

Die grünen Männer von Obfelden

werbewoche 22/23 | 18.06.2009

Das Essen und die Dekoration, die Anlieferung der Speisen und die Anreise der Gäste, das Veranstaltungsgebäude und die Beleuchtung – fast alles kann bei einem Anlass ökologisch durchdacht sein. Oder eben nicht. «Selbst Firmen, die nachhaltig produzieren, denken bei der Gestaltung ihrer Feste oder Incentives nur selten an die Umwelt», sagt Werner Stulz, einer der beiden Köpfe der Eventgroup. Dabei ist es auch finanziell wenig durchdacht, für eine Party in Luzern das Catering aus Zürich zu holen und die Reinigungsfirma aus dem Aargau. Dieses Bewusstsein wollen Stulz und sein Geschäftspartner Ruedi Jäger bei ihren Kunden wecken. Für 50 bis 500 Teilnehmer organisieren sie Motivations- und Integrationsveranstaltungen, Mitarbeitererevents, Produkt- und Informationsveranstaltungen, Corporate Events, Fachtagungen und Kongresse nach grünen Massstäben. Alternativ beraten sie Unternehmen bei der ökologischen Umsetzung ihrer Events. Dabei können ihre Auftraggeber zwischen einem und hundert Prozent Grün wählen: Alles ist besser, als überhaupt nicht an die Umwelt zu denken.

Auf jedem Parkett daheim

Mit Stulz und Jäger sind echte Eventprofis am Werk. Werner Stulz soll 1970 eigentlich die Schlosserei seines Vaters übernehmen. Doch er weiss schon früh, dass das nicht sein Zukunftstraum ist. Stulz lässt sich zum Elektromechaniker ausbilden, aber auch dieser Job packt ihn nicht. «Ich habe nie in diesem Beruf gearbeitet», erzählt er. «Mich zog es in die Show- und Entertainmentbranche.» Mitte der 1970er-Jahre tourt Stulz mit der Band von Pepe Lienhard durch die Schweiz, Deutschland und Österreich. Er managt die Tournee und ist als Bühnentechniker für alles verantwortlich, was unter Strom steht. In dieser Zeit lernt Stulz viele bekannte Künstler kennen, zum Beispiel Catarina Valente, Shirley Bassey, Katja Epstein, Gitte, Bill Ramsey und Udo Jürgens. 1977 und 1978 arbeitet Stulz als Bühnentechniker am Schauspielhaus Zürich, danach gründet er die Firma Disco Light Center, die Ton- und Lichtanlagen für Künstler, Discotheken und Tanzereignisse plant und aufbaut. In den 1980er-Jahren arbeitet Stulz als Verkäufer für elektronische Bauteile, Abteilungsadministrator für Bürotechnikgeräte, Künstleragent, Künstlerberater, Eventmanager, Werbeleiter einer Computerschule, Nachtwächter, Bodyguard für VIP-Künstler, Discjockey, Moderator, Jongleur und Limousinen-Chauffeur für Geschäftsleute. Ausserdem gründet er eine Eventagentur, die Künstler aller Art vermittelt und Anlässe organisiert. Nach einem dreijährigen Ausflug in die «normale Arbeitswelt», wie Stulz das Angestelltenverhältnis bezeichnet, absolviert der Tausendsassa noch das Handelsdiplom, bevor er 2001 wieder auf den Tummelplatz der Events und Künstler zurückkehrt: Stulz gründet die Event- und Künstleragentur Event & Consulting, die seit Anfang 2009 ein wichtiges Standbein der Eventgroup ist. «Ich habe meine beiden Fachgebiete Künstler und Events wieder aufgesplittet und das Eventthema gemeinsam mit Ruedi auf die grüne Schiene gebracht», sagt Stulz. Den Kunden der Eventgroup kommt nicht nur Stulz' Expertise als Veranstaltungsorganisator zugute, sondern auch seine zwanzigjährige Erfahrung mit Künstlern und seine Kontakte zu Hunderten von Kunstschaffenden, vom Alleinunterhalter über den Zauberer bis zur Bigband.

Grüne Events sind die Zukunft

Warum kommen Jäger und Stulz mitten in der Krise mit Events und Bio? Im deutschsprachigen Raum werde für die Umwelt schon viel getan, sagt Stulz: «Beim klimaneutralen Arbeiten und Produzieren bewegt sich vieles. In der Schweiz ging die Initiative bisher meist vom Bundesamt für Umwelt aus, aber zunehmend achten die Unternehmen auch selbst auf Umweltverträglichkeit.» Das ist schon einmal gut. «Doch das nachhaltige Denken in der Eventplanung fehlt bislang», bedauert Jäger. «Darum haben wir uns auf grüne Anlässe spezialisiert. Eine weitere Agentur, die klassische Events organisiert, brauchte es wirklich nicht. Wir sind nun die erste Schweizer Agentur, die Green Events anbietet. Aber um das klarzustellen: Wir haben das Thema Umwelt nicht aufgegriffen, weil es eine Marktische ist. Wir fokussieren uns darauf, weil uns klar geworden ist, wie wichtig Umweltschutz ist: Wir haben nur eine Umwelt.»

In keinem Lebensbereich geht es auf Dauer ohne ökologisches Handeln, davon sind Stulz und Jäger überzeugt. Beide fahren ein Auto mit Hybridantrieb, ihre Broschüre ist auf umweltfreundliches Papier gedruckt, ihr Büro liegt mitten in der Pampa im grünen Obfelden. Die beiden sind aber keine militanten Ökoheinis mit Rauschbart und Birkenstocksandalen. Und sie ketten sich auch nicht an Gleise, um ihren Forderungen Nachdruck zu verleihen. Stulz und Jäger gehören zu einer neuen Generation Umweltbewusster, für die Grün nicht mehr öko und bio ist, sondern ein Lebensstil, eine Geisteshaltung. «Grün hat nichts mit Körnlipickern zu tun», betont Stulz. «Grün ist Hightech.» Stulz und Jäger sind fest davon überzeugt, dass Umweltschutz im Kommen ist

Computercenters bei Marc Rich. Zusätzliche Ausbildungen als Marketingplaner und Einkäufer öffnen Jäger neue Türen: Zwischen 1991 und 1996 arbeitet er bei Bakosysteme und als Logistikleiter bei Beringer Hydraulik. 1996 sucht er nach einer Neuorientierung. «Ich schlug die Zeitung auf, stolperte über ein Inserat und kaufte eine Firma: High Tech Electronic, die später in Mobile Games umbenannt wurde», fasst Jäger seinen Werdegang Mitte der 1990er-Jahre zusammen. Mobile Games vermietet mehr als 200 Spiele, von der Hüpfburg über Kicker und diverse Simulatoren bis zum Roulette-Tisch und ist in diesem Segment die Nummer 1 in der Schweiz. Jäger plant seit zwölf Jahren auch die Anlässe rund um seine Spielereien für Gross und Klein. «Mobile Games bietet aktive Unterhaltung – im Gegensatz zu der passiven zum Zuhören und Zuschauen, für die Werner mit seinen Künstlern sorgt», sagt Jäger. «Wir ergänzen uns also wunderbar.»

Stulz und Jäger lernen sich vor zehn Jahren auf der Messe Swisseevent kennen. Stulz wirbt mit süsselem Zuckergebäck für seine Eventagentur und Jäger will sich ein Säckchen dieser Gaumenfreude gönnen. «Halt, halt, halt», hört er im Weggehen. Stulz eilt ihm nach, denn er will dem Besucher noch erklären, warum der Zuckerbäcker an seinem Stand steht. «Das war unser erster Kontakt», erzählt Jäger. Seitdem arbeiten die beiden Männer bei vielen Events zusammen: Wenn Jäger einen Künstler sucht, organisiert Stulz den passenden. Braucht Stulz ein Rodeogerät oder einen Flipper, hat Jäger das Spielwerk parat. Aus der Synergie entwickelt sich langsam eine Symbiose. Immer häufiger diskutieren die beiden während ihrer Zusammenarbeit und bei gemeinsamen Reisen auch über das Thema Ökologie. «Schliesslich war uns klar, dass grünes Handeln der Schwerpunkt sein müsste, wenn wir uns für eine Eventagentur zusammantun», sagt Jäger.

Weitblick in jedem Bereich

Auch im öffentlichen Raum ist umweltfreundliches Handeln längst nicht selbstverständlich, sondern wird gesetzlich erzwungen: Veranstalter von Strassenfesten oder Festivals zum Beispiel müssen üblicherweise eine Abfallplanung vorlegen, und dabei bleibt es dann meist. «Stattdessen könnte man das gesamte Event umweltgerecht gestalten, ohne dass es teurer würde», sagt Jäger. «Ein komplett grüner Anlass fördert ausserdem die regionale Wirtschaft und bringt mediale Aufmerksamkeit – auch diese Aspekte sollten Veranstalter mitbedenken.» Als gutes Beispiel für ein umweltgerechtes Grossevent führt Jäger die Fussballeuropameisterschaft 2008 an. Die Veranstalter wollten möglichst viele ökologische Massnahmen umsetzen und stellten damit einen nachhaltigen Anlass auf die Beine.

und irgendwann zum Daily Business werden wird. Genau genommen kommt Umweltschutz schon seit Anfang der 1970er-Jahre – aber eben immer nur ein bisschen. Themen wie Mülltrennung und Energiesparen begleiten uns zwar schon von Kindesbeinen an. Trotzdem sind sie uns noch nicht in Fleisch und Blut übergegangen.



Genau genommen kommt Umweltschutz schon seit Anfang der 1970er-Jahre – aber eben immer nur ein bisschen. Themen wie Mülltrennung und Energiesparen begleiten uns zwar schon von Kindesbeinen an. Trotzdem sind sie uns noch nicht in Fleisch und Blut übergegangen.

Ökologisch von ganzem Herzen

Wenn es um die Umwelt geht, geschieht vieles halberzig – auch weil die Politik handfeste Unterstützung vermissen lässt. «Derzeit betreiben viele Firmen «Green Washing»: Sie geben ihren Produkten einen ökologischen Anstrich, obwohl sie nicht umweltgerecht sind», kritisiert Jäger. Diese Zeiten dürften jedoch bald vorbei sein: Unternehmen geraten immer mehr unter Druck, jeden ihrer Handgriffe mit Blick auf die Umwelt zu rechtfertigen. Und auch Privatleute sind in der Verantwortung. «Spätestens 2012, wenn das Kyoto-Protokoll erneuert wird, wird es einen neuen Kick für den Umweltschutz geben», ist Stulz überzeugt. «Dann werden Firmen neue obligatorische Umweltschutzvorschriften einhalten müssen. Sie sollten sich jetzt schon Schritt für Schritt darauf vorbereiten, zum Beispiel mit Green Events.»

Je mehr wir uns mit ökologischer Eventplanung beschäftigen, desto heisser werden wir auf das Thema», sagt Jäger.

«Und obwohl wir uns schon einen breiten Wissensschatz erarbeitet haben, sind wir selbst immer wieder überrascht, was noch alles mit Umwelt zusammenhängt.» Die jüngste Idee des Green-Teams ist, einen Onlineshop für ökologisch wertvolle Give-aways aufzubauen. Denn zum (neuen) grünen Selbstverständnis passende Werbegeschenke müssen sich Schweizer Unternehmen derzeit noch in diversen Shops zusammensuchen. Aber nicht mehr lange: Die Zeichen stehen auf Grün.

«Je mehr wir uns mit ökologischer Eventplanung beschäftigen, desto heisser werden wir auf das Thema», sagt Jäger. «Und obwohl wir uns schon einen breiten Wissensschatz erarbeitet haben, sind wir selbst immer wieder überrascht, was noch alles mit Umwelt zusammenhängt.» Die jüngste Idee des Green-Teams ist, einen Onlineshop für ökologisch wertvolle Give-aways aufzubauen. Denn zum (neuen) grünen Selbstverständnis passende Werbegeschenke müssen sich Schweizer Unternehmen derzeit noch in diversen Shops zusammensuchen. Aber nicht mehr lange: Die Zeichen stehen auf Grün.

Anne-Friederike Wilhelm

Wer denkt in Zeiten knapper Kassen schon an die Umwelt? Werner Stulz und Ruedi Jäger. Die Eventgroup, die die beiden Eventprofis Anfang des Jahres gegründet haben, setzt Firmenanlässe nach ökologischen Kriterien um. Denn wer nicht nachhaltig agiert, ist bald nachhaltig weg vom Fenster.

Werner Stulz (links) hat seine Leidenschaft für Entertainment zum Beruf gemacht und arbeitet nach dem Lustprinzip. Wenn er sich einmal nicht um Events oder Künstler kümmert, macht er gerne Städtereisen und hält seine Eindrücke in Bildern fest.

Ruedi Jäger (rechts) wäre als Bub gerne Lastwagenchauffeur geworden, nun sind Events seine Obsession. «Freizeit brauche ich eigentlich nicht», sagt er. Hat er doch mal welche, sitzt er gerne mit einem Bier in seinem Garten.