

# EVENT PARTNER

FACHMAGAZIN FÜR EVENT-MARKETING

Showcase von Albus Artists: Variété-Abend zur Promotion von Künstlern der Agentur am 26. März 2007 im TIPI am Berliner Kanzleramtsplatz



## Albus Artists

*Die junge Kölner Künstler- und Veranstaltungsagentur Albus Artists vermittelt niveauvolle Showkunst von A(cappella) bis Z(igeunermusik).*

Mit Künstlern und ihren speziellen Eigenarten hatte Sven Weiß in jungen Jahren zunächst nur wenig im Sinn: Nach einem BWL-Studium gründete der heutige Inhaber von Albus Artists 1991 in Berlin den EDV-Service „PC-Notruf“, der sich gut entwickelte und bis zum heutigen Tag aktiv ist. „In den 90ern haben wir in der Firma regelmäßig Weihnachtsfeiern und Veranstaltungen mit Kunden organisiert – ich weiß also durchaus, wie Events auf Unternehmensebene betrachtet werden“, sagt Sven Weiß rückblickend. Nach seinem Ausscheiden bei PC-Notruf war Weiß als Pressesprecher bei einem börsennotierten Internet-Unternehmen tätig, und als der neue Markt zu Beginn des aktuellen Jahrtausends zusammenbrach, nahm er ein Sabbatical: „Ich wollte einfach einmal etwas ganz anderes machen“, sagt der Agenturinhaber, der sich 2002 kurz entschlossen als Pressesprecher beim Circus Flic Flac bewarb und für das allseits bekannte Manegenspektakel fortan die Pressearbeit betreute. „Dort habe ich meine Berufung gefunden“, erklärt Weiß, der im Anschluss an sein zirkensches Engagement eine Weiterbildung zum Kulturmanager bei der Kölner „SK Stiftung Kultur“ absolvierte und nach einer rund einjährigen Testphase im Juni 2005 eine eigene Künstler- und Veranstaltungsagentur mit Sitz in der Kölner Innenstadt gründete: „Auf die Selbstständigkeit war ich insofern gut vorbereitet, als ich bei ‚PC-Notruf‘ ja über fast neun Jahre hinweg Geschäftsführer war“, sagt Weiß, der heute eine Angestellte beschäftigt und in dessen Firma sich eine Auszubildende auf ihren Abschluss als „Kauffrau für Bürokommunikation“ vorbereitet.

### Bunt & Weiß

Die Kölner Künstler- und Veranstaltungsagentur hört auf den Namen „Albus Artists“, der sich nicht nur durch die wohlklingende Alliteration einprägt – das lateinische Adjektiv mit der Bedeutung „weiß“ passt auch perfekt zum Namen des Firmengründers, und das eher zurückhaltend gestaltete Logo beruht auf einer weißen Outline-Schrift: „Ich bin Agent und agiere im Hintergrund; die Künstler sind bunt, ich muss es nicht sein ...“, sagt Weiß. Auf die Frage, ob er im Zeitalter von Web 2.0 die Grundlage seiner Tätigkeit nicht durch das Internet gefährdet sehe, antwortet der Agenturinhaber: „In der Anfangsphase hatte ich schon ein wenig die Befürchtung, dass potenzielle Kunden über das Internet direkt an die Künstler herantreten könnten. Wenn man allerdings nur die Website eines Künstlers besucht, kann man vielleicht etwas über die Qualitäten seines Webdesig-

Agenturgründer und -inhaber Sven Weiß



**„Man kann sich mit einer falschen Künstlerwahl bei einer Veranstaltung ja durchaus in die Nesseln setzen ...“**

ners sagen – nicht unbedingt aber etwas über die künstlerische Qualität seiner Performance. Ich bin Berater, und ich kenne sämtliche Künstler, die ich vorschlage, aus eigener Erfahrung – ich habe alle schon live auf der Bühne gesehen.“ Weiß versteht seine Agentur zum einen als Qualitätsgaranten, zum anderen aber auch als Filter, der dem Auftraggeber die Zeit raubende Selektionsarbeit abnimmt. „Meine Kunst ist es, die richtigen Fragen zu stellen“, sagt Sven Weiß über seine Arbeit. „Ich möchte herausfinden, welche Erwartungshaltung das Publikum hat und welche Botschaften der Veranstalter vermitteln möchte – erst danach kann ich eine passende Empfehlung geben.“ Albus-Empfehlungen beruhen auf Überzeugung und nicht auf gewachsenen Verbindungen: „Ich vertrete keine Künstler exklusiv und möchte dadurch meine Unabhängigkeit in der Beratung sicherstellen“, sagt Sven Weiß. „Ich muss keine bestimmten Künstler bevorzugt anbieten, sondern kann meinen Kunden das für ihre jeweilige Veranstaltung am besten geeignete Programm offerieren. In meiner Beratung bin ich vollkommen frei.“

### Künstler & Kunden

Künstlerisches Niveau steht bei Sven Weiß hoch im Kurs: „Man kann sich mit einer falschen Künstlerwahl bei einer Veranstaltung ja durchaus in die Nesseln setzen ...“, merkt er an und weist darauf hin,

dass Anfragen nach spärlich bekleideten Go-go-Girls und lautstarken Disco-Vergnügungen bei anderen Anbietern besser aufgehoben seien. „Mein Kernfeld ist Deutschland“, sagt Sven Weiß über die geografische Präsenz seiner Agentur, stellt aber im gleichen Atemzug heraus, dass er gute Kontakte zu diversen Musikformationen in den wichtigen europäischen Großstädten unterhält. Bereicherungen für seine mittlerweile rund 600 Künstler umfassende und thematisch breit angelegte Kartei findet Weiß u. a. auf der Freiburger Kulturbörse, die er in jedem Jahr besucht. Auch unaufgefordert eingesandte Bewerbungen landen regelmäßig auf den Schreibtischen von Albus Artists – Sven Weiß bittet in diesem Zusammenhang stets um eine Einladung zu einer Aufführung, da er nach eigenem Bekunden Künstler, die er nicht live erlebt hat, nicht in seine Kartei aufnimmt. „Besonders wichtig ist für mich in diesem Zusammenhang die Resonanz der Zuschauer“, berichtet Weiß über seine Auswahlkriterien. „Natürlich schaue ich mir das Geschehen auf der Bühne an, aber mit einem Auge bin ich immer auch beim Publikum ...“ Referenzen sind auf der Website der Künstleragentur ([www.albus-artists.de](http://www.albus-artists.de)) zu finden, und neben bebilderten PDF-Dateien gewährt dort ein Video Einblick in Showcases, die Albus Artists in regelmäßigen Abständen für ausgewählte



Bestandskunden sowie potenzielle neue Auftraggeber veranstaltet; die Fotos zu diesem Artikel entstammen einem im März 2007 im Berliner TIPI realisierten Showcase. Bestimmte Branchenschwerpunkte sind in den Referenzen der Kölner Agentur nicht auszumachen; vielmehr ist das Spektrum breit gefächert und erstreckt sich von der Automobilindustrie über Verbände jeder Couleur bis zum Handchirurgienkongress; Festakt, Get-together, Messe, Jubiläum, Betriebsfeier und Kickoff stehen gleichermaßen auf der Agenda. „Es freut mich, wenn ich von einem Kunden höre, dass ich ihm eine gute Empfehlung für seinen Event gegeben habe“, sagt Weiß. „Wenn Künstler sich von mir professionell betreut fühlen und der Veranstalter von meinen Empfehlungen profitiert, bin ich glücklich, weil ich für beide Seiten gute Arbeit geleistet habe.“

Auf die offensichtlich recht erfreuliche Auftragslage seiner noch jungen Agentur angesprochen und nach einem Erfolgsrezept befragt, antwortet Weiß ohne Zögern mit Begriffen wie „Zuverlässigkeit“ und „Schnelligkeit“. Diese auch in anderen Zusammenhängen vorteilhaften Tugenden scheinen sich zu bewähren, denn der Agenturinhaber berichtet mit sichtlichem Stolz über hunderte von Veranstaltungen, die in den vergangenen Jahren von seiner Agentur erfolgreich betreut wurden: „Manchmal sind es an einem Tag bis zu fünf Veranstaltungen in verschiedenen

deutschen Städten“, sagt Weiß, der sich als qualitätssichernde Maßnahme nach einem Event stets ein Feedback vom Veranstalter einholt – ganz nebenbei sicher auch eine probate Möglichkeit, um mit dem Auftraggeber im Gespräch zu bleiben.

#### Prozesse & PCs

Der EDV-Background des Agenturinhabers ist kaum zu übersehen, wenn man ihm bei der Arbeit über die Schulter schaut:

**„Ich arbeite sowohl mit kreativen Künstlern wie auch mit Menschen, die vorrangig in Budgets denken – eigentlich sind das zwei Welten, die nicht zusammenpassen ...“**

Spracheingabe per Headset und VoIP-Telefonie sind in den Kölner Büroräumen von Albus Artists ebenso eine Selbstverständlichkeit wie eine penibel gepflegte Datenbank samt ausgeklügeltem Customer-Relationship-Management.

„Die Vermittlung von Künstlern bringt eine Unmenge von Prozessen mit sich“, sagt Weiß und berichtet über die Eigenheiten des Vertragsmanagements und die Vielzahl der Vorgänge, die im Rahmen einer Künstlervermittlung zwangsläufig anfallen. Eine Prozesskette mit bis zu 60 Teilschritten ist nach seiner Erfahrung bei der Vermittlung gang und gäbe, und natürlich sollen sämtliche Aufgaben in der gebotenen Qualität und zum richtigen Zeitpunkt erledigt werden. Während unseres Besuchs wurde in Köln an einer

aufwändigen Software gearbeitet, die nach Fertigstellung die betrieblichen Prozesse weiter optimieren und beschleunigen soll, so dass das Albus-Team trotz positiver Auftragsentwicklung wohl weiterhin schlank bleiben wird: „Mehr als sechs bis sieben Mitarbeiter möchte ich in meiner Agentur nicht haben“, sagt Sven Weiß daraufhin angesprochen. Der Agenturinhaber verfolgt das Ziel, den überwiegenden Teil der routinemäßig anfallenden Büroarbeiten zu automatisieren, um die gewonnene Zeit für anspruchsvollere Tätigkeiten wie die persönliche Betreuung von Kunden und Künstlern zu nutzen.

Wie viele Künstleragenten versteht sich Sven Weiß als unparteiischer Vermittler zwischen Auftraggebern und Künstlern und kann die Eigenheiten und Bedürfnisse beider Seiten nachvollziehen. Weiß: „Ich arbeite sowohl mit kreativen Künstlern wie auch mit Menschen, die vorrangig in Budgets denken – eigentlich sind das zwei Welten, die nicht zusammenpassen ...“ Mit einem Schmunzeln fährt der Agenturinhaber fort: „Allerdings bin ich mittendrin und fühle mich da auch sauwohl!“

#### Neue Talente

Im Rahmen seiner Tätigkeit hat Sven Weiß diverse Trends im Event-Bereich kommen und gehen sehen, so dass er für das Jahr 2008 keine besondere Trendprognose abgeben möchte – „höher, schneller, weiter, besser“ und das Bestreben, mit einem außergewöhnlichen Showact einen vorangegangenen Event nochmals zu toppen, genießen bei Kun-

den nach seinen Worten aber generell stets oberste Priorität.

Für Veranstaltungen stellt Albus Artists über die Vermittlung einzelner Künstler hinaus gerne auch ein komplettes Showprogramm zusammen, dessen Dramaturgie vom Agenturinhaber passend zum geplanten Verlauf der Veranstaltung konzipiert wird – für eine positive Überraschung der Event-Gäste ist dabei in aller Regel gesorgt, denn der Künstlerpool von Albus Artists bietet neben etablierten Acts auch eine Vielzahl neuer Talente, die noch nicht in der gesamten deutschen Event-Landschaft ihre Kreise gezogen haben.

**Text: Jörg Küster  
Fotos: eventfotografen.de für Albus Artists,  
Jörg Küster**