



Interview mit Alexander Haag (Gründer und Schulleiter der Swiss School of Live Marketing SLM)

«Die Live-Kommunikation ist für uns alle eine lebensnotwendige Grundlage»

Alexander Haag, wie siehst du die derzeitige Marktsituation im Schweizer Live-Markt?

Ich möchte vorausschicken, dass die Gesundheit von uns Menschen immer an erster Stelle kommt. Damit verbunden auch der Schutz der Bevölkerung, insbesondere die vom Bundesrat und den Medien zigfach erwähnten Risikogruppen. Mittlerweile rudern alle Branchen im gleichen Boot. Mit anderen Worten: Wir in der Live-Com Branche und die zahlreich damit verbundenen Arbeitsplätze, sind bei Weitem nicht die einzigen, die mit der Krise konfrontiert sind. Unsere Branche hat es jedoch, als eine der ersten überhaupt, hart getroffen. Der Bundesrat hat bereits am 28. Februar 2020 landesweit verordnet, Veranstaltungen von mehr als 1'000 Personen, zu unterlassen. Konsequenterweise haben darauf die wichtigsten Schweizer Live-Com Verbände (u.a. die SMPA und die Expo Event), schnell reagiert, und haben in Bundesbern den Ernst der Lage aus erster Hand geschildert. Ein solch frühzeitiges Reagieren ist in Krisensituationen von hoher Bedeutung.

Wie meisterst du zurzeit den Alltag?

Es gilt aus der Situation das Beste zu machen. Immer. Mit dem Besten meine ich: Die Einstellung zur Situation muss stimmen aber auch die Motivation, den Alltag so gut wie möglich zu meistern. Was in all den, mit Sicherheit derzeit notwendigen Hilfspaketen sowie aller Expertenmeinungen zu wenig durchleuchtet und beachtet wird, sind die «Home-Office» Tätigkeiten der Arbeitnehmenden. Home-Office ist ein knallharter Job! Es braucht viel Disziplin und vor allem Ausdauer, die Arbeit von zu Hause aus zu erledigen. Vor allem über eine längere Zeit. Persönliche Interaktivität mit Berufskollegen ist nicht mehr im gleichen Ausmass möglich. Dies hat direkte Konsequenzen auf unsere Arbeitseffizienz und letztlich auch auf die Produktivität jedes Einzelnen.

Partner der SLM

Was bedeutet die Corona-Situation konkret für die SLM?

Wir konnten glücklicherweise sehr schnell reagieren. Aufgrund dessen, dass wir bereits vor Covid-19 technologisch fortschrittlich aufgestellt waren, konnten wir zum einen den Stundenplan schnell anpassen, zum anderen aber auch pragmatisch und schnell auf Fernunterricht umschalten.

Die Unterrichtsstunden werden auch in dieser Zeit abgehalten. Dies darf auch als «Sicherheitsnachricht» für die beiden kommenden Lehrgänge dieses Jahr (Edition Sommer & Winter 20/21), verstanden werden. Beide Lehrgänge werden vollumfänglich durchgeführt, wie gewohnt. Dabei darf ich auch unseren derzeit Studierenden beider Klassen ein Kränzchen winden: Sie haben dies ausserordentlich positiv aufgenommen und machen bisher vorbildlich mit.

Was sind die wichtigsten Ziele in dieser Situation an der SLM?

Wir haben unseren primären Ziele von Anfang an klar und deutlich formuliert, um auch den aktuellen Studierenden beider Klassen (Edition Sommer & Winter), die notwendigen Sicherheiten zu geben. Zum einen wird es zu keinen zeitlichen Verzögerungen kommen. Heisst, dass alle Studierenden beider Klassen auch fristgerecht diplomieren können. Zum anderen muss die hohe Qualität und die vollständige Wissensvermittlung sichergestellt sein. Dies beinhaltet u.a. auch, dass alle definierten Lernziele und alle für unser Berufsbild erforderlichen Kompetenzen, lückenlos transferiert werden.

Um eine Zukunftsprognose fürs Jahr 2020 zu machen, ist es derzeit wohl noch sehr früh?

Es weiss derzeit niemand, wo genau die Reise hinführt und vor allem wann ein Ende in Sicht ist. Dies ist in der Krisenkommunikation äusserst herausfordernd. Wenn dir niemand einen Endzeitpunkt mitteilen kann, so schürt dies automatisch Ängste und Verunsicherung.

Umso wichtiger ist es, derzeit in verschiedenen Szenarien zu denken, aber auch situationsbedingt danach zu handeln. Für unsere Branche kann dies mitunter bedeuten, dass sich alle Eventproduzenten, Firmen und Zulieferer, aber auch zahlreiche Sportler & Musiker, die Eventmarketing betreiben, sich mit der derzeitigen Situation noch eine ganze Weile auseinandersetzen müssen. Trifft es beispielsweise im Sommer die unzähligen Open-Airs und Festivals im Public-Bereich, so wird das im Rahmen einer «Phase 2» zu weiteren Marktveränderungen führen.

Was sind die konkreten Erkenntnisse, die ihr an der SLM aus dieser Krise den Studierenden mit auf den Weg gibt?

So absurd es tönen mag, doch für unser Bildungsinstitut und somit für alle Studierenden, ist die derzeitige Situation, auch marketingtechnisch, äusserst spannend. Sie bietet viel praktischen Nährboden und ergänzt viele bereits heute an der SLM unterrichteten Inhalte.

Unsere Studierenden haben aus erster Hand direkte und sehr detaillierte Einblicke in die Konzeption, Organisation und Durchführung von kleinen bis zu sehr grossen Events. Dabei vermitteln wir nebst ökonomischem Wissen auch unternehmerische, praxisorientierte Kompetenzen. Zusammenhänge einzelner Komponenten ganzer Wertschöpfungen müssen erkannt werden. Es muss uns allen bewusst sein, was Verschiebungen oder gar Absagen der Eishockey WM oder auch der Olympischen Spiele für Folgen haben. Oder ein weiteres kleines Beispiel: Wenn ein Schweizer Festivalveranstalter für den Spätsommer eine Band aus Amerika im Line-up hat, so kann die Band

Partner der SLM

allenfalls gar nicht einreisen, weil die Ländergegebenheiten unterschiedlich sind. Der Schweizer darf sein Festival bis dann allenfalls durchführen, doch der Amerikaner darf nicht reisen, weil es ihm die Regierung untersagt.

Birgt die Coronakrise auch berufliche Chancen?

Und wie! Zweifelsohne werden die Menschen nach Covid-19 einen enormen sozialen Nachholbedarf haben. Wir alle hoffen, dass davon insbesondere auch die Live-Branche profitieren kann. Die Digitalisierung ist für viele Menschen noch nicht im Alltag angekommen. Corona ist daher auch in unserer Branche ein Beschleuniger, die Digitalisierung anzunehmen und mit ihr zusammen zu arbeiten. Wie auch der Detailhandel: es wäre z.B. noch vor ein paar Jahren unvorstellbar gewesen, Luxusuhren auch online anzubieten. Heute ist dies gang und gäbe, da das Käuferlebnis stationär und online zusammen erweitert wurde. Beide Welten werden sich mehr und mehr vereinen und sich gegenseitig sinnvoll ergänzen. Daraus entstehen letztlich attraktive Geschäftsmodelle.

Um auf das Virus zurückzukommen: Unabhängig davon, ob es zukünftig Teil unserer Gesellschaft bleibt oder nicht. Der Mensch ist nicht gemacht für dauerhafte Isolation. Dadurch wird er krank. Er ist ein soziales Wesen und wird es auch immer bleiben. Die Live-Kommunikation ist für uns alle eine lebensnotwendige Grundlage. Ich würde sogar einen Schritt weitergehen und attestieren, dass Live-Begegnungen und somit auch Events in jeder erdenklichen Form, einen erheblichen Teil zu sozialem Frieden beitragen.

Was derzeit von eminenter Wichtigkeit ist: Begeben wir uns nicht in eine Schockstarre, sondern entwickeln wir uns weiter. Und massgebend zur Entwicklung des Menschen gehört auch immer die Wissenserweiterung.

Vielen Dank für das Gespräch Alexander.

Start nächster Fachlehrgang «**Dipl. Marketing Manager Communications & Events SLM**»

18. Juni 2020 (Edition Sommer 20/21)

www.swiss-slm.ch

Das Interview mit Alexander Haag führte Stefan Epli

Mediensprecher und Vorstandsmitglied der Street Parade Zürich und Inhaber der PR-Agentur Epli & Lehmann Public Relations, Zürich.



Partner der SLM

