sowie erinnern kann ... und das geht nun nicht einmal über eine Glasfaserleitung!“

Kurzportrait Erik R. Kastner

Der gebürtige Grazer (Jahrgang 1961, Sternzeichen: Stier) absolvierte in Salzburg und Tirol die Ausbildung zum Hotelkaufmann, um danach bis 1992 in der internationalen Hotellerie (zuletzt bei Hilton und Marriott) als Verkaufs- und Marketingdirektor tätig zu sein, mit Auslandsengagements in den USA und Deutschland. Kastner spezialisierte sich dabei u.a. auf die Neueröffnung von Hotels. 1991 machte er sich mit der OPUS Marketing GmbH in Linz selbstständig, die zügig expandierte (siehe „OPUS Marketing in Stichworten“).

Heute ist OPUS-Chef Erik R. Kastner Mitglied bei MPI (Meeting Planners International) sowie der EMBA (Event Marketing Board Austria), sitzt im Vorstand der ISES (International Special Event Society) und ist Bundessprecher von Eventnet der Wirtschaftskammer Österreich. Nebenberuflich ist er als Vortragender im In- und Ausland tätig und unterrichtet bei der ARGE Bildungsmanagement, Art & Economy, FH in St. Pölten und FH in Kufstein.

OPUS MARKETING IN STICHWORTEN

Die vor 25 Jahren in Linz gegründete OPUS Marketing GmbH hat heute ihren Sitz in Wien (von hier aus werden Kunden in Ost- und Südösterreich sowie internationale Kunden betreut) sowie Standorte in Graz und Linz. Mit 12 MitarbeiterInnen kommt das Unternehmen auf rund 150 Veranstaltungstage jährlich.

Der Schwerpunkt liegt auf B2B in den Bereichen „unique meetings“, „emotional events“, „event media“ und „event coaching“. Zu den Kunden von OPUS Marketing gehören Top-Unternehmen, wie ASFINAG, Boehringer, Brau Union / Heineken, Industriellenvereinigung, Novartis, Pfizer, Renault, Sandoz, SAP, Spar, XEROX, etc.

www.opus-marketing.com ■