

AUGUST 2025

«Fuck-up» Runden, flammende Cocktails und ein neugieriger Hund

Gespräch von Timo Albiez
mit Samuel Röthlisberger



Samuel(rechts)ist Managing Partner bei der FE Agentur und gestaltet mit seiner FE Motion hybride und digitale Events, die Marken emotional erlebbar machen.

Lieber Samuel, wer bist du?

Ich bin ein 15-jähriger Junge im Körper eines 53-jährigen Mannes – und das ist kein Marketing-Spruch. Ich bin spassgesteuert, immer auf der Jagd nach Neuem. Meine Mitarbeitenden vergleichen mich mit einem Junghund: neugierig, verspielt, mit unbändiger Energie. Wenn mich etwas packt, tauche ich komplett ein. Ich will dann verstehen, wie es funktioniert – nicht nur an der Oberfläche, sondern bis zur allerersten Idee. Ich male mir dann aus, wie im Asterix-und-Obelix-Dorf einer seinen ersten Fisch verkauft und daraus irgendwann ein Handelsimperium wird. Diese Fantasiereisen helfen mir, komplexe Dinge so zu erklären, dass sie jeder versteht – und genau das ist mein Job.

Was macht deine Kreativität aus?

Meine Kreativität ist wie ein Hund mit der Nase im Wind. Ich renne jeder spannenden Spur hinterher – manchmal mehreren gleichzeitig. Das macht meinen Job aufregend, aber auch unberechenbar. Ich kann vor Begeisterung brennen – und trotzdem etwas wieder loslassen, wenn es mich nicht mehr packt. Was bleibt, ist diese Grundhaltung: Das Glas ist immer halb voll – selbst wenn mal etwas schiefeht. Diese Sichtweise habe ich durch meinen Beruf trainiert – weil ich mich zwangsläufig für andere Menschen, ihre Themen und ihre Geschichten interessieren muss.

Du hast eigentlich zwei Kunden – den Auftraggeber und das Publikum. Wie siehst du deine Rolle?

Ich bin eigentlich der Dolmetscher oder der Vermittler. Der Auftraggeber kommt mit einer Botschaft, das Publikum mit Erwartungen. Meine Aufgabe ist es, diese Botschaft so zu verpacken, dass sie beim Publikum ankommt – oft ohne ein einziges erklärendes Wort. Das kann ein Bühnenbild sein, das sofort ein Gefühl auslöst, oder eine Musik, die eine ganze Stimmung trägt. Ich liebe diesen Moment, wenn das Publikum etwas spürt, ohne genau zu wissen, warum.

Gab es einen Moment, in dem dir klar wurde: Das ist mein Ding?

Ja – ich war zwölf, als ich den Tagesschau-Sprecher Hansjörg Enz ins Fernsehen begleiten durfte. Ich sass im Regieraum, schaute auf die Uhr, hörte den Regisseur runterzählen: 5, 4, 3, 2, 1 – wir sind live! Diese Worte haben sich eingebrannt. Live bedeutet: Jetzt passiert's. Ich wollte danach unbedingt ins Fernsehen, lernte Fotograf, wurde Kameramann. Aber erst als ich bei einem Event vor echtem Publikum stand, wusste ich: Das ist mein Zuhause.

Bekommst du nach 25 Jahren denn immer noch Gänsehaut?

Bei jedem einzelnen Event. Ich inszeniere Starts fast wie ein Regisseur einen Film. Das Licht dimmt sich langsam, die Musik baut sich auf, das Publikum wird leiser. Ich stehe im Regieraum, habe alle Fäden in der Hand, und warte auf diesen einen Moment, wenn die Spannung am höchsten ist. Dann kommt mein «Go!», und alles setzt sich in Bewegung. Das ist wie ein

Rausch – nur ohne Kater am nächsten Tag.

Was passiert, wenn etwas schiefläuft?

Fehler gehören dazu. Wir proben sogar Fehler – in unseren «Fuck-up» Runden vor jedem Event. Jeder darf sagen: «Was könnte schiefgehen?» und wir spielen das durch. Das nimmt die Angst. Ich selbst werde in solchen Momenten erstaunlich ruhig, fast schon stoisch. Ich analysiere, entscheide, handle. Erst wenn alles vorbei ist, merke ich, wie angespannt es war.

Hast du ein Rezept für gelungene Events?

Ja – und es ist wie ein Fünf-Gänge-Menü:

Gang 1 – Emotionen über alle Sinne: Sehen, hören, fühlen, riechen, schmecken. Ein Event muss sinnlich sein. Ein Firmenjubiläum beginnt bei mir nicht mit einer Rede, sondern vielleicht mit einem Duft, der in den Saal strömt – zum Beispiel von frisch gebackenem Brot, weil es gerade zum Thema passt.

Gang 2 – Dramaturgie: Ein Event ohne Spannungsbogen ist wie ein Film ohne Plot. Ich plane den Ablauf so, dass es einen Höhepunkt gibt – und zwar im letzten Drittel. Das kann ein Überraschungsgast sein, ein Bühnenbild, das sich verwandelt oder eine Lichtshow, die den Saal in ein anderes Universum versetzt.

Gang 3 – Risiko: Das kann der Veranstalter eingehen – etwa ein Open-Air-Event mit Wetterisiko. Oder das Publikum – wie bei einem Event, bei dem es Heuschre-

cken zu essen gab: 1'200 Gäste und wir dachten, kaum einer wird die probieren. Aber nach 30 Minuten war alles weg. Die Leute hatten nicht nur gegessen, sie hatten auch eine Geschichte für zu Hause.

Und die letzten beiden Punkte?

Gang 4 – Überraschung: Ich will, dass Gäste denken: «Damit habe ich nicht gerechnet.» Das kann eine plötzliche Musikpause sein, die in einem Chor aus dem Publikum endet, oder ein Schauspieler, der mitten aus den Gästen aufsteht und Teil der Show wird.

Gang 5 – Bilder und Geschichten: Menschen erinnern sich an Geschichten, nicht an Fakten. Ich baue jede Botschaft in eine Story ein – wie die «Heldenreise». Das Publikum erkennt sich wieder, wird Teil dieser Reise – und geht am Ende mit einem Gefühl nach Hause, nicht mit einer Liste oder einem «Bhaltis», das eh im Eimer verschwindet.

Gibt es ein Traumprojekt, das du gerne einmal umsetzen möchtest?

Die Eröffnung der Olympischen Spiele – einfach, um Teil dieses gigantischen Uhrwerks zu sein. X Monate Proben für einen Moment, der die ganze Welt erreicht. Aber bis es soweit ist, reizt mich besonders, Menschen zu überraschen, die eigentlich gar nicht kommen wollten. Wenn die dann sagen: «War besser, als ich dachte», ist das mein Olympia.

Gibt es einen speziellen Moment, der dir aus deiner beruflichen Laufbahn noch

präsent ist?

Beim Swiss Economic Forum trat ein Gast auf, der gegen die Verstümmelung von Frauen in Afrika kämpft. Zwölf Minuten sprach er – ohne Bilder, ohne Folien, nur mit seiner Stimme. Danach gab es eine lange Standing Ovation. Der Applaus dauerte fast länger als seine Speech. Das war kein höflicher Applaus – das war ein kollektives «Wir stehen hinter dir». Ich hatte Tränen in den Augen.

Du musst dich nun meinen Standardfragen stellen – ich hoffe du bist «ready»: Was für ein Cocktail wärst du?

Der Cocktail wäre: Alkoholfrei, bunt, fruchtig – und mit einem Überraschungseffekt. Meine Tochter, gelernte Barkeeperin, hat mal einen Cocktail angezündet. Vielleicht wäre ich so einer – erst bunt und freundlich, dann ein kleiner Flammenstoss, der alles verändert.

Welches Filmgenre wärst du?

Action – aber mit Tiefgang. Countdown, Showdown, Story. Hauptsache, jeder ist gefesselt.

Und wie sieht deine perfekte Party aus?

20 bis 35 Gäste, ein Ort mit Atmosphäre, viele überraschende Elemente. Vielleicht ein Raum, der sich im Laufe des Abends verwandelt. Und jeder geht mit etwas nach Hause – ein Geschenk, ein Gedanke, oder einfach ein Gefühl, Teil von etwas Besonderem gewesen zu sein.

Du darfst auf den Knopf drücken und in die Vergangenheit oder in die Zukunft reisen?

Sehr gerne reise ich in die Zukunft. Die Vergangenheit ist vorbei. Ein Blick nach vorn könnte viele Sorgen heute überflüssig machen.

Ich kann mir gut vorstellen, dass du irgendwann ein Buch schreibst. Was wäre dies für ein «Schinken»?

«So tickt der Mensch» oder provokativ «Manipulationsmöglichkeiten». Mich fasziniert, wie man Menschen positiv beeinflussen und begeistern kann, ohne dass sie es merken.

Vielen Dank für das tolle Gespräch! Und Sie, liebe Leser:innen, können hier mehr über die FE Agentur und ihre aussergewöhnlichen Angebote erfahren:

FE Agentur

info@fe-agentur.com

www.fe-agentur.com