

Standpunkt

Jedes noch so kleine Happening ist ein Event



MARTIN GÖPPERT

Events» aller Art schiessen wie Pilze aus dem Boden. Ist diese Erscheinung neu?

Nein, denn Inszenierungen haben schon die alten Römer – die «Spiele» aus dem «panem et circenses» lassen grüssen – und zu Beginn des vorigen Jahrhunderts mit der Instrumentalisierung der Propaganda auch ein paar weniger salonfähige Zeitgenossen in aller Leute Köpfe gebracht.

Die Neuzeit will es, dass sich heute jedes noch so kleine Happening «Event» nennt: von der Jahresversammlung einer kleinen Sport-

**«Die Neuzeit will es,
dass sich heute jedes
noch so kleine Happening
Event nennt.»**

oder Tourismusorganisation über die Bundesratswahl bis zur Fussball-Euro 2008 übertrifft man sich mit Superlativen.

Was zeichnet aber ein wirklich gutes Event aus? Trotz oder wegen der kaum vorhandenen wissenschaftlichen Definition des Begriffs ist es wohl ein Mix aus Inszenierung, Grösse des Anlasses, Anzahl Sponsoren oder zahlende Gäste und indirekt damit der Höhe des Budgets. Oder liegt der Schwerpunkt doch eher bei der Qualität, der Tradition oder der Medienrelevanz?

Ich meine, dass es neben den erwähnten Faktoren die Nachhaltigkeit sein sollte, sowohl bei einmaligen Anlässen wie auch bei traditionellen Veranstaltungen. Wer ernten will, muss zuerst säen, und gleichzeitig konstant auf einem hohen Niveau arbeiten – egal ob es um eine GV oder um Olympia in Peking 2008 geht.

Wenn hingegen bei Events nur noch «geladene VIPs» zugegen sind und diese ausserdem – was vorzukommen soll – sich kaum mit dem eigentlichen Anlass identifizieren, setze ich ein grosses Fragezeichen hinter diese Nachhaltigkeit. Denn ein wirklich gutes Event zeichnet sich meines Erachtens dadurch aus, dass der Besucher auch bereit wäre, diesem beizuwohnen, wenn er oder sie dafür den effektiven Preis bezahlen müsste, unabhängig von der Finanzierung durch Dritte.