

# ESSEN AFFAIRS

MESSE  
ESSEN

DAS MAGAZIN DER MESSE ESSEN

AUSGABE 2.2018

[www.messe-essen.de](http://www.messe-essen.de)

## ZUKUNFTSMACHER

Wie Essen von sich reden macht



### EINFACH

Was Gastveranstalter in die Ruhrmetropole zieht

### LECKER

Das neue Gastronomiekonzept der Messe Essen

### SCHÖN

Im Porträt: Der Künstler Norbert Thomas

# Klavier-Festival Ruhr

Die Pianisten der Welt beflügeln Europas neue Metropole

07. Mai – 19. Juli 2019

Info | Ticket: 0221 - 280 220

[www.klavierfestival.de](http://www.klavierfestival.de)

Buchen Sie gleich  
und sparen Sie 10 %  
vom Ticketpreis bis  
zum 18. Januar 2019!

## 20 Konzerte im Frühbucher-Angebot 2019



[www.klavierfestival.de/fruehbucher](http://www.klavierfestival.de/fruehbucher)





Oliver P. Kuhrt

### Liebe Leserin, lieber Leser,

als wir über mögliche Titelgeschichten für diese Ausgabe von ESSEN AFFAIRS diskutierten, wussten wir noch nicht, dass uns die Zeitschrift Testbild und das Statistik-Portal Statista die Auszeichnung „Beste Servicequalität 2018/19“ verleihen würden – und das sogar als Nummer eins in der Kategorie Messeveranstalter. Nun fügt sich diese Auszeichnung umso besser in eine Story, in der wir Gastgeber danach gefragt haben, warum sie sich für Essen als Standort entschieden haben. Die Servicequalität ist dabei eines ihrer Hauptargumente, aber nicht das einzige (Seite 8).

Das gastronomische Angebot etwa wird für immer mehr Kunden und Gäste zu einem entscheidenden Faktor. Wir haben im Zuge der Modernisierung gemeinsam mit unseren Vertragspartnern zielgerichtet investiert. Jetzt bieten wir Ihnen in unseren Restaurants und dem neuen Business Club nicht nur eine exzellente Verpflegung, sondern auch jede Menge Wohlfühlqualität. Überzeugen Sie sich selbst ab Seite 16.

Apropos Wohlfühlen: Messebesucher oder Kongressteilnehmer möchten sich heute nicht nur an einem Veranstaltungsort, sondern auch in der ganzen Stadt willkommen fühlen. Wir wissen das und arbeiten im Auftrag von Oberbürgermeister Thomas Kufen eng mit Essens Marketing- und Wirtschaftsförderern zusammen. Mehr darüber lesen Sie ab Seite 34.

Viel Vergnügen bei der Lektüre wünscht Ihnen

Ihr

Oliver P. Kuhrt,  
Geschäftsführer der Messe Essen GmbH



Entdecken Sie die neue ESSEN AFFAIRS jetzt auch als App für Ihren Tablet-PC oder das iPad – mit Videos, Bildergalerien und vielen weiteren Extras.



Mehr bio geht nicht: Wild und frei leben die Auerochsen auf dem Schultenhof. Das schmeckt man auch. Mehr zum Thema Gastronomie erfahren Sie ab Seite 16

## TITEL

- 8 ESSEN MACHT'S EINFACH**  
Gleich fünf Gastveranstaltungen haben sich in jüngster Vergangenheit für Essen als neuen Standort entschieden. Die Modernisierung ist dabei nicht der einzige Pluspunkt, wie die Messemacher berichten

- 15 »MAN BRAUCHT FINGERSPITZENGEFÜHL«**  
Annegret Appel und Torben Wegner über das Serviceverständnis der Messe Essen

## MESSE

- 16 DIE MISCHUNG SCHMECKT**  
Von der Auerochsen-Safari bis zum Business Club: Das Gastronomiekonzept der Messe Essen bietet jede Menge Entdeckungen

- 19 SO LEICHT WIE NIE**  
Die neue Hallennummerierung und Beschilderungen sorgen für kurze Wege

- 20 ES WIRD NOCH BUNTER**  
Die IPM ESSEN baut ihr globales Netzwerk aus – und sucht Helden einer Branche

- 22 MIT RÜCKENWIND**  
Die REISE + CAMPING und die Fahrrad Essen erweitern ihr Angebot

- 24 DAS KLIMA DER STADT**  
Die E-world energy & water widmet sich einem der wichtigsten Themen der kommenden Jahrzehnte

- 25 »DAS FEEDBACK IST ÜBERWÄLTIGEND«**  
„The Security Event“ trifft auf eine große Nachfrage im Vereinigten Königreich



— Service, Hotelangebot, Infrastruktur, Lage: Es gibt viele Gründe dafür, weshalb die Messe Essen bei immer mehr Gastveranstaltern hoch im Kurs steht. Mehr lesen Sie ab Seite 8



— Zu Besuch im Atelier: Arbeiten des Künstlers Norbert Thomas sind derzeit in der Messe Essen zu sehen. Ein Porträt finden Sie auf Seite 32

- 26 HIPPOLOGISCH**  
Vor der Equitana: Einblicke in den Markt hinter der Weltmesse des Pferdesports

- 27 »EIN TEAM FÜR DEN KUNDEN«**  
Im Gespräch: Katrin Merchiers, Leiterin Messe-Vertrieb & Service bei der Messe Essen

- 28 »HIER IST FAST ALLES MÖGLICH«**  
Das Convention Center Essen ergänzt die Markenwelt der Messe Essen

- 30 SCHLICHT UNGLAUBLICH**  
Die Weltklassomagier von „The Illusionists“ gastieren in der Grugahalle

## ESSEN

- 32 SPIELER IM QUADRAT**  
In seinen Werken erforscht der Künstler Norbert Thomas das Zusammenspiel von Zufall und System. Ein Atelierbesuch

- 34 »DER ZUKUNFTSORT DER REGION«**  
Essen wandelt sich – aber kriegt das die Welt auch mit? Ein Gespräch über neue Bilder aus und für die Stadt

- 38 ESSEN IN 24 STUNDEN**  
Was Sie bei Ihrem Besuch nicht verpassen sollten

## STANDARDS

- 3 EDITORIAL**  
von Oliver P. Kuhrt

- 5 IMPRESSUM**

- 6 NEWS & SERVICE**

- 31 KALENDER**

## IMPRESSUM

Herausgeber: Messe Essen GmbH,  
Postfach 10 01 65, 45001 Essen, [www.messe-essen.de](http://www.messe-essen.de)  
Redaktionell verantwortlich: Daniela Mühlen, Geschäftsbereichsleiterin  
Kommunikation & Werbung, [daniela.muehlen@messe-essen.de](mailto:daniela.muehlen@messe-essen.de)  
Gesamtkoordination und Anzeigenleitung: Andreas John,  
[andreas.john@messe-essen.de](mailto:andreas.john@messe-essen.de)  
CvD: Jens Poggenpohl  
Art-Direktion: Tamara Bobanac  
Redaktionsteam: Dirk Maertens (Maenken Kommunikation)  
Bildbearbeitung: Lothar Kempkes

Bildnachweis: Rainer Schimm, Messe Essen; Schacht 2 – Studio für Werbefotografie (sofern nicht anderweitig vermerkt)  
Titelbild: Michael Lübke  
Realisation: Maenken Kommunikation GmbH,  
Von-der-Wettern-Str. 25, 51149 Köln, [www.maenken.com](http://www.maenken.com)  
Druck: Woeste Druck + Verlag GmbH & Co. KG,  
Im Teelbruch 108, 45219 Essen-Kettwig, [www.woeste.de](http://www.woeste.de)  
Auflage: 17.000 Exemplare  
Erscheinungstermin: 5. Dezember 2018

## »SERVICEQUALITÄT JENSEITS VOM STANDARD IST DIE VORAUSSETZUNG FÜR KUNDENGEWINNUNG UND -BINDUNG.«

Oliver P. Kuhrt, Geschäftsführer der Messe Essen



Der Brettspiel-Boom sorgte für neue Rekorde auf der SPIEL: 190.000 Besucher zählte die weltgrößte Messe für Brett- und Kartenspiele Ende Oktober.

### SPIEL '18 GOLDENE ZEITEN

Die SPIEL '18 ist mit einer neuen Rekordbeteiligung von 190.000 Spielefans, Einkäufern und Lizenznehmern aus aller Welt zu Ende gegangen. Noch einmal 8.000 Besucher mehr als im Vorjahr besuchten vom 25. bis 28. Oktober 2018 die weltgrößte Messe für Brett- und Kartenspiele. „Dass wir so viele begeisterte Besucher aus aller Welt anziehen und so viele wunderbare Spiele präsentieren können, zeigt, dass wir in einem goldenen Zeitalter der Gesellschaftsspiele leben“, sagte Dominique Metzler, Geschäftsführerin des veranstaltenden Friedhelm Merz Verlags.

Der ungebrochene Brettspiel-Boom beschert der Branche erneut gute Umsatzzahlen: Die Interessengemeinschaft Spieleverlage e.V. hat in den ersten acht Monaten des Jahres einen Umsatzzuwachs von 16 Prozent bei den deutschen Verlagen verzeichnet und geht davon aus, dass in diesem Jahr 50 Millionen Spiele verkauft werden. Mit dem bevorstehenden Weihnachtsgeschäft wird für die Branche ein Jahresumsatz von mehr als 500 Millionen Euro prognostiziert. Der internationale Markt meldet ebenfalls weiterhin ein rasantes Wachstum.

### SERVICEQUALITÄT NR. 1 IN MESSEDEUTSCHLAND

Für ihren herausragenden Kundenservice hat die Messe Essen die gemeinsam von der Zeitschrift Testbild und dem Statistik-Portal Statista verliehene Auszeichnung „Beste Servicequalität 2018/19“ erhalten und belegt in der Kategorie Messeveranstalter den ersten Platz. Erreichbarkeit, Kundenorientierung, Kommunikation, fachliche Kompetenz, Serviceumfang und Weiterempfehlungsbereitschaft sind die Dimensionen, in denen die Servicequalität von zehn deutschen Messegesellschaften bewertet wurde. Die Messe Essen erzielte insbesondere in den Dimensionen Kundenorientierung, fachliche Kompetenz und Weiterempfehlung Bestnoten und konnte damit punkten, dass die Testkandidaten individuell und lösungsorientiert auf Wünsche eingegangen sind.

Darüber hinaus bescheinigten die Tester der Messe Essen eine hohe Fach- und Sachkenntnis. „Wir freuen uns sehr über die Auszeichnung und sind stolz darauf, mit unserem Serviceanspruch die führende Position in Messedeutschland einzunehmen“, so Oliver P. Kuhrt, Geschäftsführer der Messe Essen. „Servicequalität jenseits vom Standard ist die Voraussetzung für Kundengewinnung und -bindung.“

### LIT.RUHR VOLLES HAUS MIT BÜCHERN

Mit Frank Schätzing's Präsentation seines neuen Bestsellers „Die Tyrannei des Schmetterlings“ in der ausverkauften Lichtburg in Essen endete am 14. Oktober 2018 die zweite Auflage des internationalen Literaturfestivals lit.ruhr. Rund 25.000 Besucherinnen und Besucher, gut 4.000 mehr als bei der Premiere, kamen zu den 78 Veranstaltungen, das entspricht einer Auslastung von 78 Prozent. Allein 6.000 Kinder und Jugendliche besuchten das Klasse-Buch-Programm für Schulklassen der 1. bis 10. Jahrgangsstufe. Auch die Messe Essen war wieder Schauplatz des Literaturfests.



## GRUGAHALLE BIG AND BEAUTIFUL

Als die Grugahalle 1958 errichtet wurde, galt der „Schmetterling“ aus Stahl und Glas, dessen Dachkonstruktion eine freie Fläche von 80 mal 80 Metern umspannt, als architektonisch wegweisend. Anlässlich ihres 60. Geburtstages, den die Grugahalle am 29. Oktober 2018 mit einem Tag der offenen Tür feierte, durfte sich die legendäre Multifunktionshalle über ein besonders schönes Geschenk freuen: die Auszeichnung als eines der „Big Beautiful Buildings“ im Ruhrgebiet. Das gleichnamige Projekt wird von der Landesinitiative StadtBauKultur NRW und der TU Dortmund getragen. Im Rahmen des Europäischen Kulturerbejahres 2018 zeichnet es die Ruhrgebietsarchitektur der Wirtschaftswunderjahre aus.



# 125

Aus 125 Nationen kamen die mehr als 36.000 Fachbesucher der diesjährigen Security Essen. Insgesamt stellten die ausländischen Besucher rund 40 Prozent aller Gäste – acht Prozent mehr als 2016.



325 Quadratmeter groß war die Eisbahn auf der Mode Heim Handwerk.

## MODE HEIM HANDWERK SHOPPEN ALS ERLEBNIS

Ob Schmuck, Wohntrends oder Haushaltshelfer: Einmal mehr präsentierte die Mode Heim Handwerk ihren Besuchern ein buntes Unterhaltungsprogramm mit riesigem Shoppingangebot. Rund 700 Aussteller zeigten auf Nordrhein-Westfalens größter Verbraucherschau vom 10. bis 18. November ihr Angebot in den Erlebniswelten „Mode, Beauty & Kostbares“, „Heim, Freizeit & Lifestyle“ sowie „Handwerk, Technik & Gestaltung“. Parallel öffnete am 10. und 11. November die kreativ.essen als Forum der Do-it-yourself-Gemeinde ihre Tore, vom 15. bis 18. November nahm „NRW – Das Beste aus der Region“ die Messgäste mit auf eine kulinarische Genussreise durch das westlichste Bundesland Deutschlands.



# ESSEN MACHT'S EINFACH

**Gleich fünf neue Gastveranstaltungen hat die Messe Essen in jüngster Vergangenheit gewonnen. Die Modernisierung ist dabei längst nicht der einzige Pluspunkt, wie die Messemacher berichten.**

— Auf ihn wartet das verflixte 13. Mal, aber Thomas Wolpert wirkt dennoch entspannt. „Wir hatten schon beim ersten Angebot ein positives Gefühl und gehen jetzt guten Mutes nach Essen“, erklärt der Marketingleiter der CARAT-Gruppe. Wolpert ist bei der Unternehmensgruppe, die mit über 120 angeschlossenen Gesellschafterfirmen eine der großen freien Kfz-Teile-Kooperationen im deutschen Automobilmarkt ist, verantwortlich für die im zweijährlichen Rhythmus stattfindende Leistungsmesse, die immer auch ein Stück Familientreffen ist. Knapp 21.000 Besucher kamen zur vergangenen Veranstaltung.

Nach zwölf Ausgaben in Kassel steht nun der Wechsel nach Essen an, und CARAT-Geschäftsführer Thomas Vollmar hat keine Mühe, ihn gegenüber den Businesspartnern zu begründen. „Der Wandel unserer Branche in Verbindung mit der sich ausbreitenden Digitalisierung und Technologisierung“ habe es notwendig gemacht, „eine modernere Plattform“ zu suchen. Und in Essen würden „mit dem neuen und sehr modernen Messegelände alle Anforderungen bezüglich Verkehrsanbindung, Fläche, Infrastruktur und Technik gera-

dezu perfekt erfüllt“, so Vollmar. Musste man bislang eine Planung für acht Hallen vornehmen, werden es künftig nur noch vier in vergleichbarer Größe sein. „Das macht es für alle Beteiligten einfacher“, sagt Thomas Wolpert.

Die CARAT-Leistungsmesse ist alles andere als ein Einzelfall. Über 20 neue Events hat die Messe Essen in den vergangenen Monaten von sich überzeugt, allein in den Sommermonaten unterzeichneten fünf Gastveranstalter aus unterschiedlichen Branchen Verträge. Bleibt die Frage: Warum genau? ESSEN AFFAIRS hat sich unter Entscheidern umgehört.

Für CARAT war es neben der modernen Infrastruktur vor allem die Lage, mit der Essen punktet. „Unsere Messe wird eine von nur zwei Fachmessen für den Independent Aftermarket in der Region sein, die wiederum das größte Automotivepotenzial in Deutschland bietet“, erläutert Geschäftsführer Vollmar. Ähnliches gilt für die MöLo, eine internationale Fachmesse für Umzugsspedition und Neumöbellogistik, die ebenfalls aus Kassel nach Essen kommt. Der Umzug der →



Unterwegs in Werkstätten: Thomas Wolpert ist Marketingleiter der CARAT-Gruppe, die mit über 120 angeschlossenen Gesellschafterfirmen eine der großen freien Kfz-Teile-Kooperationen Deutschlands ist. Ab 2019 findet die Leistungs-messe der Gruppe in Essen statt. Erwartet werden über 20.000 Besucher.



„TANKSTELLE & MITTELSTAND“ heißt die Fachmesse, die die Einkaufsgesellschaft freier Tankstellen (eft) ab 2021 in Essen ausrichtet. Vertriebsleiter Harald Wilhelm freut sich über die Wachstumsperspektiven.

## »WIR SUCHEN STANDORTE MIT PERSÖNLICHKEIT.«

Henning Könicke, Geschäftsführer AFAG Messen und Ausstellungen GmbH

→ Umzugsprofis erscheint als logischer Schritt für weiteres Wachstum. Nach Angaben des Bundesverbands Möbelspedition und Logistik (AMÖ) e.V. sind allein 350 Mitgliedsbetriebe im Umkreis von 250 Kilometern um Essen angesiedelt – die höchste regionale Zielgruppendichte der Republik. Hinzu kommt die Nähe zu Belgien, den Niederlanden und Luxemburg, von wo aus das Ruhrgebiet in maximal zweieinhalb Fahrtstunden zu erreichen ist. „Wir wollen die geografischen Aspekte nutzen, um die Besuchsanzahl für die Möbelspediteure zu erhöhen. Steigende Besucherzahlen, gepaart mit den erstklassigen Messebedingungen in Essen, schaffen wiederum neue Anreize für Aussteller“, erklärt Ingo Klöver, Geschäftsführer des Veranstalters planetfair.

Auf Wachstum stehen die Zeichen auch bei der Messe „TANKSTELLE & MITTELSTAND“. Zuletzt beteiligten sich 291 Aussteller an der Leistungsschau, die rund 5.600 Besucher anzog. „Nach neun Ausgaben der Mittelstandsmesse am Standort Münster macht der enorm gestiegene Bedarf an Ausstellungsfläche perspektivisch einen Standortwechsel notwendig“, erläutert Frank Feldmann, Geschäftsführer der Einkaufsgesellschaft freier Tankstellen (eft), die die Fachmesse in Kooperation mit dem Bundesverband Freier Tankstellen (bft) veranstaltet.

Essen bietet Wachstumsperspektiven über die zuletzt 16.000 große Quadratmeter Ausstellungsfläche hinaus, ohne dass die Mittelstandsmesse Gefahr läuft, in Anonymität zu versinken. „Aus Sicht solcher Mid-

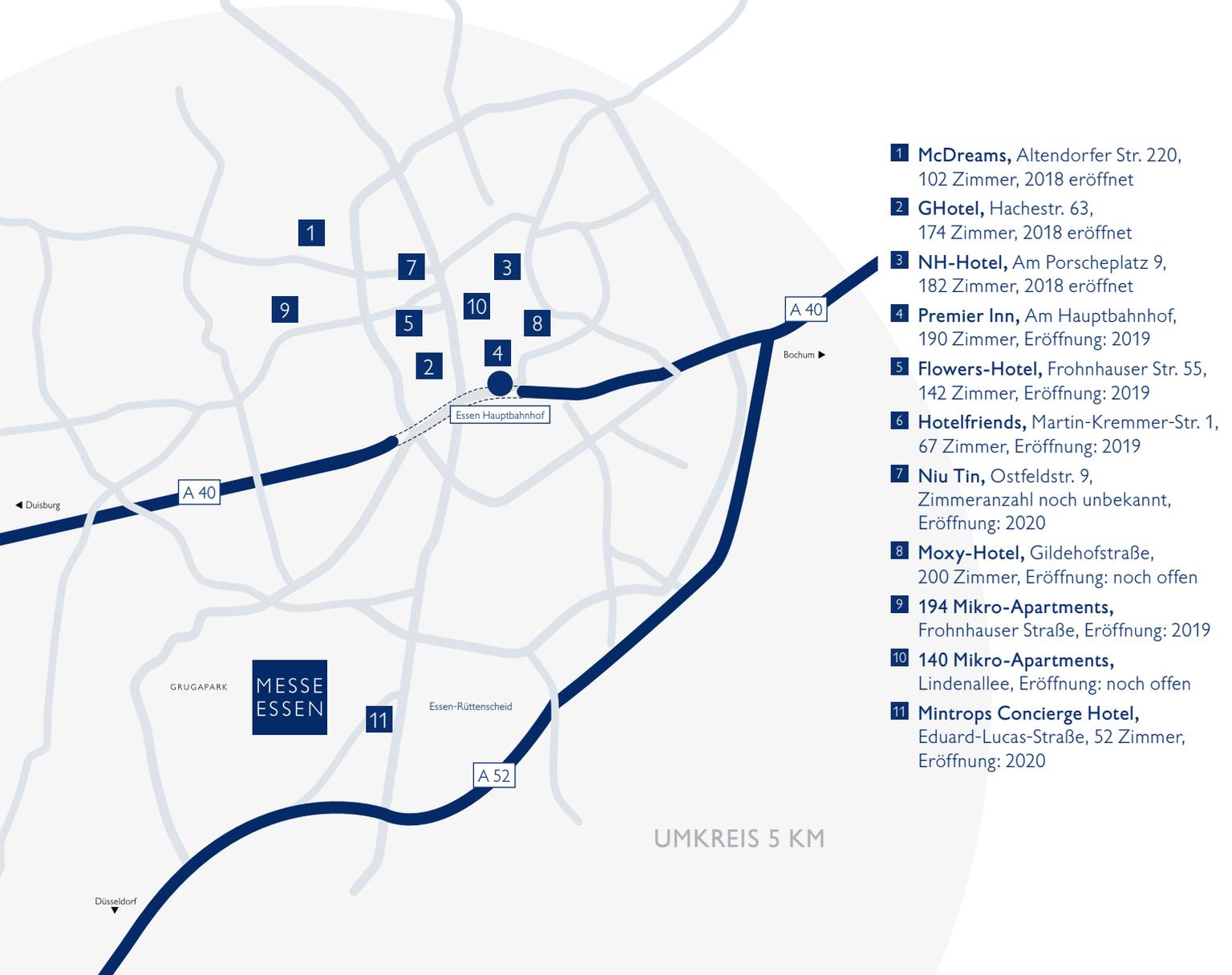
sized-Messen ist Essen ein idealer Standort“, weiß Torben Wegner, Leiter Unternehmensentwicklung der Messe Essen. „Für kleine Messestandorte sind sie zu groß, auf den großen Geländen gehen sie neben 200.000-Quadratmeter-Events unter. Bei uns genießen sie Sichtbarkeit und Wertschätzung“ (siehe Interview auf Seite 15).

Der Markt reagiert positiv. Obwohl der Wechsel erst 2021 mit der 20. Auflage der Messe vollzogen wird, „riefen direkt nach dem Versand der Pressemitteilung Aussteller bei uns an, um sich nach Plätzen für 2021 zu erkundigen“, freut sich Birgit Limbach, Marketingchefin der eft. Für die Einkaufsgesellschaft, deren Kunden die 2.500 Mitglieder der bft und weitere freie Tankstellen sind, ist entscheidend, auch künftig den Charakter der Messe zu wahren. „Absolute Bodenhaftung“ lautet dabei die Devise, und dazu gehöre nicht zuletzt die „Bezahlbarkeit für die Aussteller“.

Das Preis-Leistungs-Verhältnis ist aber nicht nur auf dem Messegelände zu einem Schlüsselfaktor geworden. Die Faustformel, nach der je ein Drittel der Messekosten auf die Standmiete, den Messebau sowie die Reise- und Unterbringungskosten entfallen, ist ins Rutschen geraten. „Eine mittelständische Ausstellerschaft akzeptiert die Preise an manchen Standorten einfach nicht mehr“, bestätigt Henning Könicke, Geschäftsführer des Nürnberger Messeveranstalters AFAG, der Essen als einzigen Messeplatz außerhalb Bayerns bespielt, derzeit mit zwei Events: der Kongressmesse DCONex, die sich dem Abfall- und Schad- →

# VIELE GUTE GRÜNDE MEHR

Bis 2020 wächst Essens Hotellandschaft voraussichtlich um knapp 1.500 Zimmer. Die meisten davon liegen in weniger als fünf Kilometer Entfernung zur Messe Essen.



- 1 **McDreams**, Altendorfer Str. 220, 102 Zimmer, 2018 eröffnet
- 2 **GHotel**, Hachestr. 63, 174 Zimmer, 2018 eröffnet
- 3 **NH-Hotel**, Am Porscheplatz 9, 182 Zimmer, 2018 eröffnet
- 4 **Premier Inn**, Am Hauptbahnhof, 190 Zimmer, Eröffnung: 2019
- 5 **Flowers-Hotel**, Frohnhauser Str. 55, 142 Zimmer, Eröffnung: 2019
- 6 **Hotelfriends**, Martin-Kremmer-Str. 1, 67 Zimmer, Eröffnung: 2019
- 7 **Niu Tin**, Ostfeldstr. 9, Zimmeranzahl noch unbekannt, Eröffnung: 2020
- 8 **Moxy-Hotel**, Gildehofstraße, 200 Zimmer, Eröffnung: noch offen
- 9 **194 Mikro-Apartments**, Frohnhauser Straße, Eröffnung: 2019
- 10 **140 Mikro-Apartments**, Lindenallee, Eröffnung: noch offen
- 11 **Mintrops Concierge Hotel**, Eduard-Lucas-Straße, 52 Zimmer, Eröffnung: 2020

→ stoffmanagement widmet, sowie den Gastro Tagen West, einem Branchentreff für die Gastronomie, der Mitte Oktober seine zweite Auflage erlebte.

Dass in Essen in den kommenden Jahren voraussichtlich fast 1.500 neue Hotelbetten den Wettbewerb weiter beleben, hört man als Veranstalter gern – zumal da die Wege zur und von der Messe auch bei den neuen Häusern überschaubar sind (siehe Karte). „Wir suchen Standorte mit Persönlichkeit, damit sich unsere Gäste wohlfühlen“, betont Könicke. „Auf der grünen Wiese ist

das schwierig. Essen bietet uns mit der zentrumsnahen Lage und der sympathischen Art der Mitarbeiter das, was wir brauchen.“

„Der Serviceaspekt ist ein großer Pluspunkt für uns“, sagt auch der niederländische Messemacher Andrew Lookman, der die European Bridal Week innerhalb von fünf Jahren als Leitmesse unter den wichtigsten internationalen Brautmessenveranstaltungen etabliert hat. „Dabei sollte man gerade die Kleinigkeiten nicht unterschätzen“, ergänzt Manuel Kooß, Projekt- →



Thilo und Henning Könicke (v. l.) sind die Geschäftsführer des privaten Messeveranstalters AFAG aus Nürnberg. Das jüngste Event der Bayern im Ruhrgebiet sind die Gastro Tage West, die im Oktober ihre zweite Auflage erlebten.



Hier schwitzt ein Weltstar: Der zweifache Hockey-Olympiasieger Moritz Fürste ist Mitinitiator von HYROX. Der erste Fitness-Wettbewerb der Welt geht in diesem Jahr auf Tour durch neun deutschsprachige Städte. Anfang November verwandelten 862 Fitnessbegeisterte die Halle 3 der Messe Essen in ein riesiges Fitnessstudio.

→ leiter bei der Messe Stuttgart, der ganz frische Erfahrungen im Ruhrgebiet gemacht hat. Im September feierte die TheraPro Essen Premiere, ein Ableger der TheraPro in Stuttgart. „Ein Lächeln bei der Ticketkontrolle, eine freundliche Begrüßung bei der Einfahrt – das sind Details, die zu einer Wohlfühl-atmosphäre dazugehören“, erklärt Kooß. Nach der gelungenen Erstaufgabe sind die Messemacher aus der baden-württembergischen Hauptstadt optimistisch, die Erfolgsgeschichte des Therapeutenforums in der Ruhrgebietsmetropole wiederholen zu können.

Große Pläne hat auch der vorerst letzte Neuling, der gerade die Feuertaufe bestanden hat – wobei man im Fall von HYROX vielleicht besser von einer Schweißtaufe sprechen sollte. Denn dieses Event hat die Messehalle 3 Anfang November in ein riesiges Fitnesscenter verwandelt. 862 Freizeitsportler und ambitionierte Athleten traten bei der Fitness-Competition mit- und gegeneinander an: achtmal 1.000 Meter laufen, dazwischen Workoutstationen, bei denen man unter anderem einen Schlitten ziehen oder rudern musste.

„Wir waren selbst erstaunt, dass es weltweit noch keinen Fitnesswettbewerb in diesem Format, also mit Zeitmessung, Indoor, mit Rankings und mit bis zu 2.500 Teilnehmern gibt“, sagt Moritz Fürste, Geschäftsführer des Veranstalters Upsolut. Umso verlockender sind die Aussichten: Ende kommenden Jahres soll HYROX als erster Fitnesstrend überhaupt von Europa in die USA schwappen. Auch eine Weltcup-Serie für Profis hält Fürste für denkbar.

Bis zum Frühjahr dauert die erste Serie im deutschsprachigen Raum. Neun Metropolen hat die Agentur dafür ausgewählt, zum einen nach einem recht simplen Kriterium: mindestens 12.500 Quadratmeter Fläche, um das in sechs Trucks verstaute Equipment und eine große Laufbahn aufzubauen. Zum anderen ist die Metropole Ruhr „unfassbar groß“, wie der ehemalige Welthockeyspieler und zweifache Olympiasieger festgestellt hat: HYROX kann wirklich hart sein. Bei einem Testlauf im vergangenen Jahr belegte der 34-Jährige, damals noch „voll im Saft“, Platz 22 bei den Profis.

# »MAN BRAUCHT FINGERSPITZENGEFÜHL«

**Annegret Appel und Torben Wegner über das Serviceverständnis der Messe Essen**



Annegret Appel, Leiterin Gastveranstaltungen der Messe Essen, und Torben Wegner, Leiter Unternehmensentwicklung, freuen sich über das Vertrauen vieler Kunden.

**ESSEN AFFAIRS: Frau Appel, Herr Wegner, die Tester der Zeitschrift Testbild und vom Statistik-Portal Statista haben der Messe Essen jüngst die „beste Servicequalität unter zehn Messeveranstaltern“ bescheinigt. Glückwunsch! Wo beginnt für Sie guter Service?**

**Torben Wegner:** Im Grunde schon bei der Akquise. Wenn wir pitchten, präsentieren wir mehr als ein Angebot und die Vorzüge unseres Standorts, sondern setzen uns mit den individuellen Anforderungen auseinander. Wenn dem Kunden etwa eine thematische Hallenaufteilung wichtig ist, erarbeitet unsere Technik

anhand der Hallenpläne der letzten Veranstaltung eine komplette Aufplanung. Bis hin zu Bewegtbildern können wir zeigen: So sieht Ihre Messe bei uns aus. Auf Wunsch stellen wir auch gern den Kontakt zu kommunalen, regionalen oder landesweiten Playern aus Politik und Wirtschaft her. Das will nicht jeder, aber die meisten.

**Annegret Appel:** Man braucht Fingerspitzengefühl, um zu merken: Der eine Veranstalter will in Ruhe gelassen werden, der andere freut sich über Unterstützung.

**Frau Appel, nach mehr als 30 Jahren bei der Messe Essen müssen Sie es wissen: Wie stellt man Gastveranstalter dauerhaft zufrieden?**

**Appel:** Mein Team und ich haben nicht nur Gastevents, sondern auch diverse Eigenveranstaltungen betreut. Deshalb kennen wir nicht nur die Anforderungen dieses Geschäfts, sondern betreuen auch eine Gastveranstaltung so, als ob es unsere eigene Messe wäre. Die Kunden spüren das. Hier gibt es jemanden, der sich mitfreut und manchmal auch mitleidet. Dazu gehört auch, dass ein fester Ansprechpartner für den Gastveranstalter alle Strippen zieht und ihn proaktiv berät – wenn er es wünscht.

**Wird dieses Mit- und Vorausdenken heute noch stärker erwartet?**

**Appel:** Von uns erwartet man es, weil man es von uns kennt. Insgesamt spielt die Zeit heute eine Riesenrolle, die Reaktionszeiten müssen deutlich kürzer sein als früher.

**Wegner:** Der Faktor Zeit zählt natürlich auch für den Messebesuch selbst. Ein Gelände der kurzen Wege zu besitzen, behaupten vermutlich alle Messegesellschaften. Aber mit unserem Gesamtpaket – den drei Kongresscentern, den Restaurants in Rüttenscheid und der Essener Hotellerie – müssen wir uns auch in dieser Beziehung nicht verstecken.

Im Paradies der wilden Tiere: Alfred Schulte-Stade betreibt gemeinsam mit seiner Tochter Christina den Schultenhof. Die Auerochsen-Herde ist eines der Aushängeschilder des Betriebs.

# DIE MISCHUNG SCHMECKT

Von der Auerochsen-Safari bis zum Business Club:  
Das Gastronomiekonzept der Messe Essen bietet jede  
Menge Entdeckungen.

Nur 25 Minuten von der Messe Essen entfernt, und doch eine andere Welt: In der Ruhraue leben die Auerochsen des Schultenhofs in völliger Freiheit.

— Auerochse müsste man sein. Kilometerweit reicht der Blick entlang der Flussaue unterhalb der Burgruine. Gras, Bäume, Freiheit. Nichts stört diese Idylle, die im herbstlichen Sprühregen fast schon mystisch wirkt. Nur ein Geländewagen rumpelt gemächlich über die Felder. „Diese Ruhe, diese Gelassenheit: Für die Tiere habe ich immer Zeit“, sagt Alfred Schulte-Stade und fährt weiter, hier in – ja, wo eigentlich? Wir könnten in Kanada sein. Oder in Polen. Tatsächlich aber findet die Safari in Hattingen statt, mitten im Ruhrgebiet, 25 Autominuten von der Messe Essen entfernt. Und Messegäste können das Fleisch der Auerochsen genießen.

120 Hektar groß ist das Naturschutzgebiet auf einer Ruhrhalbinsel, in dem sich die seltenen Tiere völlig frei bewegen. 75 Tiere umfasste die Herde mal, aber weil die Kühe in dieser Atmosphäre sehr „leichtkalbig“ sind und noch mit 23 Jahren gebären, wächst sie ständig. Zum Vergleich: Eine Milchkuh wird selten älter als sechs Jahre. Einen Tierarzt braucht es hier nicht, und außer ein wenig Heu im Winter ernähren sich die Tiere völlig wild. Das Heu stammt übrigens aus eigenem Anbau. Denn der Schultenhof ist ein geschlossenes System. Nicht nur das Futter für die Tiere, zu denen unter anderem auch Bentheimer Schweine und Simmentaler Fleckvieh gehören, wird selbst produziert, in der hofeigenen Schlachtereie werden auch nur die eigenen Tiere geschlachtet und zerlegt.

Seit 1986 trägt man das besonders strenge „Bioland“-Siegel. Alfred Schulte-Stade ist es gerade streng genug. „Den Respekt vor der Kreatur darf man nie verlieren“, betont der 1,97-Meter-Mann, der einst bei Opel in Bochum als Gesamtküchenleiter 21.900 Menschen versorgte, ehe er den traditionsreichen Hof der Familie übernahm. „Die Nachfrage nach wirklich artgerechter Tierhaltung wächst insbesondere in der jüngeren Generation enorm“, ergänzt Tochter Christina, die sich schwerpunktmäßig um die „Bioland“-Zertifizierung und das operative Geschäft, zum Beispiel mit der Messe Essen, kümmert.



Der Schultenhof ist einer von drei langjährigen gastronomischen Partnern der Messe Essen. Der Bio-Caterer betreut den östlichen Bereich des Messegeländes sowie die Grugahalle. Den Westen und Süden des Geländes bespielt der international tätige Systemgastronom Aramark. Der Essener Caterer Imhoff, für viele Konzerne und Unternehmen des Ruhrgebiets die erste Wahl, ist mobil unterwegs und hat hierbei einen Schwerpunkt in der Kongressgastronomie. „Mit dieser Bandbreite können wir jedem gastronomischen Anspruch gerecht werden“, sagt Wolfgang Borowski, Leiter Grugahalle und bei der Messe Essen verantwortlich für den Bereich Gastronomie.

So sehr die Messe Essen auf Kontinuität bei den Partnern setzt, so sehr hat sich das gastronomische Konzept im Zuge der Modernisierung verändert. Gemeinsam mit den Partnern hat die Messe Essen zielgerichtet in ein hochwertiges Angebot investiert. Besonders gut zu sehen ist die neue, einheitliche Handschrift im Coffee-Point im Glasfoyer, der Besucher mit Kaffeespezialitäten aus der Siebträgermaschine begrüßt, und im Fall des Parkrestaurants. Es wurde komplett neu ge- ➔



Ein besonderer Ort für besondere Gäste: Der neue Business Club der Messe Essen präsentiert sich angemessen wertig.



Mehr Impressionen sehen Sie in unserer ESSEN AFFAIRS-App!

→ gestaltet: von der Küchentechnik über die Beleuchtung bis hin zum Mobiliar. Nun bietet es bis zu 220 Gästen eine hohe Aufenthalts- und Geschmacksqualität. „Das Feedback ist ausgezeichnet“, freut sich Wolfgang Borowski.

Über drei Coffee-Points, vier Restaurants und fünf Snack-Points verfügt das Gelände der Messe Essen heute insgesamt. Kulinarische Standardprogramme gibt es dabei nirgends. „Wir richten unser Angebot je nach Veranstaltung themen- und besucherspezifisch aus“, erläutert Borowski. Dabei erhalten nicht nur Besucher, sondern auch Aussteller ein eigenes Menü, und auch die Aufbauzeiten werden in der Planung berücksichtigt. Hier helfen der Messeshop und mobile Einrichtungen dabei, die Pausenzeiten einzuhalten.

Gästen mit besonderem Status schließlich bietet die Messe Essen neuerdings auch einen besonderen Ort: den Business Club. Angemessen wertig und mit einem separaten Eingang ausgestattet, bietet er 90 Plätze, dazu eine Bar und komfortable Rückzugsmöglichkeiten, während bodentiefe Glasfenster den Blick in die neue

Halle 6 freigeben. Auch im Business Club ist Flexibilität Trumpf: Das Angebot umfasst neben einem Frühstück sowie Snacks und Getränken bis Messeschluss bis zu drei täglich wechselnde Mittagsmenüs. Dank modernster Präsentationstechnik eignet er sich darüber hinaus auch für separate Veranstaltungen. Für

den neuen Treffpunkt hat Aramark ein eigenes Team zusammengestellt, zwei Gästebetreuerinnen begleiten die Gäste zu ihren Plätzen. Premiere feierte das Konzept Ende September im Rahmen der Security Essen. „Die Zusammenarbeit war perfekt und die Wiederbesuchsquote ausgesprochen hoch“, berichtet Andreas John, Leiter der Abteilung Protokoll, die den Business Club seitens der Messe Essen betreut.

Beim Schultenhof freut man sich übrigens ebenfalls über Besuch. „Wortreiche Beschreibungen können viele, aber wir zeigen unseren Hof gerne und planen dann mit jedem Kunden individuell“, sagt Christina Schulte-Stade. Die Auerochsen-Safari hinterlässt dabei immer Eindruck, und um eine kulinarische Kostprobe sind die Schulte-Stades nie verlegen. Und spätestens wenn der Gast, wie an diesem Tag, spontan ein schlicht sensationelles Rindersteak serviert bekommt, weiß er: Die Wahrheit liegt immer noch auf dem Teller.

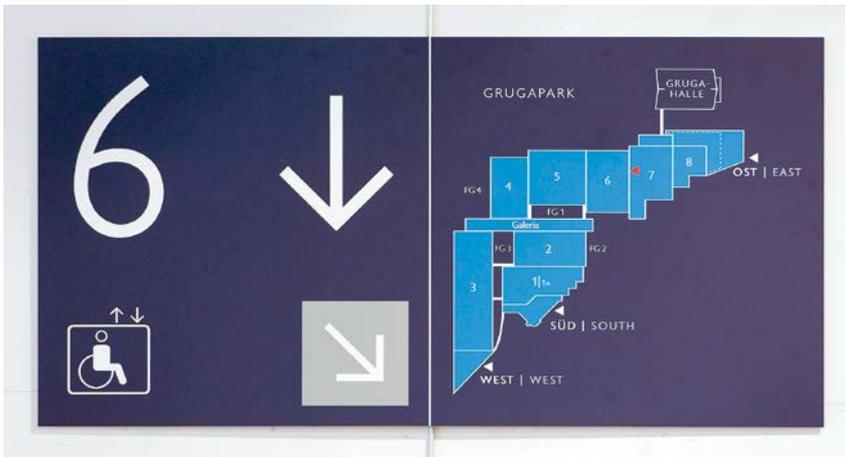
[www.der-schultenhof.de](http://www.der-schultenhof.de)

[www.aramark.de](http://www.aramark.de)

[www.imhoff-essen.de](http://www.imhoff-essen.de)

# SO LEICHT WIE NIE

Von 1 bis 8: Die neue Hallennummerierung und aktualisierte Beschilderungen verschaffen Besuchern eine klare Orientierung. Mit dem Neubau an der Halle 5 biegt die Modernisierung der Messe Essen jetzt auf die Zielgerade ein.



Im Zuge der neuen Hallennummerierung wurden alle Innen- und Außenschilder, die Beschilderung von Übergängen, Türen und Treppenhäusern sowie die Gastronomie- und Snackpoint-Beschilderung aktualisiert. Jetzt präsentiert sich auch die Besucherführung in einem klaren, einheitlichen Look.

## DIE BAUPHASEN ZUR NEUEN MESSE

### Phase 1 | Mai 2016–Oktober 2017

Am Messehaus Ost entsteht das neue 2.000 m<sup>2</sup> große Glasfoyer mit Vordach. Die Hallen 9.0 und 9.1 werden abgetragen. Hier wird die nördliche Hälfte der zukünftigen Halle 6 errichtet. **ABGESCHLOSSEN**

### Phase 2 | Oktober 2017–April 2018

Die Hallen 4, 4 A und 5 werden abgetragen. Hier entstehen die Süd- und Nordhälften der Halle 6 mit Messe-lounge und Service-Center und angrenzend an die Galeria eine neue Logistikfläche. **ABGESCHLOSSEN**

### Phase 3 | April 2018–August 2018

Die Hallen 7.1, 8.0, 8.1 und die Reste der Hallen 9.0 und 9.1 werden abgetragen. Hier entstehen die modernisierte Halle 4 und der Neubau als nördliche Ergänzung der zukünftigen Halle 5. **ABGESCHLOSSEN**

### Phase 4 | September 2018–Oktober 2019

In der letzten Bauphase wird der Neubau an der Halle 5 abgeschlossen. Damit zeigt die Neue Messe Essen auch zum Grugapark eine architektonisch überzeugende klare Linie. Fensteröffnungen in der Fassade schaffen hier auch optisch die direkte Verbindung zum benachbarten Grugapark.

### Das neue Messegelände | ab November 2019

Am Ende der Arbeiten verfügt das nördliche Messe-areal über die fünf Hallen 4 bis 8, die signifikant größer, besser angebunden und klarer strukturiert sind. Mehr Platz, bessere Verbindungen und eine einheitliche Erscheinung zeichnen die Neue Messe Essen aus.



Begeben Sie sich auf eine virtuelle Tour durch die Hallen der Neuen Messe Essen.

Azaleen sind der Exportschlagler der belgischen Blumenzüchter. 30 Millionen Exemplare werden pro Jahr exportiert. Auch in Belgien ist die Azalee unübersehbar präsent.



# ES WIRD NOCH BUNTER

## Die IPM ESSEN, weltweit wichtigster Treffpunkt des Gartenbaus, erweitert das internationale Netzwerk – und sucht Helden der Branche.

Für die grüne Branche ist sie sowieso die schönste Bühne der Welt, ganz sicher aber zählt die IPM ESSEN zu den besonders bunten Messen. 2019 wird der weltweit bedeutendste Treff der Gartenbaubranche noch bunter: mit einem noch vielfältigeren Angebot und einigen spannenden internationalen Farbtupfern.

Partnerland der IPM ESSEN 2019 ist das Königreich Belgien. Nicht nur die Ähnlichkeit der beiden Flaggen vereint die Länder Deutschland und Belgien miteinander. Die europäischen Nachbarn blicken auch auf eine lange Gartenbautradition zurück, und als 1982 der Startschuss für die erste IPM ESSEN fiel, war eine belgische Delegation die erste außerhalb Deutsch-

lands, die sich auf den Weg nach Essen machte. Unter dem Motto „Rooted in Craftsmanship together“ („Gemeinsam in der Handwerkskunst verwurzelt“) wird vom 22. bis 25. Januar 2019 die Fachkompetenz unterstrichen, die beide Partnerländer miteinander verbindet. „Nutzen wir die hochkarätige Essener Bühne, um diesen Slogan zu leben und die Wurzeln unseres freundschaftlichen und partnerschaftlichen Miteinanders zu stärken“, appelliert Koen Vanswijgenhoven, Geschäftsführer Deutschland des VLAM (Flanderns Agrar-Marketing-Büro), an die Fachwelt.

Hinter der Kooperation steht neben VLAM der Verband Belgischer Zierpflanzenbau AVBS. Auf dem großen Gemeinschaftsstand in Halle 2 spielt dabei die →

## »BESUCHER WERDEN ZU PIONIEREN IHRER BRANCHE.«

Oliver P. Kuhrt, Geschäftsführer der Messe Essen



Der niederländische Trend-Watcher und Grünstylist Romeo Sommers ist Creative Director des IPM Discovery Center.

→ Azalee eine prominente Rolle: 80 Prozent der europäischen Azaleen-Erzeugung stammen aus Flandern. Jährlich werden 30 Millionen Exemplare dieser Spezialität exportiert. Die „Gentse Azalea“ (Genter Azalee) hat zudem 2010 als erstes europäisches Zierpflanzenerzeugnis das g.g.A.-Label (geschützte geografische Angabe) erhalten. Besonders exportfreudig zeigt sich Belgien auch bei den Baumschulerzeugnissen. Für innovative Impulse werden zudem die Experten des „Technopool Zierpflanzenbau“ sorgen, in dem sich mehrere belgische Forschungsinstitutionen zusammengeschlossen haben.

Innovationen sind auch das Thema des „IPM Discovery Center“: So lautet der neue Titel der Point-of-Sale-

Erlebniswelt, die 2016 als „hortivation by IPM ESSEN“ Premiere feierte. Unter neuem Namen wird sie nun um die Themen Obst und Gemüse erweitert. „Discovery“ steht sowohl für Entdeckung als auch für Erkenntnis. Besucher werden hier zu Pionieren ihrer eigenen Branche und lernen Neues über Trends sowie das Kaufverhalten und die Bedürfnisse von Kunden“, erklärt Oliver P. Kuhrt, Geschäftsführer der Messe Essen.

Als Kurator der Trendschau fungiert wieder der niederländische Grünstylist und Trend-Watcher Romeo Sommers. „Wir bringen alle Beteiligten entlang der gesamten Wertschöpfungskette zusammen: von Produzenten von lebendem Grün über Hersteller von Hartware und Garten-Accessoires bis hin zu Anbietern von Gartenbautechnik, deren Technologien ebenso für den Endverbraucher relevant sind. Aber auch andere Branchen, von denen wir lernen können, sind immer willkommen. Wir möchten vermitteln, dass es nur gemeinschaftlich geht“, so Sommers.

Für einen weiteren besonderen Farbtupfer wird überdies der mexikanische Pavillon im BGI Trade Center sorgen. Er gibt einen Vorgeschmack auf das erste IPM-Event in Mexiko, das für September 2019 geplant ist. Nach China, Russland und den Vereinigten Arabischen Emiraten wäre Mittelamerika der vierte Wachstumsmarkt, den die globale Business-Plattform Nummer eins für ihre Kunden erschließt.

# MIT RÜCKENWIND

**Die Campingbranche meldet Rekordumsätze, der E-Bike-Boom treibt den Fahrradmarkt. Die Reise + Camping und die Fahrrad Essen nutzen den Schwung und erweitern ihr Angebot.**

— Ende August war es wieder so weit, der nächste Rekord war fällig: Einen „weiteren signifikanten Anstieg“ bei den neu registrierten Freizeitfahrzeugen gibt die European Caravan Federation bekannt. Die Zahl der zwischen Januar und Juni 2018 neu zugelassenen Reisemobile und Caravane lag bei etwa über 126.000 Stück – sieben Prozent mehr als im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Nach fünf Boomjahren in Folge könnte die Zahl der neu zugelassenen Reisemobile und Caravans auf dem Kontinent bis zum Jahresende die Marke von 200.000 Stück übertreffen.

Und während Dieselfahrern in manchen deutschen Großstädten Fahrverbote drohen, wandelt sich ein vermeintliches Freizeitvergnügen zum urbanen Fortbewegungsmittel der Wahl: das E-Bike. Von europaweit 2,0 Millionen verkauften E-Bikes gehen Branchenexperten aus, eine Marktanalyse von Bosch eBike Systems hält es für realistisch, dass in zehn Jahren jedes zweite neu verkaufte Fahrrad in europäischen Kernmärkten ein E-Bike ist.

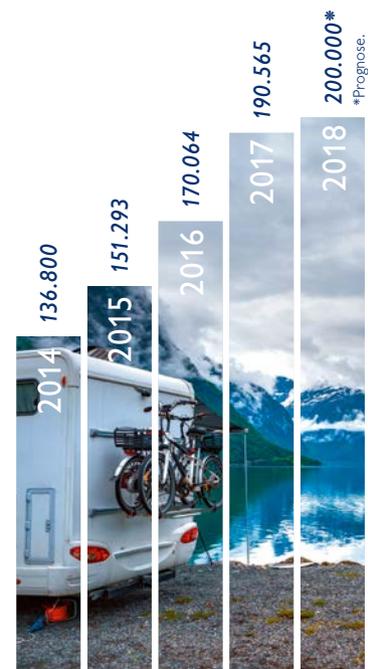
Ordentlich Rückenwind also für die beiden Messen im Essener Messekalender, die sich genau diesen Marktsegmenten widmen: die Reise + Camping sowie die Fahrrad Essen, die traditionell die mobile Saison einläuten. „In einigen Hallen- und Produktbereichen sind wir schon seit Längerem sehr gut gebucht“, freut sich Projektleiter Gunther Arndt.

Die Essener Messemacher nutzen den Schwung, um beide Formate weiterzuentwickeln. So wird im Rahmen der Reise + Camping in Halle 7 erstmals ein Bereich das Trendthema „Kreuzfahrten“ präsentieren, und dies sogleich mit eigener Showbühne und einer Aktionsfläche. Alle Marktführer wie AIDA, TUI oder MSC haben zugesagt.

Die Partnerregion der Reise + Camping 2019 ist Ostholland. Die Provinzen Drenthe, Overijssel und Gelderland werden den erwarteten gut 95.000 Besuchern zeigen, was sie touristisch, kulturell und kulinarisch zu bieten haben – und schlagen dabei den Bogen zur Nachbarmesse: der Fahrrad Essen, die einen Tag nach der Reise + Camping beginnt. Die lockt mit vier Parcours-Strecken auf rund 3.000 Quadratmeter Fläche. Hier können Kaufinteressierte die Objekte ihrer Wahl auf Herz und Nieren prüfen. Eine Sonderschau widmet sich dem Thema „Lastenrad“, ➔

## EUROPA BLEIBT MOBIL Neu zugelassene Reisemobile und Caravans in Europa

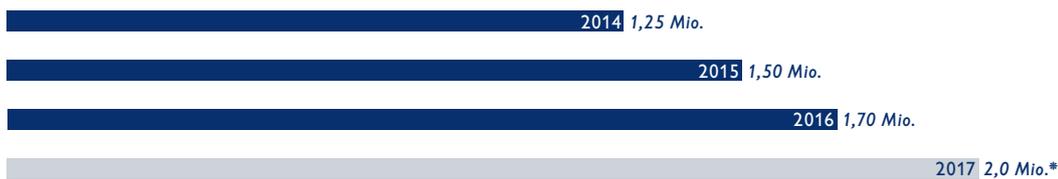
Quelle: European Caravan Federation (ECF)





Ostholland ist die Partnerregion der Reise + Camping 2019. Die Region lockt mit Attraktionen wie dem Nationalpark De Hoge Veluwe in Gelderland.

## DER MARKT WIRD ELEKTRISCH Marktentwicklung E-Bikes in Europa



Quelle: Zweirad-Industrie-Verband (ZIV) | \*Prognose.

→ dem zweiten großen Trend im Urban Biking, geplant sind überdies eine Fahrradwerkstatt sowie eine Tauschprämie: Bei Abgabe des alten Drahtesels und Kauf eines neuen Rades auf der Messe gibt es einen Rabatt von zehn Prozent auf den Kaufpreis.

die Arbeitsgemeinschaft fußgänger- und fahrradfreundlicher Städte, Gemeinden und Kreise in NRW e.V. (AGFS) lädt zu Deutschlands größtem Fahrrad-Kongress ein.

Auch die Verbände wissen die Bedeutung einer Zweiradmesse in einem der größten urbanen Ballungsräume des Kontinents zu schätzen. So bespielt der Radclub Deutschland in Halle 5 eine große Aktionsbühne, und

[www.die-urlaubswelt.de](http://www.die-urlaubswelt.de)

[www.fahrrad-essen.de](http://www.fahrrad-essen.de)

# DAS KLIMA DER STADT

**Die E-world energy & water widmet sich einem der wichtigsten Menschheitsthemen der kommenden Jahrzehnte: dem Ressourcenverbrauch von Städten.**

— So nüchtern kann man dramatische Aussagen treffen: „Die große Nachfrage nach Rohmaterialien übersteigt bei Weitem, was der Planet nachhaltig zur Verfügung stellen kann“, schreiben die Autoren einer im Frühjahr 2018 veröffentlichten Studie der Vereinten Nationen (UN). „Das Gewicht der Städte“ („The Weight of Cities“) zeigt auf 34 Seiten die Dimensionen des urbanen Energie- und Ressourcenverbrauchs auf. Während Städte heute 40 Milliarden Tonnen Ressourcen pro Jahr verbrauchen, könnten es in Zukunft 90 Milliarden Tonnen sein – wenn die Ressourceneffizienz nicht deutlich gesteigert wird und der Materialverbrauch in Metropolen von rund 14 Tonnen pro

Auch dank des hochkarätigen Kongressprogramms ist die E-world energy & water der wichtigste Branchentreff der europäischen Energiewirtschaft.

Kopf auf sieben Tonnen sinkt. Anders gesagt: Der Kampf gegen den Klimawandel kann nur in den und mit den Städten gewonnen werden.

Es ist also ein hochaktuelles und buchstäblich existenzielles Thema, das sich die E-world energy & water für ihre nächste Auflage vom 5. bis 7. Februar 2019 auf die Fahnen geschrieben hat: Ideen für effizientere Städte. Dazu erweitert Europas führende Messe der Energiewirtschaft den bestehenden Fokus „Smart City“ um das Themenfeld „Climate Solutions“. Ziel ist es, mithilfe der Verknüpfung neue Konzepte für die Herausforderungen durch zunehmende Siedlungsverdichtung und den Klimawandel vorzustellen. Denn Städte sind einerseits Verursacher und Leidtragende des Klimawandels, nehmen andererseits aber auch eine Vorreiterrolle bei der Entwicklung innovativer Maßnahmen zum Klimaschutz ein. Durch die Digitalisierung entsteht zunehmend ein intelligentes und ressourcenschonendes Gesamtsystem aus Elektrizität und Wärme, effizienten Gebäuden und elektrischem Transport.

Nicht zuletzt dank dieser Fokussierung auf Zukunftsthemen zeichnet sich schon jetzt ab, dass die E-world, die 2018 mit 750 Ausstellern aus 26 Nationen und mehr als 25.000 Besuchern aus 73 Ländern neue Spitzenwerte aufstellte, im kommenden Jahr weiter wächst. Die modernisierten Hallen der Messe Essen ermöglichen dabei eine noch effizientere, anspruchsvollere Aufplanung. 2019 erstreckt sich die E-world über die Messehallen 1 bis 5 und die lichtdurchflutete Galeria. Viele renommierte Branchengrößen haben ihre Stände bereits gebucht, mehr als 85 Prozent der Flächen waren schon Ende September vergeben. Mit dabei sind unter anderem innogy, E.ON, Vattenfall, SAP, Uniper, Siemens, Shell und Iberdrola.



# »DAS FEEDBACK IST ÜBERWÄLTIGEND«

**„The Security Event“ heißt die neue Sicherheitsmesse, die Western Business Exhibitions Ltd mit Unterstützung der Messe Essen in Birmingham veranstaltet. Direktor Tim Else sieht eine große Nachfrage im Vereinigten Königreich.**

## **ESSEN AFFAIRS: Herr Else, wie reagiert die Sicherheitsbranche auf das neue Konzept?**

**Tim Else:** Bislang ist das Feedback überwältigend. Die Gelegenheit, eine völlig neue Messe aus der Industrie für die Industrie zu konzipieren, kommt ja nicht allzu häufig vor, und die Sicherheits-Community ist wirklich begeistert. Klar ist auch, dass das National Exhibition Centre in Birmingham sowohl für Aussteller und Besucher aus dem Vereinigten Königreich als auch aus Europa und darüber hinaus ein idealer Ort ist. Das haben uns auch unsere Gespräche auf der Security Essen Ende September bestätigt: Der Markt wünscht sich eine relevante und organisierte Messe im UK, und das Datum im April 2019 – also in einem Jahr ohne Security Essen – erscheint perfekt.

## **Warum braucht denn gerade das UK ein solches Event?**

Es gibt zwar schon andere Sicherheitsmessen, wir wissen aber seit langer Zeit, dass es ein starkes Interesse an einer Messe im Zentrum des Königreichs, eben in Birmingham, gibt. Für viele Einrichter, Integratoren und Berater aus den Midlands, Nordengland und Schottland ist der zeitaufwendige und teure Trip nach London schwer zu bewerkstelligen und zu rechtfertigen.

## **Wie können Sie von der Zusammenarbeit mit der Messe Essen profitieren?**

Die strategische Partnerschaft mit der Messe war für uns ein Game-Changer, der unsere Reichweite sowohl bei der Besucher- als auch bei der Ausstellerwerbung vergrößert hat. Zudem verfügt die Messe Essen über ein gewaltiges Wissen und Expertise in der Ausrichtung von Sicherheitsmessen. Diese reichhaltige Unterstützung wird uns dabei helfen, das volle Potenzial unseres Events auszuschöpfen.



## **Welche Erwartungen haben Sie an die Premiere?**

Die Lücke im Markt ist offensichtlich, von daher glauben wir, dass wir eine kräftige Nachfrage adressieren. Von unschätzbarem Wert für uns ist die Unterstützung durch die zehn Gründungspartner des Events, allesamt große Player im Markt: Anixter, Assa Abloy, Avigilon, Comelit, Dahua, Honeywell, TDSi, Texcom, Tyco und Videcon. Weitere Aussteller haben ihre Teilnahme bereits zugesagt. Mit Verbänden und Medien haben wir ebenfalls Partnerschaften geknüpft. Zusammen mit dem ideal gelegenen Standort Birmingham ist dies die perfekte Basis. Wir glauben, dass all diese Zutaten sich als eine erfolgreiche Mischung erweisen werden, von der der gesamte Sicherheitssektor profitieren wird.

In Birmingham und damit im Zentrum des Vereinigten Königreichs liegt das National Exhibition Centre (NEC). Hier feiert „The Security Event“ vom 9. bis 11. April 2019 Premiere.



Weltweit leben mehr als **60 Millionen** Pferde.

**3,89 Millionen** Menschen in Deutschland bezeichnen sich als Reiter.

# HIPPOLOGISCH

**Vom 9. bis 17. März 2019 heißt es wieder:  
Vorhang auf zur Equitana! Einblicke zum Markt hinter  
der Weltmesse des Pferdesports.**

Mehr als **10.000** Firmen, Handwerksbetriebe und Dienstleistungsunternehmen in Deutschland haben direkt oder indirekt das Pferd als Hauptgeschäftsgegenstand.

**208.000** Gäste besuchten die vergangene Equitana 2017.

Der Pferdemarkt in den USA ist mit einem Umsatz von **122 Milliarden** US-Dollar pro Jahr der größte der Welt. Der Umsatz der deutschen Pferdewirtschaft liegt bei geschätzten **6,7 Milliarden** Euro pro Jahr.

**3** von **4** Equitana-Besuchern besitzen mindestens ein Pferd.

**921** Reitpferde wurden im Jahr 2017 auf den Reitpferdeauktionen der deutschen Zuchtverbände zu einem Durchschnittspreis von **24.240** Euro versteigert.

# »EIN TEAM FÜR DEN KUNDEN«

**Katrin Merchiers, Leiterin Messe-Vertrieb & Service bei der Messe Essen, über erfolgreiche Marktstrategien – und darüber, warum guter Service keine Abteilungsgrenzen kennt.**



Erfolgreich am Markt, nah am Kunden: Tim Renzing, Teamleiter Vertrieb, Katrin Merchiers, Abteilungsleiterin Messe-Vertrieb & Service, und Mouna Ronkholz, Teamleiterin Service (v. l.).

**ESSEN AFFAIRS: Frau Merchiers, die Auszeichnung für die „Beste Servicequalität“ zeigt, dass Kunden den Service der Messe Essen außerordentlich schätzen. Was glauben Sie, was den Service so besonders macht?**

**Katrin Merchiers:** Den gestaltet jeder Einzelne mit seiner Persönlichkeit, und zwar abteilungsübergreifend. Denn nicht nur wir in Service und Vertrieb haben Kontakt zu unseren Ausstellern. Deshalb verdienen auch alle Kollegen diese Auszeichnung, da jeder in seinem Bereich dazu beiträgt, dass wir individuelle,

auf den Aussteller zugeschnittene Lösungen finden. Statt „one face to the customer“ gilt bei uns: „one team to the customer“ – ein Team für den Kunden.

**Von welchen Maximen lassen denn Ihr Team und Sie sich bei der Arbeit leiten?**

Wir haben sozusagen zwei Brillen auf. Durch die Servicebrille betrachtet sind wir so etwas wie der Anwalt des Kunden in unserer Organisation. Aus vertrieblicher Perspektive ist es für uns wichtig, über die verschiedensten Kanäle sehr aktiv und im Markt präsent zu bleiben und dabei immer klare Nutzenargumente parat zu haben. Und wer als Führungskraft möchte, dass seine Mitarbeiter wertschätzend mit den Ausstellern umgehen, sollte genauso auch mit ihnen umgehen.

**Wie hat sich Ihre Arbeit in der jüngeren Vergangenheit entwickelt?**

Das Spektrum unserer Aufgaben setzt sich aus verschiedenen Elementen zusammen, die wir immer weiterentwickeln: So haben wir messbare Vertriebsziele und Schlüsselkennzahlen definiert, um unsere Ausstellerstruktur noch besser kennenzulernen. Unser gut funktionierendes CRM-System hilft uns ebenfalls dabei, einen ganzheitlichen Blick auf den Kunden zu gewinnen. Um weiter erfolgreich zu sein, muss man außerdem verstehen, wohin sich der jeweilige Markt einer Messe entwickelt und wie die Wertschöpfungskette einer Messe aussieht. So sind Besucher häufig auch potenzielle Aussteller.

**Was haben Sie sich für die kommenden Jahre vorgenommen?**

Natürlich wollen wir das Neukundengeschäft weiter stärken, werden darüber aber ganz sicher nicht unsere loyalen Aussteller aus dem Blick verlieren. Der Aufwand, einen Neukunden zu gewinnen, ist schließlich höher, als einen Aussteller zu halten. Allein deswegen lohnt es sich, den Bedarf seiner Kunden zu kennen. Konkret wollen wir zum Beispiel die Dienstleistungen beim Standbau und in der Werbung weiter steigern – womit sich der Kreis zum Service schließt.

# »HIER IST FAST ALLES MÖGLICH«

**Das Convention Center Essen ergänzt die Markenwelt der Messe Essen. Geschäftsbereichsleiter Frank Mertz über ein Angebot, das neue Perspektiven aufzeigt.**



„Der Markt ist neugierig“: Frank Mertz freut sich über die Resonanz auf das Convention Center Essen.

**ESSEN AFFAIRS: Was ist der Hintergrund für die Schaffung einer eigenen, neuen Marke?**

**Frank Mertz:** Sichtbarkeit und Profil. Mit den neuen Kongressräumlichkeiten im Osten des Geländes und dem Foyer Ost begann für uns die Akquisition von nationalen und internationalen Kongressen mit bis zu 6.500 Teilnehmern. Dabei spielen die Locations Foyer Ost, Kongressräume, Grugahalle, Halle 8, Parkplätze und Hotels in der Nähe eine entscheidende Rolle. Wir haben die Grugahalle quasi als großen Saal an das Congress Center Ost herangeholt. Damit entstanden weitere Möglichkeiten zur Kombination und Nutzung. Da hier in Essen aber fast alles möglich ist, besteht die Herausforderung darin, potenziellen Veranstaltern schnell zu vermitteln, dass wir nicht nur Räume und Säle anbieten. Deshalb haben wir uns entschieden, die Marke Convention Center Essen zu launchen. Sie überragt die drei Congress Center und schaut praktisch auf das neue Ensemble. Es ist eine Frage der Perspektive. Die Locations sind natürlich weiterhin auch einzeln buchbar.

**Welche Konfigurationsbeispiele sind denkbar?**

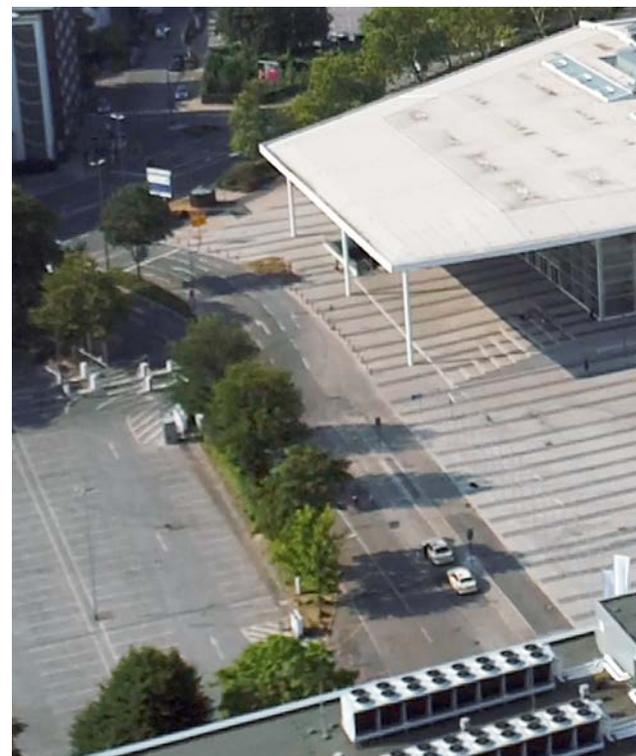
Nehmen Sie zum Beispiel einen Konzern, der eine Verkaufsschulung für seine Vertriebsmannschaft durchführen möchte und viele oder aber besonders großformatige Produkte mit dem entsprechenden Platzbedarf in seinem Portfolio hat. Diesem Kunden bieten wir neben den reinen Kongressräumen eine Messehalle in direkter Nachbarschaft – sozusagen als kombinierter Show- und Schulungsraum. Ein anderes Beispiel ist der immer häufigere Typ der Kongressmesse. Hier kann die Grugahalle als Plenum für bis zu 6.500 Teilnehmer, für das Konzert oder die Gala am Abend dienen. Und auch hier befindet sich eine Messehalle in nächster Nähe.

**An welche Zielgruppen oder Formate richtet sich die Marke?**

Die Messe Essen sendet über die Dachmarke sehr starke Signale in Richtung Veranstalter, die eine erfolgreiche Messe mit Ausstellern und Besuchern durchführen möchten. Hier haben wir uns als verlässlicher Partner am Markt positioniert, der dabei hilft, Messen groß zu machen. Mit der Marke Convention Center Essen senden wir ein starkes Signal an diejenigen, die ganz besondere vielschichtige Veranstaltungsformate, die über die Grenzen der Location hinausgehen und auch Angebote der Stadt umfassen, planen. Dieses Erlebnis beginnt für den Veranstalter bei der Planung und Abstimmung in der Stadt, führt den Teilnehmer bis auf die Rütterscheider Straße oder ins Folkwang Museum und endet bei der Abrechnung, die einen trans- →



Ein eigenes Logo visualisiert die neue Marke.



→ parenten Gesamtüberblick liefert. Wir sind sehr kreativ, wenn es darum geht, mit dem Veranstalter eine ungewöhnliche Raumgestaltung, eine ausgefallene Gastronomie oder die richtige Wegeführung zu realisieren. Wir hören von Beginn an zu und nutzen die Bedarfsermittlung, um zu begreifen, was der Veranstalter wirklich will. Die Gesamtkomposition muss wirken und die Tonalität zu den Erwartungen passen.

### Welche Rückmeldungen erhalten Sie aus dem Markt?

Der Markt ist neugierig, und das neue Glasfoyer hilft uns hier als Hingucker bei der Akquisition erheblich weiter. Wir führen hier die unterschiedlichsten *Site Inspections* für Interessenten durch. Da gibt es dann diejenigen, die das Congress Center Ost bis 2016 kannten. Von denen bekommen wir die Rückmeldung: „Das wurde auch Zeit – schön ist das geworden!“ Bei Kunden, die noch nie in Essen waren, erleben wir eher den „Aha-Moment“. Für sie ist Essen mit dem neuen Entree der Messe überhaupt erst auf der Landkarte aufgetaucht. Und wenn sie dann hier sind, sind sie überrascht, wie grün, bunt, gut angebunden und günstig gelegen Essen ist.



Raum für das Außergewöhnliche: Dank Locations wie dem neuen Glasfoyer oder der Grugahalle (unten) sind der Fantasie in Essen keine Grenzen gesetzt.



Kompakt, flexibel, attraktiv: Das Congress Center Ost, das neue Glasfoyer, die Grugahalle und die angrenzende Hotellerie bilden das neue Convention Center Essen.

# SCHLICHT UNGLAUBLICH

**Mit einer temporeichen, zeitgemäßen Zaubershow haben „The Illusionists“ am Broadway alle Zuschauerrekorde gebrochen. Im Rahmen ihrer Europatournee gastieren nun acht Weltklassemagier in der Grugahalle.**

Einmal am Broadway auftreten: Das bleibt für die meisten Künstler ein Traum. Hier vor ausverkauftem Haus zu spielen, kommt einem Ritterschlag gleich. Aber in gleich zwei Häusern auf New Yorks legendärer Theatermeile den Rekord für die umsatzstärkste Show innerhalb einer Woche zu halten: Das grenzt an Zauberei. Und genau das ist das Metier der „Illusionists“.

Essen ist einer von drei deutschen Spielorten auf der Europatournee der „Illusionists“.

Nun kommen acht der besten Magier der Welt nach Europa. Essen ist dabei neben Berlin und Leipzig einer von nur drei deutschen Spielorten. Drei Mal werden die

Künstler im Juni 2019 das Publikum in der Grugahalle in ihren Bann ziehen, so wie sie es in New York und London, Asien und Mittelamerika bereits getan haben. Nach dem Abschluss der Saison 2017/2018 hält die Show nicht nur im Marquis Theatre und Neil Simon Theatre am Broadway den Umsatzrekord für eine Woche, sondern auch im Shaftesbury Theatre im Londoner West End, im Opernhaus von Sydney, im Arts Centre Melbourne und im Auditorio Nacional in Mexiko-Stadt.

Als „Cirque du Soleil der Magie“ hat die Londoner Times das Bühnenspektakel für die ganze Familie einmal bezeichnet, die Nottingham Post schrieb sogar: „Die ‚Illusionists‘ übertreffen jede Erwartung.“ Umrahmt von einem aufwendigen Bühnenbild, wird temporeiche, zeitgemäße Zauberei geboten.

In der Grugahalle werden acht Künstler versuchen, das Unmögliche möglich erscheinen zu lassen: der Meistermagier Luís de Matos; „der Erfinder“ Kevin James, bei dem kein Geringerer als David Copperfield sich den ein oder anderen Trick abgeschaut hat; die beiden Verwandlungskünstler Sos & Victoria, die Heidi Klum und die übrigen Jurymitglieder bei America’s Got Talent von den Stühlen rissen; „der Manipulator“ Yu Ho-Jin, einer der elegantesten Kartentricks des Planeten; „der Täuscher“ James More, der sich schon mal rücklings aufspießen lässt; und schließlich Enzo Weyne. „Der Unvergessliche“ feierte seinen internationalen Durchbruch, als er 2013 in Paris einen Helikopter auf der Bühne erscheinen ließ – ein Novum in der Welt der Zauberei. Man darf gespannt sein, welche unglaublichen Tricks auf die Zuschauer in der Grugahalle warten.



Hier erhalten Sie einen kleinen Vorgeschmack auf das magische Spektakel.

MESSE  
ESSENCONGRESS  
CENTER  
ESSENGRUGA  
HALLE

## VERANSTALTUNGEN BIS JUNI 2019

## MESSEN IN ESSEN

**01.12.–09.12.2018****(Preview Day: 30.11.2018)**  
**ESSEN MOTOR SHOW**

Das PS-Festival des Jahres

**05./06.01.2019****HOCHZEITSMESSE**

Die Messe mit Beratung und Verkauf

**22.–25.01.2019****IPM ESSEN\***

Die Weltleitmesse des Gartenbaus

**30.01.–01.02.2019****INTERSCHAU\***

Größte Schaustellerfachmesse Europas

**30.01.–03.02.2019****HISTORISCHER JAHRMARKT**

Historischer Indoor-Jahrmarkt für die ganze Familie

**05.–07.02.2019****E-WORLD ENERGY & WATER\***

Internationale Fachmesse und Kongress

**20.–24.02.2019****REISE + CAMPING**Internationale Messe Reise & Touristik –  
Camping & Caravaning**21.–24.02.2019****FAHRRAD ESSEN**Messe für Fahrräder, Radsport, Zubehör  
und Radtouristik**09.–17.03.2019****EQUITANA**

Die Weltmesse des Pferdesports

**30.03.–01.04.2019****EUROPEAN BRIDAL WEEK\***Die Fachmesse für die gesamte Brautmoden-  
Industrie**10.–14.04.2019****(Happy View Day: 10.04.2019)****TECHNO-CLASSICA ESSEN**Weltmesse für Oldtimer und  
Classic- & Prestige-Automobile**04./05.05.2019****CAKE & BAKE GERMANY**Internationale Verkaufsausstellung für  
Tortendekoration und Zuckerkunst**09.–11.05.2019****INTERNATIONALE BRIEFMARKEN-MESSE**

Die Welt der Philatelie

**10.–12.05.2019****BABYWELT**

Die Messe rund um Ihr Kind

**05./06.06.2019****ALL ABOUT AUTOMATION\***

Regionale Fachmesse für Industrieautomation

## MESSEN IM AUSLAND

**14.–17.01.2019****ESSEN WELDING & CUTTING PAVILION**  
**@STEELFAB**

Machinery, Equipment &amp; Tools (Sharjah)

**09.–11.04.2019****THE SECURITY EVENT\*****powered by Security Essen**Designed for the industry, by the industry  
(Birmingham)**09.–11.04.2019****THE FIRE SAFETY EVENT\*****powered by Security Essen**Designed for the industry, by the industry  
(Birmingham)**20.–22.04.2019****HORTIFLOREXPO IPM SHANGHAI**

International plants expo Asia (Shanghai)

**25.–28.06.2019****BEIJING ESSEN WELDING & CUTTING\***International trade fair joining, cutting,  
surfacing (Shanghai)

## CONGRESS CENTER ESSEN

**13.01.2019****Essener Sportbund e.V.**  
ESPO Neujahrsempfang**28.01.–01.02.2019****Delegiertentage der Interschau****30./31.01.2019****DCONex**Messe + Kongress für Schadstoff Management  
und Altlastensanierung\***16.02.2019****9. Essener Symposium zur gynäkologischen**  
**Onkologie und Senologie****07.05.2019****Hochtief AG**

Hauptversammlung

**11.05.2019****4. Essener Gesundheitsforum****06./07.06.2019****Viszeralmedizin NRW 2019**

## GRUGAHALLE

**01.12.2018****24. Oldienacht Essen****07.12.2018****Bülent Ceylan „LASSMALACHE“****08.12.2018****The Bon Jovi Symphony With Bounce &**  
**Orchestra****13.12.2018****257ers – „Auf Basis von Live 2018“****15.12.2018****Lasst uns Weihnachtslieder singen!****16.12.2018****Mädchen Klamotte im Foyer****27.12.2018–01.01.2019****Darts-WM 2018 Großes Public Viewing****02.01.2019****The Voice of Germany Live on Tour****07.01.2019****Yakari 2 Geheimnis des Lebens****11.01.2019****Carolyn Kebekus PussyNation****30.01.–01.02.2019****DSB Delegiertentag****02.02.2019****Sixx Paxe ROXX TOUR****09.02.2019****Chormusical Martin Luther King****13.02.2019****Bibi & Tina Das Konzert****16.02.2019****Dieter Nuhr „Nuhr hier, nur heute“****21.02.2019****Ehrlich Brothers**

Faszination – Die neue Show

**24.02.2019****Eis am Stiel Das Musical****01.03.2019****Essener Volkskarneval****26.03.2019****Stadt Essen Personalversammlung****28.03.2019****Martin Rütter FREISPRUCH!****30.03.2019****Suberg's ü30 Party****30.04.2019****innogy SE Hauptversammlung****03.05.2019****RWE AG Hauptversammlung****14.05.2019****E.ON SE Hauptversammlung****28.05.2019****Evonik Industries AG**

Hauptversammlung

**07.–09.06.2019****THE ILLUSIONISTS –**  
**DIE BROADWAYSHOW**



Ein Faible für klare Linien und Formen: Norbert Thomas in seinem Atelier in Essen-Holsterhausen.

# SPIELER IM QUADRAT

**In seinen Werken erforscht Norbert Thomas das Zusammenspiel von Zufall und System. Jetzt sind die Arbeiten des international renommierten Künstlers im Rahmen einer Ausstellung in der Messe Essen zu sehen.**



In der ESSEN AFFAIRS-App sehen Sie einige Bilder der Ausstellung in der Messe Essen.

Quirlig, belebt, laut: Der Gemarkenplatz im Essener Stadtteil Holsterhausen stellt sich an diesem Vormittag genau so dar, wie man es von einem Großstadtplatz vermuten würde. Dass sich wenige Schritte entfernt in einem Hinterhof eine Oase der Kreativität verbirgt, vermutet man dagegen kaum. Hier lebt und arbeitet Norbert Thomas seit drei Jahrzehnten. Und auch wenn es kurzfristig wäre, von der Umgebung auf die Werke eines Künstlers zu schließen: In diesem Fall drängt es sich auf.

Klare Strukturen, klare Farben, in die sich selbst der eigensinnige Bambus vor dem Fenster einfügt, und ein nicht zu übersehendes Faible für rechte Winkel und geometrische Formen an den Wänden: Damit sind zugleich einige Prinzipien der Werke benannt, mit

denen sich Norbert Thomas in den vergangenen fast 50 Jahren auch international einen Namen als Maler und bildender Künstler gemacht hat. Eine seiner Skulpturen war auf der vergangenen Architektur-Biennale in Venedig zu sehen, 2019 wird eine Einzelausstellung in einer berühmten Galerie in der Nähe von Brunn (Tschechien) eröffnet, und seit Kurzem hilft eine Kunsthistorikerin Norbert Thomas dabei, Ordnung in sein Archiv zu bringen, das den stattlichen Keller seines Hauses, das einst als Lkw-Reparaturhalle gebaut wurde, schon weitgehend ausfüllt.

Ordnung und System ist für Thomas auch in der Kunst das halbe Leben. Die andere Hälfte gehört dem bewusst eingesetzten Zufall. Ihr Zusammenspiel ist Thomas' Interpretation der „konkreten Kunst“, ein Begriff, →

→ den der niederländische Maler Theo van Doesburg 1917 brachte und eine Stilrichtung, der sich Künstler wie Piet Mondrian oder der Bauhaus-Designer Max Bill verbunden fühlten. Sein Prinzip führt der 71-Jährige anhand einer Zeichnung für das „system 2“ vor, ein Relief von 3,60 Meter Länge. Auf der Zeichnung, die vor ihm auf dem Atelierboden ausgerollt liegt, sieht der Laie zunächst nur eine Fläche, die sich von hell nach dunkel und von licht nach gefüllt verändert. „Aber der Ausgangspunkt ist systematisch“, erklärt Thomas, und das heißt bei ihm fast immer: ein Quadratraster, hier mit neun Quadraten, nummeriert und unterteilt in 900 Elemente, denen 900 nummerierte Karten in einem Kasten entsprechen. „Jetzt kommt der Zufall“, sagt Thomas. Er zieht 100 Karten und trägt diese mit einer bestimmten Strichstärke auf dem Papier ein. 50 Karten legt er danach weg, 50 kommen in die nächste Zufallsziehung, und bei jeder Ziehung wird die Strichstärke größer. „Am Ende ist jedes Element vorhanden, manche aber mehrfach.“

Diese Arbeit entstand 1974, am Ende seines Studiums an der Kunsthochschule Kassel. Wer die documenta-Bände dieser Zeit studiert, die auch in Thomas' Atelierregal stehen, sieht sofort: Damals war er ein Außenseiter. „Aber das hat mich nicht irritiert, mir war schon im ersten Semester klar, was ich machen will.“ Sein Kunsterzieher im Gymnasium hatte den 15-Jährigen mit seiner Liebe zur Kreativität angesteckt und ihm geholfen, die Schulzeit zu überstehen.

Auch Mathematik war ihm „verhasst“, umso erstaunlicher, da seine Arbeiten sich ja bis heute von strengen geometrischen Formen herleiten, auch wenn in einigen jüngeren Arbeiten freihändige Pinselführungen von der Lässigkeit eines Altmeisters zeugen. „Ich bin ein Spieler, ein visueller Forscher. Mich reizt die Strenge, um sie über den bewusst eingesetzten Zufall wieder aufzulösen“, so Thomas. Außerdem sei er ein Minimalist, versuche, alles zu reduzieren. „Meine erste Frau habe ich auch schon seit 50 Jahren“, sagt er und schmunzelt.

Es klingt paradox, aber gerade diese formale Strenge lässt Thomas' Arbeiten freier erscheinen als so manche ungehemmte Kreativitätsexplosion von Kollegen. Freiheit und Unabhängigkeit sind für Thomas ohnehin wichtige Stichworte: Nie hat er sich in seiner Laufbahn an eine Galerie gebunden und ist dennoch zu über 20 Museumsausstellungen und über 100 Galerie-

präsentationen gekommen. Materielle Sicherheit verschaffte ihm eine langjährige Professur für Grundlagen der künstlerischen Gestaltung an der Bergischen Universität Wuppertal, und nun, in der völligen beruflichen Freiheit, unterwirft sich Thomas selbst seinen eigenen Regeln. Jeden Morgen um halb neun sitzt er im Atelier, und Ferientaufenthalte bestehen für ihn darin, „Urlaub von der strengen Arbeit“ zu nehmen und sich Collagen oder Fotokunstwerken zu widmen.



Eine Auswahl von Thomas' Schaffen ist derzeit in der Messe Essen zu sehen: im Congress Center Ost, im Business Club, im Pressecenter Ost sowie im Verwaltungsbereich. Messe-CEO Oliver P. Kuhrt hat die Werke persönlich ausgewählt. Kennengelernt haben sich die beiden im Rotary Club – ein für einen Künstler immer noch eher ungewöhnlicher Club, gegen den Norbert Thomas anfangs Vorbehalte hatte. „Aber dann wurde mir klar, dass ich eigentlich viel intoleranter war als diese Leute.“ Als der neue Messechef sich bei den Rotariern vorstellte, erkannte der gebürtige Frankfurter Thomas beim Wiesbadener Kuhrt den Akzent der Heimat, sofort kam man ins Gespräch, und schon nach dem ersten Atelierbesuch war klar: Norbert Thomas sollte der erste Künstler sein, dem die Messe Essen eine Ausstellung widmet. Gleich mehrere glückliche Zufälle also. Oder ist das am Ende gar kein Zufall mehr?

Der 71-Jährige gilt als einer der bedeutendsten lebenden Vertreter der „konkreten Kunst“.



Fotos: (4) Michael Lübke

# »DER ZUKUNFTSORT DER REGION«

Essen wandelt sich – aber weiß man das auch außerhalb? Und was ist zu tun, um neue Bilder in den Köpfen zu verankern? ESSEN AFFAIRS bat vier Zukunftsmacher zu einem Austausch über den Dächern der Stadt.



Ausflug mit Ausblick: Im Erich Brost-Pavillon auf Zeche Zollverein trafen sich EWG-Geschäftsführer André Boschem, Messechef Oliver P. Kuhr, Oberbürgermeister Thomas Kufen, EMG-Geschäftsführer Richard Röhrhoff (v. l.).



Wer sich über Perspektiven der Stadt Essen und des Ruhrgebiets Gedanken macht, für den ist der Erich Brost-Pavillon ein ziemlich guter Ort. Weiter als vom Dach der ehemaligen Kohlenwäsche auf Zeche Zollverein kann man in der Region jedenfalls kaum blicken. Aus 38 Meter Höhe sieht man von der Arena auf Schalke über die Essener Skyline bis hin zum Gasometer Oberhausen. Hierher bat ESSEN AFFAIRS vier Männer, die nicht zuletzt auch an einem neuen Bild Essens arbeiten. Neben Oberbürgermeister Thomas Kufen und Messechef Oliver P. Kuhrt waren auch zwei recht neue Gesichter dabei: Richard Röhrhoff und André Boschem. Beide sind Mitte 40 und erst seit einigen Monaten in ihren Ämtern: Röhrhoff als Geschäftsführer der Essen Marketing GmbH (EMG), Boschem als Geschäftsführer der EWG – Essener Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH.

**ESSEN AFFAIRS: Herr Kufen, als Oberbürgermeister sind Sie Essens oberster Botschafter im In- und Ausland. Wie erleben Sie die Wahrnehmung der Stadt?**

**Thomas Kufen:** Ich habe den Eindruck, dass sich das Bild langsam verändert. Im Jahr der Grünen Hauptstadt Europas – Essen 2017 habe ich viele Begegnungen mit Menschen aus ganz Deutschland gehabt, die positiv überrascht waren, wie grün Essen ist. In Europa haben wir bereits ein anderes Bild. Mit dem Emscherumbau stemmen wir als Region ein Mammutprojekt, das europaweit seinesgleichen sucht. Mir ist besonders wichtig, dass auch die Essenerinnen und Essener stolz auf den Wandlungsprozess und die Wandlungsfähigkeit ihrer Stadt sind. Es geht dabei gar nicht um Klischees: Essen

ist die grünste Stadt in Nordrhein-Westfalen, wir sind Gesundheitsstandort Nummer eins, wir sind Kulturhauptstadt, Wirtschafts-, Universitäts- und Messestandort. Wir haben viel zu bieten, und das können und wollen wir nach außen tragen.

**Wie soll ein ganzheitliches Stadtmarketing künftig aussehen?**

**Thomas Kufen:** Wir haben ein echtes Pfund, mit dem wir wuchern können. Wenn wir das gemeinsam tun, können wir mehr erreichen. Deshalb haben wir einen Koordinationskreis Stadtmarketing gegründet, in dem wir Stadt- und Standortmarketing gemeinsam vorantreiben.

**Herr Röhrhoff, Sie haben als neuer Chef der EMG eine Imagekampagne unter dem Slogan „Essen begeistert“ auf den Weg gebracht. Welche Bilder wollen Sie in den Köpfen verankern?**

**Richard Röhrhoff:** Die Stadt Essen ruft bundesweit noch immer Assoziationen von Bergbau oder Stahl hervor. Menschen unter 30 Jahren verbinden mit Essen dagegen so gut wie nichts. Um dieses Image der Wirklichkeit anzupassen, muss Essen als attraktiver und lebenswerter Ort positioniert werden. Unsere Stadt besitzt enormes Potenzial – der Oberbürgermeister hat es erwähnt. Nicht zu vergessen, dass Essen Sitz zahlreicher (Dax-)Unternehmen ist. Aus der Summe der Besonderheiten schlägt die Stadt bisher zu wenig Kapital. Es ist an der Zeit, Essen in Deutschland, Europa und der Welt auf „die Landkarte der spannenden Städte“ zu setzen.

**Die aktuellen Übernachtungszahlen sind ja schon erfreulich: 1.009.494 Übernachtungen (+7,8 Prozent) von Januar bis August sind ein neuer Bestwert, im August kamen sogar fast 14 Prozent mehr Gäste als im Vorjahr. Geht da noch mehr und wenn ja: wo?**

**Richard Röhrhoff:** Das Interesse an der Reisedestination Essen wächst stetig. Wir freuen uns sehr darüber, denn das zeigt, dass wir mit unseren Aktivitäten zur Bewerbung der Marke „Visit Essen“ den richtigen Weg gehen und dies sich auch nachhaltig bezahlt macht. Das ist auch gut für den Standort.

**Herr Boschem, die erwähnte Imagekampagne ist ein Gemeinschaftsprodukt der EMG und** →

→ **der EWG. Ist das der Auftakt für eine noch engere Kooperation in Zukunft?**

**André Boschem:** Wir alle wollen den Standort Essen voranbringen und eine nachhaltige Imagestärkung erreichen – touristisch und wirtschaftlich. Das funktioniert natürlich am besten, wenn wir unsere Stärken bündeln und eng kooperieren. Ziel der Kampagne ist einerseits die bereits erwähnte Steigerung der Gästezahlen. Aber zusätzlich wollen wir das Image der Stadt bei Unternehmen, Fachkräften, Studenten und weiteren potenziellen Neubürgern über die Stadtgrenzen hinaus verbessern, auch international. Dabei wird unsere Zusammenarbeit mit der EMG zukünftig noch enger werden – übrigens auch mit weiteren städtischen Gesellschaften wie zum Beispiel der Messe Essen.

**Sie waren in Düsseldorf für die Förderung von Start-ups zuständig und haben in Essen eine entsprechende Kampagne auf den Weg gebracht. Bislang gilt Essen ja noch nicht als Gründerhochburg – nur eine Frage der Wahrnehmung oder auch eine der Substanz?**

**André Boschem:** Aktuell arbeiten in Essen rund 50 Start-ups mit mehr als 400 Mitarbeitern. Da ist aus meiner Sicht bereits eine gute Substanz vorhanden. Vor allem: Für diese Start-ups herrscht in Essen ein sehr gutes Umfeld aufgrund einer Vielzahl potenzieller Kunden. Institutionen und Universitäten spielen in der Region außerdem eine unterstützende Rolle. Die Bedeutung von Start-ups geht aus meiner Sicht aber noch weiter: Sie sind wichtige Multiplikatoren in diversen Feldern wie Digitalisierung oder Standortmarketing und stehen damit für eine innovative Stadt Essen. Internationale Aktivitäten, etwa in Kooperation mit Essens Partnerstadt und Start-up-Hotspot Tel Aviv, werden inzwischen auch unter Start-up- und Innovationsaspekten vorangebracht.

**Herr Kuhrt, wie kann die Messe Essen diese Kampagnen unterstützen – und wie von ihnen profitieren?**

**Oliver P. Kuhrt:** Ein Kongressteilnehmer, Messebesucher oder Aussteller möchte sich heutzutage nicht nur am Ort der Veranstaltung, sondern in der ganzen Stadt willkommen fühlen. Das betrifft Hotellerie und Gastronomie, aber auch kulturelle Angebote oder Kontakte zur regionalen Wirtschaft und Politik. EWG und EMG sind hierbei für uns starke und wichtige

Partner. Umgekehrt ist ein lebendiger Messeplatz ein echtes Pfund im Stadtmarketing. Wir alleine sorgen für 1,4 Millionen Besucher pro Jahr, wir transportieren die Marke Essen in die Welt, und internationaler als bei einer Leitmesse kann es in einer Stadt kaum zugehen. Und schließlich sind Messen Plattformen für die Innovationen, von denen Herr Boschem sprach. Denken Sie nur an Themen wie Mobilität, Gesundheit oder Energie, die bei uns im Messeportfolio prominent vertreten sind.

**Herr Kufen, welchen Kommentar zu Essen möchten Sie in fünf Jahren gerne hören?**

**Thomas Kufen:** Dass wir der Zukunftsort der Region sind.



**Richard Röhrhoff**, Jahrgang 1976, machte sich als Veranstaltungsexperte und selbstständiger Berater für Eventlocations, Unternehmen und Agenturen einen Namen, insbesondere für authentische und emotionale Kommunikation. Diese Qualitäten setzte er auch als Vorstandsmitglied des Essener Marketing-Clubs ein. Seit dem 1. Januar 2018 ist Röhrhoff gemeinsam mit Dieter Groppé Geschäftsführer der Essen Marketing GmbH, die je zur Hälfte von der Stadt Essen und dem Essen Marketing Service e.V., in dem Einzelhandel, Hotellerie und Gastronomie sowie Dienstleister und Grundeigentümer organisiert sind, getragen wird.



**André Boschem**, 1972 in Essen geboren, ist Diplom-Betriebswirt und MBA-Absolvent. Seine beruflichen Erfahrungen sammelte er insbesondere bei der Stadt Düsseldorf. Dort war Boschem zuletzt stellvertretender Leiter des Amtes für Wirtschaftsförderung und verantwortlich für die Koordinierung der Start-up-Initiative und Innovationsoffensive. Am 1. März 2018 übernahm er die Geschäftsführung der EWG – Essener Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH, einer Public Private Partnership der Stadt Essen und der IEW – Interessengemeinschaft Essener Wirtschaft e.V. mit ihren rund 50 Mitgliedsfirmen und -institutionen.

# ESSEN IN 24 STUNDEN

Viele Termine? Wenig Zeit? Was Sie in den kommenden Monaten bei Ihrem Besuch in Essen nicht verpassen sollten.



## 11.00 UHR DER ESSENER DOMSCHATZ: DAS ERBE DER FRAUEN



Mit dem Frauenstift, das um 850 n. Chr. gegründet wurde, beginnt die Stadtgeschichte Essens. Bald darauf gelangten auch die bedeutendsten Werke des Essener Domschatzes in die Stadt, darunter die Essener Lilienkrone (Foto). Zudem beherbergt die Domschatzkammer die weltweit größte Sammlung ottonisch-salischer Goldschmiedekunst, und die Goldene Madonna im Dom ist die älteste vollplastische Marienfigur der Welt und das wertvollste Kunstwerk im Ruhrgebiet. Besuchern steht diese großartige Sammlung dienstags bis sonntags von 11 bis 17 Uhr offen.

[www.domschatz-essen.de](http://www.domschatz-essen.de)

## 13.00 UHR SO NAH KANN ERHOLUNG SEIN: DIE GRUGAPARK-THERME

Ob nach einem harten Tag oder einfach zwischendurch: Gleich neben der Messe Essen und mitten im Grugapark können Sie bei einer Wellness-Auszeit Kraft tanken. Mit dem 32 Grad warmen Außenbecken, einem Solebecken, einem Innenbecken und fünf



Saunen verwöhnt die Grugapark-Therme ihre Gäste – und seit kurzem auch mit einer Infrarot-Saunalounge, die besonders wohltuende Tiefenwärme spendet.

Die Öffnungszeiten: Mo. bis Do. 9 bis 22 Uhr, Fr. und Sa. 9 bis 23 Uhr, So. und Feiertage 9 bis 19 Uhr.

[www.grugaparktherme.de](http://www.grugaparktherme.de)



## 17.00 UHR LICHT, EIS UND HOCHGENUSS: DER ZAUBER DER WEIHNACHTSZEIT

Auch nach dem Essen Light Festival leuchtet die Essener City weiter: Bis zum 23. Dezember sorgt der Internationale Weihnachtsmarkt in Kombination mit den Essener Lichtwochen für eine glanzvolle Zeit bis zum Fest.

Nach der Weihnachtspause verwandelt ESSEN ON ICE den Kennedyplatz in ein Winterparadies. Vom 18. Januar bis zum 10. März 2019 können die Besucher unter einer funkelnden Lichtkrone auf einer über 1.000 Quadratmeter großen Eisfläche Schlittschuh laufen, auf Europas größter mobiler Rodelbahn die 70 Meter lange Piste runterdüsen oder sich im Eisstockschießen versuchen.

## 20.00 UHR NICHTS GEHT MEHR – UND ALLES IST OFFEN: DIE TUP-FESTTAGE

„Rien ne va plus“ heißt es vom 22. bis 31. März 2019 auf Essens Bühnen. Dann thematisieren die fünf Sparten der Essener Theater und Philharmonie (TUP) im Rahmen ihrer Festtage jene Augenblicke, in denen die Zeit stillsteht, der Ausgang völlig offen ist und sich alles entscheidet – wie in Verdis Oper „Luisa Miller“ (Foto).



[www.theater-essen.de](http://www.theater-essen.de)

[www.visitessen.de](http://www.visitessen.de)



# ESSEN CONVENTION

## TAGUNGEN UND KONGRESSE

### IHR PARTNER FÜR MEETINGS | INCENTIVES | CONVENTIONS | EVENTS

Das Convention Bureau der EMG - Essen Marketing GmbH ist Ihr zentraler Ansprechpartner für Veranstaltungen in Essen.

- ❑ Ausführliche Beratung zum Tagungs- und Kongressangebot in Essen
- ❑ Planung und Organisation von individuellen Site-Inspections
- ❑ Hotelreservierung inklusive Kontingentverwaltung
- ❑ Pre- und Post Convention Touren
- ❑ Organisation und Durchführung von Rahmenprogrammen und Incentives im gesamten Ruhrgebiet
- ❑ Vermittlung mehrsprachiger Gästeführer/Innen
- ❑ Verkauf von Veranstaltungstickets
- ❑ Bus- und Transferorganisation
- ❑ Info-Desk während Ihrer Veranstaltung
- ❑ Kostenfreier Prospekt-, Text- und Fotoservice für Publikationen

**Kontakt: Kirsten Schneider | E-Mail: [schneider@emg.essen.de](mailto:schneider@emg.essen.de) | Tel.: 0201 8872041**

# ESSEN iNSPIRES



**MUSEUM FOLKWANG**  
World-class art collection | Admission free