43322 Einzelverkaufspreis 9,40 €
www.events-magazine.com

events

DAS MANAGEMENT-MAGAZIN
FÜR LIVE-KOMMUNIKATION

COMPLIANCE II: WARUM DER PEGEL STEIGT

und Wegtauchen keine Lösung ist!

4
2012

AGENTUREN:
KÖLNER AGENTUR KREIERT KÖLN-MUSICAL

INCENTIVETIPPS:
ARIZONA, MALTA UND DIE SCHWEIZ

WEITERBILDUNG:
MIT EVENTS EIN STIPENDIUM GEWINNEN

VORMERKEN:
LOCATIONS REGIO STUTTGART, 19. JULI 2012

KÖLN IST EIN GEFÜHL:

Besser als jedes Krimi-Dinner!

Wenn eine in der Region verwurzelte Event- & Incentive-Agentur sich intensiv mit der geistigen Software ihrer Heimat beschäftigt, dort sinnstiftend agiert und investiert, dann entsteht manchmal sogar ein selbst entwickeltes Dinner Musical.

1

AGENTUREN

LEBENSWERK:
VOK DAMS – 50 JAHRE LIVEKOMMUNIKATION

ABSURD?:
PITCH HONORARE

NEUKUNDENAKQUISE:
EIN SPEKULATIVES GESCHÄFT

So nun geschehen in Köln, wo die Agentur Welcome zu einem schönen Premierenabend ins Kölner Marriott-Hotel einlud, um etwa 150 Veranstaltungsplanern und etwas Lokalprominenz die Comedy-Musical-Dinner Revue „Köln ist ein Gefühl!" vorzustellen. Das Konzept schlug eine professionelle Brücke zwischen verschiedenen Stil-Ebenen wie Musikrevue, Comedy und anspruchsvollen Visualisierungen durch Projektion und präsentierte sich insgesamt als vielschichtig gefühliges Gesamtkunstwerk, exklusiv buchbar für Firmenveranstaltungen.

Es war eine Premiere ohne Vorpremiere und damit für die Macher ein echter Härtetest vor verwöhntem Live-Publikum. Mit einem Titel, der natürlich ganz bestimmte Erwartungen geweckt hatte. Allerdings war angesichts bereits reichlich vorhandener kölschseliger Formate hier der konzeptionelle Ansatz einmal bewusst völlig anders gewählt worden. Tumbe Kölschtümelei sollte vermieden werden – sie passt schließlich auch nicht zur Typologie einer künstlerisch anspruchsvollen Dinner-Revue. „Wir haben quasi unser Premierenpublikum zur zweiten dramaturgischen Instanz gemacht und festgestellt: Da steckt noch viel Reserve drin und genau das macht Spaß," kommentiert Dr. Achim Stegmann von der Agentur Welcome die ersten Reaktionen der Premieren-Gäste.

Als stärkste Ingredienzien des Stückes bezeichnen die Gäste die Darsteller. Auch der „gelernte Kölner" Stegmann sagt: „Das ist beste Musik- & Comedy-Qualität. Woran wir allerdings noch arbeiten müssen: Die Geschichte muss runder werden. Insbesondere, wenn man Nicht-Kölner auf der Bühne

DAS STORYBOARD IN KURZFORM:

Der erfolgreiche Musicalstar Diane Bellfort besucht im Rahmen seiner Welttournee die Domstadt. Das kann Servicefachkraft Irmgard Knüppel nicht davon abhalten, direkt zu Beginn der großen Show die Bühne zu entern. Gemeinsam mit dem talentierten Pianisten Christian Pfannenschmidt beginnen sie der leicht versnobten Diane Bellfort in ihrer sehr bodenständigen Art zu erklären, was Köln eigentlich ist. Die drei sehr unterschiedlichen Charaktere entdecken in Liedern, Hymnen und Geschichten den Zauber einer Stadt. Am Ende sind sie sich einig: Köln ist ein Gefühl.

hat, dann muss man die vielleicht besser einführen, vielleicht auch mit einem kölschen Erzähler begleiten – da gibt es viele Möglichkeiten, aus dem Off zu unterstützen."

Warum denn überhaupt Nichtkölner auf der Bühne? „ Köln ist ein Schmelztiegel, immer ein Ort für „Imis*" gewesen. Selbst Millowitsch war ja einer. Daher passt der Ansatz, eine Broadwaysängerin in Köln langsam „heimisch" werden zu lassen. Es geht immer um die Dichotonie zwischen diesen beiden, den Eingeborenen und den Auswärtigen, die das Psychotop Köln prägt, beide gleichermaßen erleben lässt: Köln ist ein Gefühl!", so Stegmann weiter. Frau Knüppel – die tragende Comedy-Seele im Stück - hat nämlich überraschenderweise keinen kölschen Akzent, eher einen niederrheinischen. Auch hier nur auf den ersten Blick ein Bruch, auf den zweiten das perfekte Beispiel einer gelungenen Integration, denn Frau Knüppel ist in Realita die Seele der „Kölner singenden Biergärten" und als weiterer Parade-Imi mittlerweile eine kölsche Institution. Auch der Regisseur ist eine „Imi-Original-Ingredienzie": Claus Vinçon, Schauspieler, Autor und Regisseur, spielt seit 1994 als Georg Eschweiler alias ‚Käthe' in der Lindenstraße, war Chefautor „Schmidt – Die Mitternachtsshow" (NDR), Chefautor der RTL Serie „Die Camper", Chefautor „Die April-Hailer-Show" (ZDF) und vieler weiterer erfolgreicher Fernsehformate. Für „Köln ist ein Gefühl" hat Claus Vinçon das Buch verfasst, die dramaturgische Leitung übernommen und führte Regie.

Nachwürzen bitte mit einer Extra-Prise Köln!

Lassen wir den Welcome-Geschäftsführer noch einmal zu Wort kommen: „Wir lassen das Publikum eine Form der Liebe in zwei großen Erzähl-Linien nacherleben. Beide Linien dokumentieren Annäherung, Annäherung zwischen zwei Darstellern, Mann und Frau, und Annäherung an die Stadt Köln, an das kölsche Lebensgefühl. Alles beginnt mit der großen weiten Welt, mit Broadway-Impressionen und endet in einer neu und eigens für das Stück komponierten Köln-Hymne. Der andere gegenläufige Strang versinnbildlicht die Fallhöhe zwischen der Welt des Musicals und der Service-Fachkraft, die mitten aus dem Leben kommt. Dazu gehört auch ein Rollentausch. Viel Kalkül, allerlei intellektuell gut überlegte Linienführungen stecken hinter dieser Inszenierung, die natürlich erst auf den zweiten Blick deutlich werden. Nichtsdestotrotz glaube ich, dass durch einen dritten Strang mit kölschem Liedgut und noch stärker Köln-bezogenen Projektionen das Stück weiter gewinnen kann." Das Einpflegen von mehr kölscher Authentizität, ohne den dramaturgisch richtigen Grundansatz zu veranlassen, daran werden die Macher nun gemeinsam noch zu feilen haben.

Ein erstes Fazit: „Köln ist ein Gefühl" kann ganz schnell ein sehr besonderes Format werden, das sowohl für Marketing-Events als auch bei öffentlichen Veranstaltungen (warum nicht gerade als „grundgefühliges" Thema zu Weihnachtsfeier-Anlässen?!) reichlich Bella Figura machen wird. Dies nicht nur, weil es wirklich neu ist, nein, auch weil es qualitativ hochwertig, amüsant und: mit Hirn & Herzblut gemacht ist! Überlassen wir Dr. Stegmann das letzte Wort, dem wir aus redaktioneller Sicht nur beipflichten können: „Man muss sich eben immer wieder neu erfinden. Wir wissen, dass wir hier ein kleines Juwel haben. Jetzt müssen wir es nur noch in die letzte Fassung bringen!" Das Video in der vorläufigen Version ist auf der Homepage zu begutachten. www.welcome-gmbh.de ; www.koeln-gefuehl.de Vorerst aber: Thanks to WELCOME aus Frechen für diese aufwendige und schöne Realisierung und Danke auch an das Marriott-Hotel für einen atmosphärisch und kulinarisch schönen Premierenabend im Schatten der Domtürme...

*Ein **Imi** (abgeleitet von enne imiteete Kölsche) ist lt. koelnwiki.de ein Bürger Kölns (häufig auch nur mit Zweitwohnsitz oder gar nicht in Köln gemeldet), der nicht ursprünglich aus Köln (oder dem Umland) stammt. Nach strenger Definition gilt als ‚echter' Kölner nur, wer in 3. Generation in Köln geboren wurde. Dies trifft vermutlich nur auf einen sehr geringen Teil der heutigen Bewohner Kölns zu. Strenge Definitionen widerstreben dem kölschen Gemüt. Und so geht das Wort Imi zwar leicht über die Lippen, ist aber selten ein ernst gemeintes Schimpfwort. Im Gegenteil, so vermeiden die Kölner den Begriff „Fremder". Denn es gibt ja nur Kölsche und Imis. Und irgendwann werden aus Imis Kölsche; siehe oben....

Broadway meets Cologne: Die Agentur Welcome inszeniert das Kölner Wir-Gefühl völlig neu!