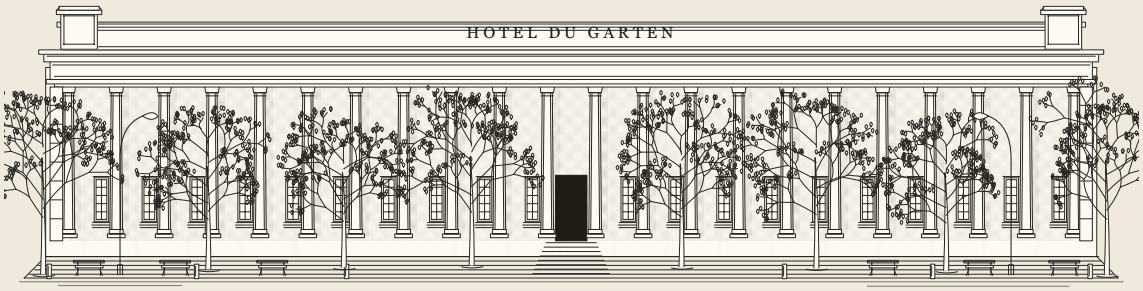
High Interest Society

Return on Interests.

2027 · Haus der Kunst, München · Ein Tag · 2.000 geplante Gäste

2027 öffnet die High Interest Society zum ersten Mal ihre Türen. Für einen Tag wird das Haus der Kunst zum Treffpunkt für Menschen, die verstehen wollen, was die Welt bewegt – und was daraus folgt. Die erste Ausgabe entsteht mit einer kleinen Zahl ausgewählter Partner.



Eisbachwelle

You’re in good company

Menschen, die Unternehmen aufbauen, Märkte analysieren, Teams führen, Produkte entwickeln und ihr eigenes Portfolio in die Hand nehmen. Sie arbeiten in Finance, Beratung, Tech, Start-ups oder im eigenen Unternehmen. Was sie verbindet, ist die Neugier darauf, wie die Dinge zusammenhängen – und der Anspruch, die eigenen Entscheidungen selbst zu treffen.



Unsere Community: Ø 29 Jahre · 32 % verdienen mehr als 80.000 Euro im Jahr. · 35 % unserer Audience sind Frauen

Find your place in the house.

The Bigger Picture
Entwicklungen, die ganze Märkte bewegen.

The Rooms
Deep Dives, Masterclasses und Hype Checks.

The Salon
Unterschiedliche Perspektiven an einem Tisch.

The Garden
Food, Drinks, Musik und Experiences, die die Community zusammenbringen.



morningcrunch kuratiert das Programm,
milton empfiehlt den persönlichen Weg durch das Haus.

morningcrunch × milton

Was eure Marke hier erreichen kann



- **Die nächste Generation von Depotkunden erreichen:** Trefft Menschen, die ihr Vermögen aufbauen, sich aktiv mit Investments beschäftigen und ihre Finanzpartner bewusst auswählen. Eine Zielgruppe mit Potenzial für langfristige Kundenbeziehungen.
- **Bei der nächsten Finanzentscheidung in die engere Wahl kommen:** Ob Vermögensaufbau, Altersvorsorge oder Depotwechsel – mit relevanten Themen und hilfreichen Antworten gebt ihr der Community einen konkreten Grund, sich mit eurer Marke und eurem Angebot zu beschäftigen.
- **Aus Interesse persönliche Kontakte entwickeln:** In Masterclasses, Salons und Experiences kommt ihr mit potenziellen Kunden über ihre Fragen und Bedürfnisse ins Gespräch. Gemeinsam entwickeln wir passende Möglichkeiten, diesen Austausch nach dem Event fortzusetzen.

Auf der Bühne, in kleiner Runde oder draußen im Garden: Gemeinsam entwickeln wir eine Rolle, die zu eurer Expertise und zur Community passt. Oder etwas, auf das wir heute noch nicht gekommen sind.



Über den Eventtag hinaus

Der Auftritt im Haus lässt sich mit Kommunikation in unseren Briefings, Social Content und weiterführenden redaktionellen Formaten verbinden. Weitere mögliche Bausteine sind Audience Insights und Gästekontingente und Earned Media, die wir im Rahmen der Event Promotion erhalten werden. Welche davon eure Ziele unterstützen, legen wir gemeinsam fest.



Warum Founding Partner werden?

Ihr gestaltet die erste Ausgabe frühzeitig mit: mit euren Themen, eurer Expertise und einer gemeinsam entwickelten Partnerrolle. Kategorie-Exklusivität kann Teil einer Founding Partnership sein und wird individuell abgestimmt.



Von der Idee zur Partnerschaft

Im nächsten Schritt konkretisieren wir Format, Leistungen, Investition und Aufgabenverteilung – einschließlich Produktion und begleitender Kommunikation. Dabei vereinbaren wir auch die Erfolgsmessung: je nach Format beispielsweise Teilnahme, Interaktionen, Reichweite, Klicks oder Teilnehmerfeedback.

Schreibt uns an cw@morningcrunch.de – gemeinsam finden wir heraus, welchen Platz eure Marke im Haus findet.

