

Die Lieblinge der Profis

Des einen Freud, des anderen Arbeit: Eventplanung ist auch ein Beruf. Wer etwas Grösseres plant, tut gut daran, eine Agentur zu Rate zu ziehen. Die Experten haben nicht nur viel Hintergrundwissen, sondern auch Erfahrung. Miss Money Penny lässt fünf Profis auf ihren Lieblingsevent zurückblicken. Stefanie Schnell

Sommerfeier: Unkompliziert, farbig, schön

«Das Bundesamt für Gesundheit dankt seinen rund 300 Mitarbeitern jedes Jahr mit einem Sommerfest für ihren Einsatz. Der Name ist Programm: Es soll ein fröhlicher, bunter Event sein. Das Budget erlaubt zwar keine allzu grossen Sprünge. Aber das Fest beweist, dass es auch mit wenigen Mitteln möglich ist, einen schönen Abend zu gestalten. Wir haben den Anlass an einem Mittwoch angesetzt und bewusst auf dem Platz vor dem BAG geplant. So konnten die Mitarbeitenden ab 16 Uhr direkt von den Büros aus eintrudeln und später auch ungezwungen nach Hause gehen. Den grauen und leeren Platz haben wir mit vielen Pflanzen sowie farbigen Tischtüchern und Servietten aufgefrischt. Besonders viel Wert haben wir auf das Catering und die Musik gelegt. An mehreren Stationen gab es verschiedenste Salate und Gemüse sowie Fleisch und Veggi-Gerichte vom Grill. Am Feuer stand die komplette Geschäftsleitung, die ihre Mitarbeitenden mit Vergnügen bediente. Während des ganzen Abends hat eine Cover-Band gespielt. Mit einfachen Elementen haben wir so eine schöne Atmosphäre schaffen können, die zum ungezwungenen Plaudern und fröhlichen Zusammensein einlud.» Raffael Graf, Eventicum Bern



Neues Logo: Geheimnisvoller Auftritt

«Mit neuen Logos ist das so eine Sache. Oft sorgen sie für Diskussionen und werden nur mässig gut aufgenommen. Das wollten wir verhindern, als einer unserer Kunden einen neuen Auftritt lancierte. Wir haben einen Event für die Top-Kunden und Regierungsvertreter geplant, rund 200 Personen. In der Einladung war von einem Apéro riche, einem Vortrag über erneuerbare Energien und einer Überraschung die Rede. Der Abend lief gut an, der Vortrag war spannend. Die Überraschung war die Präsentation des neuen Auftritts. Aber statt nur die neuen Designs zu präsentieren, wollten wir die alten erst verabschieden und aufzeigen, warum ein neues Logo angebracht war. Dafür haben wir einen Laienschauspieler auf einer Bühne in eine Zeitmaschine steigen lassen und mit einer interaktiven Filmpräsentation die Geschichte der Firma, die Meilensteine und die Herausforderungen aufgerollt. Die Zuschauer konnten sich erinnern und haben oft geschmunzelt. In der Gegenwart angekommen, explodierte die Maschine und das neue Zeitalter wurde eingeläutet – mit einem Imagefilm zum neuen Auftritt. Er wurde von allen sehr gut aufgenommen, am Schluss haben die Zuschauer sogar applaudiert. Sie hatten verstanden, dass es Zeit für etwas Neues war.» Martin Ditzler, Eventis AG Basel



Premiere Freilichttheater: Bei Regen unter Dach und Fach

«Ein Freilichttheater in diesem verregneten Sommer war eine Herausforderung. Doch die Unsicherheit ist Teil des Zaubers – und so war es auch bei der Premiere, die wir für die Klosterspiele Wettingen organisiert haben. Geladen waren rund 400 Gäste aus Politik und dem Kulturbereich, aber auch Sponsoren. Sie haben alle eine schriftliche Einladung erhalten im typischen Visual des Stücks. Die Gäste wurden eingeladen, sich für einen Apéro riche rund eineinhalb Stunden vor der Aufführung im Kloster einzufinden.

Wir haben die Feier bewusst im Kloster angesetzt, weil das Bühnenbild einmalig war und wir die Gäste einstimmen wollten auf das Stück.

Der ganze Klosterhof war in roten Stoff gehüllt, es gab rote Vorhänge und rote Teppiche. Die Atmosphäre war magisch. Aufgrund der schlechten Wetterprognosen haben wir uns aber 24 Stunden vor Beginn entschieden, den Apéro in einer Halle im Kloster durchzuführen. Wir wollten den Gästen nicht zumuten, schon beim Anstossen im Regen zu stehen. So schnell umdisponieren zu können, hat gute Vorbereitung erfordert. Dieser Sommer hat gezeigt, dass es sich wirklich lohnt, immer eine gute Schlechtwetter-Alternative zu haben. Das Stück selbst haben die Besucher dann in von uns verteilten Pellerinen genossen.» Nina Wismer, Risi Events Luzern

Branding für zwischendurch: Charme-Offensive mit Rikschas

«Die Bank Linth wollte mit einem Event die Kundenbindung stärken und ihren Namen bekannter machen. Eine typische Branding-Geschichte. Sie hat nach etwas gesucht, das Berührungspunkte zur Marke schafft und die Menschen auch emotional berührt, und ist mit der Idee von Rikschas an uns gelangt. Ein sehr guter Gedanke, wie sich herausstellte. Die Gefährte fallen bei uns auf den Strassen auf, sie lassen sich gut beschriften und sind vielseitig einsetzbar.

Wir haben zwei Rikschas in Auftrag gegeben und sie dann mit sympathischen, offenen Promotern besetzt. Da die Filialen der Bank Linth alle in der Nähe von Bahnhöfen stehen, haben wir die Rikschas an Bahnhöfen stationiert, wo die Fahrer Passanten angesprochen und ihnen angeboten haben, sie zu ihrem Ziel zu gondeln. Dabei ist es

zu schönen Begegnungen gekommen. Unsere Fahrer haben Frauen mit schweren Einkaufstüten nach Hause gefahren, Kinder eine Runde um den Block gekurvt und Interessierte auf eine kleine Stadtrundfahrt eingeladen. Es war eine reine Dienstleistung, die Passagiere wurden weder mit Flyern noch mit Infos bombardiert. Die Aktion war ein Erfolg, weil sie potenzielle und bestehende Kunden positiv überrascht und ihnen Freude bereitet hat. Zudem wurden zentrale Werte der Bank vermittelt: Sie hat sich als sympathisches, kundenfreundliches Unternehmen präsentiert. Die Aktion hat sich rasch herumgesprochen. Die Rikschas werden heute noch regelmässig eingesetzt und sind auch bei Dorf- oder Filialfeiern unterwegs.» Markus Kragler, Pointbreak Events Zürich



Internationales Teambuilding: Lockere Wohnzimmeratmosphäre

«Straff durchorganisierte, diktatorische Teambuildingsevents, bei denen alle zusammen eine Brücke oder ähnliches bauen müssen, sind uns und unserem Kunden ein Graus. Darum war eine Bedingung für den Teamevent des internationalen Marketingteams von Anfang an gesetzt: Es muss eine lockere Atmosphäre mit viel Freiraum für die Teilnehmenden herrschen. Voraussetzung für einen Anlass, bei dem man die Zügel so locker lässt, ist ein Veranstaltungsort mit Wohnzimmeratmosphäre, in dem alles nahe beieinander liegt. Wir haben uns für das 25hours Hotel in Zürich entschieden, weil es genau diese Bedingungen erfüllt.

Nach einem Meeting und einem Mittagessen haben wir die 50 Marketingexperten in Gruppen aufgeteilt und zwar so, dass nicht die, die sich im Büro sowieso gegenüber sitzen, zusammen waren. Den ganzen Nachmittag haben die Grup-

pen verschiedene kulinarische Stationen besucht. Sie haben von einer Barista gelernt, wie der Cappuccino-Schaum perfekt wird, haben an der Bar an einer Cocktail-Schulung teilgenommen – natürlich inklusive Degustation – und in der Küche orientalische Gerichte zubereitet. Zwischendurch gab es einen Halt an der Pingpong-Station, um etwas Bewegung in den Tag zu bringen. Alles lief sehr spontan und entspannt ab. Wenn jemand keine Lust hatte, irgendwo mitzumachen, konnte er zusehen oder es sich auf einem Sessel bequem machen. Es blieb genügend Zeit für Gespräche und das gegenseitige Kennenlernen. Am Abend wurden die Gerichte aufgetischt, die am Nachmittag vorbereitet worden waren, bevor der Tag mit einer Party und DJ zu Ende ging.» Pascal Käser, Kaeser 360° Events Zürich