

SPORT BILD-Award 2016 in der Hamburger Fischauktionshalle

Geschrieben von Redaktion events, 25. September 2016

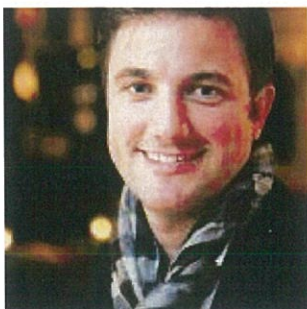


FOTO: CHRISTIAN WESE

Der 14. SPORT BILD-Award in der Hamburger Fischauktionshalle – organisiert und umgesetzt von PACE, ausgestattet von Party Rent.

Der SPORT BILD-Award hat sich in mittlerweile vierzehn Jahren zu einem der wichtigsten Medienereignisse des deutschen Leistungssports entwickelt. Jedes Jahr versammelt sich das ‚Who is Who‘ deutscher Sportprominenz, um dabei zu sein, wenn Europas größte Sportzeitung besondere Leistungen und Engagement im Spitzensport prämiiert.

Konzipiert wird die Veranstaltung seit Beginn von der PACE Paparazzi Catering & Event GmbH, die sich u. a. gemeinsam mit Eventausstatter Party Rent um das Hospitality Management des Awards kümmert. Wie Agentur und Eventdienstleister bei einem Format dieser Größenordnung zusammenarbeiten und was den SPORT BILD-Award als Veranstaltung ausmacht, verraten die beiden Projektleiter Martin Scharmann (PACE) und Tobias Weihe (Party Rent) im Gespräch:



Martin Scharmann, PACE

Es war der 14. SPORT BILD-Award, der jetzt in der Hamburger Fischauktionshalle stattgefunden hat. Wie geht ihr an die Planungen ran? Kann man von Routine sprechen?

Martin Scharmann: Wir versuchen, Routine gar nicht erst aufkommen zu lassen. Sie verursacht Fehler und verhindert, dass wir uns mit dem Award weiterentwickeln. Natürlich gibt es Parallelen zu den Vorjahren, denn vieles ist einfach gut so. Trotzdem hat jede Preisverleihung andere Schwerpunkte und individuelle Herausforderungen. Wir setzen also nicht primär bei

Vergangenem an, sondern denken und hinterfragen jedes Jahr neu im Hinblick auf die Zielvorgaben des Verlages. Das grundsätzliche Konzept stimmen wir zuerst intern ab und besprechen uns dann weiter mit den beteiligten Dienstleistern. Der SPORT BILD-Award ist ein wunderbares Beispiel dafür,

dass erst durch das Addieren interner und externer Kernkompetenzen exzellente Konzeption entsteht.

Tobias Weihe: Es ist viel wert, in der Zusammenarbeit mit PACE relativ früh in Projekte mit einsteigen zu dürfen. Das hat den einen großen Vorteil, dass wir nicht vor unveränderbare Bedingungen gestellt werden. So können wir in den Bereichen, die unsere Dienstleistung betreffen, mitdenken und das Konzept verbessern, wenn nötig. Die Raumgestaltung ist natürlich nur ein Teilbereich des großen Ganzen, aber einer, in dem es laufend neue Trends und Materialien gibt. Damit kennen wir uns aus, das ist unsere Kernkompetenz. Und deshalb sahen die Awards auch in keinem der vierzehn Jahre gleich aus.

Gutes Stichwort. Wie sorgt ihr konkret für Abwechslung beim Award?

Tobias Weihe: Schön ist, dass wir mittlerweile während des gesamten Jahres im Gespräch sind. Da wird viel über die letzte Veranstaltung gesprochen, was gepasst hat und wo es dann doch noch gehakt hat. Es kommen zwischendurch neue Ideen und Produkte. So bewährt sich einfach, dass wir den Award mittlerweile gut kennen und gut einschätzen können, was Mehrwert-Potential hat und was nicht. Aus diesem kontinuierlichen Austausch sind bisher immer gute Impulse entstanden.

Martin Scharrmann: Aber wir müssen uns auch nichts vormachen. Nach vierzehn Jahren bewegen wir uns mit dem SPORT BILD-Award auf einem sehr hohen Niveau. Wir erfinden das Rad nicht jedes Mal neu. Wir optimieren Details im Hinblick auf die Vorstellungen von Verlagsleitung und Chefredaktion. Das funktioniert. Der Award hat bisher nichts von seiner Begehrlichkeit verloren. Die Gästegrenze von 700 Personen wird jedes Jahr schneller erreicht. Ein tolles Gästefeedback!

Welche Anforderungen gab es von Verlagsseite?

Martin Scharrmann: Das mag jetzt erfolgsverwöhnt klingen, aber der erste Anspruch war eine mindestens so erfolgreiche Veranstaltung wie 2015. Es ist gar nicht leicht, dass an bestimmten Kriterien festzumachen. Ich glaube aber, ein wesentlicher Aspekt ist diese familiäre Atmosphäre und das entspannte Miteinander. Dafür ist der Award in Sport, TV und Wirtschaft bekannt. Das ist für ein so medienwirksames Format nicht selbstverständlich. Ansonsten gab es nie ein wirkliches Motto für die Preisverleihung, nur bestimmte Schwerpunkte, die von der SPORT BILD-Redaktion gesteuert sind. In diesem Jahr stand natürlich u. a. Olympia im Mittelpunkt.

Welche Stärken habt ihr in der Hamburger Fischauktionshalle als Location gesehen? Wie habt ihr sie für den Award genutzt?

Martin Scharrmann: Es gibt wirklich keinen Ort, der den Spirit von Hamburg besser widerspiegelt. Charme, Esprit und Elbblick verwöhnen die Gäste auf jedem Meter der Halle. Klingt sehr nach Reisekatalog, ist aber einfach die Wahrheit!

Tobias Weihe: Aus eventlogistischer Sicht ist die Halle echt ein Traum, das kann ich nach einem guten Dutzend Projekt vor Ort sagen. Jedes Gewerk bekommt sein eigenes Tor. So viele Zugänge machen auch den ambitioniertesten Auf- und Abbauplan möglich.

Was unterscheidet die Awardshow mit viel Prominenz von anderen Eventformaten?

Martin Scharrmann: Das Getöse im Eingangsbereich?! Nein, also echte Unterschiede gibt es aus planerischer Sicht eigentlich nicht. Jedes Event, ob jetzt Incentive, Messe oder Gala, muss zu 100 % durchdacht sein und von einem professionellen Team betreut werden.



Tobias Weihe, Party Rent

Ihr beschreibt eure Zusammenarbeit als freundschaftlich. Liegt in zu viel Vertrautheit nicht auch die Gefahr von Nachlässigkeit?

Tobias Weihe: Ich lehne mich mal weit aus dem Fenster und behaupte, dass die gute Beziehung ohne das gleiche Verständnis von professioneller Eventarbeit überhaupt möglich geworden wäre. Natürlich hat da über die letzten fünf Jahre eine Entwicklung stattgefunden. Hier und da handeln wir autonomer als zu Beginn der Zusammenarbeit. Wir agieren eingespielt. Wir kennen die Bewegungsspielräume des Anderen. Ich sehe da eher Potential als Gefahren. Aber als Dienstleister will ich mich auch nicht größer machen als ich bin. Die Koordination stemmt weiterhin PACE. Und das ist auch gut so.

Martin Scharmann: Ich kann mich Tobi nur anschließen. Ich sehe da auch eher die Vorteile. Party Rent weiß, worauf es uns ankommt und kommt proaktiv mit eigenen Ideen oder Verbesserungsvorschlägen auf uns zu. Wir wissen, dass wir gute Möbel und schickes Design bekommen. Wenn wir wollen, jedes Jahr etwas anderes. Letztlich hat das ja auch einen betriebswirtschaftlichen Impact. Einen, den ich nicht hätte, wenn ich jedes Mal neu pitchen müsste.

Bildnachweis:

Martin Scharmann, Foto: Rainer Hotz; Tobias Weihe, Foto: www.blende4.de; SPORT BILD-Award, Foto: Christian Wese.