

Aktiv auf vielen Plattformen



Rea Eggli kombiniert jahrzehntelange Berufserfahrung im Bereich Kommunikation und Kultur mit dem richtigen Netzwerk, visueller Ästhetik und organisatorischem Geschick. Zusammen mit ihrem Partner Chris Eggli führt sie die Agentur eggli.eggli in Zürich. Parallel betreibt sie mit zwei weiteren Teilhabern auch Crowdfunding mit der Plattform www.wemakeit.ch.

Rea Eggli hat ihren Weg über ein Business in Indien, Kulturmanagement in der Schweiz und Crowdfunding im Internet gefunden.

Kultur, Kreativwirtschaft und Kommunikation: das sind die drei grossen K in der Welt von Rea Eggli. Aktuell macht sie Schlagzeilen mit ihrer Crowdfunding-Plattform Wemakeit.ch. Bereits 1,4 Millionen Franken haben Rea Eggli und ihre Geschäftspartner Johannes Gees und Jürg Lehn über die erste Schweizer Finanzierungsplattform generiert. Und [Wemakeit](http://Wemakeit.ch) ist erst seit einem Jahr online.

Bereits seit über zehn Jahren führt Rea Eggli parallel zu ihrem Engagement in den verschiedensten Bereichen der Kultur auch eine Kommunikationsagentur. Als *Swissandfamous* war diese einmal in

der ganzen Schweiz bekannt. Heute wollen sich Rea und Chris Eggli nicht mehr hinter dem provokativen Fantasielabel verstecken. «Die Bezeichnung hat uns bei der Gründung im Jahre 2000 amüsiert. Heute haben wir ein gewisses Alter und damit Erfahrung. Jetzt wollen wir mit unseren eigenen Namen auch für das stehen, was wir auf dem Markt anbieten.»

Seit September 2010 gibt es deshalb eggli.eggli. Über diese Agentur betreuen Rea und Chris Eggli Kunden aus Wirtschaft, Kreativwirtschaft und Kultur in den Bereichen Kommunikation, Gestaltung und Projektleitung. Rea Eggli hat ihre Kompetenzen im Verlauf eines sehr farbigen Berufslebens mit

immer wieder neuen Wendungen entwickelt. Schon mit 15 hat sie in Texas ein Jahr lang im Unternehmen des Zwillingbruders ihres Vaters im Bereich Import und Export internationale Luft geschnuppert. «In den USA habe ich als Teenager aus dem Berner Oberland gelernt, wie man sich auch in einer völlig fremden Umgebung behaupten muss, um auf eigenen Füßen zu stehen.»

Vor ihrem Quereinstieg in die Welt der Medien hat sie später ihr Grundwissen an der Hotelhandelschule erworben und dann kurz in der Gastronomie gearbeitet. In diesen jungen Jahren hat sie Rea und Chris kennen gelernt; aus dieser über zwanzigjährigen Beziehung resultierte ein mittlerweile 4-jähriger Bub.

Der damalige Art Director bei der Berner Contexta hat sich schon damals neben seinem Job in der Werbung sehr engagiert auch in anderen kulturellen Kreisen bewegt. «Über diese Beziehung habe ich die Welt der Kunst und Kultur entdeckt», blickt Rea Eggli zurück auf ihre Weichenstellung. Davon angetan hat sie sich an der Sorbonne in Paris einen Sommerkurs über Literatur und Kulturgeschichte gegönnt. Zurück in Bern suchte sie einen Temporärjob und landete in Indien.

Bei der damaligen Swiss Telecom war eine Stelle frei im internationalen Team, das unter anderem für ein indisches Joint-Venture arbeitete. Als dieses konkret wurde, bekam Rea Eggli die Chance, den CEO dieses Auslands-Engagements als Assistentin für zwei Jahre nach New Delhi zu begleiten. Sie überlegte nicht lange und unterzeichnete den Expat-Vertrag.

Erfahrungen in Indien

«Das war eine sehr spannende und lehrreiche Zeit. Ich musste Meetings für den Verwaltungsrat organisieren und dazu die unterschiedlichsten VIPs betreuen.» Rund um dieses Indien-Abenteuer der Swiss Telecom hat die gelernte Gastro-Fachfrau bei zahlreichen Marketing-Events auch ihr Talent als Organisatorin weiter professionalisieren können. So hat Rea Eggli schliesslich immer mehr auch Aufgaben im Bereich Marketing und Kommunikation übernommen. «Learning by Doing.»

Gelernt hat sie zudem, auch in sehr turbulenten Phasen ihre Nerven zu behalten. «Indien ist nicht ganz einfach. Mit einer Schweizer Mentalität und Firma im Rücken, mussten wir uns oft in Geduld üben. Das hilft mir auch heute noch. Es braucht viel, bis ich gestresst bin oder die Nerven verliere.»

Chris Eggli blieb in dieser Zeit zuerst noch bei der Contexta in Bern, später kündigte er und folgte Rea nach Indien. In diesem Sabbatical beschäftigte er sich ausschliesslich mit Kunst und organisierte in Asien verschiedene Ausstellungen.

Zurück in Bern arbeitete Rea Eggli 1997 weiter für die Internationale Abteilung der Swiss Telecom – nun im Bereich PR und Kommunikation. Beim führenden nationalen Anbieter für Telekommunikation war das Internet inzwischen zum kommenden Thema geworden. Eggli wurde für je vier Monate

nach Stuttgart und dann nach Wien entsandt, wo sie sich mit einem Intranetkonzept beschäftigte, aber auch erste Presseluft schnuppen konnte.

Weil der Livekommunikationsbereich sie «immer stärker interessierte», wollte Rea Eggli die Branche auch einmal von der anderen Seite kennen lernen. Sie liess sich bei der MCI Group anstellen. Für die eben neu eröffnete Zürcher Niederlassung dieses weltweit präsenten Netzwerks mit über 700 Mitarbeitenden konnte Rea Eggli im Jahr 2000 als Leiterin das Event-Department aufbauen und Marketing-Events umsetzen.

Bei all diesen Jobs gab es immer wieder die verschiedensten Berührungspunkte mit der Kunst. Rea Eggli realisierte, dass sie als Organisatorin in dieser Branche doch einiges von ihren Erfahrungen für die Kunstschaffenden einbringen könnte. 2001 hat sie deshalb ihren Job gekündigt und sich für den ersten Kulturmanagement-Lehrgang beim Sawi angemeldet. «Diese Weiterbildung war damals noch in den Kinderschuhen, aber da ich mich gleichzeitig selbstständig gemacht habe, konnte ich doch sehr davon profitieren.»

Kulturmanagement

Als «Case» für ihre Diplomarbeit hat sie parallel zur Schule mit ihrem Chris die Agentur Swissandfamous gegründet und aufgebaut. «Das war noch ein ziemlich spontanes Projekt. Wir hatten keinen richtigen Businessplan. Aber ganz viele Ideen.» Erste Umsetzungen waren Lesungen und das Planen von Literaturtourneen. «Das war zu einer Zeit, als noch niemand über Lesungen geredet hat.»

Als bald organisierte Swissandfamous Tourneen für Reeto von Gunten oder Benjamin von Stuckrad Barre, produzierte Theaterstücke mit Beat Schlatter und Patrick Frey, baute, zusammen mit Danielle Stutz, die erste Fotografiemesse «Showcase International» auf, welche bald internationale Nachahmer fand und konzipierte die «Märli am See», die auch heute, nach elf Jahren, immer noch als Veranstaltungsreihe existieren.

Heute wird Swissandfamous «nur» noch als kleiner Verlag weitergeführt. Dieser hat kürzlich ein Album mit zehn Hörbüchern mit Werken von Christian Kracht publiziert. Gelesen wurden die exklusiven Produktionen, die in der Schweiz, in Holland und in Deutschland produziert wurden, von drei Musikern: Dieter Meier, Schorsch Kamerun und Dirk von Lowtzow.

Mit dem Kommunikationsbüro eggli.eggli wollten Rea und Chris die Aktivität etwas fokussieren und sich aus der Kleinkunst verabschieden. «Es war Zeit für etwas Neues.» Zum Kundenstamm zählen das

NZZ Folio mit regelmässigen Kundenmailings, das Viadukt mit der Viaduktnacht, das Schweizerische Landesmuseum mit der Gestaltung der Kommunikationsmittel von Ausstellungen oder auch mal eine Werbeagentur, für die eggli.eggli eine Below-the-line-Produktion übernimmt. Auch für die Medienarbeit des vor einem Jahr neu eröffneten Hamams «Stadtbad» im Zürcher Volkshaus oder von Arctic Paper Schweiz zeichnet eggli.eggli verantwortlich.

Chris Eggli ist verantwortlich für die Gestaltung und die Art Direction. Rea ist für die Geschäftsführung und Beratung zuständig. Zusammen sind sie Teilhaber des Buch- und Möbelladens «Westflügel» im Viadukt in Zürich, wo nebst antiquarischen Foto- und Kunstbüchern die gesamte INCH-Furniture-Kollektion verkauft wird.

Crowdfunding

Rea Eggli hat zum Ausgleich als ihren Freiraum die Crowdfunding-Plattform www.wemakeit.ch gegründet. Entstanden ist die erste Plattform dieser Art in der Schweiz auf Initiative des Künstlers Johannes Gees. Als dritter Partner dabei, neben Rea Eggli, ist der Designer und Künstler Jürg Lehni. Vor einem Jahr, am 5. Februar 2012, ging Wemakeit online. Inzwischen steuert die erste Crowdfunding-Plattform der Schweiz noch in diesem Jahr auf die 2-Millionen-Grenze zu. Neue Kulturgelder, die kreative Projekte ermöglichen.

Der grösste Betrag ist bis jetzt mit über 34 000 Franken für eine Publikation rund um die Einstellung des Zürcher Clubs Abart geflossen. Die ehemaligen Betreiber haben das Projekt online gestellt, um zu testen, ob überhaupt ein Interesse an einem solchen Buch besteht. Das Interesse wurde bestätigt.

Will das Publikum diese Ausstellung, diesen Film oder dieses Musikalbum? «Neben der Finanzierung ist das Abklären von einem Bedarf ein sehr wichtiger Aspekt von Crowdfunding», meint Rea Eggli. Die Vorfinanzierung kann dabei auch als Vorverkauf und damit Markttest interpretiert werden.

«Zudem kann man wunderbar sein Publikum, seine Fans oder Käufer integrieren und somit eine Kundenbindung erzielen. Statt ein Ticket an der Theaterkasse zu kaufen oder ein Album downzuloaden, finanzieren solche Mikro-Produzenten das Endresultat vor. Sie sind während der ganzen Projektphase mit dabei und wie heisst es so schön: die Vorfreude ist die schönste Freude, fiebern sie als Botschafter für das Endprodukt mit. Eine bessere PR gibt es gar nicht!»

Als Gegenleistung gibt es neben den emotionalen Werten zum Beispiel Einladungen zu einem Essen mit den Künstlern, limitierte Kunstwerke, exklusive



Foto: Tom Haller



Foto: Jozso Palkovits



Rea und Chris Eggli (oben) betreiben zusammen die Kommunikationsagentur eggli.eggli. Mit Jürg Lehni und Johannes Gees hat sie die Crowdfunding-Plattform Wemakeit gegründet. Im Viadukt in Zürich sind Chris und Rea Eggli am Möbelladen «Westflügel» beteiligt.

Previews, private Gartenkonzerte, namentliche Nennung im Abspann oder auch mal ein Mitspracherecht.

Crowdfunding funktioniert auch als Trendbarometer. «Ich kann zum Voraus sehen, was in einem Jahr auf den Markt kommen wird. Man ist informiert, bevor etwas passiert», weiss Rea Eggli. Entdecken kann man diese kommenden Projekte beim unverbindlichen Surfen auf der Plattform. Aktuell sind auf Wemakeit rund 50 Ideen aufgeschaltet. Die Projekte stammen aus Kultur, Design, Architektur oder Community. Die Wemakeit-Redaktion prüft vorab, «ob professionell gearbeitet wird und das Budget in einem gesunden Verhältnis steht».

Eine Gefahr, dass mit dem immer schnelleren Wachsen der Plattform die Finanzierung sich zu einem nicht mehr sehr wirksamen «Giesskannen-Prinzip» verwässern könnte, will Rea Eggli nicht sehen. «Eine internationale Analyse zeigt, dass das Gegenteil der Fall ist.» Beim amerikanischen Pionier Kickstarter sind mehrere Tausend Projekte gleichzeitig online und diese Plattform hat im letzten Jahr über 400 Millionen Dollar generiert. «In der Schweiz sind wir also erst am Anfang der Crowdfundisierung.»

Andreas Panzeri



Kundenevent für das NZZ-Folio oder «Märli am See»: Das Engagement von eggli.eggli ist sehr breit gefächert. Auch ein Verlagsprojekt gehört zum Portfolio.



Viele Arbeiten von Chris Eggli als Art Director drehen sich um Kultur.