

# Hartes Urteil

Ein integratives **Eventcontrolling-Modell** entwickelt Oliver Fies in seiner Bachelorthesis. Die heutige Erfolgsmessung in Deutschland kritisiert er scharf.

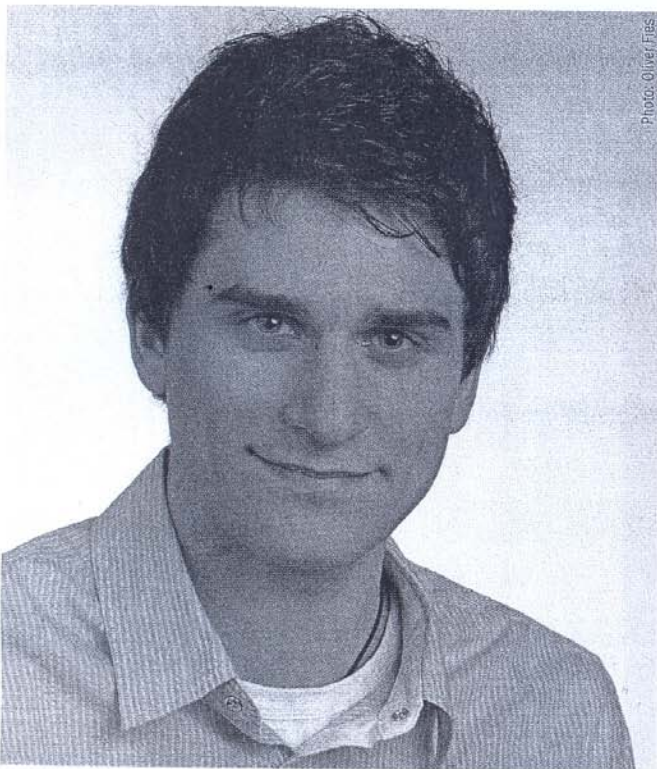


Photo: Oliver Fies

**Oliver Fies:** Einfallslosigkeit und schlechte Messinstrumente  
Oliver Fies: lack of imagination and inadequate tools

■ „**Einfallslosigkeit** und qualitativ schlechte Messinstrumente finden sich im Controlling der Unternehmen bzw. der Agenturen wieder“, beklagt Oliver Fies, Absolvent des Bachelor-Studiengangs Messe-, Kongress- und Eventmanagement an der privaten Karlshochschule International University. Im Eventbereich fehle es offensichtlich an Verantwortung oder an Fachwissen. Um Abhilfe zu schaffen, hat sich Oliver Fies selbst an der Entwicklung eines Eventcontrolling-Modells in der Praxis versucht. Die Arbeit wendet die Theorie auf das praktische Beispiel eines Marketingevents an. Betreuer Professor Stefan Luppold ist von den Ergebnissen der Arbeit so angetan, dass er sie bei der Meetingfachmesse Confex in London vorstellen will.

Den Praxisbezug der Thesis liefert die öffentliche Marketing-Großveranstaltung eines deutschen Vereins aus dem Spitzensport. Zur Messung kognitiver Reaktionen stellt Fies Recall- und Recognitiontests vor, die auch in der Marktforschung eingesetzt werden. Das geschieht ganz im Bewusstsein der Tatsache, dass die Wahl des Messinstruments über den Wert der Erfolgskontrolle entscheidet. Ausführlich behandelt Fies das Self-Assessment-Manikin (SAM) als nonverbales Beurteilungsverfahren, das die Beobachtung und Bewertung von Emotionen ermöglicht, ohne mit den Besuchern direkt in Kontakt zu treten. „Der Sprung von der Theorie in die Praxis, das heißt ein Instrument anhand von konkreten Lösungsvorschlägen und Ideen umzusetzen, war nicht immer ganz einfach“, räumt Oliver Fies ein. Dennoch sagt er: „Die Ergebnisse haben gezeigt, dass die Theorie durchaus Modelle zur Verfügung stellt, die in der Praxis anwendbar sind.“ Seine berufliche Zukunft sieht er im Marketing eines Unternehmens im Sportbereich. FW

**Kontakt:** [oliver.fies@googlemail.com](mailto:oliver.fies@googlemail.com)

## Harsh judgment

In his bachelor thesis Oliver Fies has developed an integrative event controlling scheme. And he criticises event controlling in Germany heavily.

■ **“Corporate** and agency controlling are marked by a lack of imagination and inadequate monitoring tools,” complains Oliver Fies, graduate of the bachelor course in fair, convention and event management of the private Karlshochschule International University. Providers in the event segment obviously lack a sense of responsibility or rather expertise. To put things right, Oliver Fies has tried to develop an event controlling model in practice himself. His thesis applies the theoretical findings to the reality of a marketing event. His supervisor Professor Stefan Luppold is so taken with the results of his work that he wants to present them at Confex meetings fair in London. A large public marketing event staged by a top-level German sports association delivered the practical background for the thesis. The choice of monitoring tool is

crucial for the value of success controlling. To measure the cognitive response Fies presents recall and recognition tests that are also used in market research. He explains the Self Assessment Manikin (SAM) in detail as a non-verbal assessment method that enables a recording of emotions without any immediate contact with visitors. “The leap from theory to practice, i.e. realising a tool by applying specific suggested solutions and ideas was not always easy,” admits Oliver Fies. Nevertheless, he adds: “The results have shown that theoretical models do exist that can be applied in practice.” He is now seeking to start a career in the sports industry. FW

**Contact:** [oliver.fies@googlemail.com](mailto:oliver.fies@googlemail.com)