



Mike Jaeger und Bernhard Wolff,
geschäftsführende Gesellschafter
von Wolff trifft Jaeger

Wolff trifft Jaeger. GmbH für erstaunliche Ereignisse

Getroffen haben sich Bernhard Wolff und Mike Jaeger immer wieder einmal, bevor sie sich entschlossen, gemeinsam eine Agentur für Live-Kommunikation zu gründen. Das absurde Bild, das der Agenturname im Gedächtnis erzeugt, spiegelt die Arbeitsphilosophie der beiden Geschäftsführer wider. Gerade in der Live-Kommunikation sei es von großer Bedeutung bei der Wissensvermittlung Bilder zu entwickeln, die für die Teilnehmer von solchen Veranstaltungen „merkfähig“ seien und letztlich im Gedächtnis hängen blieben. Der offizielle Start der „Gesellschaft für erstaunliche Ereignisse“ war am 1. Januar 2003. In kleinen Schritten ist die Agentur gewachsen - heute sind fünf Mitarbeiter angestellt. Für Wolff und Jaeger ein optimale Zahl, denn die Kernkompetenzen, um erfolgreich am Markt agieren zu können, seien besetzt. Zusätzlich verfügt die Agentur über ein großes Netzwerkpotenzial mit 20 bis 25 hochkarätigen Moderatoren und Referenten. Bernhard Wolff ist Werbekaufmann und war als Texter bei Springer & Jacoby tätig. Nebenher spielt er regelmäßig Theater, eine Leidenschaft, die ihn schon früh ergriffen hat. Die Konsequenz: Nach dem Studium der Wirtschaftspädagogik machte er sein Hobby zum Beruf und gründete das „Think-Theatre“. Mike Jaeger studierte Theaterwissenschaften in London und finanzierte sich sein Studium als „stage manager“ am Theater. 1998 kehrte er nach Deutschland zurück und arbeitete u.a. bei Jack Morton Worldwide in Krefeld.

Wolff trifft Jaeger.
GmbH für erstaunliche Ereignisse
Grindelallee 100
20146 Hamburg
Tel. (040) 41 42 90 0
Fax: (040) 41 42 90 11
E-Mail: info@w-t-j.de
Internet: www.wolff-trifft-jaeger.de
Zahlreiche Kunden aus der Pharmaindustrie

Nur Rotkäppchen fehlt

Es war einmal in Hamburg: Ein Wolff traf im Großstadtdschungel auf einen Jaeger. Daraus entwickelte sich kein schreckliches, wie aus dem Märchen bekanntes Szenario, sondern eine Agentur, die sich auf kodexkonforme Live-Kommunikation spezialisiert hat. Wolff und Jaeger stehen für zwei unterschiedliche Kompetenzen, die sich in ihrer Arbeit aber perfekt ergänzen.

..... Zwei Köpfe - zwei Denkweisen, aber eine gemeinsame Leidenschaft, nämlich das Theater. Eine Besonderheit, die die „Wolff trifft Jaeger“-Agentur auszeichnet. Davon sind zumindest die beiden Geschäftsführer Bernhard Wolff und Mike Jaeger überzeugt. „Es ist ein Unterschied, ob man Live-Kommunikationsveranstaltungen nur am Schreibtisch konzipiert oder ob man aus eigener Bühnenerfahrung schöpfen kann“, meint Bernhard Wolff, der seit frühester Jugend Erfahrungen auf der Bühne gesammelt hat. „Aus dieser langjährigen Bühnenerfahrung und dem spielerischen Umgang mit dem Thema ‚Gedächtnis und Gehirn‘ sind viele Methoden entstanden, die wir für das Infotainment bei Veranstaltungen wie Ärztekongressen oder Pharmaausdienstagungen verwenden“, erklärt Wolff. „Und unser Wissen und unsere Erfahrung sind speziell für wissenschaftliche Moderationen von unschlagbarem Vorteil.“

Die Hamburger Kreativen haben verschiedene Module für kodexkonforme Live-Kommunikation im sensiblen Pharmaumfeld entwickelt. Bei der Konzepterstellung legt die Agentur besonderen Wert darauf, dass die wirtschaftliche Effizienz der Arbeitsmodelle für die Kunden stets mit einbezogen wird. Mit ihrem Angebot unterstützt „Wolff trifft Jaeger“ die Zusammenarbeit der Pharmaindustrie mit Werbe- und PR-Agenturen sowie Kongressveranstaltern. Die Kreativität der beiden Agenturgründer wird durch den Pharma-Kodex nicht behindert: „Wir sind in der Lage, die notwendigen Rahmenbedingungen effizient mit wissenschaftlichen Inhalten zu verknüpfen.“

Der Kreative und der Stratege bilden eine erfolgreiche Symbiose

Aus der unterschiedlichen Herkunft der beiden Agenturgründer ergibt sich auch die Aufteilung der Aufgaben innerhalb der Agentur: Während Bernhard Wolff für den kreativen Part der Live-Kommunikationsagentur steht, nimmt Mike Jaeger die Rolle des rationalen Strategen ein. Zur Finanzierung des Studiums der Theaterwissenschaften

arbeitete Mike Jaeger abends im Theater im Bereich „stage management“. „Ich ziehe lieber im Hintergrund die Fäden und agiere von dort“, so Mike Jaeger. In der Agentur verantwortet Jaeger die Umsetzung der kreativen Ideen in Produktionsschritte und überwacht das Budget. „Ziel auf der Bühne ist es, einen Sachverhalt emotional zu vermitteln, und das funktioniert im Theater genauso wie in der Live-Kommunikation“, erklärt der Stratege.

Das Grundverständnis von Live-Kommunikation liegt für beide darin, dass auch für einen wissenschaftlichen Inhalt eine sinnstiftende emotionale Plattform geschaffen werden müsse. „Wissen muss erlebbar gemacht werden, denn auf beiden Seiten sind Menschen, die nicht nur über rationale Denkstrukturen verfügen“, erklärt Wolff. Konzepte werden grundsätzlich auf Kodexkonformität überprüft, da werden auch schon mal Ideen gestrichen, denn einer der Leitsätze der Agentur lautet: „Nicht die erste, sondern die beste Idee zählt.“ Und daran halte man sich auch, erklären beide einhellig. Grundlage bei Entwicklung von Live-Kommunikationskonzepten sei es, zunächst einmal die Strategie der komplexen Gesamtkommunikation der Marke oder des Produktes genau unter die Lupe zu nehmen, denn „wir passen uns mit unseren Ideen für die Live-Kommunikation dem Gesamtkonzept der Kommunikation an“.

Besondere Stärke: Netzwerk

Für die Gestaltung von Fortbildungsveranstaltungen oder Tagungen kann die Agentur auf ein Netzwerk von 20 bis 25 Personen zurückgreifen. Und darin sind nicht irgendwelche Moderatoren, sondern nach Ansicht von Wolff und Jaeger die besten, die man in Deutschland bekommen kann (vgl. Pharma Relations 01/2006), versammelt. „Und die verfügen alle sowohl über die wissenschaftliche als auch über Vermittlungskompetenz.“ Eine weitere Stärke, mit der die Agentur punkten kann. Und das ist kein Märchen. ●

Jutta Mutschler
mutschler@pharma-relations.de