



Festung Hohenwerfen im Salzburger Land: 1968 diente diese Anlage als Kulisse für den britisch-amerikanischen Spielfilm «Agenten sterben einsam» mit Clint Eastwood und Richard Burton.

Agenten sterben einsam

Marktführer Selbst jährlich sich wiederholende Veranstaltungen werden von Firmen nicht mehr langfristig an eine spezialisierte Agentur vergeben, so der Schweizer Branchenprimus MCI.

DANIEL TSCHUDY

Der deutsche Titel eines britisch-amerikanischen Spionage-Thrillers lautet «Agenten sterben einsam». Und genauso fühlt sich momentan die nationale Event- und Kongress-Agenturszene. Es ist ein harter Kampf – ohne Rücksicht auf Verluste. Für jedes noch so kleine Mandat gibt es einen separaten Wettbewerb. Der Beste und Schnellste gewinnt, erhält dabei aber keine Garantien für Wiederholungstaten. Jedes Mal muss man sich neu beweisen – genau wie Richard Burton und Clint Eastwood, die Helden im Spielfilm aus dem Jahre 1968.

Thomas Wüthrich, Geschäftsführer von MCI Schweiz in Zürich, kann davon ein Lied singen. Auf der einen Seite repräsentiert er hierzulande die erfolgreichste globale Agenturengruppe im Kongress- und Events-Segment; auf der anderen Seite müssen auch er und sein Team um jedes einzelne Mandat kämpfen. Zwar führen die Grosskonzerne in der Schweiz schon seit ein paar Jahren sogenannte Purchasing- oder Procurement-Abteilungen, aber seit der letzten Finanz- und Wirtschaftskrise hat der Einkaufskampf heftig zugenommen. Der MCI-Chef sagt denn auch: «Früher konnten wir jährlich sich wiederholende Aufträge schon mal für drei Jahre erobern, heute geschieht al-

les nur noch Jahr für Jahr. Früher ging ein kleinerer Auftrag auch mal ohne Ausschreibung raus, heute erlaubt dies die Corporate Governance selbst unserer langjährigen Kunden nicht mehr.»

Bis fünf Agenturen müssen pitchten

Dazu kommt neue Konkurrenz: Im letzten Jahrzehnt hatten ausländische Agenturen kaum eine Chance, in der Schweiz einen Auftrag zu gewinnen. Nun bewegen sich deutsche und englische Agenturen quer durch das Land. Und was besonders wehtut: Auch bei kleinen Aufträgen werden jeweils mehrere Agenturen zur Offerte gebeten. Jeannine Matthys, Head Client & Corporate Events bei der Credit Suisse, erklärt denn auch, dass bei der Grossbank «sowohl für Einzelevents als auch für jährlich sich wiederholende Veranstaltungen jeweils mindestens drei Agenturen zum Pitch eingeladen werden; bei Grossprojekten sogar deren fünf». Interessant ist, dass schon bei einem Gesamtprojektsatz von gerade mal 100000 Franken die CS-internen Purchasing- und Procurement-Leute ab Beginn, also bei der Formulierung der Ausschreibung, direkt involviert sind.

Fünf Bewerber heisst aber auch substanzialen Mehraufwand für alle und besonders für diejenigen, die dann nicht zum Zuge kommen – ausser Spesen nichts gewesen. Denn das an sich völlig vertretbare Gedankengut, nämlich einer sich bewerbenden Agentur im Falle einer Nichtberücksichtigung ein Pitch-Honorar zu geben, hat in der Schweiz kaum Fuss gefasst. Selbst in den wenigen Fällen, in denen ein Auftraggeber im Voraus für den Fall, dass man das Mandat nicht erhält, eine Spesenentschädigung anbietet, geht es um 2000 oder 3000 Franken. Eine positive Geste



«Früher ging ein kleinerer Auftrag auch mal ohne Ausschreibung raus.»

Thomas Wüthrich
Chef, MCI Schweiz, Zürich

zwar, aber solche Beträge decken den Realaufwand für die Angebotsausarbeitung nie. Würde MCI zum Beispiel, analog Anwälten oder Ärzten, ihre effektiven Aufwendungen in Rechnung stellen können, würde dies bei einem gröss-

ren Full Service Event schnell mal ein fünfstelliger Betrag. Auf mehrere Dutzend Offertenausschreibungen pro Jahr hochgerechnet, summiert sich dies schnell.

Weder Herzblut noch «Kundenblut»

Dabei gäbe es laut Thomas Wüthrich gute Gründe, im Ausschreibungsverfahren mit weniger Agenturen zu arbeiten und vor allem auch längerfristige Verträge abzuschliessen: «Sogar auf der Kundenseite wäre der Aufwand kleiner, denn auch deren Procurement-Arbeit kostet viel Zeit und wird manchmal sogar dem eigentlichen Projektbudget zugerechnet. Dazu ist auf unserer Seite die Motivation der spezifisch involvierten Projektbetreuer grösser, wenn sie wissen, dass ihnen unser Kunde längerfristig Vertrauen schenkt.» So gesehen, leben und leiden diese Mitarbeitenden dann eher mit dem Kunden und seinem Event, lesen und fühlen sich ein, lernen die Materie besser kennen und entwickeln so nicht nur Herzblut, sondern erhalten auch «Kundenblut».

Und, was die sich jährlich wiederholenden Konferenzen oder Incentive-Anlässe betrifft: Eine auf drei Jahre hinaus geplante Veranstaltung ist pro Auftrag billiger, wenn sie in einem Stück geplant werden kann, statt jedes Jahr aufs Neue – womöglich noch mit jeweils einer neu einzuarbeitenden Agentur. Wenn ein Auftrag-

geber ängstlich ist, längerfristig mit einer Agentur zu arbeiten, so könnte er ja wenigstens einen Einjahresvertrag mit Option zur Verlängerung anbieten.

Im Film «Agenten sterben einsam» überlebten am Schluss nur die Stärksten. Fast genauso etwa wie in der jetzigen Agenturenwelt. Es ist ein intensiver und vor allem täglicher Kampf ums Geschäft.

MCI GROUP

Branchenprimus Die Schweizer MCI Group wurde 1987 gegründet. Das hierzulande erfolgreichste global ausgerichtete Agenturenunternehmen im Kongress- und Events-Segment hat seinen Hauptsitz nach wie vor in Genf. Mittlerweile sind mehr als 1100 Mitarbeitende für MCI tätig; in 45 Städten in 22 Ländern in Europa, Nahost, Asien und Südamerika. Der hiesige Markt wird von MCI Schweiz mit Zentrale in Zürich bearbeitet. Das Team um Geschäftsführer Thomas Wüthrich zählt 27 Angestellte. Zu den Kernkompetenzen von MCI gehören: Kongressorganisation, Verbandsberatung und -management, Leistungsförderungsprogramme, Events und Incentives für Firmen.

ANZEIGEN

RAMADA Hotels

Ihr attraktiver Tagungs- und Ferienpartner in der Schweiz

geodata © swisstopo

<p>RAMADA PLAZA Basel****SUPERIOR</p> <p>Tagungshotel im Messeturm mit 1000 m² Seminarfläche</p>	<p>RAMADA Hotel Zürich City****</p> <p>Businesshotel direkt gegenüber dem Stadion Letzigrund</p>	<p>RAMADA Hotel Solothurn****</p> <p>Seminar- und Stadthotel an der Aare und direkt gegenüber der barocken Altstadt</p>	<p>RAMADA Hotel Regina Tittlis Engelberg****</p> <p>Seminar- und Ferienhotel im Zentrum von Engelberg</p>
<p>TREFF HOTEL Sonnwendhof Engelberg***</p> <p>kleines Ferienhotel mit familiärer Atmosphäre</p>	<p>RAMADA Hotel La Palma au Lac Locarno****</p> <p>Seminar- und Ferienhotel direkt am Lago Maggiore</p>	<p>RAMADA Hotel Arcadia Locarno****</p> <p>familiäres Hotel für kleine und grosse Gäste direkt an der Promenade</p>	

Buchen Sie Ihre Wunschdestination direkt unter: www.ramada-treff.ch

Die Hotelauswahl ist ein Auszug aus dem RAMADA Portfolio.