

Creating Memories

Die Agentur Friedevents ist auf Events und Kongresse von A bis Z spezialisiert.

...: NATHALIE DE REGT

Die kleine Agentur Friedevents hat sich zum Ziel gesetzt, Events zu organisieren, die über das Ereignis hinaus positiv in Erinnerung bleiben. Geschäftsführerin Viviane Fried arbeitete zunächst in der Anlageberatung für vermögende Kunden. Nach ihrer Heirat mit einem Arzt und der Gründung einer Familie wollte sie noch Teilzeit arbeiten und landete «wie die Jungfrau zum Kind» in der Eventbranche. Vor rund zwanzig Jahren begann sie, für pharmazeutische Firmen Roadshows für Ärzte auf die Beine zu stellen. «Dies waren noch die Zeiten, als es üblich war, von Firmen gesponserte Incentives im grossen Stil zu organisieren», erinnert sich die Mutter von zwei erwachsenen Kindern.

Noch heute zählen vor allem medizinische Gesellschaften zu den Kunden, so Fried. Die Agentur kümmert sich hauptsächlich um Kongressorganisation und Benefizveranstaltungen, daneben bietet sie individuelle Kulturbegleitungen an. Auch die Organisation eines Rahmenprogramms übernimmt die Agentur bei Bedarf – vom Gala-Dinner bis hin zum Besuch einer Ausstellung mit einem Kunstmäzen. «Unsere Rahmenprogramme sind immer etwas ganz Besonderes und werden für die Teilnehmenden zu einem unvergesslichen Erlebnis. Sie bilden einen wichtigen Kontrapunkt zum wissenschaftli-

Viviane
Fried

Bei einer Benefizveranstaltung für eine medizinische Stiftung trat die Geigerin Anne-Sophie Mutter auf.



chen Hauptprogramm der Konferenz», versichert Fried.

Anne-Sophie Mutter als Stargast

«Es ist uns besonders wichtig, auf die Wünsche unserer Kunden einzugehen. Dabei versetzen wir uns jeweils in deren Lage und überlegen uns, wie die individuellen Ansprüche und die spezifischen Gegebenheiten miteinander in Einklang gebracht werden können», erklärt Fried ihre Vorgehensweise. Die Bedürfnisse eines Bankers seien zum Beispiel andere als diejenigen eines Arztes. Dies bedeute, dass beispielsweise ein Gala-Dinner für verschiedene Berufsgruppen unterschiedlich geplant und entsprechend durchgeführt werden müsse.

«Unsere Kongresse haben meistens hundert bis zweihundert Teilnehmende, bei Kongressen mit mehr als dreihundert Personen arbeiten wir mit unseren Partnerfirmen zusammen», führt Fried weiter aus. Im Schnitt stehen rund drei Kongresse, ein bis zwei Benefizveranstaltungen, drei bis vier Roadshows und mehrere Dutzend in-

dividuelle Reisebegleitungen auf dem Jahresplan. «Unser nächster Kongress findet Anfang Februar statt. Es handelt sich dabei um eine Fortbildung der Schweizerischen Allergologen mit rund 200 Teilnehmern», lässt Fried in ihre Bücher blicken. Dafür werde ein ganzes Hotel gebucht, was die Schaffung einer ganz persönlichen Atmosphäre ermögliche. «Selbstverständlich halten wir uns an die Vorschriften des Schweizerischen Pharma-Kodex», versichert Fried, «dies bedeutet z. B., dass die Ausstellung der pharmazeutischen Firmen in einem speziellen, für die Öffentlichkeit nicht zugänglichen Raum durchgeführt wird.» In guter Erinnerung ist ihr auch ein Benefizanlass, den sie zum zweiten Mal für eine medizinische Stiftung in der Tonhalle organisierte. «Beim ersten Event war die Geigerin Anne-Sophie Mutter unser Stargast, beim zweiten die Sopranistin Edita Gruberova», erzählt Fried nicht ohne Stolz. Ziel war es, für die Stiftung Sponsorengelder zu generieren, aber auch diese der Öffentlichkeit bekannt zu machen und für deren Zweck zu werben. ♦ www.friedevents.ch