

Thema: OPUS Marketing

Autor: k.A.

COMMUNICATION  
MEETING INDUSTRY NEWS

## Digitale Flügel für den Event-Profi mit analogen Wurzeln

*OPUS Marketing verbuchte 2018 mit weniger Veranstaltungstagen mehr Umsatz – dies hat nicht zuletzt mit gesteigerter Event-Qualität zu tun*



Die auf Live-Kommunikation spezialisierte Eventagentur OPUS Marketing (Motto: aus einer Hand, von Ideenfindung über Konzeption, Planung und Organisation bis hin zur Umsetzung) kann auf ein weiteres Erfolgsjahr zurückblicken. Obwohl im Vergleich zu 2017 weniger Veranstaltungstage zu verzeichnen waren, haben Kunden insgesamt mehr in Eventqualität investiert. Unter dem Strich standen bei OPUS (Standorte in Wien, Linz und Graz, Fokus auf hausinterne Eventtechnik) am Ende 121 Veranstaltungstage, das Umsatz-Plus erreichte 9,51 Prozent. Projekte wurden dabei weltweit realisiert, u.a. in Rio de Janeiro, Brüssel, Madrid, Paris, Stockholm und München.

„Wir wachsen schneller als der Markt“, ist **Erik Kastner**, Geschäftsführer von OPUS

Marketing, stolz auf sein 13-köpfiges Team, allen voran die drei AgenturleiterInnen **Heiko Lorenz**, **Birgit Pertlwieser** und **Michael Tenhalter**. Basis für den Erfolg sind für ihn der breite Kundenstamm sowie „der gute Mix der Branchen“, die das Unternehmen auch krisenresistent machen. Kunden können entweder ein Gesamtpaket buchen oder auf Support in Einzeldisziplinen zurückgreifen.

Erik Kastner: „Die einzelnen Event-Dienstleistungen – ‚emotional events‘, ‚event media‘, ‚unique meetings‘ und ‚event coaching‘ – sind für viele unserer Kunden bereits heute Teil ihrer integrierten Kommunikationsstrategie.“ Während „events“ und „media“ größere Zuwächse verzeichnen konnten, legte Kastner besonderes Augenmerk auf die „coaching“-Sparte, die sich „ausgesprochen positiv ent-

wickelt.“ Der Grund: „Immer mehr Kunden müssen mit eigenen Arbeitskräften Events, Meetings und Tagungen abwickeln, greifen jedoch immer öfter auf die Expertise des Eventprofis als Unterstützung und Coaching zurück.“

Feststellbar ist eine „neue Dynamik im Bereich der hybriden Events“, die das OPUS-Team im vergangenen Jahr laut Kastner „ziemlich gefordert“ hat. Dabei konnte das Potenzial durch Einbindung digitaler Lösungen in das Eventgeschehen gut ausgeschöpft werden. Kastner: „Wir haben analoge Wurzeln, aber durch die neuen Anforderungen haben wir digitale Flügel bekommen und können dadurch auf eine solide Auftragslage für 2019 und so positiv in die Zukunft blicken.“ ■