

Eventagentur trend factory gewinnt Heavent Award in Cannes



Riesenfreude bei der Rottweiler Eventagentur trend factory. Die Leute um die beiden Geschäftsführer (und Macher) Mike Wutta und Thomas Wenger haben einen großen internationalen Preis gewonnen. Erstmals ging dieser Award nach Deutschland. Und gleich nach Rottweil, ins Neckartal.

Wenn in Cannes die goldenen Palmen der internationalen Event-Branche, die Heavent Awards, im Palais des Festivals verliehen werden, dann liest sich die Liste der Nominierten wie das Who is Who der Größen auf dem Parkett der Wirtschaft. Vor mehr als 1000 Award-Gästen kämpften 144 Livemarketing-Projekte aus ganz Europa und den USA sowie 44 shortlisted Events von Branchengrößen wie Fiat, L'Oréal, Heineken, Mercedes-Benz und Twitter bei der Preisverleihung mit ihren Top-Events in acht Kategorien um die renommierten Auszeichnungen.

In der begehrten Kategorie „Event Award B to B“ (Business to Business) ging der erste Platz nun erstmals seit langer Zeit wieder nach Deutschland. Die Marketing- & Eventagentur trend factory konnte sich mit ihrer Umsetzung der vier Tage dauernden Zeiss Convention „The Future of Optics

Eventagentur trend factory gewinnt Heavent Award in Cannes

2017“ in Berlin gemeinsam mit Carl Zeiss Vision gegen ihre internationale Konkurrenz mit so klangvollen Namen wie Sony, Nissan und Twitter mit großem Vorsprung durchsetzen.

Dieser Coup gelang den beiden trend factory-Köpfen Mike Wutta und Thomas Wenger nach Angaben ihres Unternehmens gleich im ersten Bewerbungsanlauf für einen internationalen Award in ihrer Agenturgeschichte. Und zwar mit deutlichem Abstand in den beiden Contest Kategorien „Live Präsentation“ und „Live Voting“. Nicht nur eine hochrangige Jury aus Corporate- und Produktmarketing-Managern von Unternehmen wie Nike, Audi, Coca Cola oder Shell sah den deutschen Beitrag ganz vorne. Auch die 1000 Award Gäste im berühmten „Grand Auditorium“ in Cannes entschieden sich in einer interaktiven Wahl während der Zeremonie klar für die ZEISS Convention in Berlin.

Thomas Wenger (47) kann es heute noch nicht richtig fassen: „In Cannes unter den letzten fünf Nominierten in dieser hochkarätigen Konkurrenz zu sein, hat uns mit großem Stolz erfüllt. Diesen Award dann auch noch mit so klarem Vorsprung zu gewinnen, war für uns schlicht überwältigend. Es hat schon einige Tage gedauert, bis uns bewusst war, was wir da erreicht haben. Der Award bedeutet uns viel, weil er auf internationaler Ebene ein echtes Schwergewicht ist und wir uns hier mit den größten und besten Agenturplayern überhaupt messen konnten.“

Sein Geschäftspartner Mike Wutta (47) ergänzt: „Dass wir die Trophäe mit nach Rottweil nehmen dürfen ist ganz klar Auszeichnung und Motivation zugleich und zeigt, dass wir mit unserem ganzheitlichen Live Kommunikations-Ansatz richtig liegen. Uns ist aber auch bewusst, dass die Basis für unseren Erfolg maßgeblich das Miteinander mit unseren Kunden ist, die offen für immer neue Ideen sind und uns im Feld der Umsetzung ihr Vertrauen schenken. Es ist für uns persönlich einfach toll zu sehen und zu erfahren, dass unternehmerischer Mut auch belohnt wird, sofern man die natürlichen Grenzen kennt und kreativ-realistisch bleibt.“

Eventagentur trend factory gewinnt Heavent Award in Cannes



Siegreich in Cannes: die trend factory-Chefs Mike Wutta (links) und Thomas Wenger. Foto: pm

Die Eventagentur trend factory, die 1996 von Wenger und Wutta in Rottweil in Baden-Württemberg gegründet worden ist, hat sich von jeher der Idee verschrieben, Live Kommunikation in Form von erlebnisorientierten Events als Full Service Partner im B2B beziehungsweise B2B2C Bereich zu bieten und zu realisieren. Dabei bespielen und beherrschen sie mit ihren heute rund 45 Mitarbeitern bei über 16,5 Millionen Euro Umsatz

die gesamte Event- und Marken-Klaviatur: von der strategischen Beratung und Entwicklung des Events über die Konzeption sämtlicher Visuals und Medieneffekte auf der Bühne bis hin zur Umsetzung. Ihr Ziel: Die jeweilige Marke stets in einem Höchstmaß für Dritte erlebbar zu machen. Immer im 360 Grad Radius und mit einem hohen Maß an persönlicher, emotionaler Note.

„Wir machen das Projekt stets zu unserem eigenen, weil nur Erlebnisse Menschen in Erinnerung bleiben“, so Thomas Wenger. Neben der professionellen und kreativen Umsetzung zählt die gekonnte Emotionalisierung ihrer Events und der Marken zu den besonderen Stärken der trend factory, die Unternehmen wie mobilcom debitel, Thyssen Krupp, Mercedes, Allianz, Hugo Boss und Zeiss zu ihren Auftraggebern und langjährigen Kunden zählt.

Eventagentur trend factory gewinnt Heavent Award in Cannes

Und diese kommen auch immer gerne in die schwäbische Heimatstadt des Duos. In der Kleinstadt am Neckar haben die beiden Eventmacher eine Industriearuine – das 100 Jahre alte Kraftwerk der Pulverfabrik Rottweil – zu einem bei Konzernen und Kulturaffinen begehrten und wahrlich spektakulären Veranstaltungsort umgebaut.

Über den Zeitraum von 20 Jahren wurden rund 3000 Quadratmeter wieder nutzbar gemacht. Wichtig war Wenger und Wutta dabei, die Fassade samt Freitreppe und die beiden wahrzeichenartigen Schornsteine nicht zu verändern und den Ur-Charakter der inneren Räumlichkeiten wie z.B. den Turbinensaal, den Aschekeller, den Kohlebunker und die Schaltzentrale zeitgemäß zu modernisieren, aber klar in ihrem Ursprung zu belassen, da „wir unbedingt das besondere Kraftwerk Flair erhalten und erlebbar machen wollten“, so Wutta.

Dort standen und stehen hier die bekanntesten DJs und Entertainer Größen der Welt wie Anastacia, Die Fantastischen Vier, Nena, Giana Nannini oder die Toten Hosen regelmäßig und vor allem gerne auf der Bühne.

2016 gewann die Location mit dem spürbaren Charme vergangener Tage den nationalen Location Award in Berlin und gilt seitdem als beste Eventlocation mit Erlebnischarakter in Deutschland. 2017 folgte der German Brand Award in der Kategorie „Industry Excellence in Branding Trade Fairs & Event Locations.“

Ihren Hauptsitz jemals von der Kleinstadt Rottweil in eine Metropole zu verlagern, kam für die beiden trend factory-Köpfe nach Angaben ihres Unternehmens noch nie in Frage. Mike Wutta erklärt warum: „Unabhängig davon, dass es in unserer Region schlicht schön ist und wir sicher kein zweites Kraftwerk mehr finden, würden wir trotz unserer internationalen Kunden und Engagements nie in Erwägung ziehen, von hier wegzuziehen. Gerade in unserer derart schnelllebigen, zum Teil auch etwas verqueren und so leicht erregbaren Welt ist es für uns enorm wohltuend, auf Menschen zu treffen und mit Menschen zu arbeiten, die das genaue Gegenteil sind: unaufgeregt, ehrlich-authentisch und mit einer ganz bewussten Haltung zum Miteinander statt Gegeneinander.“