

# Der Einkauf streicht Budgets und Agenturen streichen die Segel.

Ist es „nur“ die Wirtschaftskrise oder bahnt sich ein tiefgreifender Werte- und Strukturwandel an?



„Das Agentursterben ist hausgemacht und kommt nicht überraschend.“

„Event-Agenturen sind nur auf den eigenen Vorteil bedacht! Und für Licht und Ton brauche ich keinen Kreativen.“

„Das Preis-Leistungs-Verhältnis bei Events ist völlig intransparent.“

„Die Einkäufer verstehen gar nicht, was hochwertige Qualität in der Live-Kommunikation auszeichnet.“

„Einkäufer entfachen einen regelrechten „Pitch-Wahn“, aber am Ende landen sie dann bei der üblichen Agentur.“

„Alles passiert auf Zuruf! Eine Einbettung in die Kommunikationsplanung ist Wunschdenken.“

## Ring frei im Gerangel um Budgets für die Live-Kommunikation:

Wer hat den Schwarzen Peter im Beschaffungsverhältnis von Event-Dienstleistungen? Wie kann das schwierige Dreiecksverhältnis zwischen Einkauf, Agentur und Fachabteilung in eine langfristige Ehe münden? Oder ist an der Beziehung nichts mehr zu retten? Wollen sich Agenturen einfach nicht verbiegen lassen und sind nach kurzen Affären mit ihrem Latein am Ende?

Führende Experten der Veranstaltungsbranche treffen sich in München zum offenen Schlagabtausch. Die Podiumsdiskussion, bei der namhafte Event-Profis kein Blatt vor den Mund nehmen, wird moderiert von Gabriele Schulze, Vorstand der MICE AG.

### **Simon Ackermann,**

Präsident Expo-Event. Live Communication Verband Schweiz

### **Aimé Sans,**

Geschäftsführender Gesellschafter BUSINESS & NATURE

### **Matthias Kindler,**

ADC-Vorstand, Geschäftsführer THE COMPANIES

### **Claudia Ziegler,**

conzieglio, Spezialistin für strategischen Einkauf

### **Reiner Greza**

Purchasing Manager Switzerland, Novartis Animal Health Inc.