

Kultur gewinnt den Markt

07.03.2007, 19:46 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *showag*

Presseagentur: *Pfeilfinder Kommunikations-Dienstl., Herr Rainer M. Liesenfeld*



Sie stehen im Mittelpunkt: Alle Beteiligten, ob Künstler, Künstlermanagement, Agentur, Berater oder der Kunde/Veranstalter ... alle beteiligten sind online miteinander verkümpft.

Der Event-Koordinator showAg führt Veranstalter, Künstler und Management...mit einem ausgeklügelten Datenbanksystem zusammen.

Stress. Organisatoren jeglicher Art von Veranstaltung kennen das Wort. Uhr läuft. Etat ist knapp. Welches Programm für welchen Zweck? Welcher Künstler passt zum Publikum? Wer muss mit wem koordiniert werden? Stimmt das Timing? – Stress. Auch Künstler kennen das Wort. Findet meine Bühnen-Kunst Gefallen? Wie bestehe ich trotz einer Flut an Konkurrenz? – Die Vielfalt der Marktwirtschaft kann schön sein - wenn Angebot und Nachfrage rechtzeitig zusammenfinden.

Diese Zusammenkunft steht auf den Fahnen der Künstler-Vermittlung showAg. Dort ermöglicht man den Veranstaltern, Zeit, Geld und „Nerven“ zu sparen. Und die angemeldeten Künstler konzentrieren sich auf das, was ihnen am Herzen liegt: kreative Arbeit. Solch ein Konzept funktioniert nur nach mehrjähriger Vorarbeit mit umfassender Branchenkenntnis: Über Jahre hinweg, so ein Sprecher des Unternehmens, habe die showAg ihre Künstler-Datenbank entwickelt und gepflegt. Das EDV-System biete heute mit Verfügbarkeitsprüfung und Buchungssystem eine ernsthafte Erfolgsgrundlage für alle Beteiligten von Kultur- und Unterhaltungs-Veranstaltungen. „Als Branchen-Neuling würde man denken, das gibt es doch längst! Stimmt aber nicht. Mit dem Konzept sind wir einzigartig.“ Die Datenbank stellt Künstler und Prominente aus den verschiedensten Bereichen des deutschen und europäischen Show- und Kulturlebens dar - in Wort und Bild, teils sogar mit Ton und Video. Mit der kompletten Datenbank-EDV übernimmt die showAg alle Buchungsformalitäten für Event-Veranstalter. Sie klärt Honorare und Rechtsfragen für alle Beteiligten ab. Mit einer Logistik, bei der ein Check der Bühnentechnik zu den geringsten Fragen gehört. Notwendige und wichtige Koordinations-Schritte von Routenplanung bis Hotelvermittlung, von GEMA bis Versicherung werden im Buchungssystem der showAg berücksichtigt – zum Nutzen von Veranstaltern und Künstlern, zur Freude von Publikum und Presse. Buchende Veranstalter müssen die Arbeit der showAg nicht zahlen. Diese hat bereits eine Beteiligung mit den Künstlern vereinbart. - Umfassend, aktuell, schnell, preiswert, sicher: Gibt es nun endlich die Künstler-Vermittlung, die alle diese

Eigenschaften zusammenfasst? Kulturschaffende dürfen gespannt sein!

4vision gmbh
showA g – show-A gencygroup
Auf dem Schildrain 3
D-78532 Tuttlingen (Schwarzwald)

eMail: info@showag.de
Internet: www.showag.de alle Pressedetails hier: www.showag.de/showag/

Telefon: (0049) 07161/94875-20
Telefax: (0049) 07161/94875-24
Telefon: (0049) 0700/88446633 (12 Cent/Minute)
Geschäftsführer: Bernd Kugler

Rainer M. Liesenfeld
Pfeilfinder Kommunikations-Dienstleistungen
Im Benden 33a
53347 Alfter
eMail: rainer-liesenfeld@pfeilfinder.de
Internet: www.pfeilinfo.de
Telefon: 02222/92 27 30
Mobitel. 0177/667 17 76

Das Angebot der Kunst-Schaffenden in Deutschland ist vielfältig und kaum überschaubar. Die richtige Auswahl für eine Veranstaltung zu treffen, "die Verfügbarkeit der Künstler zu prüfen, die Buchungsformalitäten abzuwickeln" und schließlich ein einfaches und überschaubares Buchungs-Management abzubilden, war bisher für viele Künstler und Event-Schaffende eine zeitintensive und teure Angelegenheit.

Genau aus diesem Grund entwickelte die showAg ein auf Web und Datenbank gestütztes Show-Management-System. Die showAg hat es sich zum Ziel gesetzt, durch ihr innovatives Konzept Ihre Künstler- und Event-Organisation zu optimieren und Ihnen gleichzeitig Kosten und Zeit zu sparen.

Durch das Zusammenspiel von Inter- und Extranet entstand zum ersten Mal in der Geschichte des Showbiz eine echte Vernetzung aller an der erfolgreichen Realisierung eines Events beteiligten Personen. Plattform hierfür ist eine über Jahrzehnte gewachsene und über Data Warehouse klassifizierbare Datenbank, auf die Sie in Ihrem eigenen Extranet-Bereich selektiven Zugriff erhalten. Gleichzeitig finden Sie hier eine Dokumentation aller Anfrage-, Reservierungs- und Buchungsprozesse Ihres Unternehmens.

Die Künstler-Vermittlung mit neuem Konzept

Ob Firmenfeste, Tagungen, Messen oder Jubiläumsveranstaltungen, showAg ist die führende Künstlerdatenbank in Deutschland und sorgt für die perfekte Beschaffung und Unterhaltung Ihrer Gäste. Wenn Sie Ihr Publikum mit einem Künstler überraschen möchten, hält die showAg die größte Auswahl von internationalen Künstlern, "Stars & Sternchen" für Sie bereit. Aus einer Vielzahl von Künstlern bietet Ihnen die showAg den größten Querschnitt aus der gesamten Show- und Unterhaltungsbranche.

WISSEN MANAGEN

Wenn verschiedene Mitarbeiter eines Unternehmens vor dem gleichen Problem stehen und unabhängig voneinander Zeit und Mühe aufwenden müssen, dann werden Arbeitskraft und Geld verschwendet. Das richtige Wissensmanagement kann solche überflüssige Mehrarbeit verhindern.

Manchmal weiß die rechte Hand nicht, was die linke tut. Diese Weisheit ist älter als alle Überlegungen zum Thema Wissens- oder Knowledge-Management, aber sie trifft den Kern der Sache: Doppelte Arbeit und keine Möglichkeit, Synergien zu nutzen. Auf betrieblicher Ebene mündet das sehr schnell in finanzielle Einbußen für das gesamte

Unternehmen. Dieser Sachverhalt ist zwar weithin bekannt, Konsequenzen werden daraus aber nicht gezogen, das hat eine aktuelle Umfrage von KPMG Consulting ergeben.

65 % der Teilnehmer geben an, dass sie nicht genügend Zeit hätten, um sich mit dem Thema näher zu beschäftigen. Neben diesem organisatorischen Argument wurden aber auch Hürden genannt, die in der Unternehmenskultur begründet liegen. 62 % der Befragten verwiesen auf mangelnde Bereitschaft der Mitarbeiter, eigenes Wissen zu teilen oder fremdes zu nutzen. Das Fehlen einer klar umrissenen Strategie räumen 47 % der Befragten ein, 44 % verweisen auf informationstechnische Probleme.

Viele Produkte - auch Künstler - sind heute so austauschbar, dass Differenzierungen oft nur noch über den Service - den ein Unternehmen über den Service bietet - möglich sind. Die Voraussetzung dafür ist es aber unter anderem, schnellen und umfassenden Zugriff auf Unterlagen und Informationen zu haben.

Wissen ist auch ein Besitz, der seinen Wert bewahrt, so wie Büroräume oder Maschinen. Die Anforderungen, Strategien und Erkenntnisse verändern sich permanent, deshalb muss ein Unternehmen, das von diesem Wissen profitieren will, hier immer auf dem aktuellsten Stand bleiben. Dies ist nicht immer ganz einfach, besonders dann, wenn wichtige Informationen unauffindbar zwischen zwei Aktendeckeln oder auf einem unbekanntem Abteilungsserver endgelagert werden.

Die Bedeutung des Know-how in den Köpfen der Unternehmensangehörigen selbst ist sogar noch höher, denn hier handelt es sich um lebendiges Wissen, das durch die persönliche Erfahrung stets aktuell gehalten wird. Dieses implizite Know-how gilt zwar bei den potenziellen Anwendern eines Wissensmanagement-Systems durchaus als wettbewerbsentscheidende Ressource, es lässt sich aber nur schwer "hervorlocken", also in die Unternehmensöffentlichkeit bringen. Spürbar wird es meist dann, wenn ein Mitarbeiter - und mit ihm alle Informationen und Erfahrungen über die er verfügt - das Unternehmen verlässt.

AUFBAU von WISSENSKULTUREN

Die Veränderung muss bereits in den Köpfen der Mitarbeiter und das Unternehmen muss bereit sein, die Organisationen zu verändern. Mitarbeiter müssen verstehen lernen, dass es sich bei einem solchen Wissensprojekt weder um einen Selbstzweck handelt, noch darum, ihre Autorität zu untergraben und sie zu kontrollieren, sondern vielmehr um ein Business-Konzept, das dem Erfolg des gesamten Unternehmens dient.

Wissensmanagement funktioniert nur, wenn es gelingt, das lebendige Wissen und die persönlichen Erfahrungen der Mitarbeiter "hervorzulocken". Ob Japaner, Deutscher oder Afrikaner - wenn sie alle ihr Wissen zusammenwerfen, muss das Rad nicht neu erfunden werden, sondern es werden Kapazitäten frei für weitere Innovationen.

INFOSUCHE KOSTET 80 % der ARBEITSZEIT

Eine Studie der Gartner Group belegt, dass heute die Suche nach wichtigen Informationen bis zu 80 % der Arbeitszeit eines Angestellten in Anspruch nehmen kann. Auf die Auswertung der gefundenen Daten entfallen nochmals 5 % der Arbeitszeit. Dieses Missverhältnis kann durch Wissensmanagement gezielt bekämpft werden. Auch wenn von Experten und Praktikern immer wieder betont wird, dass das Thema Wissensmanagement mit den nichttechnischen Aspekten steht und fällt, so wird doch die IT-Branche vom Trend zu dieser Disziplin in den kommenden fünf Jahren enorm profitieren. Marktforscher von Ovum sagten voraus, dass Unternehmen im Jahr 2004 weltweit rund fünf Milliarden Euro für Software zum Wissensmanagement ausgeben werden. Wichtige Informationen, die lediglich in Form eines Papierfetzens auf dem Schreibtisch eines Mitarbeiters existieren, werden verschwunden bleiben, wenn jemand den Zettel wegwirft. Ebenso wie das Fax oder der Brief, die nicht elektronisch erfasst wurden und in einem Stapel anderer Unterlagen untergehen.

Portrait

Über 70 % der europäischen Großunternehmen, die Wissensmanagement anwenden und die das Fraunhofer Institut für Produktionsanlagen und Konstruktionstechnik (IPK) befragte, gaben an, dass sie Kosten senken, Zeit sparen, Produktivität und Qualität erhöhen oder andere Verbesserungen erzielen konnten.

News-ID: 123859 • Views: 2737 (Stand: 01.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/123859/Kultur-gewinnt-den-Markt.html>