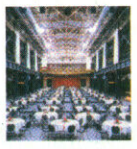
Messebau und Design im New Age Seite 3

Event-Locations der Extraklasse  Seite 5

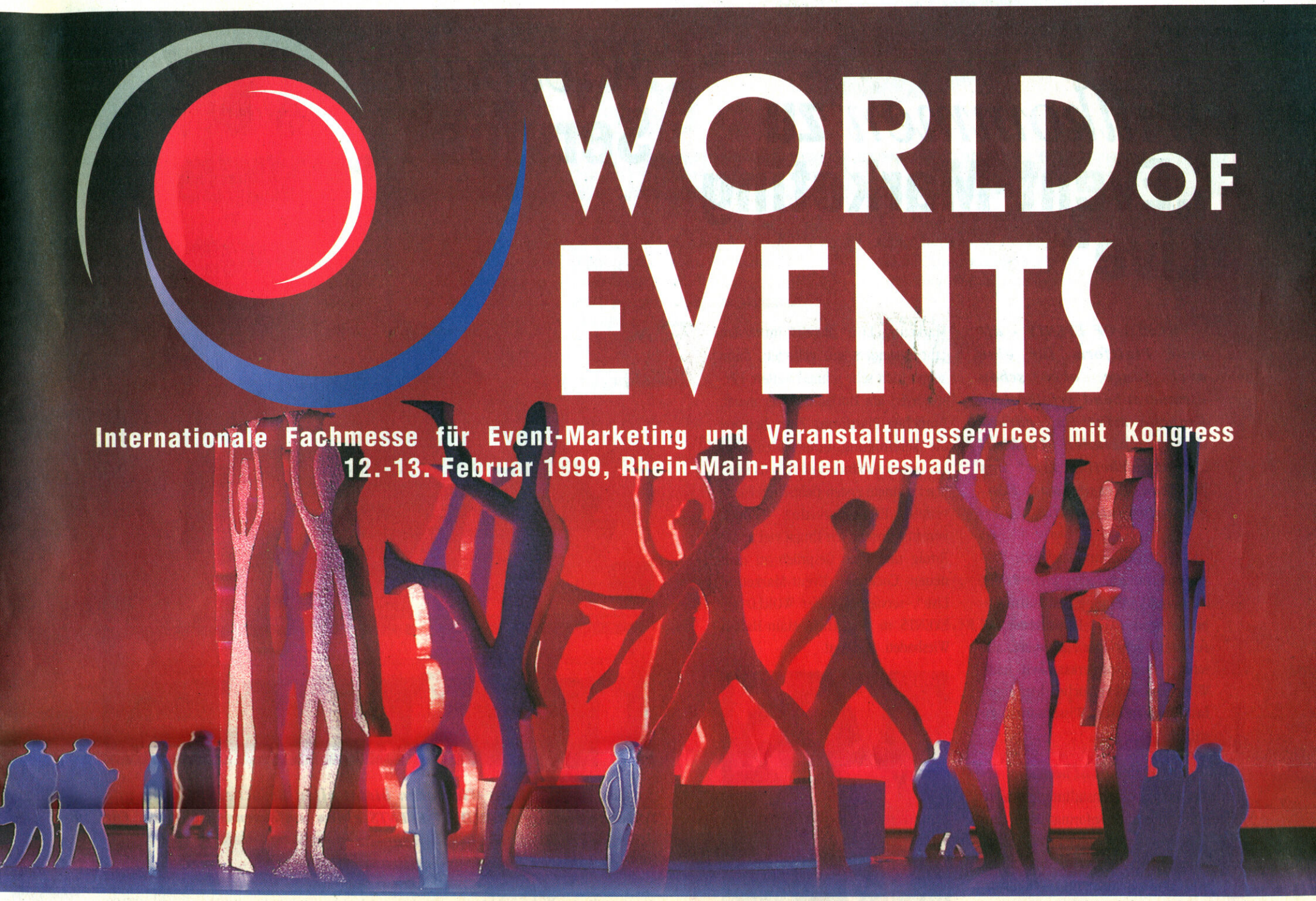
Longtime Event Emotion Reminder Seite 6

Mit Love-parade in die Zukunft des Event-marketing Seite 6

Der Action-Spezialist: Jochen Schweizer Seite 8

Sponsoring-Wirksamkeit von Special-Events Seite 10

Medium Feuerwerk: Die Botschaft einbrennen Seite 12



Design/Foto: LEISTER Düsselorf Kommunikationsbauten

Welcome to the WORLD OF EVENTS

■ Der erste Messe-Kongress für Event- und dialogorientiertes Marketing zeigt am 12./13. Februar modernstes Marketing-Knowhow. ■ Neue Konzepte, Trends und Techniken für gezielte Kunden- und Verbraucheransprache. ■ Die Dimensionen der WORLD OF EVENTS: ■ 45 Top-Referenten und 150 Aussteller. ■ Marketing- und Kommunikations-Profis aus allen Branchen und Bereichen werden erwartet.

„Für alle, die in ihrer täglichen Praxis mit Marketing- und Kommunikationsaufgaben zu tun haben, ist der Messe- und Kongreßbesuch der World of Events relevant", betont Thomas Scholz, Projektleiter. „Gerade beim relativ jungen Tool Eventmarketing, das quer durch alle Branchen an Bedeutung gewinnt, ist der Orientierungsbedarf groß. Nicht nur wegen des großen Vorteils der persönlichen Direktkommunikation, den Events bieten, sondern vor allem aufgrund der außerordentlich strategischen Bedeutung dieses Instruments". Für Eventplaner heißt das: einerseits beurteilen zu können, was Eventmarketing leisten kann, andererseits darüber informiert zu sein, welche Anbieter als geeignete Partner zur Verfügung stehen.

Zusammenspiel mit klassischen Disziplinen

Besonders interessant ist der Einsatz von Eventmarketing in Branchen, die wettbewerbsintensiv sind und sich abheben wollen. Dabei dient Eventmarketing mittlerweile selbst auch der Markenpflege, Markenbindung und dem Markenaufbau - insbesondere im Zusammenspiel mit klassischer Werbung und den Direktmarketingdisziplinen. In erster Linie ein Thema für Hersteller, Handel, Banken und Versicherungen, aber auch für den gesamten Energie- und Transportsektor.

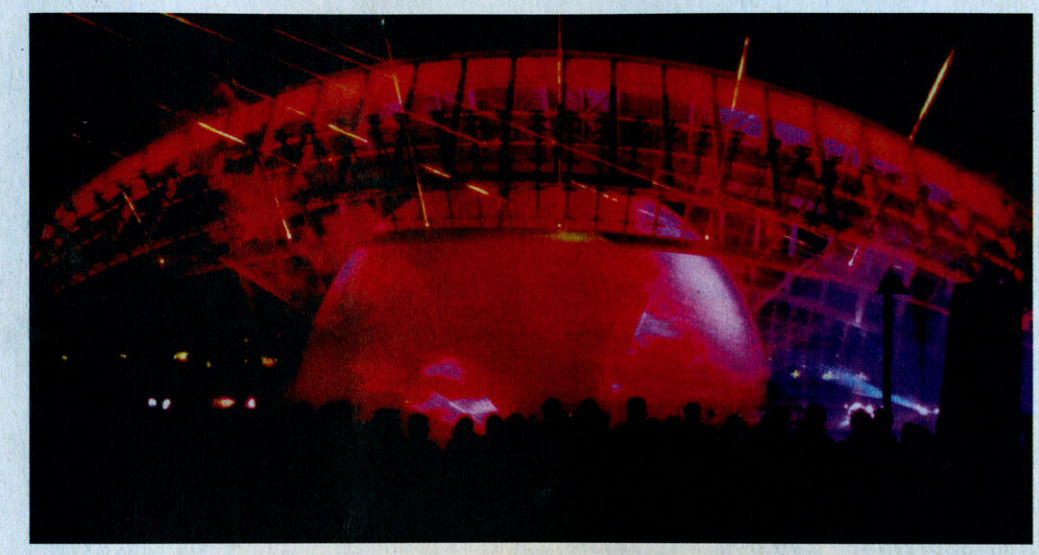
Auch für Non-Profit-Organisationen, die etwa um Beiträge oder Spenden konkurrieren, wird der Einsatz von Events immer interessanter. Eventmanagement hat viele Facetten und funktioniert nicht ohne Teamwork. Ein Zusammenwirken von Entscheidern, Machern und Nachwuchskräften. Auch deshalb ist die World of Events mit Fachmesse und Kongreß die richtige Plattform für Profis, um Geschäftskontakte zu knüpfen und Meinungsaustausch zu pflegen, aber auch für die fachliche Weiterbildung. „Die Kombination von Hardware plus Software ist USP der World of Events", sagt Thomas P. Krohne, Chef der Wiesbadener Rhein-Main-Hallen, die ebenfalls Veranstalter sind.

Eventmarketing für den Mittelstand

Kommunikationsmanager müssen aber nicht nur darüber entscheiden, ob und wann sie Events einsetzen wollen, sondern auch wie. Dabei ist zu unterscheiden zwischen solchen im Business-to-Business-Bereich und anderen für den Consumer-Bereich. Ein hochaktuelles Thema ist Eventmarketing für den Mittelstand. Noch lassen sich viele von den Unsummen abschrecken, die die großen Mega-

Fortsetzung Seite 2

LOBO zieht alle Register



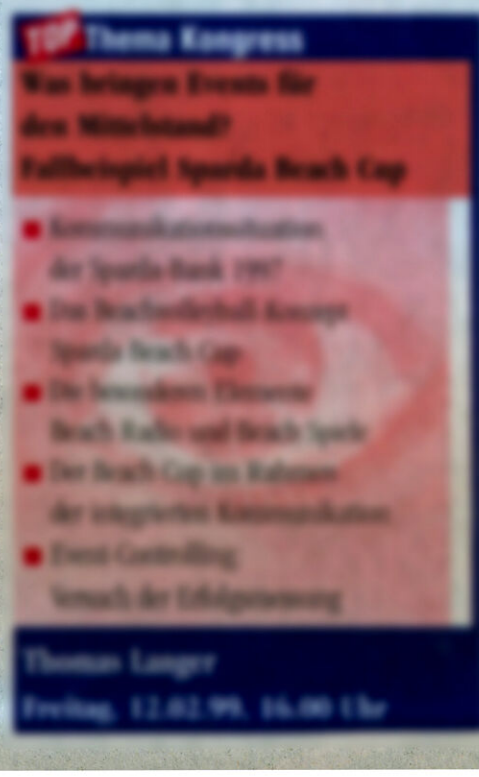
Neben einem neuen Umsatzrekord war das Jahr 1998 für LOBO electronic von der Präsentation der neuen Laser- und Multimediaworkstation LACON-5 geprägt, die den Standard des technisch Machbaren für eine ganze Branche neu definiert hat.

Das Gerät mit dem „TiLE Award of Excellence" wurde zum herausragenden Produkt des Jahres gekürt. Die Jury würdigte vor allem die innovative Benutzerschnittstelle, das flexible Hardwarekonzept und die überragenden multimedialen Fähigkeiten der Workstation.

Und die Kette an Auszeichnungen riß nicht ab. Die International Laser Display Association (ILDA), die 147 Showlaserfirmen aus 27 Nationen vertritt, verlieh in Amsterdam dem LACON-5 einen Award in der Kategorie „Technical Achievement". Darüber hinaus konnte LOBO fünf weitere Preise für herausragende Events mit nach Hause nehmen.

So wurde die Eröffnung der Kultur- und Wissenschaftsstadt im spanischen Valencia zur Open-Air-Show des Jahres gekürt. 57 Watt Weißlichtlaserleistung, 7 t Höhenfeuerwerk, 70 kW Beschallung, 3 PANI-Großbildprojektoren, 2 Barco 9020 Videoprojektoren sowie insgesamt 600 kW Licht setzten die futuristischen Bauwerke des spanischen Architekten Santiago Clatrava eindrucksvoll in Szene. Durch den Einsatz einer in zwei 16t-Container installierten Großlaseranlage aus LOBOs Laser-Truck-Familie konnten alle Register der modernen Showtechnik gezogen werden. Mal zeichnete Laser die markante Silhouette der Architektur nach, mal streiften Laserstrahlen übers nächtliche Firmament, die noch aus 70 km Entfernung zu sehen waren und mal ließ eine perfekte Kombination von Laser, Video und Lichttechnik das 70 m breite Zentralgebäude wie ein überdimensionales Auge erscheinen. Ein zentraler Ü-Wagen ließ die Zuschauer gleich mehrerer Fernsehstationen an Spaniens zentralem Ereignis hautnah am Geschehen teilnehmen.

Weitere ILDA Awards erhielt LOBO für eine futuristische Multimedia-Performance mit einer 300 m2 großen Water Screen und der Künstlergruppe „Lametta" vor 5000 Zuschauern im ICC Berlin. Auch die Einweihung des neuen Luxusliners „Mercury" in der Piers von New York wurde mit einem Preis bedacht. Weitere Auszeichnungen erhielten eine von Laser getragene Liveperformance der Performance-Künstlerin Stefanie Langen sowie eine multimediale Messepräsentation in Rimini.

Auf der WORLD OF EVENTS zieht LOBO, führender Hersteller und Dienstleister im Show- und Animationslaserbereich, alle Register der modernen Showtechnik.

Kontakt: LOBO electronic GmbH
Telefon 0 73 61 / 96 87-0
Telefax 0 73 61 / 96 87-99
Halle 2, Erdgeschoß