

Robert Prasch – GF Koop



Prasch: Sehe sogenannte ‚Krise‘ durchaus als Chance

ED: Herr Prasch, Sie positionieren Koop als „Österreichs einzige Agentur für Live-Marketing“. Inwiefern unterscheiden Sie sich von anderen Eventagenturen?

Prasch: Sie nunmehr fast zehn Jahren gibt es die Koop, aber auch bereits in den Jahren davor haben wir uns – teils als Einzelkämpfer, teils als Mitarbeiter internationaler Unternehmen – sehr intensiv mit Positionierungen, strategischen Ansätzen, Konzepten, Umsetzungen und Evaluierungen im Eventbereich auseinandergesetzt. Und dieses langjährige Know-how setzen wir zielgenau nach den Anforderungen und im Dienste unserer Kunden ein.

ED: In welchen Branchen ist Koop vorrangig tätig?

Prasch: Unser Portfolio (getragen von den Umsatzgrößen Events, Promotions und Messebau) ist sehr breit gestreut, wobei unsere Auftraggeber aus den Sparten Industrie über öffentliche Institutionen und Kommunen, Handel und Dienstleistern bis hin zu den großen Medienhäusern kommen. Unsere Stärke besteht darin, dass

wir sowohl international tätige Unternehmen, als auch KMU betreuen.

ED: Wie stark spüren Sie die Krise?

Prasch: Wir haben die sogenannte „Krise“ durchaus als Chance gesehen (Stichwort: antizyklisch werben), also als eine Zeitspanne, in der viele Unternehmen sich und ihre Produkte hinterfragen müssen und eventuell mit Innovationen versuchen, neue Marktsegmente zu erschließen und deshalb die Kommunikation mit den Zielgruppen verstärken. Dass wir die Krise bisher nicht wesentlich spürten, liegt sicherlich auch an unserer breiten Basis, der vielfältigen Kundenstruktur samt der differierten Geschäftsfelder. Schließlich herrscht immer irgendwo Hochkonjunktur.

ED: Worauf kommt es gerade in Zeiten wie diesen im Eventbereich an?

Prasch: Ganz sicherlich auf den optimalen Mitteleinsatz, zielgenaues Arbeiten und eine perfekte Leistungserbringung für den Kunden. Eventuell helfen auch Beratungsleistungen von externen Kommunikations-/Event-

spezialisten, die nicht „branchenblind“ agieren.

ED: Mit welchen Instrumenten betreiben Sie Eigenmarketing?

Prasch: Wir nutzen zielorientiert die gesamte Breite von klassisch bis hin zu „below the line“. Das empfehlen wir ja auch unseren Kunden!

ED: Was halten Sie von den Interessenvertretungen EMBA bzw. eventnet.at?

Prasch: Einer unserer ursprünglichen strategischen Ansätze war, dass wir keinem Netzwerk beitreten und somit keiner Interessenvertretung zugezählt werden möchten. Allerdings schätzen wir durchaus die Arbeit von unterschiedlichen Verbänden und Vereinigungen, die zu einem professionellen Verständnis innerhalb und außerhalb der Branche beitragen und sich beispielsweise auch um notwendige Rahmenbedingungen wie Ausbildungsmaßnahmen kümmern.

ED: Tut die Wirtschaftskammer genug für Ihre Mitgliedsbetriebe im Bereich Event?

Prasch: Natürlich begrüßen wir all jene Initiativen, die dazu beitragen, die Eventbranche einer höheren Professionalität zuzuführen. Dies betrifft nicht nur die Interessenvertretungen, sondern auch die Wirtschaftskammer, die für die notwendigen Rahmenbedingungen ebenso verantwortlich zeichnet.

ED: Wie werden Sie 2009 wirtschaftlich abschließen? Was erwarten Sie in dieser Hinsicht von 2010?

Prasch: Da unser Geschäftsjahr 2009 erst mit 31.

März 2010 endet, befinden wir uns knapp vor der Jahreshälfte. Unsere Planungen zeigen für 2009 einen leichten Rückgang auch aufgrund des hohen Niveaus im Jahr der EURO, wo wir eine Vielzahl an Projekten im In- und Ausland realisieren konnten.

Für 2010 erwarten wir eine Umsatzsteigerung im einstelligen Prozentbereich.

ED: Was sind für Sie die drei gelungensten Events des vergangenen Jahres?

Prasch: Als gelungene Events würde ich all jene bezeichnen, die den Kunden ins Schwärmen bringen, weil wir ihn mit unserer Leistungserbringung überzeugen konnten. In dieser Hinsicht lässt es sich nicht auf drei Veranstaltungen reduzieren, wie im Bereich Referenzen auf www.koop.at nachzulesen ist.

ED: An welchen von Ihnen veranstalteten Event erinnern Sie sich besonders gern?

Prasch: Eine äußerst schwierige Frage, zumal jede unserer Veranstaltungen eine eigene Geschichte erzählt. Aber wenn ich die ersten zehn Jahre Koop Revue passieren lasse, dann würde ich die Eröffnung der Kulturhauptstadt Graz 2003 wählen, weil uns damals niemand die Umsetzung der drei Tage dauernden Eröffnungsfeierlichkeiten zuge-
traut hat.

Und dieser Event wurde beim Austrian Event Award auch zu Recht mit „Gold“ im Bereich der Public Events ausgezeichnet.

Danke für Ihre Antworten.

Das EXTRADIENST-Ranking der Eventagenturen (Quelle: ED3/09 ab S. 190)

Agentur	Eigentümer	Gesamt- umsatz 2008	Gesamt- umsatz 2007	Veränd. in %
1. (2.) DocLX Holding	55% Alex Knechtsberger, 45% Hannes Strobl	15.000.000	14.319.000	4,76
2. (3.) Erlebnismarketing	je 50% Rudolf Lumetsberger, Rainer Reichl/ Reichl und Partner	14.008.000	12.877.000	8,78
3. (4.) Büro Wien – inszenierte Kommunikation	15% Karin Suete, 85% Michael Müllner	12.200.000	12.180.000	0,16
4. (5.) Acts*	100% Hannes Jagerhofer	ca. 10-11 Mio.	ca. 9 Mio	
5. (-) Alpha Affairs	76% DrafftFCB/IPG, 24% Christoph Mahdalik	8.910.000	–	–
6. (6.) KOOP Live Marketing**	je 25% Prasch, Thalhammer, Kals, Haubner	8.612.869	8.125.186	6,00
7. (7.) GPK	100% Markus Gruber	6.700.000	5.700.000	17,54
8. (-) AMI Promarketing	55% Fam Holzer, 45% Sansara Holding	6.137.569	–	–
9. (11.) Armstrong Business Events	je 50% Franz Brunner, André Praunegger	6.100.000	3.250.000	87,69
10. (8.) hallamasch cae	100% Andreas Hladky	5.120.000	4.800.000	6,67
11. (-) currycom***	Management	4.100.000	–	–
12. (9.) pi-five	je 50% Wolfgang Peterlik, Georg Linnerth	3.600.000	4.100.000	-12,20
13. (14.) Markant	99,6% Raiffeisen Holding NÖ-Wien 0,4% Raiffeisen Landeswerbung NÖ-Wien	2.609.153	1.841.965	41,65
14. (12.) Live Event	je 50% Wolfgang Krist, Martin Gessl	2.500.000	2.200.000	13,64
15. (-) MCI	100% MCI Group Holding SA	2.304.550	–	–
16. (12.) C&C Agency	100% Cornelia Janisch	1.900.000	2.200.000	-13,64
17. (17.) RathConsulting	100% Manfred Rath	1.098.000	1.098.000	0
18. (19.) Festakt	100% Markus Ornig	893.000	847.000	5,43
19. (22.) H/F Plus	99% Erich Hartmann, 1% Irene Hanzlik	866.582	572.481	51,37
20. (20.) Splashline****	100% TUI	850.000	794.000	7,05
21. (23.) ATEM Eventagentur	je 50% Dimitrios Ferentinos, Oliver Rath	768.000	518.876	48,01
22. (24.) Evotion	100% Klaus Ranger	687.379	499.123	37,72
23. (-) Eventcompany Friedl+Temper	je 50% Martin Friedl, Christian Temper	500.000	–	–
24. (-) Team Factory	100% Peter Widhalm	400.000	–	–
25. (-) event4you	je 50% Martin Friedl, Christian Temper	250.000	–	–
26. (25.) comm.in	100% Andrea Pfennigbauer	210.000	270.000	-22,22
27. (-) Die Schwarz	100% Daniela Schwarz	118.450	–	–

* diese Agenturen geben keine Zahlen bekannt – Schätzung aufgrund Marktbeobachtung ** Wirtschaftsjahr von 1. 4. 2007 bis 31. 3. 2008 *** Bereich Event nicht einzeln ausweisbar **** Sponsoring