memo media
AUSGABE 4/2018 | 6,50 EURO
WWW.MEMO-MEDIA.DE

showcases:

MAGAZIN FÜR DIE EVENT- UND UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

INCLUDES ENGLISH SUMMARIES



FEATURE

DIE ARCHITEKTUR DER TRÄUME

Kunstwelten und ihre Schöpfer

GLOSSARY

UND ÜBERHAUPT IST ALLES KLAR!

Corny Littmann über die Panik City

TALKING HEADS

DIE BEGEGNER

Das neue Festival BrandEx

SPECIAL

EVENT-RÄUME MIT CHARAKTER

Besondere Locations



EDITORIAL

Liebe Leserinnen und Leser, dear readers,



in der Eventbranche rücken wichtige Protagonisten zusammen, um einen neuen Award auszuloben, der nicht nur mehr Relevanz haben wird, sondern auch noch in einem neuen Festival der Begegnungen Erkenntnisse liefern soll. Wir sprachen mit den vier Initiatoren ausführlich über das Projekt BrandEx. Die Begegner schaffen in Dortmund eine neue Plattform, die hoffentlich die fiebernden Erwartungen erfüllen wird. Der Messestandort der BOE bei den Westfalen wird dadurch allemal aufgewertet. Möge der Traum von Sabine Loos, Peter Blach, Michael Hosang und Jan Kalbfleisch in Erfüllung gehen. Eine ganze Branche wartet darauf. Aber wir haben auch noch andere Visionäre im Heft. Es geht in unserem Schwerpunkt nämlich um Visionäre, die Markenwelten und Kunstwelten gestalten und uns Konsumenten und Zuschauer in Verzückung versetzen. Das geschah in Berlin, wo der Franzose Philippe Parreno uns in eine virtuelle Unterwasserwelt schickte, die uns, so simpel und schlicht, wie sie war, völlig begeisterte. Und mit uns auch die Berliner, die unermüdlich aktiv wurden, Parrenos Fische schweben zu lassen. Selbst hartgesottene Hauptstädter glucksten vor Verzückung. Im Special kredenzen wir Ihnen eine bunte Palette an Locations, die hoffentlich Ihre Eventträume als Eventräume beflügeln.

Träumen Sie schöne kreative Träume!

In the event industry, *leading protagonists have joined forces to establish a new award which will not only embody more relevance but at a new congress will also deliver new insights into this industry. We talked extensively to the four central characters about the BrandEx project. They're creating a new platform in Dortmund which will hopefully meet high expectations; the BOE expo venue certainly stands to gain. Let's hope the dream of Sabine Loos, Peter Blach, Michael Hosang and Jan Kalbfleisch comes true; an entire industry is keeping its fingers crossed. But our new edition has a look at other visionaries as well; our focus topic is about creative thinkers designing brand worlds and art spheres thrilling us as consumers and spectators. That's what happened in Berlin, where Frenchman Philippe Parreno took us on a tour through a virtual submarine world, which, as simple and unpretentious as it was, entirely enthralled us. And the local population untiringly let Parreno's fish float; even the most hard-nosed Berliners made delightful gurgling noises. In our Special, we've put together a diversified selection of locations, which is destined to send you on an imaginative and inspiring fantasy tour of event venues.*

We wish you pleasant and creative dreams!

Kerstin Meisner
Herausgeberin showcases
Ein Magazin der memo-media Verlags-GmbH

memo media

klimaneutral
natureOffice.com | DE-223-539438
gedruckt







GLOSSARY
Corny und Udo in Panik City



FEATURE
Welten die Geschichten erzählen

INHALT

06 BIG PICTURE

07 FACTS & FACES

08 FEATURE
DIE ARCHITEKTUR DER TRÄUME
Kunstwelten und ihre Schöpfer

12 GLOSSARY
UND ÜBERHAUPT IST ALLES KLAR!
Corny Littmann über die Panik City

14 PORTRAIT
DER TRAUMWANDLER
Das Kreativgenie André Heller

16 TALKING HEADS
DIE BEGEGNER
Das neue Festival BrandEx

20 OUTDOOR
ANGEKOMMEN!
140 Shows in Paderborn



BACKSTAGE
Freiburg bringt's

Fotos: Tina Acke, IKF, Tamschick Media+Space GmbH, Stefan Liehwehr



PORTRAIT
Immer ein Poet

22 TECHNICAL RIDER
DIE GROSSE FREIHEIT
Headsetmikrofone für Funk und Bühne

24 SERVICES
MARKEN GREIFBAR MACHEN
Detlef Wintzen über Brandworlds

26 SPECIAL
EVENT-RÄUME MIT CHARAKTER
Besondere Locations

30 BACKSTAGE
FRISCHAUF!
Erster Ausblick auf die Internationale Kulturbörse Freiburg

31 INDOOR
AUF AUGENHÖHE
Das Bea World Festival 2019

32 ARTISTS
DIE KÜNSTLERLISTE

34 AUSBLICK UND IMPRESSUM





WOLKEN *über der* AUTOSTADT



Dass in der Autostadt in Wolfsburg in diesem Sommer nicht nur Käfer und Bulli zu bestaunen waren, dafür sorgte vom 18. Juli bis zum 26. August 2018 das »Sommerfestival« der Autostadt mit Cirque Nouveau und Street Circus. Bis zum 12. August gastierten internationale Ensembles unter anderem aus Australien, Argentinien, Kanada oder Tschechien unter dem temporären Zeltdach. Zum Finale der Zirkuswochen lud dann die Eigenproduktion »Clouds«, bei der virtuelle Welten mit realer Höchstleistungsartistik auf der Zelt-Hafenbühne kombiniert wurden.

Der international besetzte Street Circus verwandelte die Parklandschaft der Autostadt in eine Open-Air-Bühne. Kinder und Jugendliche konnten sich beim Mitmach-Zirkus oder bei verschiedenen Workshops selbst als Artisten versuchen.

Die Autostadt selbst ist Gegenstand unseres Traumwelten-Features auf Seite 8.

Foto: Autostadt/Mario Westphal

Jens Kahnert zweiter Geschäftsführer von memo-media

Eine News in ganz eigener Sache vermeldet der memo-media Verlag. Jens Kahnert, der seine Karriere 2004 mit seiner Ausbildung bei der memo-media Verlags-GmbH begann, ist seit dem 1. September 2018 als gleichberechtigter Partner und zweiter Geschäftsführer dabei. Kerstin Meisner: »Wir haben schon lange über die Weiterentwicklung von memo-media gesprochen, und ich bin froh und glücklich, diesen wichtigen Schritt nun gegangen zu sein. Jens Kahnert hat immer schon mit voller Kraft daran mitgearbeitet, das umfangreiche Angebot von memo-media zu dem auszubauen, was es jetzt ist. Die Zukunft kann kommen – wir sind gut aufgestellt!« Jens Kahnert: »Wenn man auch nach fast 15 Jahren immer noch jeden Morgen mit einem Lächeln zur Arbeit geht, ist das ein echtes Geschenk! Danke an Kerstin, an unser großartiges memo-Team und an alle unsere Kunden und Geschäftspartner, von denen viele gute Freunde geworden sind, für das große Vertrauen!«





NEUER STANDORT FÜR PARTY RENT MÜNCHEN

Diesen Sommer war es endlich so weit: Die rund 60 Mitarbeiter von Party Rent München bezogen feierlich ihre neue Heimat in München-Feldkirchen in unmittelbarer Nähe zum Messegelände. Der neue Standort bietet viele Vorteile. Kunden und Mitarbeiter profitieren von hervorragender Infrastruktur, modernster Logistik und einem Showroom, der völlig neue Möglichkeiten eröffnet. Flexibilität wird am neuen Standort großgeschrieben: Kunden haben die Möglichkeit, ihre Mietartikel 24 Stunden am Tag selbstständig abzuholen und zurückzubringen.

Freizeit-Park zählt zu den **attraktivsten Arbeitgebern** für Hochschulabsolventen

Wenn es um Top-Karrierechancen für Hochschulabsolventen in Deutschland geht, ist der Europa-Park als Arbeitgeber ganz weit vorne mit dabei. Das ergibt sich aus einer aktuellen Studie, die das Magazin Focus beim Institut »Deutschland Test« in Auftrag gegeben hat. 17.500 der größten Unternehmen in Deutschland in 150 Branchen wurden dabei intensiv geprüft. Mit der Bestmarke von 100 Punkten steht der Europa-Park bei »Urlaub und Freizeit« an der Spitze der Branche – gleichauf mit Firmen wie Puma, Hipp Koehler Paper Group, Viessmann, Würth, American Express, Kärcher, Fraport, Hochtief und Lufthansa. Spannend: Die Studie gibt auch einen Einblick in die präferierten Kriterien der Hochschulabsolventen bei der Wahl des Arbeitgebers: Mit 59 Prozent steht das kollegiale Arbeitsklima ganz vorne, Platz zwei belegt die Work-Live-Balance mit 57 Prozent, gefolgt von Karriere- und Aufstiegsmöglichkeiten. Die Bezahlung taucht erst auf Platz fünf auf. Europa-Park-Inhaber Roland Mack: »Für uns ist diese Auszeichnung eine Bestätigung der jahrelangen, intensiven Anstrengungen für unsere Mitarbeiter. Der Wettlauf um die besten Mitarbeiter wird die große Herausforderung der Zukunft sein.«



11.10.2018

LOCATIONS RHEIN-RUHR, DUISBURG

2011 gegründet, ist sie bisher die nördlichste Veranstaltung in der Locations-Reihe. Auf der Locations Rhein-Ruhr präsentieren sich die Top-Locations der Region.

15. & 16.10.2018

INTHEGA-THEATERMARKT, BIELEFELD

Leitmesse für deutschsprachiges Tourneetheater. Über 170 Anbieter aus den Bereichen Schauspiel, Musiktheater, Crossover, Kinder- und Jugendtheater, Kabarett, Shows und Konzerte präsentieren ihre Gastspielangebote.

25.10.2018 bis 28.10.2018

EUROPEAN YOUTH CIRCUS, WIESBADEN

Der EYC genießt große Popularität in der internationalen Circus-Szene. Die Artisten aus ganz Europa sind 12 bis 25 Jahre alt. Der Grundgedanke des Festivals ist, den Artistennachwuchs zu fördern und ihn mit der Teilnahme am European Youth Circus weiter zu qualifizieren.

15.11.2018 bis 18.11.2018

BEA WORLD-Festival, COIMBRA, PORTUGAL

Innerhalb des Festivals werden Events unterschiedlichster Kategorien in einem global angelegten Wettbewerb ausgezeichnet. Das dazugehörige Festival zeichnet sich durch Networking auf höchstem Niveau aus.



DIE ARCHITEKTUR DER TRÄUME



KUNSTWELTEN UND IHRE SCHÖPFER Schon die Herrscher des Altertums waren sehr kreativ darin, Kunst und Architektur zu nutzen, um sich selbst als Ideale darzustellen. Es war dann der entfesselte Kapitalismus, verbunden mit dem American Way of Life, der dazu führte, dass Unternehmen ihre Marken 2.000 Jahre später ebenso prächtig wie eigenwillig (im Wortsinn) inszenierten. Walt Disney ist nicht nur der Erfinder von Micky, Minnie, Goofy und Donald, sondern einer, der mit dem Disneyland im südkalifornischen Anaheim eine Produktwelt erfand, die bis heute fabelhaft funktioniert und weltweit nachgeahmt wurde. Dem gewieften Unternehmer ging es um die Marke Disney, die inzwischen auch dank ihrer erfolgreichen Markenwelten Weltmarke ist. 130 Millionen Disney-Welten-Besucher gibt es global. 18 Millionen sind es alljährlich in Anaheim!

VISION AUTO

Ferdinand Piëch kann man bestimmt viel vorwerfen, aber nicht, dass er keine Visionen hatte, wo er mit dem immer wieder mal krisengeschüttelten Unternehmen Volkswagen hinwollte: an die Weltspitze. Die Wirklichkeit in den Neunzigern war trister. Zwischenzeitlich gelang es ausgerechnet Opel, mit Manta, Kadett und Astra VWs Passat, Golf und Polo abzuhängen. Piëch gelang es wiederum, Qualitätsmängel bei VW abzustellen, den Konzern auszubauen und an der Weltspitze anzuklopfen. Die Idee, das Abholen des Neuwagens mit dem Besuch eines markenbezogenen Freizeitparks zu verbinden, stammt aus der Zeit, als der Konzernherr das Unternehmen wieder in die Spur bringen wollte. Die Autostadt öffnete erstmals parallel zur Expo2000 in Hannover. Zuletzt wurden zwei Millionen jährliche Besucher gezählt. Weder der Korruptions- noch der Dieselskandal konnte der Attraktivität etwas anhaben. Tag für Tag werden 500 Neuwagen überreicht. Es gibt acht Markenpavillons und zwei Gelände-Parcours. Aber auch das Drumherum kann sich sehen lassen. Die neun Restaurants sind fast zu 100 Prozent Bio. Nachhaltigkeit, verantwortungsvolles Handeln und ein Bewusstsein für die Region stehen dort im Vordergrund. Im renovierten Ritz-Carlton Hotel gibt es drei weitere Restaurants. Drei Michelin-Sterne führt das »Aqua« von Küchenchef Sven Elverfeld. Kultur hat einen hohen Stellenwert in der Autostadt. Das Movimentos Festival beschäftigt sich künstlerisch-darstellerisch mit dem Thema »Mobilität«, und seit 2016 widmet man sich im Sommer dem Cirque Nouveau. Bei »Urbanatix« und der Eigenproduktion »Clouds« hatte mit Christian Eggert ein alter showcases-Bekannter gleich zweimal seine kreativen Finger im Spiel.



Marc Tamschick und Atelier Brückner inszenieren eine schottische Whiskywelt gemeinsam

DAS ATELIER

Der gebürtige Bayer Uwe R. Brückner und sein Atelier Brückner zählen zu den international geschätztesten Szenografen. Rund 100 nationale wie internationale Ausstellungs- und Erlebniswelten hat das Gestaltungsunternehmen in mehr als 20 Jahren realisiert. Quasi eine pro Mitarbeiter. Politik, Kultur, Wirtschaft und Marken gehören zur treuen Kundschaft. 2009 gab es unter anderem einen ADC-Award für die klare Linie der Deutschen Börse in Frankfurt am Main. Für das »Parlamentarium« am Europaparlament gab es 20 Auszeichnungen, auch wenn die Emotionen dort ein wenig kurz kommen. Die Handschrift von Atelier Brückner ist aber auch in Brüssel einwandfrei zu identifizieren. Wieland Wagner feierte man in Bayreuth und das »Haus der Berge« in der ehemaligen Heimat Bayern. Vor Shanghai und Korea schreckt man im Stammsitz in Stuttgart aber auch nicht zurück. Nicht vor dem Hyundai Motorstudio in Korea oder vor Elementarteilchen beim Genfer CERN, nicht vor ganz traditionellen Uhren oder leckerem schottischen Malt-Whisky.



Atelier Brückner kreierte die Uhrenwelt von Junghans



Fotos: Tamschick Media+Space GmbH, Autostadt, Daniel Stauch

DER IMMERSIVE

Marc Tamschick, der in Stuttgart Grafik und Animation studierte, hat einen kurzen Draht zum Atelier Brückner. Tamschick Media+Space steht für die kreative Realisation bestimmter Projekte eben dieser Stuttgarter Agentur. An Markenräumen arbeiten die Berliner aber auch selbstständig. Zufällig waren die letzten Arbeiten für drei Getränkehersteller, nicht zuletzt die Whisky-Marke Macallen im schottischen Easter Elchies mit diversen medialen Installationen, für deren Raumgestaltung wiederum Atelier Brückner gesamt-



DIE ARCHITEKTUR DER TRÄUME



Marc Tamschick braut im Heineken Experience



Die Fantasiewelten des Philippe Parreno im Gropius-Bau in Berlin

verantwortlich zeichnete. Für die Heineken Experience, eine Mischung aus Museum und Installation auf dem Gelände der Ur-Brauerei in Amsterdam, entstand der emotionalisierende Entertainment-Parcours »Brew You Ride« rund um den Herstellungsprozess des Traditionsbieres. Für Lavazza Kaffee entwickelten die Berliner das Herzstück der Espresso-Markenwelt in Turin im April 2018. Es ist eine »Wolke«, italienisch »nuvola«. »Als Bestandteil der Namensgebung steht die Wolke für Bewegung und Reflexion, für Transparenz und auch für die Dimension der Zeit«, so Tamschick. Er realisierte die Wolke mit einer 360-Grad-Projektion auf einen Fadenvorhang, einem interaktiven Multitouch-Tisch und mit acht Projektoren. Der Sound kommt von einem 7.1-System mit 360-Grad-Surround. Das sind künstliche, virtuelle Welten, in die die Zuschauer eintauchen, um neue Erfahrungen zu machen, aber auch, um an Marken emotional enger gebunden zu werden.

DER FREIGEIST

In der unabhängigen Kunst gibt es natürlich ebenfalls Menschen, die Räume schaffen und mit Träumen füllen können. Dazu zählt der in Algerien geborene Franzose Philippe Parreno, der im Frühsommer 2018 das gesamte Untergeschoss des Gropius-Baus in Berlin bespielen durfte. Virtuelle Welten und Videos waren natürlich vielfach im Spiel, aber Parreno verzauberte auch oldschool. Das große Atrium überschwemmte er mit Wasser, in dem versteckte Lautsprecher immer wieder Wellenkreise erzeugten. Von einer drehbaren Sofa-Landschaft aus konnte man sich den Raum immer wieder neu wie kontemplativ erschließen, während in einem anderen Raum ein automatisiertes Klavier Töne in den Äther schickte. Hin und wieder schwebte ein fliegender Fisch vorbei, denn in der Nachbarschaft flog ein ganzer Schwarm davon: Parreno füllte dünne, fischförmige und mit Schuppen, Flossen, Kopf und Schwanz bedruckte Kunststoffhüllen mit Helium und verwandelte sie in schwebende Fischkörper. Von Wärtern und Zuschauern oder durch Luftwirbel wurden diese zarten, aquanautischen Wesen bewegt und immer wieder zu neuem, in der Luft schwimmenden Leben angestoßen. Parrenos nächste Einzelausstellung ist bei Pilar Corrias in London vom 3. Oktober 2018 bis zum frühen November 2018.

JENSEITS VON AFRIKA

Träume von Künstlern können sehr groß sein. Sie können die Unendlichkeit berühren, aber dabei auch auf dem Boden bleiben. Das Operndorf Afrika ist einem solchen Traum entsprungen und in Burkina Faso Wirklichkeit geworden. Der multitalentierte, 2010 verstorbene Regisseur Christoph Schlingensief hat das Operndorf der Menschheit vermacht, und er wirkt so über seinen tragischen Krebstod hinaus. Christoph Schlingensief galt als Enfant terrible, dabei war er ein netter, bescheidener Mensch. Er war der Apothekersohn aus Oberhausen. Aber einer, der von unendlicher Neugier und dem Wunsch nach mehr getrieben wurde. So gibt es nun einen Ort mitten in Afrika, an dem sich Menschen unterschiedlicher Herkunft kreativ und künstlerisch verwirklichen und sich miteinander über die Kreativität – auch die eigene – austauschen können. Schlingensief wollte mit dem Operndorf das stereotype Bild von hungernden Kindern und leidenden Menschen in Afrika, das in der westlichen Welt von diesem Kontinent doch allgegenwärtig ist, überwinden.

Mit einer Schule ging es ganz elementar los. Der afrikanische Architekt Diébédo Francis Kéré baute sie mit heimischen Baustoffen. In der zweiten Bauphase wurde eine Krankenstation realisiert. Für die zehnmonatige Bauphase waren mehr als 100 Arbeiter aus der Region engagiert. Damit das Operndorf sich langfristig selbst versorgen kann, ist eine eigene Energieversorgung mittels Solaranlage für die Krankenstation in Planung. In der dritten Bauphase entsteht dann das Festspielhaus. Erst kommt Lernen und Leben, dann das Spiel! Jeder kann übrigens mit einer Spende zum Weiterbau beitragen.

Christoph Schlingensief war eine eigene künstlerische Marke, bevor er aus seinem kreativen wie politischen Leben herausgerissen wurde. Das Operndorf Afrika ist seine Brandworld. Menschen und Personen schaffen Welten, die zu mehr als zur Behausung dienen. Walt Disney in Kalifornien war der Pionier. Ob Whisky, Kaffee oder Bier, selbst Uhrenmarken wollen von Marc Tamschick oder Atelier Brückner inszeniert und gestaltet werden. Sie werden dadurch greifbar. Die Autostadt in Wolfsburg wurde eine skandalfreie Erfolgsgeschichte für Volkswagen und lässt Nähe entstehen, die die Marke dringend braucht. Künstler wie Philippe Parreno weisen den Weg, wie das mit großer Leichtigkeit gelingt.





Der verstorbene Künstler Christoph Schlingensief hatte die Vision vom Operndorf in Afrika. Sie wurde Wirklichkeit.



***Christoph Schlingensief** was a very singular and unique artistic brand before fate took him from his creative and political life much too early. The Opera Village Africa is his brand world. Individuals create worlds designated to be more than just living environments; Walt Disney in California was a pioneer in this domain. Be it whisky, coffee, beer or watches, numerous brand owners are keen on being designed and staged by Marc Tamschick or Atelier Brückner; their work transforms these brands into tangible experiences. The Autostadt in Wolfsburg is part of Volkswagen's success history; it establishes customer nearness so urgently needed by the VW brand. Artists such as Philippe Parreno demonstrate impressively how this can be achieved almost effortlessly.*

INFO

Alle Kontaktdaten finden Sie auf
www.memo-media.de

Fotos: Tamschick Media+Space GmbH, Berliner Festspiele/Philippe Parreno. Courtesy the artist, Pilar Corrias

Fotos: Operndorf Afrika, Perfect Shot Films, Lennart Laberenz



UND ÜBERHAUPT IST ALLES KLAR!

UDO UND ICH
Udo und ich, wir kennen uns seit Beginn der 80er Jahre. Wir haben uns oft getroffen und wurden schnell Freunde. Weil uns eines eint: der Spaß an der Unterhaltung, gepaart mit einem fast schon chirurgischen Drang zur Perfektion. Oft sprachen wir über Udos Traum von einer Panik City, der jetzt in Hamburg auf der Reeperbahn wahr geworden ist: eine multimediale Udo Lindenberg Erlebniswelt.

UDO LINDENBERG
»Das ist ein geiler Typ, echt 'ne Marke!« Es gibt wahrscheinlich nur sehr wenige Jugendliche, die so über einen 72-Jährigen sprechen. Und es gibt erstaunlich viele Rentner, die sich mit einem T-Shirt bekleiden, versehen mit dem Konterfei dieses Mannes. Udo Lindenberg erreicht nicht nur alle Altersgruppen und Bevölkerungsschichten, sondern er berührt auch alle, denen er begegnet. Udo Lindenberg spiegelt Deutschland und die Deutsche Seele. Er provoziert, motiviert und reißt uns mit.

SEIN EINFLUSS
Udo Lindenberg, das sind 50 Jahre deutsche Rock-Geschichte, aber eben auch 50 Jahre deutsche Geschichte. Er steht für die »Bunte Republik Deutschland«, nur eine seiner unglaublich pointierten Wortkreationen. Udo machte »Rock gegen Rechts«, lange bevor es die AFD gab. »Gitarren statt Knarren« lautete sein Claim gegen Nato-Doppelbeschluss und Atomwaffen. Und dann ist da noch Udos legendärer Auftritt in Ost-Berlin, im Palast der Republik, als sich noch kein Linker für die Wiedervereinigung eingesetzt hat. »Unterhaltung mit Haltung«, das ist Udos ständiger Antrieb. In der Panik City erleben wir einen gänsehauterregenden Panik-Rocker, der wirklich was zu sagen hat.

PANIK CITY
Panik City ist Udo Lindenberg multimedial, eine phantastische Reise durch sein Leben. Oder mit Udos Worten: eine Raketenstation zur Erforschung des Udoversums! Gespickt mit der aktuellsten Technik von Virtual Reality bis Augmented Reality, eine fantastische Reise durch ein fantastisches Leben. Sieben Stationen durchleuchten sieben verschiedene Facetten seines Lebens: Jugend und Teenagerzeit in Gronau, Udos Einfluss auf den Osten und die Maueröffnung – nebst praller Stasi-Akte, die Malerei, seine Exzesse und Abstürze, das Comeback, ein interaktiver Besuch in seinem berühmten Boogie Park Studio, sowie als krönender Abschluss ein Konzerterlebnis in Virtual Reality. Ein Besuch in der Panik City bedeutet 90 Minuten voller Erlebnisse, Erfahrungen und Entertainment.

GEHEIMRÄTE
Udo versammelt projektbezogen seine Berater um sich – oder wie er sagt: seine Geheimräte. In diesem Fall wurde ich zu einem. Und mein Freund und Geschäftspartner Axel Strehlitz, der die Idee zu Virtual Reality hatte. Oder unsere umtriebige Betriebsleiterin Petra Roitsch sowie die fantastischen Crews von Pilot Screentime und Framegrabber, die aus einer Museumsidee ein faszinierendes Technik- und Gefühlserlebnis machten. Am Ende entscheidet der Panik-Direktor jedoch immer selber und instinktiv aus dem Bauch heraus mit einer sagenhaften Trefferquote.

Foto: Tine Acke

MUSEUM
Das Wort Museum schreckt viele ab. Steht es doch für Exponate, goldene Schallplatten und alte Lederjacken. Daneben Originalgitarren usw. Schnell war allen klar: Sowas darf es in der Panik City nicht geben. Bitte keine oberlehrerhafte Besserwisserei. Sondern Erfahrungen sammeln mit Spaß. Erkenntnisgewinn mit dem berühmten Lämpchen, das einem aufgeht. Udo Lindenberg ist eben nicht museal, dafür ist er zu jung – und zu agil. An ihm haftet kein Staub. Ebenso wenig an der Panik City! Sie ist eine multimediale Erlebniswelt. Zum Staunen. Zum Mitmachen. Zum Anfassen. Und am Ende nimmt jeder etwas von Udo mit nach Hause: ein selbstgemaltes Likörell und ein eigenproduziertes Video aus seinem Plattenstudio. Panik City, das ist Infotainment mit Musik, Technik und viel, viel Spaß.

FAZIT
Es wurde höchste Zeit für eine Panik City, denn für mich ist dieser Mann Kult, eine lebende Legende, eine zeitlose Ikone. Und zwar auch aus einem Grund, der besonders mutig ist: Udo Lindenberg hat sich stets dem Mainstream entzogen. Sein Credo finden wir in einem seiner größten Songs: Ich mach mein Ding – egal, was die andern sagen.

Corny Littmann war von 2003 bis 2010 Präsident des Fußballunikums FC. St. Pauli. Er ist Miterfinder und Chef vom »Schmidt«-Theater und des »Schmidts Tivoli«. Er ist der wahre Entertainmentkönig von St. Pauli. Er ist darüber hinaus ein früher LGBT-Aktivist und ehemaliger Bundestagskandidat der Grün-Alternativen-Liste. Für seine »Mitternachtsshow« in den dritten Programmen gab es 1991 den renommierten Adolf-Grimme-Preis. »Panik City – Die Udo Lindenberg Experience« ist das jüngste Kind in der Littmannfamilie. Diese ungewöhnliche Brandworld ist auf einer Fläche von etwa 700 Quadratmetern auf Hamburgs Reeperbahn im Klubhaus St. Pauli zu Hause. Corny Littmann, obwohl selbst in Münster und Berlin geboren und aufgewachsen, ist längst selber eine Hamburger Marke.

Corny Littmann was president of the iconic FC St. Pauli soccer club from 2003 thru 2010; he is co-founder and director of the »Schmidt« theater and the »Schmidts Tivoli« and as such is the genuine entertainment master of Hamburg's St. Pauli borough. He is also a former LGBT activist and MP candidate for the German Green Party. For his »Mitternachtsshow« broadcast on German TV, he in 1991 was awarded the prestigious Adolf-Grimme-Preis. »Panik City – Die Udo Lindenberg Experience« is the most recent newcomer to the Littmann family. This unique brand world is situated on an expanse of approx. 700 sqms in the Klubhaus St. Pauli at Hamburg's Reeperbahn. Corny Littmann, even though born in Münster and raised in Berlin, has long established himself as a Hamburg brand.

INFO

Corny Littmann c/o Panik City Betriebs GmbH, 20359 Hamburg

Die Kontaktdaten finden Sie auf **www.memo-media.de**







Der Traumwandler

»Die wahren Abenteuer sind im Kopf, und sind sie nicht im Kopf, dann sind sie nirgendwo.«
André Heller

»Sei Poet« ist die Aufforderung des letzten kreativen Universalgenies, André Heller. Bei aller analytischen Intelligenz ist er selbst dieser eigenen Maxime, ein Poet zu sein, immer gefolgt. Er ist der kreativste Kopf seit Albert Einstein. Eben auch so einer, der jenseits allem Sichtbaren denkt. Einer, der Konventionen etwas hustet. Er hat unendliche Träume geträumt und einige davon Gestalt werden lassen. Zuerst waren da die Lieder. Aber was wäre alles verloren gegangen, wäre er nur ein begnadeter Sänger geblieben. Der Traumkarriere auf der Bühne und im Tonstudio ist er in den Achtzigern des letzten Jahrhunderts entstiegen, um sich neu zu erfinden, was er seitdem immer wieder macht. André Hellers Geschichte ist auch die der Metamorphosen. Aber bei all den Wandlungen ist er immer Poet geblieben. Zuletzt wurde ein »botanisches Gedicht« in die Wüste Marokkos geschrieben. Das florale Paradies hat er »Anima« (=Seele) genannt. Mit der Schöpfung ist Heller per Du. 1989 übernahm er bereits den »Weltgarten« des Naturforschers Arthur Hruska in Gardone Riviera.

»Nur mehr die Narren sind klug!«

Humor hat Heller auch. Den muss man haben, wenn man so zwischen den Genres und künstlerischen Disziplinen traumwandelt. »Heurige und Gestrige Lieder« – zusammen mit dem feisten Helmut Qualtinger – sind ein frühes, aber beredtes wie musikalisches Zeugnis dieser eher seltenen Eigenschaft unter Kulturschaffenden. Und er sang die »Narrenlieder«. Zarter wird der Schmäh in Wien nimmer schmelzen. Seine mangelnde Abneigung, populär zu sein und verstanden zu werden, hat ihm anfänglich Kritik eingebracht und auch Häme. Er hat die Massenkünste wachgeküsst. Zuerst den Zirkus mit Bernhard Paul und »Roncalli« und anschließend dann das Großfeuerwerk mit »Theater des Feuers« 1983 in Lissabon. Gegen den Rat von Experten setzte er das gigantische Experiment fort. Das war nicht frei von Pannen und brachte ihn an den Rand des Bankrotts. Aber es war ein Triumph für die Sache des Fantastischen, wie er kurz darauf klug bilanzierte. Für die portugiesischen Organisatoren, die den Österreicher für einen Hochstapler hielten, war es ein Desaster. Nicht erwarteten 900.000 Zuschauern standen 18 Polizisten gegenüber! Heller macht das, was gute Künstler immer tun. Er wagt wirklich etwas. Das tat er immer schon im tiefen Bewusstsein, dass das »bewusstseinserweiternde Fantastische so wichtig ist wie das tägliche Brot«.

Fotos: Albina Bauer, Suzi Stöckl

»Die sich so schrecklich ernst gebärden, sind letztlich lächerlich.«

1986 malte er die »Himmelszeichen« an den Gesichtskreis der Weltmetropolen. Die entrückenden Heißluftballonskulpturen schwebten sogar über den Niagarafällen. Heller kehrte auf die Erde zurück, um kurz darauf ins Varieté einzuziehen, wo er die dortigen Künste wachküsste, die dem Vergessen anheimzufallen drohten. Seine Parade »Lachen machen« folgte auf dem Fuß. Heller hat auch den Clown wieder wachgeküsst.

Seine eigentliche Gabe aber ist es, den ganz großen Raum inszenieren zu können. 1987 realisierte er in Hamburg »Luna Luna«, einen »Jahrmarkt der modernen Kunst«. Meister wie Roy Lichtenstein, Salvador Dalí, Joseph Beuys oder Friedensreich Hundertwasser schufen neben Heller selbst die Kunstwerke, Installationen und Sensationen zum temporären Vergnügungspark, bei dem auch die grauen Zellen im Gehirn nicht zu kurz kommen sollten. Das gelang ihm auch bei der Nähe zu Unternehmen wie beim 100-Jährigen von RWE mit dem technisch träumerischen Wunderkabinett »Meteorit« in Essen oder auch den »Swarowski Kristallwelten«.

»Dann kannst Du Gärtner der Träume sein, hurra!«

Zur Natur zog es den Umweltkämpfer dann erstmals praktisch 1985 – zwei Jahre zuvor besang er schon den idealen Park – für die damalige Bundesgartenschau in Berlin. Heller zeichnete ein Blumenbild aus 40.000 Pflanzen unter dem Titel »Misstraue der Idylle«.

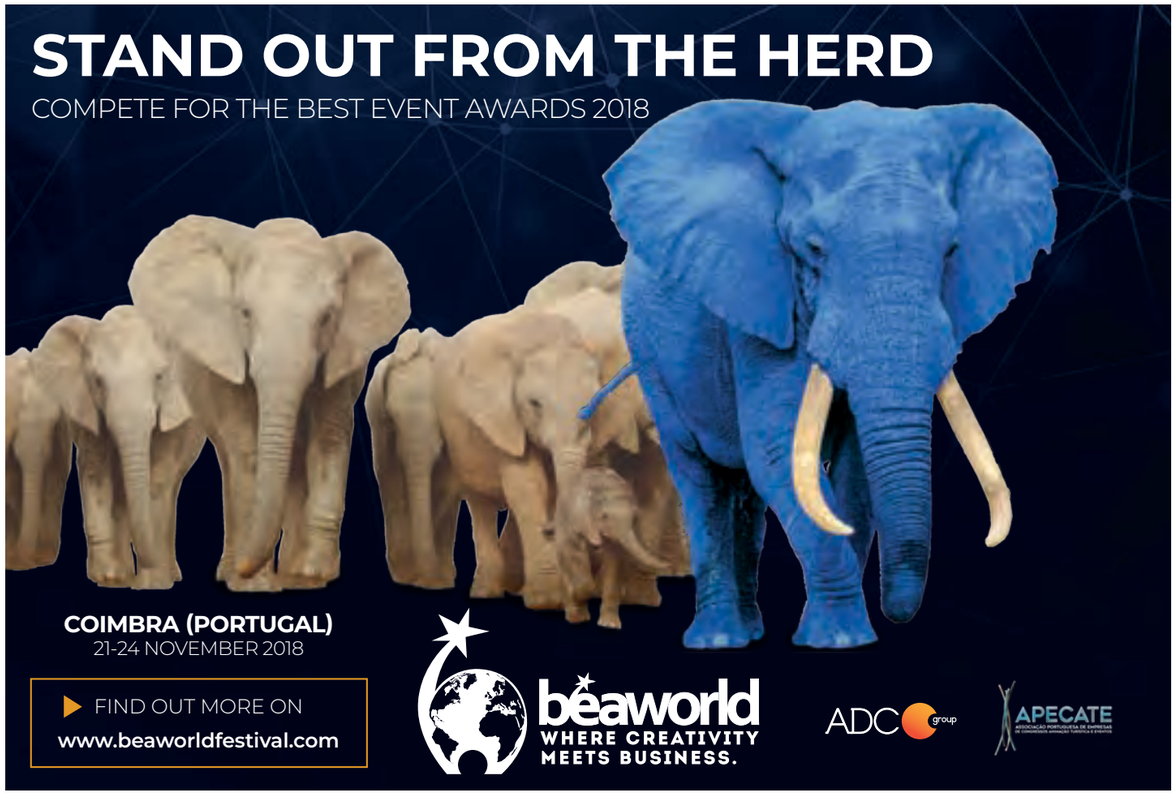
Seine letzte Großtat ist das Paradies mit dem Atlasgebirge am Horizont. Eine »Anima« war bereits einmal vor 20 Jahren in Bochum angedacht, aber nicht verwirklicht worden, was wahrscheinlich gut war, denn der Garten »Anima« auf dem dunklen Erdteil verbindet sich nun mit dem fantastischen zirzensischen Abenteuer »Afrika!Afrika!«. Heller hat den Erdteil bereits einmal eingeatmet und verstoffwechselt: »Die wahren Abenteuer sind im Kopf, in euren Köpfen, und sind sie nicht in euren Köpfen, dann suchet sie!«

***André Heller** is the most creative mind since the passing of Albert Einstein; he's also one of those individuals thinking beyond the visible world, not caring much about conventions. He's dreamed an uncounted number of dreams and made some of them come true. First, there were his popular songs, then in 1986 he flew hot-air balloons to paint flying sculptures into the skies over metropolises. Heller has the unique ability to stage huge spatial settings. In 1987, he realized the artistic »Luna Luna« amusement park in Hamburg. His most recent major feat is the »Anima« paradise with the Atlas Mountains as backdrop. A »soul« had already been contemplated in Bochum some 20 years ago, but it had not materialized, which was probably just as well because the garden on the Dark Continent is now interwoven with the fantastic circus feature »Afrika!Afrika!«. Heller has certainly absorbed and metabolized this continent.*

INFO

Büro André Heller GmbH,
A-1010 Wien

Die Kontaktdaten finden Sie auf **www.memo-media.de**













DIE BEGEGNER

Sabine Loos, Messe Dortmund, **Peter Blach**, AktivMedia GmbH, **Michael Hosang**, Studieninstitut für Kommunikation GmbH und **Jan Kalbfleisch**, Famab Kommunikationsverband e. V., haben sich viel vorgenommen. Die vier Partner haben sich zusammengeschlossen, um die bekanntesten deutschen Eventpreise von den Füßen auf den Kopf zu stellen.

Am 15. Januar 2019 ist es dann in der Messe Dortmund so weit – für das erste International Festival of Brand Experience BrandEx mit der Unterzeile »01: die Begegnung«. BrandEx soll zum exklusiven Talk- und Performance-Forum für die ganze Branche werden. Ein ehrgeiziger Plan, der die geballte Power ebendieser Branche erfordert. Die Partner Loos, Blach, Hosang und Kalbfleisch haben sich nichts weniger als das Gelingen der Transformationen der vormaligen BEA Awards, der vormaligen INA Awards und der vormaligen Famab Awards/Adam + Eva und Famab New Talent Awards plus eines ungewöhnlich inszenierten Kongressprogramms zum erfolgreichen neuen Format BrandEx vorgenommen. Das bedeutet noch mehr Konzentration auf die anschließend stattfindende »BOE International« in Dortmund.

BRAND EX
International Festival of Brand Experience

showcases: Warum haben Sie sich alle für die Fusion entschieden?

SABINE LOOS: Ich denke, es geht um Synergien. Wir haben von Veranstaltern, von Partnern, die uns unterstützen und mit denen wir das gemeinsam machen, das Feedback bekommen, dass es zu viele Awards gibt, und dass eine Fokussierung auf einen Standort gut ist. Wir glauben, dass wir gemeinsam mehr tun können, dass es besser ist und wir die Awards stärken, indem wir sie zusammenbringen, etwas Neues schaffen und die Themen weiterentwickeln. Das ist aus unserer Sicht das Kernthema und wir denken, dass sich die »BOE« dafür anbietet. Wir bieten eine Plattform dafür, was Sinn ergibt.

JAN KALBFLEISCH: Der Famab sieht das ganz genauso. Er war es letztendlich auch, der zu Beginn versucht hat, die Enden wieder zu verknoten.

MICHAEL HOSANG: Bezüglich der Fusion gab es auch initiierende Faktoren für das Studieninstitut, um sich daran zu beteiligen. Für uns war es der interdisziplinäre Austausch mit Branchenexperten. Es gibt viele Formate, ja, aber das war für uns nicht der primäre Punkt mitzuagieren, sondern vielmehr eben der Austausch mit Experten. Ein innovatives Kongressformat kommt ja auch noch hinzu, was sehr spannend für die Branche und das Studieninstitut ist. Ebenso der Faktor der Internationalität.

JK: Es ist so gedacht, dass ein begleitendes Konferenzformat am Tag stattfindet und das mündet dann in die Abendveranstaltung hinein, wo dann auch die große Award-Show sein wird. Wir sind schon seit Langem der Überzeugung, dass nur Awards zu wenig ist. Die große Zeit der Awards scheint ein bisschen vorbei zu sein.

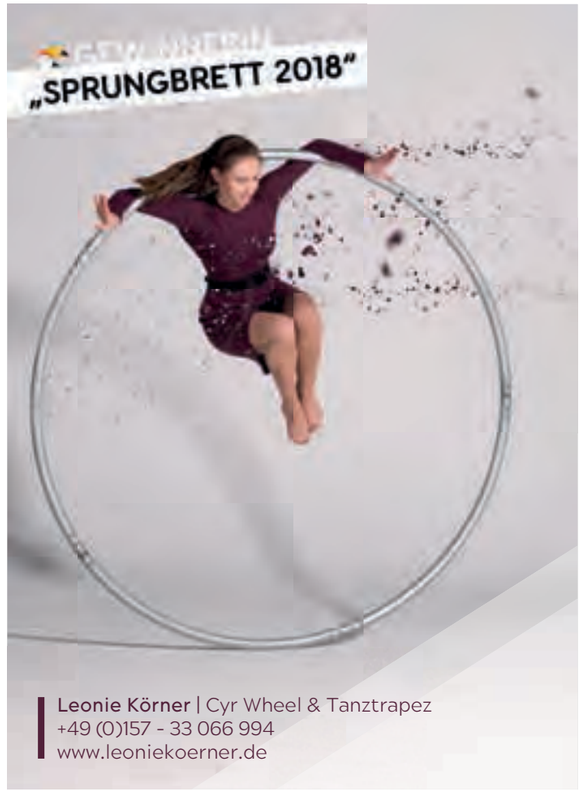
Es sind auch zu viele geworden.

JK: Richtig, jede Kreissparkasse hat inzwischen mindestens einen Award.

Peter Blach: Aus unserer Sicht gab und gibt es Überschneidungen und Ergänzungen zwischen den Awards. Das machte es sinnvoll, darüber nachzudenken, was man da gemeinsam machen kann. Gemeinsam ist man stärker, das ist der eine Punkt. Der andere Punkt ist, dass es internationale Konsolidierung bei den Awards gibt. Es gibt zu viele, auch einige, die den Anschluss

Fotos: Messe Dortmund, AktivMedia GmbH, Studieninstitut für Kommunikation GmbH, Famab Kommunikationsverband e.V.







verloren haben. Und wir brauchen mehr. Vor allem etwas, wo sich die Branche trifft und austauscht – vielleicht in einem anderen Rahmen, als man das sonst gewohnt ist. Nicht mit Nadelstreifenanzug, sondern in einem lockeren Rahmen mit Spaß und mit Freude. Jedoch mit Auseinandersetzungen, mit neuen Ideen. Insofern passte dieses Festival. Und last but not least liegt uns allen auch die »BOE« am Herzen, weil das bisher ja auch immer der Meetingpoint neben der Famab-Verleihung war.

Bei der Fusion kommen auch viele verschiedene Kategorien zusammen. Welche sind übrig geblieben? In welchen Kategorien werden Preise verliehen?

PB: Wir haben die Kategorien zusammengelegt, teilweise umbenannt und nur eine ergänzt. Insofern glaube ich, dass wir best-of-the-best damit gemacht haben. Wir haben die Kategorien besser ausformuliert, damit der Teilnehmer weiß, was zu tun ist, aber im Prinzip sind es die gleichen Kategorien.

MH: Beim Nachwuchspreis wird der BrandEx-Fresh-Award vergeben. Im Einzelnen sind das die Kategorien: Best-Fresh-Students, Best-Fresh-Juniors und Best-Fresh-Freelancer. Spannend sind hierbei sicherlich die drei Zielgruppen, welche es zu bewerten und auszuzeichnen gilt.

JK: Noch ergänzend: Die ganzen Kategorien findet man auf brand-ex.org. Wir haben das Programm massiv gestrafft, weil der Award ja nicht mehr Mittelpunkt der Veranstaltung sein soll. Das wird nur noch einer von ganz vielen Punkten sein, die wir da featuren. Beim Thema »Trophäe« sind wir noch im Diskussionsprozess. Das ist ein schwieriger Punkt, weil Peter Blach eine sehr tolle Trophäe über die Jahre gehabt hat. Wir hatten ebenfalls eine arrivierte Trophäe eingeführt und wünschen uns deshalb einen würdigen Nachfolger.

Wie wird denn das Veranstaltungsformat im Detail aussehen? Wir haben den Kongress- und Tagungsteil, dann eine klassische Preisverleihung. Geht das Hand in Hand?

JK: Das Spannende und Herausfordernde ist, dass wir uns als Ziel gesetzt haben, alles in einem Raum stattfinden zu lassen. Wobei Raum untertrieben ist, – es wird alles in einer sehr schönen, großen Halle stattfinden. Wir sind zurzeit schon in den finalen Ausarbeitungen für das Raumkonzept. Das wird auf verschiedenen Abschnitten stattfinden, die auch unterschiedlich gestaltet und thematisch unterschiedlich ausgerichtet sind. Ziel ist, dass es von einem Kongress in ein Award-Show-Setup und schließlich in ein After-Show-Setup herübermorphen soll.

Bei den Famab Awards war immer eine Agentur mit dabei, um die Preisverleihung kreativ auszugestalten. Haben Sie auch eine Agentur mit an Bord oder einen Kreativpartner?

MH: Über 50 Experten aus der Eventindustrie, u. a. Kreative, Konzeptioner und Szenographen, unterstützen uns bei der Aufgabe. Das ist erst einmal großartig – und Ansporn zugleich.

Welche Impulse erwarten Sie für die Branche aus dem neuen Branchenpreis BrandEx?

SL: Ich glaube, grundsätzlich kann man sagen, dass der Trend, den man in der gesamten Informationsvermittlung sieht, der ist, dass weniger vorne jemand steht und etwas sagt, sondern dass es eher um einen interdisziplinären Austausch geht und darum, über den Tellerrand zu schauen. Austausch und Lernen von und mit anderen. Das Gemeinsame und die Flexibilität stehen da im Vordergrund. Das ist anders als das klassische Kongress- und Vortragsprogramm.

MH: Deshalb ist die ganze Veranstaltung ja auch betitelt mit »Die Begegnung«. Das trifft es wirklich auf den Punkt, weil ich glaube, dass mit zunehmender Digitalisierung und anderen Einflüssen von außen genau dieses Zusammentreffen von Menschen das A und O in der Kommunikationslandschaft ist. Dafür ist jetzt der Raum da.

Wir bedanken uns für das Gespräch!



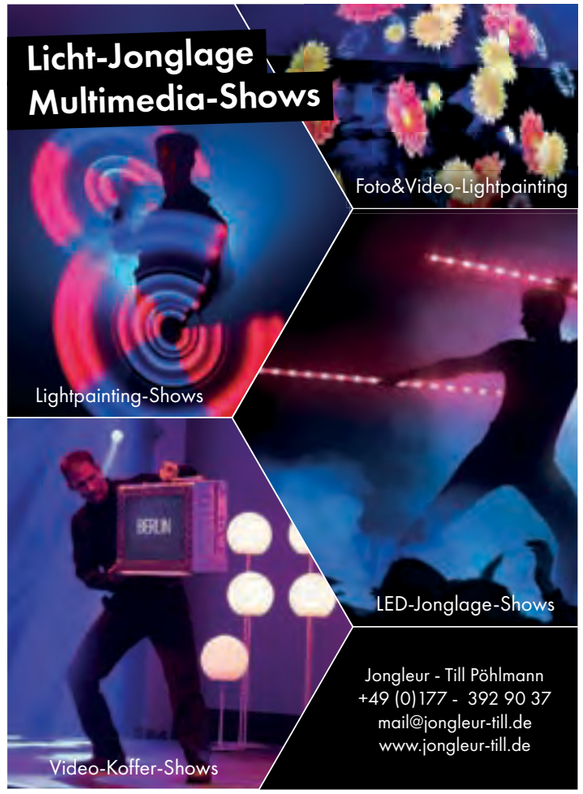
THE BEGEGNER

Sabine Loos, Messe Dortmund, Peter Blach, AktivMedia GmbH, Michael Hosang, Studieninstitut für Kommunikation GmbH and Jan Kalbfleisch, Famab Kommunikationsverband e.V., *have set themselves ambitious goals. The four partners have joined forces to entirely refurbish the leading German event awards. The starting shot will be fired on January 15, 2019 at Messe Dortmund – for the first International Festival of Brand Experience BrandEx subtitled »01: die Begegnung«. BrandEx is designated to become the exclusive talk and performance forum for the entire industry. Certainly an ambitious plan calling for the cumulative input from precisely this business sector. The partners Loos, Blach, Hosang and Kalbfleisch have planned no less than transformation of the former BEA Awards, the former INA Awards and the former Famab Awards/Adam + Eva as well as Famab New Talent Awards plus an unconventionally staged congress program to a successful new BrandEx format. This of course calls for even more concentration on the BOE being subsequently staged in Dortmund.*

INFO

Messe Dortmund, 44139 Dortmund
Die Kontaktdaten finden Sie auf **www.memo-media.de**

Fotos: Messe Dortmund, AktivMedia GmbH, Studieninstitut für Kommunikation GmbH, Famab Kommunikationsverband e.V.





Slapstick, Comedy, Tanz und Akrobatik vereint Compagnie Charlie aus Belgien.





Meet the FiSH – Tukkersconnection präsentiert einen neuen leuchtenden Walk-Act.

memo-media.de

ANGEKOMMEN!

10.000 Quadratmeter, rund 140 Shows aus aller Welt, 70 Künstler, sieben Bühnen, 15 sogenannte Sonderflächen, zwei Tage und ein Schloss – die »äußeren Werte« der Internationalen Performance Paderborn sind schon ein Pfund, das kann man nicht abstreiten.



Galaveranstaltung mit der Absolventenshow aus Berlin



Auch Di Filippo Marionette war in Paderborn dabei.



Fragt sich, ob auch die »inneren Werte« der Performance mit den hohen Erwartungen der Künstler und Booker übereinstimmen. Und unter diesem Fokus haben Stefan Hermanns und sein Team einen großen Schritt in die richtige Richtung gemacht. Die Veranstaltung wurde in der ganzen Stadt gut beworben und die Massen kamen. Es war durchgehend voll auf dem Gelände und selbst die Shows morgens um zehn waren gut besucht. Morgens Kindergärten und Schulklassen, nachmittags ein bunt gemischtes Publikum quer durch alle Altersklassen. Und auch die Booker waren am Start und informierten sich über Künstler, Walk-Acts und Shows für die nächsten Sommersaisons.

Von Großproduktionen wie dem Frankfurter Antagon Theatre-Aktion bis hin zu entlaufenen Karusselltieren, die Platz boten für Kinder im Buggy-Alter, war die Palette der Angebote bunt bis zum Gehtnichtmehr. Nicht alles hat jedem gefallen, doch jeder hat etwas gefunden, was ihm gefiel. Robert Sterzik, Kopf der Künstleragentur Rudi Renner, ist zufrieden mit der 12. Performance Paderborn. Er hatte zwei verschiedene Acts – Kaaos Kaamos und Tom & Ayla – im Programm und ist mit den Nachfragen zufrieden. Sterzik gibt zu bedenken, dass es im Sinne aller sein muss, dass wirklich ausschließlich neue Acts präsentiert werden, denn nur, wenn das gesichert ist, dann kommen auch die Veranstalter. Gert Rudolph der gleichnamigen Künstleragentur freut sich, dass die Börse nun wirklich zum Treffpunkt der Branche geworden ist. Ihm ist auch positiv die Veränderung der Ausstellerhalle aufgefallen, die deutlich aufgewertet wurde.

Stefan Hermanns und sein Team arbeiten jedenfalls stetig an der Optimierung der Performance. Eine wichtige Neuerung sollte man sich jetzt schon notieren. Die Performance findet in 2019 nicht wie gelernt Anfang September statt, sondern am 26 und 27. August und damit an den letzten beiden Tagen der Sommerferien in NRW. Ein zahlreiches Publikum ist also schon mal gesetzt für die 13. Performance.

10,000 square meters, around 140 shows from all over the world, 70 performers, seven stages, 15 so-called special areas, two days and a castle – it looks as if the International Performance Paderborn had all the 'hardware' it takes. Stefan Hermanns and his team are consistently concerned with further improving and refining the »Performance«. You might want to note one significant modification already now: the 2019 edition of this show will not be scheduled for early September, as has been the rule these past years, but instead on August 26/27 of that year, at the end of local school summer holidays.

INFO

Die Kontaktdaten finden Sie auf **www.memo-media.de**

Fotos: Thorsten Hennig

LOCATIONS!

Mit innovativen Workshops, Keynotes, Foren und den LOCATION-Highlights aus den Metropolregionen!

Die Messe für außergewöhnliche Veranstaltungsräume und Eventservices

LOCATIONS
RHEIN-RUHR

11. Oktober 2018
10.00 - 16.30 Uhr
Kraftzentrale
Landschaftspark Duisburg-Nord

LOCATIONS
RHEIN-MAIN

NEUE LOCATION

25. Oktober 2018
10.00 - 16.30 Uhr
HALLE 45 (ehem. Phönix-Halle)
Mainz

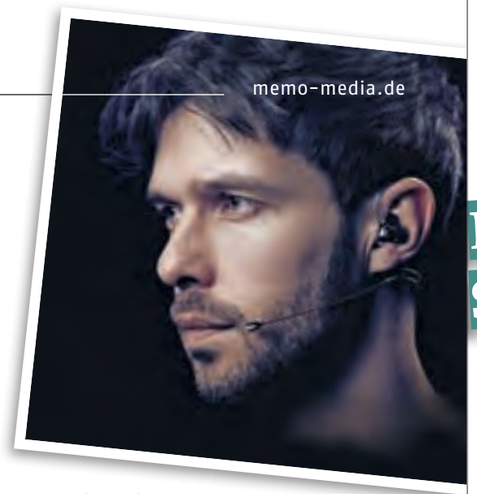


Zwei Metropolregionen in Deutschland. Zwei Fachmessen an multifunktionalen Veranstaltungsorten mit imposanter Industriekultur. Für Tagungsplaner, Veranstalter, Eventmanager und Marketingfachleute. Für alle, die Seminare und Schulungen organisieren.

Finden Sie an nur einem Tag viele neue Ideen für Ihre Meetings und Events und knüpfen Sie neue persönliche Kontakte. Holen Sie sich den umfassenden Überblick über die wichtigen regionalen Locations, Kongresszentren, Hotels und Dienstleister.

Jetzt kostenfreies Messeticket sichern unter www.locations-messe.de

Headsets sind für Moderatoren, Schauspieler und Sänger ein Akt der Befreiung. Auf Bühnen setzten sich Lautsprecheranlagen zwar schon früh durch, aber erst das Fernsehen verlangte nach Miniaturisierung von dazugehörigen Mikrofonen und kabelloser Übertragung. 1957 brachte die deutsche Firma Sennheiser ein erstes Handmikro mit Funksender heraus. 1969 war die Firma dann in der Lage, das erste Miniaturansteckteil mit einer Funkstrecke zu versehen. Die Bühnenshows der Achtzigerjahre verlangten nach mechanisch stabiler Unabhängigkeit, denn tanzende Stars wie Madonna und King Michael Jackson wollten entfesselte Live-Shows bieten.



Headsets und Earsets sind Mobilitätsgaranten

DIE GROSSE FREIHEIT

Inzwischen sind Head- und Earsets auch bei Schauspielern und Moderatoren nicht mehr wegzudenken. Darüberhinaus sind sie auf äußerste Kompaktheit geschrumpft. Während sich für lautere Bühnen gerichtete Charakteristiken (Niere oder Cardoid) empfehlen, sind für Sprachanwendungen ungerichtete Kugelcharakteristiken (Omni) üblich. Sie sind unempfindlicher gegenüber Atemstößen und ebenso unempfindlicher in der Ausrichtung. showcases hat sich am mittlerweile mit Billigprodukten überschwemmten Markt die führenden Modelle angeschaut und drei Modelle herausgesucht, die besonders durch ihre Sprachverständlichkeit und Feedbackunempfindlichkeit herausstechen.



Das 4166 D:fine des dänischen Herstellers – auch Hersteller vieler weltweit bewährter Instrumentalminiaturmikrofone – ist der Nachfolger des DPA 4066, das seit vielen Jahren einen Standard live wie im Fernsehen bildet. Eine exzellente Tonqualität paart sich mit mechanischer Unverwüstlichkeit. Das 4166 D:fine ist durch seine eckige Form des kleinen Mikrofonkorbes leicht zu erkennen. Adapter auf die unterschiedlichsten Funksysteme werden angeboten.



Mit dem SL Headmic 1 ist auch der deutsche Pionier Sennheiser gut auf dem Markt vertreten. Das Modell ist nicht nur wie die anderen beiden in verschiedenen Hauttönen erhältlich, sondern auch in Silber. Was eher selten ist. Man kennt das schicke Design so aus dem »Aktuellen Sportstudio« oder dem »Kölner Treff«. Aber auch auf großen Livebühnen macht es optisch wie akustisch eine gute Figur. Die von Sennheiser passend angebotenen Funkstrecken sind bei Shows und TV weltweit beliebt und dienten viele Jahre dem ESC.



Das Countryman E6 aus den USA wird inzwischen von der allseits bekannten Firma Shure vertrieben. Adapter auf die verbreitetsten Funksysteme sind erhältlich. Dieses Earset ist ganz besonders unauffällig, da es nur an einem Ohr befestigt werden muss. Es kann rechts wie links getragen werden. Bei sehr bewegten Akteuren ist ein Headset über beide Ohren natürlich vorzuziehen. Ansonsten spricht alles für das Miniaturwunderwerk. Von der akustischen Qualität gehört es zur absoluten Spitzenklasse.

***Headsets and earsets** have become essential utensils for actors and moderators. While directional characteristics (cardoid) are best suited for louder platforms and stages, unfocused omnidirectional characteristics are customary for voice applications. These are less sensitive to breathing sounds and easier to direct. The market has been swamped with low-price products and showcases put the most popular brands to a test.*

INFO

IK Countryman c/o Shure Distribution GmbH, 75031 Eppingen
DPA c/o Mega Audio GmbH, 55444 Waldlaubersheim
Sennheiser electronic GmbH & Co. KG, 30900 Wedemark

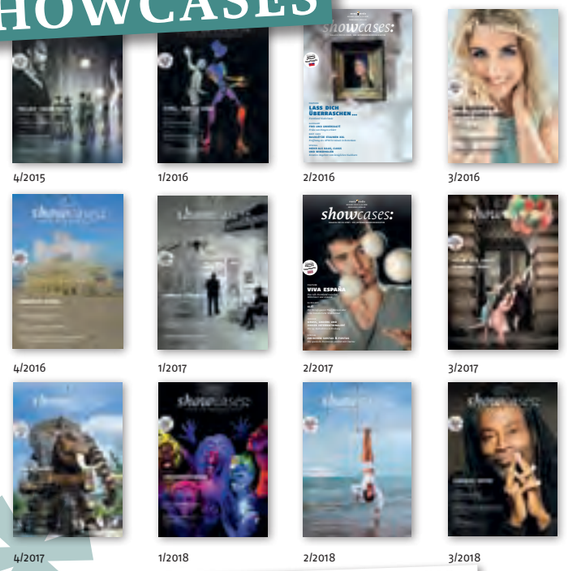
Die Kontaktdaten finden Sie auf **www.memo-media.de**

Fotos: Mega Audio GmbH, Sennheiser electronic GmbH & Co. KG, Shure Distribution GmbH

BACKISSUES

INSPIRATION UND RECHERCHEMEDIUM
FÜR IHRE EVENTPLANUNG

DAS MAGAZIN
SHOWCASES



FEHLT IHRER SAMMLUNG EINE INTERESSANTE AUSGABE?
KEIN PROBLEM! BESTELLEN SIE DAS MAGAZIN EINFACH ZUM PREIS VON 6,50 EURO + 2 EURO VERSANDKOSTEN. ZU DIESEN THEMEN KÖNNEN SIE PRINTAUSGABEN NACHBESTELLEN:

- ○ 3 / 2013 REDNER & CELEBRITIES
- ○ 4 / 2013 TEMPORÄRE ARCHITEKTUR
- ○ 1 / 2014 COVERBANDS & PARTYMUSIK
- ○ 2 / 2014 WASSERSHOWS & -KÜNSTLER
- ○ 3 / 2014 BURLESQUE & TRAVESTIE
- ○ 4 / 2014 BÜHNE & DANCEFLOOR
- ○ 1 / 2015 CATERING & KÜCHE
- ○ 2 / 2015 WALK-ACTS & ERDKÜNSTLER
- ○ 3 / 2015 LEICHTE MUSE & A-CAPPELLA
- ○ 4 / 2015 BÜHNEN- & SONDERBAUTEN
- ○ 1 / 2016 TEAMBUILDING
- ○ 2 / 2016 EVENTLAND NIEDERLANDE
- ○ 3 / 2016 HITS & SCHLAGER
- ○ 4 / 2016 SOCIAL EVENTS & SOCIAL ART
- ○ 1 / 2017 SONDERBAUTEN UND MÖBEL
- ○ 2 / 2017 EVENTLAND SPANIEN
- ○ 3 / 2017 MUSIK & MUSIKKABARETT
- ○ 4 / 2017 STRASSENTHEATER & TAGUNGSORTE
- ○ 1 / 2018 FRAUEN DER BRANCHE
- ○ 2 / 2018 ARTISTIK
- ○ 3 / 2018 KLASSISCHE MUSIK

Alle Bestellungen an info@memo-media.de, telefonisch unter +49 (0)2296 – 90 09 46 oder per Fax +49 (0)2296 – 90 09 47.





MARKEN *GREIFBAR* MACHEN



Das YouTube Festival 2017

BMWi Pavillon Expo 2017





Markenpavillon beim Skoda GTI Treff 2015

Immer mehr Marken müssen sich im öffentlichen wie auch im digitalen Raum als eigene »Welt« präsentieren, die es dem Konsumenten ermöglicht, in die Marke einzutauchen, diese zu erleben und sich quasi darin zu bewegen. Warum eigentlich? In der »Experience« geprägten Gesellschaft definieren sich Konsumenten zunehmend durch die Summe ihrer Erlebnisse. In Erinnerung bleibt, wer emotionale Erlebnisse schafft und ein Commitment erzielt, bei dem sich der Konsument der Marke zugehörig fühlt und sich mit dieser identifizieren kann.

Im Retail- beziehungsweise Konsumgüterbereich entdecken deshalb immer mehr Unternehmen das Positionierungspotential sogenannter Brandworlds für sich, um Kunden ein individuelles Erlebnis in einem Umfeld zu bieten, das vornehmlich vom Unternehmen selbst bestimmt werden kann. Brandworlds können verschiedene Ausprägungen annehmen: Alles in allem sind sie jedoch erschaffene Erlebniswelten, die sich sowohl im Sinne von »Marken-Stories« als auch durch physisch erbaute Marken-Erlebniszentren manifestieren (z. B. Markenmuseen, Flagship Stores, Brand Lands, aber auch Firmenbesuche und Werksführungen).

An all diesen Orten wird die Marke greifbar, sichtbar, spürbar – wobei der Kunde auf allen Sinnesebenen angesprochen wird (Seh-, Hör-, Tast- und Geruchssinn). Die räumliche Inszenierung verkörpert dabei die Marke, ihre Werte und Eigenschaften. Das Erleben des Raums wird zum Markenerlebnis.

Erfahrungsgemäß muss eine architektonisch eindrucksvoll inszenierte Welt aber auch zwingend mit persönlichen Erlebnissen angereichert werden – nur so kann die Einbindung des Betrachters in die Markenwelt und die emotionale Bindung an die Marke garantiert werden. Denn in Erinnerung bleibt stets das Live-Erlebnis.

Beim Konzipieren wirkungsvoller Markenwelten kommen deshalb viele Disziplinen zum Einsatz. Mehrdimensional interpretiert müssen diese identitätsstiftend, authentisch und über die Sinne erfahrbar sein. Dreh- und Angelpunkt für den Erfolg ist hierbei die kluge Verknüpfung aus räumlicher Gestaltung, Erlebnis und Inhalten, um eine maximale Wertschöpfung zu gewährleisten, die auf die Marke und ihre Werte einzahlt.



Detlef Wintzen ist CEO bei Insglück, Gesellschaft für Markeninszenierung.

***Numerous disciplines** need to be applied for concepting effective brand worlds. With multidimensional interpretation, these must establish identity, they must be authentic and tangible. Any such success will essentially be based upon intelligent combination of spatial design, experience, and contents in order to generate maximum added value to enhance the brand and its merits. Detlef Wintzen is the CEO of Insglück Gesellschaft für Markeninszenierung.*

INFO

Insglück Gesellschaft für Markeninszenierung mbH, 10783 Berlin

Die Kontaktdaten finden Sie auf **www.memo-media.de**

Fotos: Mielek/Hoedenath, Andreas Keller, Ondrej Kalman, Insglück Gesellschaft für Markeninszenierung mbH

Die **Interessengemeinschaft Veranstaltungswirtschaft** (IGVW) erhält offizielle Struktur

Seit vielen Jahren arbeiten die Verbände der Veranstaltungsbranche in übergreifenden Themen zusammen, um ihre Mitglieder zu unterstützen und die gesamte Branche weiterzuentwickeln. Was als lose, projektbezogene Kooperation begann, wurde über die Jahre zu einer Institution, in der Amtsträger und ehrenamtliche Mitarbeiter der tragenden Verbände zu einem regen Austausch und intensiver Projektarbeit zusammenkamen. Jetzt wurde diesem Verbund eine offizielle Struktur und die notwendige Stärke verliehen: Am 11. September 2018 fand die Gründungsversammlung der Interessengemeinschaft Veranstaltungswirtschaft (IGVW e.V.) statt. Ziel der IGVW ist die Förderung der Qualität und Sicherheit in der Veranstaltungsbranche, insbesondere durch die Etablierung von Qualitätsstandards für Praxis, Ausbildung und Organisation. Vertreter der folgenden Verbände unterzeichneten die Gründungsurkunde und die Gründungssatzung: APWPT, AUMA, BVB, DBV, DTHG, FAMAB, EVVC, IgPV, INTHEGA, ISDV und der VPLT.

»Ich freue mich, dass wir mit der Unterstützung vieler Fachverbände die Belange unserer Branche zukunftsorientiert entwickeln«, sagte Wesko Rohde nach seiner Wahl zum Präsidenten. Alexander Schmidt, der als stellvertretender Vorsitzender des FAMAB wesentlichen Anteil an der Gründung der IGVW hat, erklärt: »Unsere Aufgabe als Verbände ist es, gemeinsam Lösungen für die gesamte Branche zu entwickeln. Daher freut es mich, dass mit der Gründung der Interessengemeinschaft Veranstaltungswirtschaft für genau diese unausweichlichen Veränderungen einer der wichtigsten Grundsteine gelegt wurde. Alle Mitglieder der tragenden Verbände und die gesamte Branche werden von den Aktionen der IGVW profitieren.«



Die LECA hat ein eigenes Online-Bewertungssystem integriert, mit dem Kunden jedes LECA-Mitglied online bewerten können. Die Bewertungen werden anonymisiert direkt auf der LECA-Website sichtbar gemacht und mit dem Profil des Caterers verbunden.

In vielen Branchen des Gastgewerbes sind Kundenbewertungen eine wichtige Orientierungshilfe für Kunden. Im Catering, gerade im B2B-Kundensegment, sind Bewertungen bisher selten. Dabei sind insbesondere bei der Auswahl eines Premium-Caterers für Veranstaltungen unabhängige Aussagen von Kunden eine wichtige Entscheidungshilfe. »Mit den Online-Bewertungen wollen wir für mehr Transparenz im Markt sorgen und ein Zeichen dafür setzen, dass letztlich die Zufriedenheit der Kunden Maßstab unserer Arbeit ist«, so Georg Broich, Präsident der LECA.



Ob auf dem Wasser, zwischen technischen Raritäten oder auf einem Weingut – in Deutschland gibt es viele Veranstaltungslocations, die mit dem gewissen Etwas begeistern. Und mit jeder Veranstaltung werden dort neue Geschichten geschrieben. Im Special stellen wir einige dieser Räumlichkeiten für Events und Tagungen vor und gehen auf ihre Besonderheiten ein.

EVENT-RÄUME MIT CHARAKTER

DIE »SCHEPP SCHACHTEL« IN DARMSTADT

Inmitten der Metropolregion Frankfurt/Rhein-Main liegt das Darmstadtium im Herzen Darmstadts. Auch in seinem 10. Jubiläumsjahr besticht es durch die futuristische Architektur – von innen wie außen. Von den Darmstädtern daher liebevoll »Schepp Schachtel« genannt, kann das Kongresszentrum neben der inspirierenden Architektur und der idealen Lage auch durch weitere Merkmale punkten: Die IT und Funktionalität sowie das nachhaltige Energiekonzept begeistern Veranstalter wie auch Gäste. Mit seinem multifunktionalen Raumangebot (21 Konferenzräume, eine Lounge für besondere Anlässe, der Kongress-Saal Ferrum für 383 Personen sowie der dreifach teilbare große Saal Spectrum für bis zu 1.677 Personen) ist das Darmstadtium als Eventlocation geschätzt.



DIE ALTE TUCHFABRIK

Durch eine architektonische Meisterleistung und mit viel Liebe zum Detail entstand in Euskirchen aus einer Industrie-Ruine eine Eventlocation mit Charakter: die Alte Tuchfabrik. Die in den 1850er Jahren gegründete Alte Tuchfabrik liegt in reizvoller Landschaft mit Blick auf die ersten Höhenzüge der Eifel. Heute bieten die fünf ebenerdig befahrbaren Hallen mit dem idyllischen Außengelände einzeln und auch zusammengelegt ein tolles Ambiente für Veranstaltungen jeglicher Art. Der prämierte Event- & Messecaterer Lemonpie vollendet dabei jeden Event mit passenden kulinarischen Konzepten: vom Dinner, über urbanes Streetfood, rustikales BBQ im Außengelände bis hin zu Menüs aus der Showküche.

EVENTLOCATION MIT COOLNESS-FAKTOR

Das Goldberg[werk] auf dem ehemaligen Industrieareal Mahle in Stuttgart-Fellbach begeistert Veranstalter sowie Besucher nicht ohne Grund schon beim Betreten. Das Backsteingebäude der ehemaligen Gießerei schafft in der gesamten Location mit den zwei Eventflächen, der Conference Lounge und dem Außenbereich eine geradezu industriemuseale Atmosphäre. Ein ganz besonderer Hingucker ist dabei nicht nur die zehn Meter hohe Halle, sondern auch die »Goldwand«, die einen Akzent setzt und einen Kontrast zum Backsteingebäude bildet. Durch ihren fließenden Übergang vom Innen- zum Außenbereich ermöglicht die Eventlocation zu jeder Jahreszeit Veranstaltungen aller Art.





ARCHITEKTURPERLE AM RHEIN

Mitten in der Weinregion Rheinhessen und doch zentral am Rande des Rhein-Main-Gebiets befindet sich ein architektonisches Glanzstück, das im August 2017 seine Türen für Tagungs- und Kongressveranstalter, aber auch für Veranstalter aus dem kulturellen Bereich geöffnet hat. Die King Kultur- und Kongresshalle Ingelheim fällt sofort ins Auge. Nicht nur die außergewöhnliche Architektur und die polygone Form begeistern. Eines der entscheidenen Alleinstellungsmerkmale der King ist ihre Akustik. Durch das im großen Saal installierte Meyer-Sound-Acoustic-System Constellation lässt sich die Nachhallzeit auf Knopfdruck anpassen, ohne bauliche Veränderungen vorzunehmen. Von der Sprachbeschallung bis zum klassischen Symphoniekonzert ist hier alles möglich. Technisch spielt diese Eventlocation in der gleichen Liga wie die Moskauer Svetlanov Hall.

LÄNDLICHE ELEGANZ UND FAMILIÄRES AMBIENTE

Mitten im Herzen von Löchgau verbinden sich modernes Ambiente und ländliche Tradition. Das Wirtshaus Alte Kelter wartet mit einer langen Geschichte auf, die man spüren kann. Im gemütlichen, offenen Gastraum haben 120 Gäste Platz. Der kleine, aber feine Seemann-Saal mit Kunstwerken des Zeichners und Steinhauers Karl-Henning Seemann bietet rund 40 Gästen Platz. Neben seiner ländlichen Eleganz punktet die Eventlocation vor allem mit nachhaltigem Genuss. Seit 2014 gehört das Wirtshaus zu den »Schmeck-den-Süden-Gastronomen«



Baden-Württembergs. Jedes Gericht von der »Schmeck-den-Süden«-Karte besteht ausschließlich aus regionalen Produkten. Regionaler Anbau, kurze Transportwege und frische Zutaten sind die Kernpunkte dieser »Schmeck-den-Süden«-Philosophie.



NOCH IMMER UNTER STROM

Im Herzen Darmstadts steht die Centralstation, das denkmalgeschützte ehemalige Elektrizitätswerk mit modernem Innenleben. Auf drei Etagen finden hier seit 1999 Kulturveranstaltungen statt. Und wenn die mal Pause haben, nutzen Unternehmen die Centralstation als Location für Tagungen und Abendveranstaltungen unterschiedlicher Größe. Drei Veranstaltungsräume bieten flexible Raumkonzepte für jede Gelegenheit: die große Halle mit luftigen Bogenfenstern, der elegante Saal unter dem Dach und die Lounge. Planung und Umsetzung kommen aus einer Hand. Das garantiert einen zuverlässigen und reibungslosen Ablauf in einem außergewöhnlichen Ambiente.



EUROPA-PARK ALS TAGUNGS- UND VERANSTALTUNGSLOCATION

Hier gibt es nicht nur den puren Nervenkitzel, sondern auch moderne Räumlichkeiten, um professionell zu tagen und außergewöhnlich zu feiern. Seit rund zwanzig Jahren erweist sich das Confertainment-Konzept des Europa-Parks in Rust als besondere Veranstaltungsmöglichkeit. Über 1.300 Veranstaltungen finden hier jährlich statt. Von der Familienfeier im kleinen Kreis bis zur großen Firmenpräsentation – der Park bietet mehr als dreißig Räumlichkeiten mit 26 bis 3.000 Quadratmetern für 10 bis 5.000 Personen. Die in allen Räumen vorhandene Technik ermöglicht es, mit modernen Kommunikationsmitteln zu arbeiten. Daneben sorgt eine große Auswahl an Unterhaltungsangeboten für einen anregenden und motivierenden Ausgleich. Und natürlich gibt es mit den fünf Vier-Sterne- und Vier-Sterne-Superior-Hotels auch Übernachtungsmöglichkeiten vor Ort.

DAS CO2-NEUTRALE SEMINARSCHIFF

Leise, emissionsfrei und mit modernem Design – wer nicht an Land, sondern auf dem Wasser feiern möchte, hat in Berlin als Event-Startpunkt eine super Möglichkeit dazu. Das CO2-neutrale Seminarschiff startet in seinem Heimathafen in Berlin-Moabit, ist aber auf Wunsch auch deutschlandweit im Einsatz. Es bietet auf zwei Decks für bis zu 200 Personen Platz und kann für individuelle Fahrten gechartert werden. Ebenso wird das Schiff als still liegende Variante angeboten. So oder so ist dieses Schiff als Eventlocation eine Besonderheit. Vor allem deshalb, weil es klimaneutral, vibrationsfrei und sehr leise mit Elektroenergie angetrieben wird. Und die eigene Fotovoltaikanlage unterstreicht den nachhaltigen Charakter dieser schwimmenden Location.



EVENTS AUF DEM UNESCO-WELTERBE

Events auf einem Unesco-Welterbe? Das gibt es in Essen. Die Grand Hall Zollverein ist eine Special-Eventlocation mit Sitz auf dem Welterbe Zollverein. Die in 1993 stillgelegte, ehemalige Sauger- und Kompressoren-Halle auf der Kokerei Zollverein wurde von 2014 bis 2016 denkmalgerecht saniert. Dabei wurden die Aspekte einer nachhaltigen Bauweise behutsam berücksichtigt. Heute beherbergt sie ein Veranstaltungszentrum, das allen Ansprüchen an eine moderne Eventlocation gerecht wird – kombiniert mit dem Flair der Industriekultur. Auf Flächen von 40 bis 4.000 Quadratmetern bieten die technisch vollausgestatteten Räumlichkeiten für 25 bis 2.500 Personen Platz. Für Events in einer Atmosphäre, die Geschichten erzählt.



DER SCHUBLADEN-EFFEKT IM BAUWERK KÖLN

»Wir lieben Schubladen! Sie bieten Stauraum, schaffen Ordnung und wecken unsere Neugierde«, sagt das Team der Eventlocation Bauwerk Köln. Die kreativen Köpfe haben die Funktionsweise von Schubladen neu interpretiert und auf ihre trendige Eventlocation übertragen. Dabei herausgekommen sind die innovativen Eventboxen. Insgesamt sechs dieser mobilen Räume verbergen sich hinter der Seitenwand der großen Halle. Jede Box kann individuell eingerichtet und ausgestattet werden. Egal, ob Produktpräsentation, Tagung oder Hochzeit – bei einer Veranstaltung werden die Boxen einfach aus der Glasfront herausgefahren und setzen so beispielsweise eine Bar, eine Lounge-Ecke, Produkte oder das Dessert-Buffet in Szene.



WISSENSCHAFTLICHES MITMACHMUSEUM FÜR KINDER

Warum poppt Popcorn? Und wie erklärt sich der Satz des Pythagoras? Diese und viele weitere Fragen werden im Extavium, dem wissenschaftlichen Mitmachmuseum in Potsdam, beantwortet. Und das ganz konkret und nachvollziehbar. Die interaktive Mitmachausstellung mit vielen Exponaten lädt kleine und große Forscher zu einer spannenden Entdeckertour in die Welt der natürlichen Phänomene ein. Neben Experimentierkursen richtet das Extavium auch Kindergeburtstage aus, die nicht nur Spaß machen, sondern auch eine Menge spannendes Wissen vermitteln.





VERANSTALTUNGEN AUF EINEM WEINGUT

Der Steinbachhof in Vaihingen bietet mehr als eine malerische Kulisse für Veranstaltungen. Denn diese Eventlocation befindet sich mitten auf einem lebendigen Weingut. Auf knapp fünf Hektar werden hier traditionelle Rebsorten angebaut. Denn charaktervolle Weine sind die Passion des Teams vom Weingut Steinbach. So können Weinproben oder Weinkeller-Führungen in das Rahmenprogramm einer Veranstaltung integriert werden. Und der Flair der restaurierten Gemäuer und des Outdoor-Eventbereichs runden den Charme der Location ab. Von der Scheune bis zum Gänsestall können alle Gebäude für Events genutzt werden und sind mit einer modernen Infrastruktur ausgestattet.



EVENTS MIT INDUSTRIEGESCHICHTE

Wo einst Schlote rauchten und Hochöfen glühten, präsentiert sich heute auf dem Gelände der ehemaligen Ilseder Hütte die Gebläsehalle als charakteristischer Mittelpunkt. Die über 100 Jahre alte, säulenfreie Halle ist eine vielseitige Eventlocation zwischen Hannover und Braunschweig. Sie bietet Räumlichkeiten für Events zwischen 100 und 2.000 Gästen. Von Tagungen, Messen und Produktpräsentationen, über Partys und Galas bis hin zu Incentives und kulturellen Events – der industrielle Charme verleiht jedem Event einen stimmungsvollen Flair. Im 1.700 Quadratmeter großen Hallenobergeschoss schlägt das Herz des modernisierten Gebäudes. Zusammen mit den 330 Quadratmetern des Foyers im Untergeschoss ergibt sich eine vielseitig nutzbare Veranstaltungsfläche.

EVENTS IN EINER ANDEREN WELT

Ein Stehempfang in einer Raumfahrthalle oder Produktpräsentationen mit Kino-Flair – Veranstaltungen im Technik Museum Speyer sind alles andere als alltäglich. Denn in dieser Location können Veranstalter und Gäste in andere Welten eintauchen. Inmitten zahlreicher Raritäten der Technikgeschichte finden hier Gala-Dinner, Tagungen oder Firmenevents statt. Zum Beispiel in der 720 Quadratmeter großen, multifunktionalen Veranstaltungshalle »Terminal« mit angrenzendem 80 Quadratmeter großem Foyer. Ein besonderes Highlight ist die »Flight Deck Lounge« im Obergeschoss, die einen Rundumblick über die Halle ermöglicht. Mit individuellen Beleuchtungs- und Dekokonzepten kann die eindrucksvolle Location auf eigene Wünsche angepasst werden.



ZENTRAL. HISTORISCH. KREATIV. INDIVIDUELL.

Backsteinmauern treffen Glasfassade. Markante Stahlträger stützen einen schwebenden Deckenkran. Die Schilde-Halle in Bad Hersfeld eignet sich durch ihre wandelbare Kulisse für nahezu jedes Eventformat. Ob geradlinig und lichtdurchflutet für eine Tagung oder als urbaner Club für die Party danach – hier ist jede Atmosphäre möglich. Das Team der Schilde-Halle zeichnet sich vor allem durch eine persönliche Kundenbetreuung und die Entwicklung neuer Ideen sowie ausgefallener Konzepte aus. Daher gibt es auch kein Event von der »Stange«. Denn die Konzepte werden auf die individuellen Vorstellungen ausgearbeitet. Durch ausreichende Parkmöglichkeiten und ihre zentrale Lage mit infrastruktureller Anbindung an Autobahnen und dem ICE-Bahnhof ist die Location zudem schnell zu erreichen.



Be it on the water, *between technical curiosities or at a wine-growing estate – there are numerous event locations in Germany that have unique and exciting qualities. And each event staged there tells a new and different story.*

INFO

Alte Kelter, Mayer & Söhne Erligheim GmbH, 74391 Erligheim
bauwerk köln, macevent GmbH, 51105 Köln
darmstadtium, Wissenschafts- und Kongresszentrum Darmstadt GmbH & Co. KG, 64283 Darmstadt
Das CO2-neutrale Seminarschiff, Seminarschiff Fluxservice GmbH, 10245 Berlin
Die Alte Tuchfabrik, c/o Lemonpie Event- & Messecatering GmbH, 50829 Köln
Die Centralstation, Centralstation Veranstaltungs-GmbH, 64283 Darmstadt
Europa-Park, Europa-Park GmbH & Co Mack KG, 77977 Rust bei Freiburg
Extavium, EPS (Edutainment Projects Services) GmbH, 14467 Potsdam
Gebläsehalle c/o wito gmbh, 31241 Ilsede
GOLDBERG[WERK], GRM2 Locationmanagement GmbH & Co. KG, 70736 Fellbach
Grand Hall ZOLLVEREIN®, Grand Hall Zollverein GmbH, 45141 Essen
kING Kultur- und Kongresshalle Ingelheim, IKuM – Ingelheimer Kultur und Marketing GmbH, 55218 Ingelheim am Rhein
Schilde-Halle, Wirtschaftsbetriebe Bad Hersfeld GmbH, 36251 Bad Hersfeld
Technik Museum Speyer, Speyerer Veranstaltungs- und Messe GmbH, 67346 Speyer
Weingut Steinbachhof, Steinbachhof Event – GmbH, 71665 Vaihingen/Enz

Alle Kontaktdaten finden Sie auf **www.memo-media.de**



FRISCHAUF!

Erster Ausblick auf die Internationale Kulturbörse Freiburg

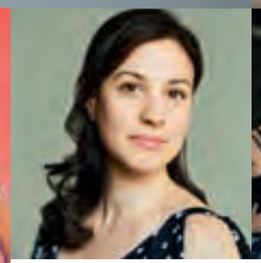


memo-media.de













In dreieinhalb Monaten wird die 31. Internationale Kulturbörse Freiburg eröffnet werden und ist dann gleichzeitig die erste ihrer Art, die vollständig aus der Feder einer Frau stammt. Susanne Göhner, die in ihrem »Vor-Kulturbörsen-Leben« unter anderem lange für das Programm des renommierten Lörracher Burghofs verantwortlich war, kuratiert jetzt und in Zukunft die Freiburger Börse.

Die Jurysitzungen für Musik und Darstellende Kunst haben bereits getagt und aus den Einreichungen die besten Acts ausgewählt. Die Auswahl erfolgte aus den Einreichungen. Ist ein Genre im Januar auf der Kulturbörse spärlicher vertreten, dann kann es daran liegen, dass nur wenige Acts dafür eingereicht wurden. Die Jury für Straßentheater & Walk-Acts hat zum Redaktionsschluss noch nicht getagt – doch die Einreichungen wecken Vorfreude, erzählt Susanne Göhner. Die Veröffentlichung des gesamten Programms kommt im Oktober.

Die Nominierten der Freiburger Leiter stehen für Musik & Darstellende Kunst fest.

Nominiert sind für Musik:

Alma aus Finnland
Frollein Smilla aus Berlin
Ayça Miraç mit einer multikulturellen Heimat
Socks in the Frying Pan aus Irland

Darstellende Kunst:

Stefan Waghubinger, Theologe & Kabarettist
Jan Philipp Zymny, Poetry Slammer
Alpin Drums, alpines, audio-visuelles Klangspektakel
Idil Nuna Baydar aka Jilet Ayse, Deutschlands Integrations-Alptraum

Tradition und Moderne, Elektropop und Blasmusik, Kabarett und Poetry-Slam, Alpenklänge und Berliner Slang – die Auswahl der Nominierten spiegelt die Vielfalt des Programms wider und macht gespannt auf vier Tage Freiburger Kulturbörse im Januar 2019.



The 31st Internationale Kulturbörse Freiburg will open its gates to visitors in three-and-a-half months, and it will be the first of its kind masterminded entirely by a woman. Susanne Göhner, in her pre-Kulturbörsen life responsible for the programs of the renowned Burghof in Lörrach, will now – and in the future – curate Freiburg Börse. Susanne Göhner will show her very particular style and approach in a number of special-theme shows, which are yet a secret, but one which she is looking forward to revealing. She's full of anticipation and respect for this enormous task – which is both fulfilling and challenging for her three-headed team.

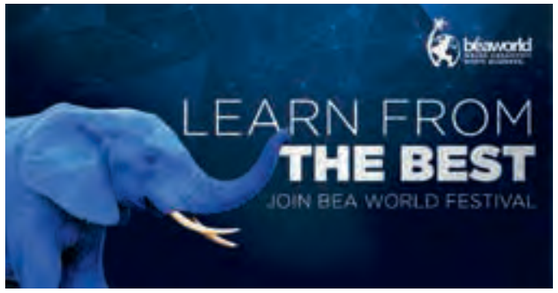
INFO

Internationale Kulturbörse Freiburg
31. Internationale Fachmesse für Bühnenproduktionen, Musik und Events vom 20. bis 23.01.2019
Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe GmbH & Co. KG, 79108 Freiburg

www.kulturboerse-freiburg.de

Die Universitätsstadt Coimbra ist die Gastgeberin des Bea World Festivals 2019 vom 21. bis 24. November. Coimbra liegt im Zentrum Portugals und etwa 150 Kilometer vom nördlichen Porto, rund 200 Kilometer von Lissabon im Süden entfernt. 1290 wurde Coimbras Universität gegründet und ist damit eine der ältesten Europas.

AUF AUGENHÖHE



Learn from the best

Diesen Bildungsauftrag hat sich auch Salvatore Salgone, der das Festival 2006 in Mailand gründete, auf die Fahnen geschrieben. Als EuBea (European Best Event Awards) gestartet, ermöglichte er vor zwei Jahren die Teilnahme für Eventagenturen aus der ganzen Welt und strich die europäische Vorsilbe. Bisher haben Agenturen aus 29 Ländern an dem Wettbewerb teilgenommen. Das Spannende an diesem Award: Alle Einreichungen, die es auf die Shortlist geschafft haben, werden live gepitcht – und das in der Regel vom Agenturchef oder der -chefin. Erst ein dreiminütiger Film, dann eine dreiminütige Präsentation und zum Abschluss drei Minuten Zeit für Fragen und Antworten zum eingereichten Projekt. Das macht die Präsentierenden oft aufgeregt – zumindest leicht – und das Publikum sehr interessiert. Wann hört man aus erster Hand die strategische Planung des Events, erfährt von den Kundenansprüchen und den Tücken der Umsetzung?

Der Blick über den Tellerrand ins All

Nachdem der 22. November den parallel in drei Sälen stattfindenden Präsentationen gewidmet ist – es werden rund 100 Live-Pitches – steht der nächste Tag unter dem Motto »Creative Thinking – The Art of Breaking Routines« mit einer Keynote von Tuija Seipell aus Kanada. Und mit Jeannine Koch aus Berlin gelingt der Blick hinter die Kulissen des erfolgreichen Festivals re:publica. Außerdem lädt Laura Winterling, die Astronauten der ESA ausbildet, ein zu einem Ausflug, was mit kreativem Denken zu den Themen Space Travel und Space Tourism möglich ist. Nachmittags ergänzen Campfire Sessions und Workshops das intensive Programm, bevor am Abend die BEA-Awards verliehen werden.

Entspanntes Networking

Der Samstag, 24. November, steht mit einem ausgefallenen Leisure-Programm ganz im Zeichen des Networkings. Alle Delegierte sind eingeladen, Coimbra und die Umgebung bei Ausflügen und den unterschiedlichsten Aktionen kennenzulernen und die Sonne im Zentrum Portugals zu genießen.

Wer gerne dabei sein möchte, kann sich mit einer Mail an info@memo-media.de wenden. Wir haben Zugriff auf ein Kontigent reduzierter Tickets.





EVENTS / TRAININGS / IMPULSVORTRÄGE / SHOWS

DRUM CAFE INTERAKTIVE MUSIK- UND TROMMELEVENTS

Drum Cafe ist der weltweite Marktführer für interaktive Teamevents. Die Kombination aus inspirierender Bühnenshow, begeisterndem Gemeinschaftserlebnis, Rhythmus und Musik ist die perfekte Möglichkeit, die Businessziele und Botschaften Ihres Firmenevents oder Trainings mit allen Sinnen erlebbar zu machen.

Drum Cafe Deutschland
63128 Dietzenbach
Tel.: +49 (0)6074 – 301 22 66
info@drumcafe.de
www.drumcafe.de

LUFTARTISTISCHES THEATER ÜBER GROSSE FRAUEN



JANA KORB – AERIAL THEATER

In ihrer künstlerischen Recherche sucht Jana Korb besondere, vergessene Frauen – deren Geschichten sie luftartistisch darstellt: Im Vintage! Women! Variete! begibt sie sich auf eine Zeitreise zu den ersten großen Zirkusartistinnen. Mit Frau Vladusch erzählt sie das Leben einer ganz »normalen« Frau. In Erstes Leid verwandelt sie sich in Kafkas Figuren.

Jana Korb / Korb + Stiefel
Mobil: +49 (0)157 - 85 95 56 61
produktion@janakorb.de
www.luftartistin.de
www.vintage-women-variete.de

KONZERT- & EVENTBAND



JANNA: MIDWINTER – IRISCHE WEIHNACHT

Ein einzigartiges Konzert mit traditionellen und modernen Weihnachtsliedern aus Irland/Schottland/England – winterlich karg, aber auch frisch groovig im Americana-Stil oder Gospel. Interessante Arrangements, Virtuosität und beeindruckender Gesang verschmelzen mit der Rhythmik und Melancholie irischer Folkmusic.

Joachim Rosenbrück
Tel.: +49 (0)3677 - 468 126
Mobil: +49 (0)1520 - 369 85 04
contact@janna-live.de
www.janna-live.de

CLOSE-UP-COMEDY & COMEDY-MAGIC-SHOWS



90% KOMIK – 10% ZAUBERT(R)ICKS – 100% QUALITÄT

Eric Tatar – Der virtuose Comedy-Kellner
Der unglaubliche Mr. Three Hands
Die Ingo-Knito-Show (A GREAT MAGIC COMEDY)
Mit besten Referenzen ist Ingo Knito Qualitäter und bietet Komik mit Klasse, Wortakrobatik, Mimik, Niveau und Herz.

Ingo-Knito-Comedy
Ingolf Schrauth
Tel.: +49 (0)611 - 81 07 78
info@Ingo-Knito-Comedy.de
www.Ingo-Knito-Comedy.de

FEUER- UND LICHT-SHOWS



CHAPEAU BAS ALS HIGHLIGHT FÜR IHRE GALA-EVENTS

Lassen Sie sich von Chapeau Bas in die faszinierende Welt und den magischen Bann des Feuers und des Lichts ziehen. Ob als fulminanter Abschluss für Ihren Event oder auch als Show-Act auf der Bühne. In- und Outdoor geeignet. Die Pixel-Pois der Licht-Show lassen sich individuell mit Botschaften und Firmenlogos programmieren.

Chapeau Bas
Gerhard Leßmann
Mobil: +49 (0)172 - 28 58 333
info@chapeau-bas.de
www.chapeau-bas.de

INDIVIDUELLE GIVE-AWAYS / MESSESTANDAKTION



MR. LO'S GRAFFITI-CAPS

Mr. LO ist Papier- und Bühnenkünstler und erfindet neben seinen Auftritten als Papierclown in Zirkus- und Varieté-Programmen bunte Sachen aus Papier – seine neueste Idee: Witzig gefaltete Caps aus Papier zum Selbstbemalen als Messestand-Aktion für Ihre nächste Messe-Präsenz oder als kreative Tagungspause, um die Köpfe Ihrer Teilnehmer wieder frei zu bekommen. Auf Wunsch kann auch ein Logo integriert werden.

Lorenzo Torres
Mr. Lo's Paper Show
Mobil: +49 (0)171 - 611 70 02
mrlopaper@web.de
www.mrlo.de

LICHT- UND FEUERSHOWS



FEUERSHOWS UND LICHTJONGLAGE AM PULS DER ZEIT

Kai Becker bietet spektakuläre Feuershows und innovative LED-Jonglage mit möglicher Logo-Einbindung. Durch über zehn Jahre Bühnenerfahrung präsentiert er unvergessliches Entertainment mit Qualität und Sicherheit. Alle benötigte Veranstaltungstechnik kann gestellt werden und ist genau auf die Musik programmiert inklusive Flammen- und Lichteffekte.

Modern Juggling
Kai Becker
Tel.: +49 (0)6078 - 91 79 035
kai@modern-juggling.de
www.modern-juggling.de

BREAKDANCE / TANZ / SHOWS

THE SAXONZ – PURE ENERGIE UND SPEKTAKULÄRE AKROBATIK

The Saxonz gehören als mehrfache Deutsche Meister zur nationalen Elite im Breakdance. In verschiedenen Besetzungen oder in Fusionen mit Künstlern anderer Genres – von BMX und Parkour, Klassik und Jazz bis Contemporary und Ballett – begeistert das Ensemble mit spektakulären Tanzshows und präsentiert atemberaubende Akrobatik und energiegeladene Choreografien u. a. für Event, Messe und Gala oder für Film- und Fotoproduktionen.

THE SAXONZ
c/o STYLEJUNKIES
Mobil: +49 (0)171 - 434 24 64
entertainment@stylejunkies.de
www.stylejunkies.de

SHOWS / TEAMWORKSHOPS / AKTIVE TAGUNGSPAUSEN / KEYNOTES



DRUM CONVERSATION® INTERAKTIVE TROMMEL- UND MUSIKEVENTS

Drum Conversation ist mit der erste und führende Anbieter für interaktive Team- und Trommelevents in Deutschland. Die beiden Gründer, Uwe Grohn aus Deutschland und Ismael Seck aus dem Senegal, bringen mit ihrem Team nicht nur positive Energie in Ihre Tagung, Gala oder Weihnachtsfeier, sondern verbinden Ihre Botschaften mit Emotionen und machen sie dadurch unvergesslich.

DRUM CONVERSATION®
60437 Frankfurt am Main
Tel.: +49 (0)6101 - 55 82 60
info@drum-conversation.de
www.drum-conversation.de

MODERATOR & SPRECHER



MARKUS PRIESTER

Seit über 25 Jahren begeistert Markus Priester mit einer einmaligen Mischung aus Charme, Humor, Sympathie, Spontanität, Professionalität und Authentizität das Publikum. Gebucht wird er bundesweit für die Moderation von Firmenveranstaltungen, Sportveranstaltungen, Musikveranstaltungen, Galas, Präsentationen, TV-Formate, Messen, Bälle und als Sprecher.

Markus Priester - Clevertainment
65197 Wiesbaden
Tel.: +49 (0)611 - 44 41 41
info@markus-priester.de
www.markus-priester.de



FASZINIEREND!

Foto: Astronautenkost

Technik hat im Event- und Kunstbereich allerlei kreative Launen. Wir durchleuchten das gesamte Spektrum und stellen Neuheiten und unsere Favoriten vor. Die großen Messen kündigen sich an. Wie immer zum Jahreswechsel bringen wir eine Vorschau darüber, was Sie auf der BOE in Dortmund und der Internationalen Kulturbörse in Freiburg als Besucher erwartet. Wir sind gespannt auf neue Akzente, die die Messe und die Börse immer wieder liefern. In unserem Portrait stellen wir mit Imogen Heap eine internationale, musikalische Ausnahmekünstlerin vor, die auf ihrer aktuellen World Tour mit dem Kollektiv Mycelia für ein nachhaltiges und lebendiges Musikindustrie-Ökosystem eintritt und die einzelnen Punkte darin zu einem musikalischen Netzwerk live zusammenknüpft.

***Technology in the event and art segment** is characterized by a variety of creative designs. We had an extensive look at available features and compiled a list of novelties and our favorites. Major shows and expos are upcoming, and as usual at the turn of the year, we will have a look ahead at what you might expect as visitor at the BOE in Dortmund and the Internationale Kulturbörse in Freiburg. We're all excited about the new impulses generated by these two shows. In our portrait, we will introduce you to Imogen Heap, an exceptional international musical artist, who on her current world tour with the 'Kollektiv Mycelia' advocates a sustainable and viable music-industry ecosystem and combines the single issues and items therein to form a musical network.*

IMPRESSUM

showcases – das memo-media-Magazin
für die Event- und Unternehmenskommunikation
memo-media Verlags-GmbH, Rölefeld 31, 51545 Waldbröl
Tel.: +49 (0)2296 – 900 946, Fax: +49 (0)2296 – 900 947
info@memo-media.de, www.memo-media.de
www.showcases.de; ISSN 1866-5527

Herausgeber: Kerstin Meisner, memo-media Verlags-GmbH
Chefredaktion: Kerstin Meisner, Andreas Schäfer (V. i. S. d. P.)
Gestaltung: cream. büro für gestaltung
Autoren: Tabea Lettau, Corny Littmann, Kerstin Meisner, Detlef Wintzen, Andreas Schäfer
Englische Übersetzung: Christopher Ross
Anzeigenleitung: Jens Kahnert
Anzeigenverkauf: Jens Kahnert, Karin Wolffrom
Titelbild: Philippe Parreno. Courtesy the artist, Pilar Corrias, Barbara Gladstone, Esther Schipper, Foto© Andrea Rossetti
Erscheinungsweise: 4 Ausgaben pro Jahr
Auflage: 8.000
Einzelpreis: 6,50 Euro zzgl. Porto
Druck: DRUCK- UND MEDIENHAUS Rademann, Lüdinghausen

Namentlich oder mit Initialen gekennzeichnete Artikel stellen nicht unbedingt die Meinung der Redaktion dar. Dieses Magazin und alle in ihm enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urhebergesetzes bedarf der Zustimmung des Verlags. Dies gilt auch für die Vervielfältigung per Kopie, die Aufnahme in elektronische Datenbanken und für die Vervielfältigung auf CD-ROM. Bei unverlangt eingeschickten Manuskripten, Briefen etc. behält sich der Verlag das Recht zur ganzen oder teilweisen Veröffentlichung vor. Mit der Annahme zur Veröffentlichung überträgt der Autor dem Verlag das ausschließliche Verlagsrecht für die Zeit bis zum Ablauf des Urheberrechts. Diese Rechteübertragung bezieht sich insbesondere auf das Recht des Verlags, das Werk zu gewerblichen Zwecken per Kopie (Mikrofilm, Fotokopie, CD-ROM oder andere Verfahren) zu vervielfältigen und/oder in elektronische oder andere Datenbanken zu übernehmen. Keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte.

memo media

DAS EVENTBRANCHENBUCH 2019
– SEID DABEI!

Präsentiere dich mehr als 48.400* Veranstaltungsplanern und sei mit im Eventbranchenbuch 2019 dabei!

Jetzt Mediadaten anfordern oder direkt einen Anzeigenplatz sichern!

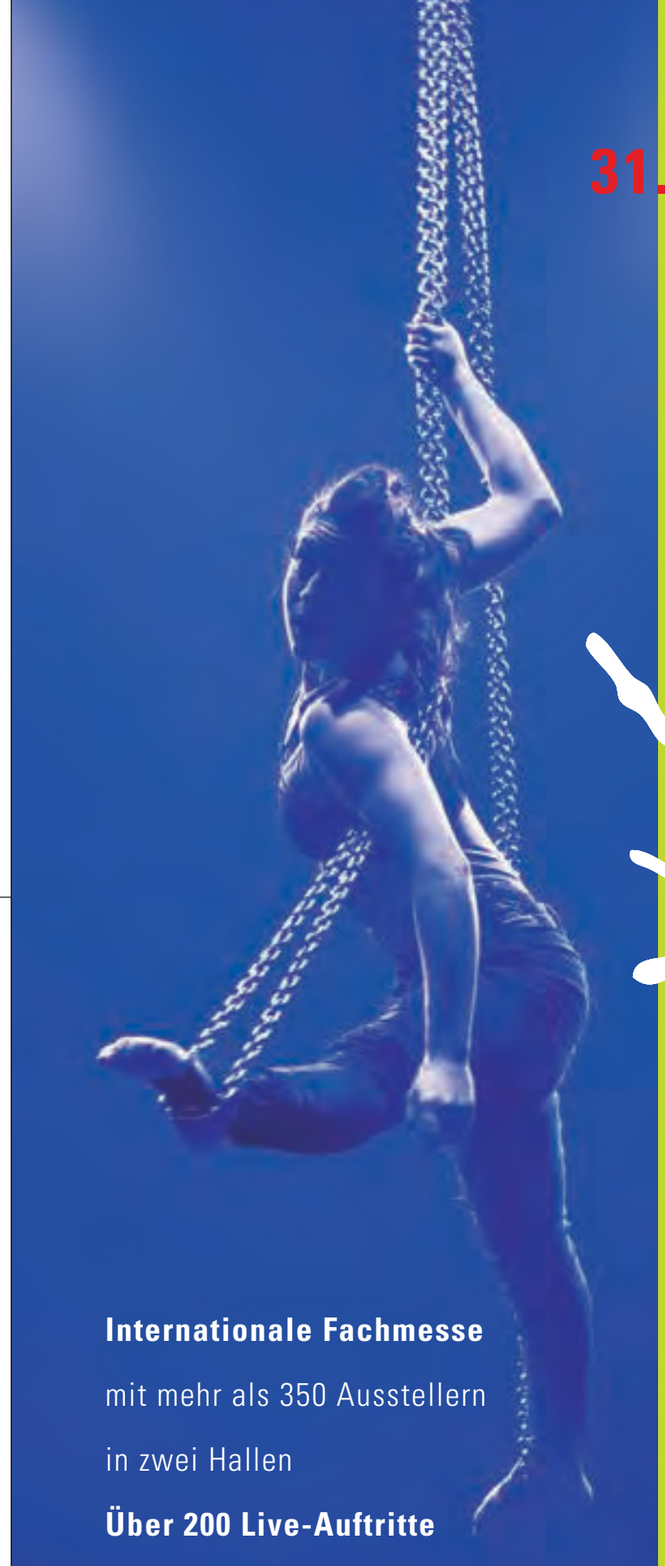
Ihr Kontakt:
Jens Kahnert | j.kahnert@memo-media.de
+49 (0)2296 - 900 946

Redaktionsschluss 29. Oktober 2018!



DU BIST VERANSTALTUNGSPLANER UND MÖCHTEST MIT DEM EVENTBRANCHENBUCH 2019 ARBEITEN?
Dann reserviere dir jetzt schon ein kostenfreies Exemplar unter: **handbuch2019@memo-media.de**

*8.700 verteilte Printexemplare
37.500 digitale Aufrufe im Webkiosk
750 Downloads via App
1.450 PDF-Anforderungen



31. INTERNATIONALE KULTURBÖRSE FREIBURG
20.–23. Januar 2019

Fachmesse für Bühnenproduktionen, Musik und Events
Trade Fair for Stage Productions, Music and Events

Internationale Fachmesse
mit mehr als 350 Ausstellern
in zwei Hallen
Über 200 Live-Auftritte
auf fünf Bühnen
Seminare, Ausstellungen,
Specials

www.kulturboerse.de

Andere machen Tagungen...



...wir machen CONFERTAINMENT!

- 30 Räumlichkeiten von 26 bis 3.000 qm für 10 bis 5.000 Personen
- Insgesamt mehr als 13.000 qm Veranstaltungsfläche
- Vielfältiges Raumangebot in themenorientiertem Ambiente
- Große Auswahl an Unterhaltungsangeboten
- Spannende Incentive-Möglichkeiten
- 950 Zimmer und Suiten in den fünf 4-Sterne-(Superior-)Hotels des Europa-Park
- Vielzahl an Restaurants, Bars, Bistros, ein Wein- und ein Brauereikeller
- Wellness- und SPA-Bereiche
- 18-Loch-Meisterschafts-Golfplatz
- Kompetente Beratung, Organisation und Service, persönliche Eventbetreuung


Professionell tagen ...


Spaß haben ...


den Abend genießen ...


und traumhaft übernachten.


Europa-Park Arena, multifunktionale Event- & Medienhalle



23.11.2018 - 09.02.2019 | www.europapark.de/dinnershow

EUROPA-PARK®
CONFERTAINMENT

Sprechen Sie uns an – wir freuen uns über Ihr Interesse:
confertainment@europapark.de · www.confertainment.de
Europa-Park-Str. 2 · 77977 Rust · Telefon +49 7822 77-14400

© Mack INTERNATIONAL