



Fotos: Eventuality

Carolin Nagel

# Gipfeltreffen der Kommunikationsbranche

Einmal im Jahr trifft sich in einer deutschen Stadt das Who's who der deutschen Kommunikationsbranche. Anlass: die Verleihung des FAMAB Awards, des Oscars der Live-Kommunikation. Im November 2015 ging die Veranstaltung erstmals in Ludwigsburg über die Bühne. Und erstmals zeichnete die Stuttgarter Agentur Eventuality für die komplette Konzeption, Organisation und Umsetzung verantwortlich. TOP Magazin sprach mit Carolin Nagel, Inhaberin und Geschäftsführerin der Agentur, über die Hintergründe.

Die Fragen stellte Matthias Gaul

**TM:** Frau Nagel, rund 1.400 Zuschauer verfolgten in der MHP-Arena in Ludwigsburg die Verleihung des diesjährigen FAMAB Awards und waren – so der allgemeine Tenor – begeistert von der Veranstaltung. Offensichtlich haben Sie mit Ihrem Team alles richtig gemacht.

**Nagel:** Diesen Eindruck habe ich auch. Die Gespräche, die ich am Abend selbst und auch danach mit vielen Gästen sowie den Vertretern des FAMAB-Verbandes geführt habe, waren durchweg positiv und bestätigten uns in unserem Tun.

**TM:** Was bewegt denn eine Agentur dazu, sich an ein so komplexes Projekt zu wagen?

**Nagel:** Da kann ich natürlich nur für Eventuality sprechen: Komplexe Eventprojekte sind unsere Passion. Wir liefern Full-Service-Leistungen rund um professionelles Eventmarketing. Dabei entwickelt unser Team Kommunikationskonzepte für alle Arten von Corporate Events und Incentives für Kunden- oder Mitarbeiterveranstaltungen. Als inhabergeführte Agentur verfü-

gen wir über schlanke Strukturen, sind reaktionsschnell und absolut verbindlich – genau dafür schätzen uns namhafte Kunden wie John Deere, Celesio, Bosch oder Weleda, um nur ein paar wenige Beispiele zu nennen. Mittlerweile hat sich das auch

in der Kommunikationsbranche herumgesprochen. Und nachdem unsere Agentur 2015 ihr 15-jähriges Bestehen feierte, entstand bei uns im Team die Idee, mit der Ausrichtung einen weiteren Meilenstein in unserer

Firmenhistorie zu setzen. Der FAMAB Award war hierfür aus unserer Sicht geradezu prädestiniert, schließlich ist er „die“ Branchenveranstaltung der Live-Kommunikation. Eine Veranstaltung, die zugleich auch eine gute Gelegenheit bot, um uns in der Branche noch besser zu positionieren.

**TM:** Welche waren die größten Herausforderungen bei den Vorbereitungen der FAMAB-Veranstaltung?

**Nagel:** Auf jeden Fall schon mal die Location: Die MHP-Arena bringt nicht viel At-

mosphäre mit, das haben Sportarenen so an sich. Nun hätte man die Arena komplett umdekorieren können, dafür gab es aber keinerlei Budget. Also galt es, die Location mit ihrer Infrastruktur so zu nutzen, dass sowohl räumliche als auch inszenatorische Akzente gesetzt werden und ein intelligentes Kreativkonzept für Überraschungsmomente sorgt. Das Spielfeld musste aus Platzgründen beispielsweise sowohl für die Preisverleihung, als auch für die direkt anschließende Aftershow-Party genutzt werden. Das haben wir gelöst, indem wir das Mobiliar auf große Podeste unter die Decke gehängt, mobile Wände eingezogen und so einen „Live-Umbau“ vor den Augen der Gäste

*„ Mit Storytelling-Events werden Marken lebendig, Produkte erlebbar und Unternehmensgeschichten greifbar.“*



Das Eventuality-Team mit Friedrich Liechtenstein beim FAMAB Award

inszeniert haben. Eine weitere Herausforderung war die Preisverleihung selbst. Zum einen wollten wir den zahlreichen Gewinnerprojekten in den unterschiedlichsten Kategorien gerecht werden, auf der anderen Seite durfte die Preisverleihung zeitlich nicht aus dem Ruder laufen. Eine Gratwanderung, die wir mit einer innovativen Inszenierung, wie ich finde, sehr schön gelöst haben.

**TM:** Was war das Besondere an dieser Inszenierung?

**Nagel:** Die Kommunikation verändert sich in rasantem Tempo. Gleichzeitig findet eine enorme Reizüberflutung der jeweiligen Zielgruppen statt. Es geht also heute für Unternehmen mehr denn je darum, Aufmerksamkeit und möglichst hohen Erinnerungswert zu erzeugen sowie Botschaften zu verankern. Um diese Ziele für unsere Kunden zu erreichen, nutzen wir unter anderem das sogenannte Storytelling – eine Disziplin der Live-Kommunikation, die dabei hilft, wirkungsvoll zielgruppenorientierte (Unternehmens-) Geschichten zu erzählen. Beim FAMAB Award dreht sich alles um Erfolgsgeschichten der Live-Kommunikation – die sollten im Vordergrund stehen



und durch eine verbindende, emotionale Geschichte verankert werden. In drei Kapiteln erzählte „Mr. Supergeil“ Friedrich Liechtenstein ein „Branchen-Märchen“ über die Entstehung von Kommunikationsprojekten. Oder anders gesagt: die Story einer „Idee, die auszog, Geschichte zu schreiben“ – von der Entwicklung über die Budgetverhandlungen und andere zu bewältigende Hürden bis hin zur erfolgreichen Umsetzung. Das Ganze wurde mit Künstlern, Musikern und Puppenspielern auf der Bühne inszeniert.

**TM:** Das Eventuality-Team besteht nur aus Frauen. War das eine bewusste Entscheidung?

**Nagel:** Nein, das hat sich über die Jahre einfach so entwickelt und ist auch nicht in Stein gemeißelt. Wir sind ein Team von 20 Event- und Kommunikationsprofis, das mit enormer Leidenschaft und Engagement für unterschiedlichste Projekte und Unternehmen aus Branchen wie zum Beispiel Maschinenbau, IT, Automotive,

Versicherung oder Pharma brennt. Wer diese Leidenschaft teilt und vor unserer Agenturfarbe Pink nicht zurückschreckt, der ist bei uns richtig.

**TM:** Wie erklären Sie sich den Erfolg Ihrer Agentur?

**Nagel:** In den ersten Jahren unseres Agenturlebens haben wir uns auf das Handwerk konzentriert, also auf die Organisation und Planung von Events und Incentives. Dieses Know-how haben wir immer weiter perfektioniert und damit nach und nach das Agenturgeschäft erweitert. Das war sozusagen unser Fundament auf dem wir heute aufsetzen. Live-Kommunikation bedeutet aber nicht nur handwerkliche Perfektion in der Planung und Umsetzung, sondern das Verständnis für Unternehmen, Produkt oder Marke zu entwickeln und in ein Kommunikationskonzept zu übersetzen. Dafür muss man zuhören können und verstehen, wie man Menschen emotional bewegt. Zum Beispiel mit einer guten Geschichte. ■



## Partner der Business Aviation in Stuttgart, Köln und Frankfurt



› **Business Aviation Centre Stuttgart**  
Unser preisgekrönter Terminal bietet Business Aviation Passagieren und Crews Platz zur Entspannung in modernem Ambiente.  
[www.kurz-aviation-service.com](http://www.kurz-aviation-service.com)



› **Business Aviation Centre Köln**  
Unser erfahrenes Personal kümmert sich um alle Belange rund um Ihren General Aviation Flug ab Köln.  
[www.bac-cologne.com](http://www.bac-cologne.com)



› **Business Aviation Centre Frankfurt**  
Unseren exzellenten Service bieten wir seit August 2014 auch im Frankfurter General Aviation Terminal an.  
[www.bac-frankfurt.com](http://www.bac-frankfurt.com)

