

# MIT ODER OHNE ZAUBEREI: ABRAXAS HAT ERFOLG

Seit 24 Jahren befasst sich Judith Thurnherr in ihrer Agentur Abraxas mit Events.

Das aus dem Griechischen stammende Wort Abraxas wird ganz verschieden ausgelegt. Für Judith Thurnherr steht es für den Vogel, der zaubern kann: «Daran habe ich mich bei der Gründung meiner Agentur vor 24 Jahren orientiert.» Der Name ist bis heute Programm geblieben, mehr noch, er ist zum Markenzeichen geworden. Für die initiativ Fachfrau waren Events schon damals «Momente, in denen es uns gelingt, unsere Mitmenschen zu verzaubern.» Kein Wunder also, dass Thurnherr auch die Website [www.bezaubernd.ch](http://www.bezaubernd.ch) in ihrem Portefeuille hat.

## AUSGANGSPUNKT SHOPPINGCENTER

Begonnen hatte alles mit einer Ausstellung von Racing Cars im Shoppingcenter Länderpark in Stans, die von der damaligen Einzelfirma Thurnherrs auf die Beine gestellt wurde. Und es ging weiter mit Motoren, allerdings mit Motorrädern. «Im Rahmen einer Ausstellung von Honda gelang es mir, dem Publikum sämtliche WM-Maschinen dieses Rennstalls in der Schweiz zu zeigen.» Damit war der Durch-

bruch in der Event-Szene geschafft. Und mit der Migros Zentralschweiz auch der erste Grosskunde gewonnen. Das nächste Thema war «Trachten in der Schweiz». Später liess Abraxas im Shoppingcenter Steinhausen die erste Sportkletterwand in der Schweiz aufstellen. «Die Handwerker schauten mich komisch an, als ich von einer Wand in der Höhe von neun Metern sprach.» Kurz darauf wurde diese als Unikat nach Deutschland verkauft. «Ich wollte schon damals bei der Gestaltung von Events der Zeit immer etwas voraus sein.» Zusammen mit der Zeitschrift «Schweizer Familie» kam sie dann mit dem Tourismus in Kontakt. So wurde ein Kinderhort auf der Lauchernalp im Lötschental eingerichtet. Und schliesslich entschied Thurnherr «aus dem Bauch» ihre Agentur auf Sparflamme zu betreiben und für drei Jahre ein Hotel in Brig zu führen.

## ERFOLG DANK GLÜCK UND KOMPETENZ

Im Gefolge ihres Einsatzes an der Tourismus-Front war Thurnherr Mitglied in einer Kommission des Schweizer Tourismusverbandes, die mit Qualität befasst war. Dann aber trat der Dienstleister

Ernst & Young auf den Plan. Für diese Firma ist Thurnherr seit bald zehn Jahren tätig. «Ich hatte freie Hand und konnte meiner Maxime nachleben, wonach Events dann erfolgreich sind, wenn es sich um Ausgefallenes handelt, das man um keinen Preis der Welt selber erwerben kann.» So stellte sie den Schriftsteller Martin Suter an einer Lesung vor, als er noch weitgehend unbekannt war. Etwas anders war dies bei Donna Leon. Immer aber geht es darum, die Gäste zu verzaubern. Und massgebend ist letzten Endes Thurnherrs Bauch-Feeling: «Ich muss beim Briefing herausspüren, welche Art Event sich meine Kunden vorstellen.»

Heute arbeitet Thurnherr vor allem für Ernst & Young, betreut aber zusammen mit einer ihrer Töchter auch Mandate, die sich aus diesem Business entwickelt haben. Sie ist sich dabei bewusst, dass eine Fokussierung während längerer Zeit auf einen Kunden mit der Herausforderung verbunden ist, immer wieder was Neues vorzuschlagen und umzusetzen. «Aber gerade diese Art Arbeit macht mir besonders Spass», erklärt sie und beginnt die Ideenskizze für die Weihnachtsfeier 2008 ihres Hauptkunden zu entwerfen. //

» [www.abraxas-event.ch](http://www.abraxas-event.ch)



Judith Thurnherr



Der Name ist Programm und Markenzeichen: Abraxas will Gäste verzaubern.