

# ESSEN

DAS MAGAZIN DER MESSE ESSEN

# AFFAIRS

MESSE  
ESSEN

Place of Events

## CHROM AUF ASPHALT

Das neue Gesicht der  
Essen Motor Show

## GRÜN TRIFFT STAHL

Das neue Kongresshotel  
neben der Messe



# DIGITALE WELTEN

Die Zukunft des Einkaufens



# Düsseldorf, Dü York, Düssilano, Dübai, Düskau...

*Jeden Tag mehr als 300 Flüge von Düsseldorf in alle Welt.  
Zum Beispiel nach London, New York, Mailand, Dubai und Moskau.*

Düsseldorf   
International

*Einfach hin. Einfach weg.*



**Frank Thorwirth,**  
Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Essen



**Egon Galinnis,**  
Geschäftsführer der Messe Essen

### Liebe Leserinnen und Leser,

diese Ausgabe von ESSEN AFFAIRS steht im Zeichen der Veränderung. Nehmen Sie nur das Thema unserer Titelseite: Digitale Informationssysteme und Selbstbedienungsterminals revolutionieren derzeit die Kommunikation im öffentlichen Raum. Und die nächsten, futuristisch klingenden Konzepte werden längst erprobt. Von freundlichen Robotern und Zauberspiegeln lesen Sie ab Seite 8.

Auch das Gesicht unserer Stadt wandelt sich weiter. In kaum einer Stadt Deutschlands wird so viel gebaut wie in Essen. Von drei fertiggestellten Projekten können wir Ihnen jetzt schon berichten: Im neuen Folkwang Museum und im Ruhr Museum geraten nicht nur Architekturkritiker ins Schwärmen (Seite 34), und das Atlantic Congress Hotel direkt neben der Grugahalle macht den Messe-, Tagungs- und Kongressstandort Essen sicher noch attraktiver. Wir haben den neuen Nachbarn besucht (Seite 32).

Wir selbst schließlich haben einer Institution der deutschen Messelandschaft eine Frischzellenkur verabreicht: Welche Strategie hinter dem neuen Erscheinungsbild der ESSEN MOTOR SHOW steckt, erfahren Sie auf Seite 18.

Eine anregende Lektüre wünschen Ihnen

Frank Thorwirth  
Vorsitzender der Geschäftsführung  
der Messe Essen GmbH

Egon Galinnis  
Geschäftsführer der  
Messe Essen GmbH





8



32



34



18

**3 Editorial**  
von Frank Thorwirth  
und Egon Galinnis

**5 Impressum**

**6 Nachrichten**  
aus der Messe und der Stadt

## TITEL

**08 Digitale Welten**  
Wie uns im Supermarkt der Zukunft  
Roboter und Zauberspiegel beim  
Einkaufen helfen

**13 „Wir zeigen, wie interaktive  
Lösungen begeistern“**  
Jens Schindler, Veranstalter der  
Fachmessen Kiosk Europe Expo und  
Digital Signage Expo, staunt immer  
wieder über die rasante Entwicklung  
seiner Branche

**15 Einzigartig in Europa**  
In Essen lassen sich digitale  
Innovationen hautnah erleben

## MESSE

**16 Rund in die Welt**  
Die REIFEN zählt zu Deutschlands  
internationalsten Messeevents

**18 Chrom auf Asphalt**  
Die ESSEN MOTOR SHOW setzt ihre  
Neupositionierung konsequent fort

**20 Vision 2015**  
Was wird Ihre Branche prägen? Und  
wie sieht in fünf Jahren die perfekte  
Messe aus? Vier Messemacher über ihre  
Visionen

**22 Brennen für Wasser**  
Die 18. Weltwasserstoffkonferenz sucht  
die Öffentlichkeit

**23 Vorschau**  
BRIEFMARKEN, START, ALUMINIUM,  
COMPOSITES EUROPE, SPIEL

**24 Sicherheit für alle**  
Die SECURITY erweitert ihr Programm  
um eine Konferenz von Weltgeltung

**26 Go East!**  
In Russland und China: die nächsten  
Auslandsevents der Messe Essen

**27 Kalender**  
Alle Termine 2010

**28 Hier spielt der Chef**  
Auf dem stb marketplace finden Event-  
planer ungewöhnliche Ideen

**30 Die Führungsmannschaft  
auf einen Blick**  
Ihre Ansprechpartner bei der  
Messe Essen

## ESSEN

**32 Grün trifft Stahl**  
Das Atlantic Congress Hotel bietet  
reichlich Platz für Tagungen und  
Kongresse. Zu Besuch beim neuen  
Nachbarn

**34 Wunder des Raums**  
Im Folkwang Museum und im Ruhr  
Museum kommen nicht nur  
Architekturkritiker ins Schwärmen

**38 Kultur an der Ruhr**  
Highlights der Kulturhauptstadt

**39 Gewinnspiel/Leserbefragung**  
Mitmachen und gewinnen!

## IMPRESSUM

Herausgeber: Messe Essen GmbH, Postfach 10 01 65,  
45001 Essen, [www.messe-essen.de](http://www.messe-essen.de)

Redaktionell verantwortlich: Stefan Hannen,  
Leiter Unternehmenskommunikation, Messe Essen

Projektmanagement: Andreas John, Messe Essen

CvD: Jens Poggenpohl, VVA

Art-Direktion: Tamara Bobanac, VVA

Layout: Sonja Loy, VVA

Redaktionsteam: Corinna Danielzik, Kirsten Eisser, Gabriele  
von Graes, Michael Herdemerten, Jennifer Kahmann, Carola  
May (Messe Essen); Sebastian Arackal, Betina Buyar, Dirk  
Maertens, Tanja Pickartz (VVA)

Bildredaktion: Frank Schuberth, Alexandra Umbach (VVA)

Bildnachweis: Rainer Schimm, Messe Essen GmbH;  
K+S Studios, Essen (sofern nicht anderweitig vermerkt)

Titelbild: Leo Seidel

Realisation/Gesamtherstellung: VVA Kommunikation GmbH,  
Theodor-Althoff-Straße 39, 45133 Essen, [www.vva.de](http://www.vva.de)

Auflage: 17.000 Exemplare

Erscheinungstermin: 15. April 2010

**SHK ESSEN****„Es hat alles gepasst“**

„Ein hervorragender Standbau und großer Aufwand seitens der Hersteller – ein sehr zahlreiches und sehr qualifiziertes Publikum: Hier haben Angebot und Nachfrage erstklassig zusammengepasst“, waren sich Frank Thorwirth, Vorsitzender der Geschäftsführung, und Egon Galinnis, Geschäftsführer der Messe Essen, am Ende der diesjährigen SHK ESSEN einig. Auch die Gäste waren voll des Lobes: 90 Prozent der Besucher und 94 Prozent der Aussteller erklärten, auch an der SHK ESSEN 2012 teilnehmen zu wollen.

Die Kommunikationsplattform der Sanitär-, Heizungs- und Klimabranche zog vom 10. bis 13. März 52.534 Besucher und 553 Aussteller an. Auffällig dabei: Die gezielten Anstrengungen, noch mehr überregionale Besucher zu gewinnen, waren erfolgreich.

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

**E-world****Rekorde zum Jubiläum**

Mehr Aussteller auf einer größeren Fläche und deutlich mehr Besucher – das ist die Bilanz der zehnten „E-world energy & water“, die vom 10. bis 12. Februar in der Messe Essen stattfand. Über 500 Aussteller präsentierten auf einer gegenüber dem Vorjahr um neun Prozent gewachsenen Fläche 18.200 Fachbesuchern – ein Plus von acht Prozent – aus 48 Ländern ihre Dienstleistungen und Produkte. „Das Konzept, in Messe und Kongress auf marktnahe Themen zu setzen, macht die E-world zu einem wichtigen Treiber der energie-wirtschaftlichen Diskussion“, unterstrichen die beiden Gesellschafter der E-world, Niels Ellwanger, Vorstand der conenergy AG, und Frank Thorwirth, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Essen.

[www.e-world-2010.com](http://www.e-world-2010.com)

**Deubau****Qualität am Bau**

Positiv überrascht haben sich die 654 Aussteller vom Verlauf der 24. Internationalen Baufachmesse Deubau gezeigt. Trotz angespannter wirtschaftlicher Gesamtsituation kamen vom 12. bis 16. Januar rund 67.000 Besucher zur größten Universalbaumesse des Jahres 2010. Insbesondere die Qualität der Fachbesucher sorgte bei den Ausstellern für ein zufriedenes Fazit. Dass zahlreiche Entscheidungsträger aus der Politik, an der Spitze der deutsche Bundesbauminister Dr. Peter Ramsauer und NRW-Wirtschaftsministerin Christa Thoben, zu den Gästen zählten, unterstrich die Bedeutung der Deubau zusätzlich. Das Thema „Energie“ zog sich dabei wie ein roter Faden durch das Messegeschehen – und bestimmte auch den Kongress „Neues Bauen mit Stahl – Lösungen für nachhaltige Architektur“, den mit über 1.000 Teilnehmern größten Architekturkongress im deutschsprachigen Raum.

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

**IPM Essen****Neue Tagesbelegung geht auf**

Noch internationaler und noch professioneller – die neue Tagesbelegung der IPM ESSEN ist voll aufgegangen. Erstmals fand die Internationale Pflanzenmesse von Dienstag bis Freitag statt. An vier Wochentagen präsentierten 1.511 Aussteller – 64 mehr als im Vorjahr – aus 43 Ländern dem internationalen Fachpublikum ihre Neuheiten, Weiterentwicklungen und Dienstleistungen. Zur IPM ESSEN 2010 kamen vom 26. bis 29. Januar 57.168 Besucher aus aller Welt. Heinz Herker, Präsident des Zentralverbandes Gartenbau, zeigte sich mit der Premiere der Wochentagsbelegung zufrieden: „Ich habe ausschließlich positive Resonanz sowohl von Verkäufern wie auch von Einkäufern insbesondere über die Qualität der Besucher gehört. Und auch im Hinblick auf die Besucherzahlen bin ich sicher, dass sich das neue Konzept bewährt hat.“ Bundeslandwirtschaftsministerin Ilse Aigner lobte in ihrer Rede zur Eröffnung die IPM und den Gartenbau insgesamt als „international, innovativ und vielfältig“.

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

**IPM Dubai / World of Perishables****Grünes am Golf**

Insgesamt 3.565 Fachbesucher aus 66 Ländern haben die fünfte IPM DUBAI und die zweite WOP DUBAI besucht. Auch in diesem Jahr wurden beide Veranstaltungen vom 8. bis 10. März wieder parallel im Messegelände Airport Expo Dubai unmittelbar am Airport Dubai und im Dubai Flower Centre durchgeführt. Aussteller und Besucher zeigten sich mit den Ergebnissen auch angesichts der Wirtschaftskrise zufrieden. „Wir hatten sehr gute Kontakte, es waren die richtigen Besucher hier. Die Qualität ist nochmals gestiegen“, so der Tenor bei den Ausstellern.

[www.ipm-dubai.com](http://www.ipm-dubai.com), [www.wop-dubai.com](http://www.wop-dubai.com)

## Freizeitmessen Harmonisches Trio

Im Jahr 1958 begründete die „Reise + Camping“ Essens Ruf als Marktführer bei Freizeitmessen. In diesem Jahr tauchten rund 100.000 Reiselustige, etwa zehn Prozent mehr als im Vorjahr, vom 24. bis 28. Februar in zwölf Messehallen in eine große Urlaubs- und Freizeitwelt ein. Dass das Konzept, Erlebnis, Information und Einkauf miteinander zu verknüpfen, den Nerv der Besucher trifft, zeigte sich auch auf der an drei Tagen parallel durchgeführten, überaus erfolgreichen „Fahrrad Essen“ sowie der erstmals ausgerichteten „Angel-Sport-Messe“, die auf Antrieb hervorragend angenommen wurde.

[www.reise-camping.de](http://www.reise-camping.de)  
[www.fahrrad-messe.com](http://www.fahrrad-messe.com)  
[www.angel-sport-messe.de](http://www.angel-sport-messe.de)



## Nach mehr als drei Jahrzehnten Ein Grandseigneur geht

Zum 31. Januar 2010 ist Elmar Braun, Direktor und Prokurist der Messe Essen, in den wohlverdienten Ruhestand gegangen. Der 63-Jährige, der dem Unternehmen zuvor noch in Altersteilzeit verbunden war, gestaltete mehr als drei Jahrzehnte die Geschicke der Messe Essen mit: 1978 kam der Journalist als Leiter der Presseabteilung zur Messe Essen, war ab 1983 Leiter der Zentralabteilung Presse/Werbung/Marketing und wurde 1987 zum Direktor und zum Mitglied der Geschäftsleitung ernannt. Zuletzt war er für die Bereiche Programmentwicklung, Marktforschung, Terminplanung, Auslandsmärkte und Kommunikation zuständig. Darüber hinaus vertrat er in der gesamten deutschen Messewirtschaft hochgeschätzte Elmar Braun die Messe Essen im Arbeitskreis Messetransparenz des Ausstellungs- und Messe-Ausschusses der deutschen Wirtschaft (AUMA) und im Arbeitsausschuss der Gesellschaft zur Freiwilligen Selbstkontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen (FKM). Sein Nachfolger ist Stefan Hannen.



## Haus und Garten Lust auf Farben

**Frühlingslust statt Winterfrust:** Während draußen kalt-trübes Wetter herrschte, strahlten die Messehallen während der Haus und Garten 2010 fünf Tage lang in allen Farben. 46.657 Besucher ließen sich vom 10. bis 14. Februar in der Messe Essen auf die nächste Gartensaison einstimmen. „Die Haus und Garten ist die richtige Messe zur richtigen Zeit“, freute sich Egon Galinnis, Geschäftsführer der Messe Essen.

[www.haus-und-garten-messe.de](http://www.haus-und-garten-messe.de)

## Neue Kunstaussstellung „Das Innen ist Außen“

Im Kulturhauptstadtjahr 2010 zeigt die Messe Essen im Rahmen ihres Kunst-Engagements eine große Doppelausstellung. Bis zum 24. Oktober sind im Messehaus Ost insgesamt 23 Werke von Katharina Benke und Eugeniusz Wisniewski, beide ehemalige Studenten der Kunstakademie Düsseldorf, zu sehen. „Das Innen ist Außen“ lautet der Titel der Ausstellung, der die unterschiedlichen künstlerischen Positionen der beiden Maler beschreibt: Während Katharina Benke mit Landschaftsbildern und Brückenansichten eine fulminante Neuinterpretation des klassischen Sujets angeht, gelangen Eugeniusz Wisniewski Atelier-Bilder, in die man sofort einziehen möchte.



**Gruppenbild mit Damen:** Frank Thorwirth, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Essen, die Kunsthistorikerin Alexandra Iwan, Katharina Benke und Eugeniusz Wisniewski (von links).

*Spieglein, Spieglein: Unser Model Weiya testet den Virtual Mirror im Berliner Fraunhofer-Institut.*

# DIGITALE





# WELTEN

Bildschirme, Videoboards und Terminalsysteme erobern den öffentlichen Raum. Sie revolutionieren nicht nur die Werbung. Im Supermarkt der Zukunft weisen uns Roboter den Weg – und helfen Zauberspiegel bei der Kleiderwahl. ▶



**Neue Kleidung mit einem Klick** – der Virtuelle Spiegel simuliert verschiedene T-Shirts. Model Weiya braucht sich dafür nicht umzuziehen (oben).

**Gestatten: „Ally“** – so heißt der weibliche der beiden Innovationslotsen im real,- Future Store.

**Die Zukunft des Einkaufens** beginnt in einem kleinen Städtchen am Niederrhein. Hier, in einem Supermarkt in Tönisvorst, hat heute Roger Schicht. „Charmant, schlau und vollautomatisch, hat einiges auf der



Fotos (2): PR

Platine“ – so charakterisieren ihn seine Kollegen. Sein baugleiches „weibliches“ Pendant ist Roboter Ally. Das Revier der beiden: der „real,- Future Store“. Roger wirkt ein wenig verträumt. Was täuscht, denn seine sanften blauen Augen sind nur Dekoration. In Wirklichkeit scannt er unermüdlich mit einer kleinen Kameralinse die Umgebung nach neuen Kunden ab. Dann rollt er an.

**Der Erstkontakt mit ihm** läuft per Fingertipp auf sein im Rumpf eingebautes Display. „Bring uns in die Sportabteilung!“ – kein Problem. Roger rollt voran, wir folgen. Vor einem Laufband kurz vor den Fahrrädern hält er, gibt noch ein paar Tipps zur Abteilung, dann ist seine Mission erfüllt. Denn wenn Roger jetzt nicht schnell ein neues Ziel oder eine weitere Frage eingetippt bekommt, ruckelt das sprechende Infoterminal zügig zum nächsten staunenden Kunden.

**Der real,- Future Store ist eine Zukunftswerkstatt.** Hier testet die METRO Group mit Partnern aus der Konsumgüterindustrie sowie der IT- und Dienstleistungsbranche die Technologien, die das Einkaufen komfortabler, schneller und einfacher gestalten sollen. Was sich bewährt, wird dann vielleicht schon bald in weiteren Läden der METRO Group eingesetzt.

### Rezepte am Terminal

**Zahlreiche der Innovationen sind so spannend,** dass seit der Eröffnung im Mai 2008 über 13.000 Fachbesucher aus über 40 Ländern den Tönisvorster



Supermarkt besucht haben. Besonders beliebt in dem Zukunftsladen sind digitale Infoterminals. Eins davon lässt sich in der Obstabteilung ausprobieren. Über einen Touchscreen stöbert man in einer Datenbank

mit Rezepten. Die Zutaten für Gerichte wie Muschelsuppe „Hamaguri ushio-jiro“ druckt das Terminal auf einen Papierschnipsel, der aussieht wie ein einfacher Kassenbon. Die benötigten 30 Gramm Ingwerwurzel, die zwölf frischen, unbeschädigten Venusmuscheln von circa 3 Zentimeter Größe, 60 Milliliter Sake und die restlichen sechs Zutaten finden sich ein paar Regale weiter.

### Soundduschen statt Kabelsalat

In der Musikabteilung sind Medienterminals der Hit. Über einen Touchscreen kann man die neuesten Filmtrailer anschauen oder Pop-Alben anhören. Die Songs von Sade, Lady Gaga oder Silbermond rieseln dann aus Soundduschen auf den Zuhörer hinunter – überzeugender Sound ganz ohne Kopfhörer und Kabelsalat. Die Deckenlautsprecher beschallen so punktgenau, dass andere Kunden ungestört bleiben. In vielen Abteilungen des real,-Marktes stehen an die jeweiligen Kundenbedürfnisse angepasste Terminals. Die smarten Terminals des Informationszeitalters beraten und unterhalten, wollen mit Tipps inspirieren – und letztendlich natürlich zum Kaufen animieren.

Mit erstaunlichem Tempo haben digitale Lösung einen festen Platz in unserem Alltag erobert. Was vor zehn Jahren noch nach ferner Zukunftsmusik >

**Am Kosmetik-Beratungsterminal im real,-Future Store können Besucherinnen ein Porträtfoto aufnehmen und dann per Touchscreen Lidschatten oder Lippenstift verändern.**



klung, ist heute aus Supermärkten, Bahnhöfen, Flughäfen, Museen, Unternehmen, Linienbussen oder Bibliotheken nicht mehr wegzudenken. Interaktive Fahrkartenautomaten, multimediale Infoterminals, digitale Werbemittel – Fachleute prognostizieren den sogenannten Kiosk- und Digital-Signage-Lösungen eine goldene Zukunft. Dabei verschwimmen die Grenzen immer mehr. Jens Schindler, Veranstalter der Fachmessen Digital Signage Expo und Kiosk Europe Expo (siehe Seite 13 und 15), erklärt dazu: „Ich habe für mich eine Arbeitsdefinition gewählt, die Selbstbedienungssysteme im Wesentlichen als interaktiv und Digital-Signage-Lösungen als nicht interaktiv beschreibt. Diese Definition löst sich aber zunehmend auf, da Digital Signage immer öfter auch interaktive Komponenten enthält. Die Dinge sind im Fluss, der Markt für Kiosklösungen und Digital Signage entwickelt sich rasant weiter.“

**Lotsen aus Edelstahl:**  
In der Münchner BMW Welt informieren sich Besucher an Polygon-Terminals. Transflektive Systeme regeln die Leuchtkraft des Bildschirms je nach Umgebungshelligkeit.

## Die neue Medienklaviatur

**Besonders auffällige Spuren im Stadtbild** hinterlassen digitale Werbeplakate. Beispiel: Berlin, U-Bahnhof Friedrichstraße. Millionen Pendler und Touristen strömen hier jedes Jahr durch die unterirdischen Gänge und warten auf den Bahnsteigen auf ihre Züge. Theoretisch ein idealer Ort, um eine große Zahl an Konsumenten mit Werbebotschaften zu erreichen. Praktisch wird das aber immer schwieriger. Viele Verbraucher beklagen die mediale Reizüberflutung und blenden Werbung in ihrer Wahrnehmung einfach aus. Die Werbebranche muss sich deswegen immer neue Tricks einfallen lassen, damit ihre Werbung auch weiterhin wirkt.

**Die Berliner Wall AG**, eines der großen europäischen Unternehmen für Außenwerbung, setzt verstärkt auf Zukunftstechnologien: „Wir digitalisieren den U-Bahnhof Friedrichstraße zu 100 Prozent. In den Zugangs-



bereichen werden 14 Hochkant-Bildschirme installiert, in den Wartesituationen 12 Projektionsflächen“, erläutert Christian Vogel, Leiter der Abteilung „Digital Outdoor“ bei der Wall AG. „Man kann auf dieser Medienklaviatur ganz einfache bis extreme Stücke spielen: Das Spektrum reicht von der simplen Anzeige des Motivs aus der Plakatkampagne bis hin zu stimmungsvollen Choreografien. Kunden können jede Fläche synchron und individuell bespielen, um ihre Marke oder ihr Produkt zu inszenieren.“ Durch zentrale Steuerung können digitale Plakatsmotive beispielsweise zu speziellen Zeiten geschaltet und an Zielgruppen angepasst werden, die sich gerade im U-Bahnhof befinden.

## „Interessanter als klassische Werbung“

**Dass solche Innovationen** keine reine technische Spielerei sind, sondern auch bei den Verbrauchern Akzeptanz finden, belegen Studien wie die des US-amerikanischen Marktforschers OTX und der „Digital Out-of-Home“-Spezialisten des SeaSaw Network: „Zusätzlich zu der Tatsache, dass Digital-Signage-Lösungen hohe Aufmerksamkeit erzeugen, werden sie im Vergleich zu anderen Medien als einzigartiger, interessanter, unterhaltsamer und weniger störend als klassische Werbung eingeschätzt.“ Branchenkenner Christian Vogel ist sich aber sicher, dass traditionelle Printplakate auch im Jahr 2020 noch weit verbreitet sein werden. Eine langfristige Koexistenz ähnlich wie bei CDs und Schallplatten ist wahrscheinlich. Die Bedeutung digitaler Werbemittel wird aber in den kommenden Jahren weiter zunehmen.

## Grau ist vorbei

**Je mehr Kiosksysteme** und Digital-Signage-Lösungen im Einsatz sind, desto wichtiger wird deren Design. Das orientiert sich heute stärker an den Bedürfnissen der Nutzer. Vorbei sind die Zeiten der grauen, tristen Kästen. Michael Reuter vom deutschen Unternehmen Polygon, das seit 1993 über 7.000 Terminals produziert hat, bestätigt diesen Trend: „Die Nachfrage nach kundenspezifischen Terminals, die sich von der Masse abheben, steigt. Materialien wie Glas oder hochglänzende Oberflächen, die zu einem hochwertigen Gesamteindruck beitragen, sind beliebt. Abhängig vom späteren Aufstellungsort des Terminals sind auch besonders langlebige und vandalismussichere Konstruktionen gefragt. Die Systeme müssen durch ihr Äußeres einerseits genügend Aufmerksamkeit erregen, andererseits sollen die Inhalte natürlich weiterhin im Vordergrund stehen.“



Foto: privat

## „Wir zeigen, wie interaktive Lösungen begeistern“

**Seit seinem ersten elektronischen Flughafen-Check-in ist Jens Schindler, Veranstalter der Fachmessen Kiosk Europe Expo und Digital Signage Expo, von Terminalsystemen überzeugt – ein Jahrzehnt später staunt er trotzdem immer wieder neu über die rasante Entwicklung der Technologie.**

**Essen Affairs: Herr Schindler, können Sie sich noch an das erste interaktive Kiosksystem erinnern, das sie selbst als Kunde benutzt haben?**

**Jens Schindler:** Das ist äußerst schwer zu beantworten, vor allem dann, wenn man auch Ticketautomaten und Geldautomaten zu den Kiosken zählt. Lässt man diese außen vor, dann müsste es vor etwa zehn Jahren ein Flughafen-Check-in-Kiosk gewesen sein. Ich hatte damals Glück, und die Fluglinie wusste darum, dass man „uneingeweihte“ Kunden am besten mit hilfreichem Personal an die neuen Anwendungen heranführt. Ich war so mit der Erfahrung des neuen Service durchaus zufrieden – und hatte eine neue Idee!

**In welchen Punkten haben sich Kiosksysteme in den vergangenen Jahren am stärksten entwickelt?**

Die Benutzerfreundlichkeit wird immer weiter verbessert. Touchscreens verbreiten sich schnell, beliebte Geräte wie das iPhone haben hier zur Akzeptanz beigetragen. Im Hintergrund ist natürlich an die höhere Leistungsfähigkeit und geringere Preise der Technik zu denken.

**Wie grenzen Sie Digital Signage und den Bereich Kiosk voneinander ab?**

Bei Digital Signage stehen oft die Informationen im Vordergrund, im Selbstbedienungsbereich dagegen die Transaktionen, die sich dann anschließen: bestellen, bezahlen, reservieren etc.! Die beiden Bereiche wachsen aber immer weiter und immer schneller zusammen.

**In welchen Ländern sind heute die modernsten Digital-Signage-Lösungen zu finden?**

Oft nicht dort, wo man sie vermuten würde: Europas größtes Digital-Signage-Netzwerk wird in Rumänien betrieben. Spannende Lösungen, die Digital Signage mit viel Interaktivität verbinden, gibt es zum Beispiel noch in Spanien. Deutschland muss noch ein bisschen trainieren, wenn es rechtzeitig zur Weltmeisterschaft Chancen auf die vorderen Plätze haben möchte.

**Was sind die wichtigsten Trends, die auf der Digital Signage Expo und Kiosk Europe zu sehen sein werden?**

Mehr Interaktivität und verstärkte Einbindung von mobilen Endgeräten – sowohl bei Digital Signage als auch bei Selbstbedienungslösungen. Die direkte Messbarkeit von Erfolgen in der Kundenansprache wird auch wichtiger.

**Welche Rolle spielt der neue Messschwerpunkt „Interaktive Museen“?**

Museen sind oft Erstanwender von spannenden interaktiven Lösungen. Wir wollen den Multimediaverantwortlichen der Museen vorführen, wie man heute mit interaktiven Lösungen seine Besucher begeistern kann.

**Auch auf einfache Bedienbarkeit** und ergonomische Aspekte wird immer mehr Wert gelegt: „Ein Terminal sollte intuitiv bedienbar sein. Eine durchdachte Gestaltung sorgt dafür, dass das Terminal beispielsweise auch von Kindern oder Rollstuhlfahrern uneingeschränkt genutzt werden kann“, sagt Reuter. ▶



**Lebendige Römerzeit:**  
Im Amsterdamer Allard Pierson Museum wird die Vergangenheit für die Besucher mit Animationen digital rekonstruiert.

## Asien probiert am liebsten

Während man bei Polygon am möglichst perfekten Terminal arbeitet, gehen die Forscher des Fraunhofer Heinrich-Hertz-Instituts einen Schritt weiter und erweitern die Realität. Die Berliner Tüftler haben dafür eins der weltweit innovativsten Kiosksysteme entwickelt: den Virtuellen Spiegel. Wir baten unser Model Weiya vor dem Zauberspiegel zu posieren (siehe Seite 9 und 10). Sie wird dabei von einer in das Gerät integrierten Kamera aufgenommen, ein digitales Display zeigt ihr Spiegelbild. Hier setzt nun die faszinierende Technologie der Fraunhofer-Experten an: Weiya kann verschiedene Kleidungsstücke digital anprobieren. Anstatt eines grünen T-Shirts lieber ein blaues Oberteil? Kein Problem für den Virtuellen Spiegel, der neben unterschiedlichen Farben und Designs von Kleidungsstücken auch Schatten und Falten im Stoff realitätsgetreu darstellt. Weiya trägt in ihrem digitalen Spiegelbild ein blaues T-Shirt, in der „realen Welt“ hat sie immer noch ihr grünes an. Alles läuft in Echtzeit: Der Virtuelle Spiegel simuliert anhand eines Videos von Weiya unterschiedliche Varianten des T-Shirts. So komfortabel, schnell und simpel wie in der digitalen Umkleidekabine war das Anprobieren von Kleidung niemals zuvor.

Das Fraunhofer-Institut hat in Kooperation mit Nike auch ein Gerät für die virtuelle Sportschuhanprobe gebaut, auch mit Schmuck wurde schon experimentiert – der Virtuelle Spiegel kommt für viele Anwendungsgebiete infrage.

„Wir haben den Virtuellen Spiegel inzwischen soweit optimiert, dass das Gerät im Wesentlichen aus einem handelsüblichen PC, Firewire-Kamera und einem Touchscreen-Display besteht – alles Standardkomponenten, die man auch im Laden kaufen kann. Zurzeit ist der Virtuelle Spiegel noch ein Prototyp, aber das Gerät könnte in Zukunft auch in den Massenmarkt gebracht werden“, ist Professor Peter Eisert vom Fraunhofer Heinrich-Hertz-Institut überzeugt. Den europäischen Markt schätzt er in diesem Zusammenhang aber eher zurückhaltend ein: „In asiatischen Ländern wie Japan und Korea werden solche Technologien wohl früher zum Einsatz kommen, weil das Interesse am Ausprobieren und die Akzeptanz von Innovationen in der Bevölkerung sehr ausgeprägt sind.“

Immerhin: In europäischen Museen stehen interaktive Medien jetzt schon hoch im Kurs. Im Amsterdamer Allard Pierson Museum ermöglicht ein virtueller Museumsführer den Rundgang durch antike Bauwerke – echte Bilder werden dafür mit digitalen Informationen angereichert. Eine Animation, die auf einem Flachbildschirm läuft, zeigt beispielsweise, wie der intakte römische Saturn-Tempel einst ausgesehen haben könnte. Die raffinierte Software dafür wurde am Fraunhofer-Institut für Graphische Datenverarbeitung IGD in Darmstadt entwickelt.

## Nie mehr Staus an der Kasse

Zurück zum Supermarkt der Zukunft: Die Shoppingtour in Tönisvorst endet ganz altmodisch an der Kasse. Als Alternative zur klassischen Variante, der Servicekasse mit Kassiererin, bieten sich SB-Kassen an, wo der Kunde seine Waren selbst scannen kann – ob er dabei ganz ehrlich war, wird automatisch am Gewicht der Einkaufsstüte kontrolliert. Bezahlt wird an allen Kassen mit Bargeld, EC- oder Kreditkarte, Handy oder Fingerabdruck.

Die Mehrzahl der Kunden geht zwar dazu wie eh und jeh zu den herkömmlichen Servicekassen. Die SB-Kassen haben sich aber trotzdem überraschend schnell etabliert – und das nicht nur bei den Technikfreaks. Jan Lingenbrinck vom real,- Future Store merkt an: „Das Erstaunliche ist, dass auch ältere Kunden diese Variante nutzen – aus dem einfachen Grund, weil sie an den SB-Kassen die Geschwindigkeit, in denen sie ihre Einkäufe scannen und schließlich bezahlen, selbst bestimmen können.“ Vielleicht ist dies ja die ebenso simple wie geniale Lösung dafür, wie sich künftig die Staus an Millionen von Supermarktkassen rund um den Globus auflösen lassen. □

## Einzigartig in Europa

Als internationaler Expertentreff genießen die Digital Signage Expo und die Kiosk Europe Expo einen ausgezeichneten Ruf. Die Zukunft digitaler Werbung und innovative Lösungen für den Kundendienst des 21. Jahrhunderts lassen sich hier hautnah erleben.

Es gibt einen guten Grund, warum die beiden Fachmessen Kiosk Europe Expo und die Digital Signage Expo zeitgleich vom 15. bis 17. Juni in Essen stattfinden: Die beiden dort präsentierten Bereiche „Digital Signage“ und „Kiosktechnologien“ wachsen immer stärker zusammen. Selbst Experten fällt es heute schwer, eine klare Trennlinie zu ziehen. Umso konsequenter, wenn den internationalen Fachbesuchern in den Hallen der Messe Essen das Beste aus den beiden faszinierenden Digitalwelten geboten wird.

Die Kiosk Europe Expo hat sich als weltweit größte Fachmesse und Konferenz, die ausschließlich Informationen und Erfahrung zu Selbstbedienungslösungen vermittelt, etabliert. Der Event profitiert vom wachsenden Interesse an Kiosktechnologien, die in den vergangenen Jahren immer beliebter geworden sind: nicht nur in Banken, wo in Form von Geldautomaten und Kontoauszugsdruckern die Vorgänger heutiger Terminaltechnologie schon lange im Einsatz sind, sondern auch auf Flughäfen, in Supermärkten oder in Hotels. „In der aktuellen Wirtschaftskrise gibt es nur wenige Gewinner, Selbstbedienungstechnologien gehören dazu“, erklärt der Analyst Björn Weber von Planet Retail. Viele Unternehmen installieren Kiosksysteme, um kosteneffizient ihren Kundenservice zu verbessern. Auf der Kiosk Europe Expo können die Besucher die modernsten Self-Service-Terminals testen und individuelle Anwendungsmöglichkeiten mit Experten diskutieren.

Ähnliche Anziehungskraft für ein internationales Fachpublikum hat die Digital Signage Expo entwickelt. Die Veranstaltung genießt bis heute den Ruf, „die einzige europaweite Fachmesse zu allen Digital Signage relevanten Themen wie In-Store-TV, Digital Media, Ad Screens, Content und Lösungen“ zu sein. Besondere Schwerpunktthemen werden diesmal, „Projektion“, „Mobile“ und



„Interaktive Museen“ sein. Für Messeveranstalter Jens Schindler von hf media & events ein lukrativer Wachstumsmarkt: „Wir haben uns passend zur europäischen Kulturhauptstadt Essen den Schwerpunkt interaktive Museen auf die Agenda gesetzt. Unsere Marktforschung hat ergeben, dass es in Europa rund 40.000 Museen gibt, die im großen Stile nun auch interaktive Medien wie Digital Signage, Projektionen und Kiosksysteme einsetzen.“

Für die Digital Signage Expo ist Schindler guter Dinge: „Das Feedback des Marktes ist positiv. Mit LG und Samsung konnten wir bereits zwei der führenden Display-Anbieter als neue Aussteller gewinnen. Wir rechnen bei den Besuchern mit einem Plus.“ 2009 waren zu den beiden Fachmessen rund 3.300 Besucher und 156 Aussteller nach Essen gekommen – diese Erfolgsgeschichte soll sich nun Mitte Juni fortsetzen. □

**Gewinnerthemen:** Rund 3.300 Besucher und 156 Aussteller kamen 2009 zur Digital Signage Expo und zur parallel laufenden Kiosk Europe Expo.

[www.digitalsignageeurope.com](http://www.digitalsignageeurope.com)

[www.kioskeurope.com](http://www.kioskeurope.com)

# Rund in die Welt

Die REIFEN zählt zu Deutschlands internationalsten Branchenplattformen – auch, weil sie früh den Wachstumsmarkt China entdeckt hat. In diesem Jahr feiert die Weltleitmesse ihr 50-jähriges Jubiläum.

**Der Grad an Internationalität** ist ein Indikator, der für die Bedeutung einer Fachmesse immer wichtiger wird – erst recht, wenn man den Anspruch einer Weltleitmesse hat. In dieser Kategorie glänzt die REIFEN alle zwei Jahre mit neuen Bestwerten: 65 Prozent der Aussteller und 57 Prozent der Besucher kamen bei der vergangenen Auflage aus dem Ausland.

„Damit zählt die REIFEN in dieser Kategorie wohl zu den Top Ten in Deutschland“, freut sich Klaus Reich, Direktor Messen und Ausstellungen der Messe Essen.

Klaus Reich kennt die REIFEN, die 1960 erstmals in Essen stattfand, seit Jahrzehnten, er hat ihren „Durchbruch“ Mitte der 1980er mitgestaltet und -erlebt. Damals gelang es den Messemachern, nicht nur Fachleute aus dem Vulkaniseur-Handwerk, sondern auch Hersteller von einem Engagement zu überzeugen.

## Gemeinsam mit dem BRV

**Es folgte ein stetiges Wachstum**, von 151 Ausstellern 1986 auf 580 im Jahr 2008. Im gleichen Zeitraum







stieg die Besucherzahl um mehr als 70 Prozent auf über 17.000 an. Der Grund: Die REIFEN entwickelte sich zu der Branchenplattform schlechthin: Vom Reifenhandel über Räder bis hin zur Fahrwerkstechnik finden die Fachbesucher hier die gesamte Angebotspalette.

**Ebenso kontinuierlich** hat sich die Branche weiterentwickelt: die elektronische Kommunikation zwischen Reifen und Bordcomputer und sogenannte Runflat-Reifen, die im Fall plötzlicher Defekte eine sichere Weiterfahrt garantieren, zählen zu den Innovationen der jüngeren Vergangenheit. Die aktuell besten werden beim REIFEN InnovationAward prämiert, den die Messe Essen gemeinsam mit dem Bundesverband Reifenhandel und Vulkaniseur-Handwerk e. V. (BRV) ausrichtet.

### 550 Millionen Stück pro Jahr

„Die REIFEN ist ein tolles Event“, sagt Klaus Reich – und eines, das immer mehr Gäste aus Fernost anzieht. Kein Wunder: Mit einer Produktion von gut 550 Millionen Reifen jährlich (offiziellen Statistiken zufolge übrigens verteilt auf mehr als 570 Hersteller) ist China inzwischen eindeutig der größte Reifenhersteller der Welt. Und während in Deutschland die Prognosen für 2010 nach dem Ende der Abwrackprämie

mindestens im Kleinwagenbereich verhalten ausfallen, gilt in China längst schon wieder: freie Fahrt voraus. „Hier ist der Weltmarkt zu Hause, sind alle Global Player vertreten“, erklärt Klaus Reich.

**Dass inzwischen jeder fünfte Aussteller** aus dem Reich der Mitte nach Essen kommt, ist aber auch der strategischen Weitsicht der Messemacher zuzuschreiben: Bereits zum vierten Mal findet in diesem Jahr die REIFEN China statt. „In Shanghai sprechen wir ganz neue Besuchergruppen an“, erläutert Klaus Reich, „und mit der Auslandspräsentation wächst auch die Internationalität des Home-Events“.

### Joschka Fischer zur Eröffnung

**Ob aus dem Ausland oder aus Deutschland** – freuen dürfen sich die Besucher der Jubiläums-REIFEN, die vom 1. bis zum 4. Juni über die Bühne geht, wieder auf ein traditionell hochkarätiges Referentenprogramm – und auf einen Eröffnungsredner, der sich mit internationalem Publikum bestens auskennt: den ehemaligen deutschen Außenminister Joschka Fischer. □

**Global unterwegs:** Alle zwei Jahre zieht die REIFEN Experten aus über 80 Ländern an.

# Der Traum vom Fahren

Chrom auf Asphalt: Die ESSEN MOTOR SHOW setzt ihre Neupositionierung konsequent fort: mit einem neuen Logo, einem neuen Claim – und der Rückeroberung der Straße.



**Die Norbertstraße** entlang des Essener Messegeländes ist eine ganze normale Hauptverkehrsader einer deutschen Großstadt: vierspurig, zur Rushhour voll, mit einer Geschwindigkeitsbegrenzung auf 50 Stundenkilometer versehen. Demnächst aber verwandelt sie sich in eine Arena der Träume – wenigstens für einen Tag.

Anlässlich der **ESSEN MOTOR SHOW 2010**, die vom 27. November bis 5. Dezember stattfindet, wird die Norbertstraße zum Rennparcours. Dann werden Top-Fahrer aller wichtigen Rennserien – von der DTM bis zur Formel 1 – den Fans auch außerhalb der Messehallen das bieten, was die EMS in Zukunft mehr denn je auszeichnen soll: Erlebnis, Action, Faszination.



## „Der Relaunch wird gut aufgenommen“

**Die Etablierung einer Motorsport-Arena** in Halle 7, Sonderschauen legendärer Fahrzeuge und viele weitere „Special Events“ hatten im vergangenen Jahr die Rückbesinnung der ESSEN MOTOR SHOW auf ihre Wurzeln eingeläutet. Diesen Weg setzt die Messe Essen nun konsequent fort. Die Sperrung der Norbertstraße ist nur das spektakulärste Symbol für ein Konzept, das Klaus Reich, Direktor Messen und Ausstellungen der Messe Essen, so beschreibt: „Wir wollen uns als Special-Interest-Event mit deutlicher Fokussierung auf Sportlichkeit und Motorsport präsentieren.“

**Gewiss, es gab für die Automobilindustrie** und ihre Messen schon einfachere Zeiten. „Aber die Gespräche, die wir mit den Ausstellern, zum Beispiel beim Genfer Autosalon, geführt haben, zeigen uns: Der Relaunch wird gut aufgenommen“, sagt Klaus Reich. Außerdem hat das neue Team der Messe eine Reihe attraktiver Servicepakete für Aussteller geschnürt: von Hotelkontingenten bis zum Standbau.

## Neue Wege in der Werbung

**Neue Wege geht die Messe** auch in der Kommunikations- und Werbestrategie. Auf allen großen Motor-

sportevents wird die Essen Motor Show ganzjährig präsent sein, um ganz gezielt die Besuchergruppen anzusprechen, die schon einen Großteil der 2009 knapp 310.000 Besucher ausmachten: die Motorsportfans, die Tuning-Enthusiasten, die Liebhaber edler bzw. veredelter Automobile.

**Die Neupositionierung** manifestiert sich auch in einem veränderten Erscheinungsbild: „For Drivers and Dreams“ lautet der neue Claim, den die Agentur Sixpack im Auftrag der Messe Essen erfunden hat. „Dieser Claim ist für drei Jahre gesetzt“, erläutert Andreas John, Leiter Werbung der Messe Essen.

## „Das hat Markenzeichen-Qualität“

**Am deutlichsten zeigt sich** die Fokussierung auf die Kernbotschaft wohl aber im neuen Logo: ein stilisiertes Fantasieauto, auf dessen markantem Kühlergrill vielleicht erst beim zweiten Hinsehen der geschwungene Schriftzug „ems“ zu erkennen ist. „Das hat Markenzeichen-Qualität“, freut sich Andreas John. Und im Zusammenspiel mit der Farbgebung ist plötzlich wieder glasklar, um was es bei der ESSEN MOTOR SHOW eigentlich immer schon ging: Chrom auf Asphalt. □

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



# Vision 2015

Wie verändert sich Ihre Branche in den kommenden fünf Jahren? Und wie sieht die perfekte Messe im Jahr 2015 aus? ESSEN AFFAIRS hat vier Messemacher nach ihren Visionen gefragt.



„Authentisch bleiben“: Dominique Metzler (links) und Rosemarie Geu sind Geschäftsführerinnen des Friedhelm Merz Verlags, der seit 1983 in Essen die SPIEL ausrichtet, die weltweit größte Publikumsmesse für Spiele.

## Welche Entwicklungen werden Ihre Branche in den kommenden fünf Jahren bestimmen?

Allen Unkenrufen zum Trotz hat das Gesellschaftsspiel in den letzten 15 Jahren einen wahren Boom erfahren. Das Brettspiel befriedigt ein tief in uns wohnendes Bedürfnis nach Kommunikation und Erholung. Zudem haben sich deutsche Brettspiele in den letzten Jahren zu einem wahren Exportschlager entwickelt. Eine Internationalisierung des Marktes war die Folge. Diese Entwicklung wird sich fortsetzen und ganz neue Chancen eröffnen.

## Wie werden oder wie sollten sich Messen in den nächsten fünf Jahren entwickeln?

Das kann je nach Messe unterschiedlich aussehen. Für die SPIEL, die ihren Besuchern heute schon eine einzigartige Erlebniswelt bietet, gilt es, diesen Erlebnischarakter in Zukunft weiter auszubauen und dabei trotzdem authentisch zu bleiben. Als Veranstalter fungieren wir seit Jahren als Know-how-Träger und helfen beim Informationstransfer zwischen Ausstellern, Besuchern und Medien. Hier werden wir auch in Zukunft am Ball bleiben, um unsere Position als Weltleitmesse zu festigen.

## Wie sieht für Sie die perfekte Messe im Jahr 2015 aus?

Messen und ihre Organisatoren werden nur bestehen, wenn sie in jeder Hinsicht flexibel bleiben. Daran arbeiten alle Beteiligten Tag für Tag. Die perfekte SPIEL 2015 wird noch einmal internationaler aufgestellt sein, nach wie vor mehr als 150.000 Besucher aus aller Welt faszinieren, ein großes internationales Medien-echo haben und letztendlich zeigen, dass Gesellschaftsspiele so up to date wie nie sind.

## Was stimmt Sie optimistisch, dass Messen auch 2015 noch wichtig sind? Welche Rolle spielen Messen künftig im Marketingmix?

Für die SPIEL sehen wir da äußerst optimistisch in die Zukunft. Das vor 28 Jahren angelegte Konzept ist heute überzeugender denn je. Der Mix aus größter Endverbrauchermesse mit hohem Fachbesucheranteil macht die Messe einzigartig. Nirgends sonst ist der persönliche Kontakt zwischen ausstellenden Unternehmen, Einkäufern und Lizenznehmern, Endverbraucher und den Medien so intensiv. Damit ist die SPIEL wohl auch in Zukunft das unverzichtbare Medium im Marketingmix der internationalen Spielebranche.

## Worauf freuen Sie sich in diesem Jahr besonders?

Uns freut besonders, dass die SPIEL '10 ein wichtiger Punkt im Programm der RUHR.2010 sein wird. Die Spielebranche, die Autoren, der Friedhelm Merz Verlag und die RUHR.2010 haben zu einem großen Schulfettbewerb aufgerufen. Unter dem Motto „Kinder erfinden Spiele“ sind die Jüngsten eingeladen, ihre Wahrnehmung der Region spielerisch umzusetzen. Wir freuen uns schon heute auf die Sieger. □

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



**„Moderator von Angebot und Nachfrage“:** Olaf Tomscheit ist Event Director beim weltweit größten privaten Messebetreiber Reed Exhibitions. In dieser Funktion verantwortet er die FIBO, die internationale Leitmesse für Fitness, Wellness & Gesundheit.

#### Welche Entwicklungen werden Ihre Branche in den kommenden fünf Jahren bestimmen?

Das Fitness- und Gesundheitsbewusstsein wird auch infolge der gravierenden Veränderungen im Gesundheitssystem weiter zunehmen. Schon heute trainieren mehr als sieben Millionen Bundesbürger regelmäßig in einem Fitnessstudio; das sind fast zehn Prozent der Gesamtbevölkerung. Dieser Trend wird sich fortsetzen. Das zeigt auch die FIBO.

#### Wie werden oder wie sollten sich Messen in den nächsten fünf Jahren entwickeln?

Der persönliche Kontakt, die Livedemonstration von Neuheiten und die Marktübersicht auf internationalem Niveau: Das sind Faktoren, die Messen von jedem anderen Medium unterscheiden und im direkten Vergleich stark machen. Das gilt auch im Jahr 2015. Dazu kommt die Aufenthaltsqualität, an der wir beständig arbeiten müssen.

#### Wie sieht für Sie die perfekte Messe im Jahre 2015 aus?

Wer glaubt, er oder seine Messe wäre perfekt, der hat bereits den ersten Fehler gemacht. Denn die Erwartungshaltung unserer Kunden steigt ständig, selbst wenn wir „sehr gut“ sind. Ziel muss es sein, den aktuellen Markt zeitnah und zuverlässig abzubilden und als Moderator von Angebot und Nachfrage eine Orientierung mit Geschäftsaussichten zu geben.

#### Was stimmt Sie optimistisch, dass Messen auch 2015 noch wichtig sind? Welche Rolle spielen Messen künftig im Marketingmix?

Das älteste Marketinginstrument – und das sind Messen – ist noch immer das leistungsstärkste Medium im B-to-B-Vertrieb. Daran ändert auch die neue digitale Form der Kommunikation nur wenig. Von daher bin ich absolut zuversichtlich.

#### Worauf freuen Sie sich in diesem Jahr besonders?

Die Kulturhauptstadt ist auch Fitness-Hauptstadt und feiert das 25-jährige Bestehen der FIBO. Das ist ein Jubiläum, auf das ich mich besonders freue.

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



**„Megatrends werden uns prägen“:** Uwe Bartmann ist Deutschland-Leiter der Siemens-Division Building Technologies. Er ist zudem Beiratsvorsitzender der Weltmesse SECURITY.

#### Welche Entwicklungen werden Ihre Branche in den kommenden fünf Jahren bestimmen?

Die Welt von morgen wird von der Urbanisierung und vom demografischen Wandel geprägt sein – beides Megatrends, die besondere Herausforderungen an die Energie- und Wasserversorgung, den Schutz und die Sicherheit von Menschen, Werten und Geschäftsprozessen, an die Mobilität und an das Gesundheitswesen stellen. Die gewerkeübergreifende Vernetzung im Gebäude wird einen immer größeren Stellenwert einnehmen. Der Schutzbedarf in kritischen Infrastrukturen wird zunehmen und der Bedarf an öffentlicher Sicherheit wird massiv ansteigen. Gleichzeitig müssen jedoch Energieverbrauch und die CO<sub>2</sub>-Emissionen nachhaltig reduziert werden – ohne Einbußen der Arbeits- und Wohnbedingungen.

#### Wie werden oder wie sollten sich Messen in den nächsten fünf Jahren entwickeln?

Messen werden als Branchentreffen einen wichtigen Stellenwert behalten. Es ist davon auszugehen, dass maßgeschneiderte Lösungen auch in fünf Jahren nicht im Internet entstehen und das persönliche Gespräch eminent wichtig bleibt. Messen werden nach wie vor den Vorteil haben, dass sie zur Akquise von Neukunden, zur Vorstellung von Produktneuheiten sowie zur Pflege von Bestandskunden genutzt werden können. Für die SECURITY wünsche ich mir, dass sie sich weiterhin zu der internationalen Leitmesse im Safety- und Security-Markt entwickelt – und der Rahmen ist, in dem innovative Trends vorgestellt werden.

#### Wie sieht für Sie die perfekte Messe im Jahr 2015 aus?

Nach meiner Meinung ist die perfekte Messe im Jahr 2015 weiterhin eine Netzwerkplattform. Kombinierte Fachforen werden integrativer Bestandteil der Messen sein.

#### Was stimmt Sie optimistisch, dass Messen auch 2015 noch wichtig sind? Welche Rolle spielen Messen künftig im Marketingmix?

Eine unverändert hohe. Ein Branchentreff wie die SECURITY etwa bietet die höchste Konzentration von Angebot und Nachfrage auf engstem Raum und stellt so Markttransparenz und Vergleichbarkeit her. Messen verbinden alle relevanten Aspekte des Marketingmix – und dies zur gleichen Zeit.

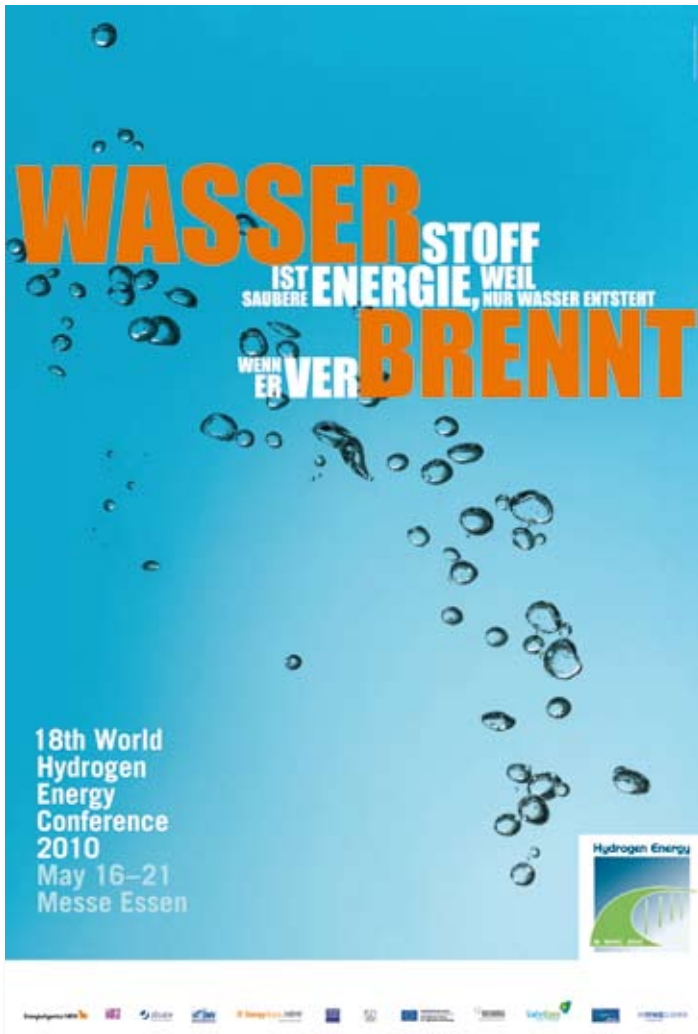
#### Worauf freuen Sie sich in diesem Jahr besonders?

Interessante Messeerlebnisse mit Kunden und Planern.

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

# Brennen für Wasser

Die 18. Weltwasserstoffkonferenz ist mehr als ein Expertentreff: Sie will Bürger für eine Technologie der Zukunft begeistern, die schon jetzt möglich ist.



**Siegerentwurf:** Andreas Parschin gewann den Plakatwettbewerb zur WHEC 2010.

**Dieses Plakat ist ein echter Hingucker.** „Wasser brennt“ liest man von Weitem, erst bei näherem Hinsehen wird die paradoxe Formel im Kleingedruckten aufgelöst. „Unser Wasserstoffvorrat ist fast unendlich. Dagegen brennt der fossile Brennstoff bald restlos aus“ – das ist die Botschaft, die Lust machen soll auf die 18. Weltwasserstoffkonferenz (WHEC), die vom 16. bis 21. Mai in der Messe Essen stattfindet.

**Entworfen hat das Plakat Andreas Parschin**, der an der Folkwang Universität Essen Kommunikationsdesign studiert. Sein Entwurf ging als Sieger aus einem Plakatwettbewerb hervor, den die EnergieAgentur.NRW und die Messe Essen ins Leben gerufen hatten. An 230 Orten im Stadtgebiet wird Parschins Plakat zu

sehen sein. Es ist Teil einer Kommunikationsstrategie, die versucht, ein hochkomplexes technologisches Thema der Öffentlichkeit nahezubringen.

## Das Fahrerlebnis der Zukunft

„Wir sprechen alle an. Denn diese Technik ist in ersten Anwendungen bereits heute erhältlich und wird auch zukünftig unser Leben positiv beeinflussen“, erklärt Anna Bremer von der EnergieAgentur.NRW den neuen Ansatz. Bei ihren bisherigen Treffen blieben die gut 1.500 Wissenschaftler und Experten aus aller Welt unter sich. In Essen dagegen wird jetzt alles dafür getan, die Möglichkeiten der Wasserstoff- und Brennstoffzellentechnologie für ein breites Publikum erfahrbar zu machen – im wahrsten Sinn des Wortes. **So wird am Sonntag**, 16. Mai 2010, am Baldeneysee ein Bürgertag stattfinden. Dort können die Besucher u.a. mit der „Alsterwasser“, einem Brennstoffzellschiff, das seinen Dienst sonst in Hamburg verrichtet, auf dem Baldeneysee herumfahren. Ihr Ziel: das „Ruhr-Atoll“, ein von der RWE AG gefördertes Projekt der Kulturhauptstadt 2010, das Fragen der Zukunft von Energieressourcen aufwirft (mehr dazu auf Seite 37). Mit Wasserstoffbussen fahren die Besucher von der Grugahalle zum See. Dort steht ihnen ein knappes Dutzend Brennstoffzellenfahrzeuge namhafter Hersteller für Probefahrten zur Verfügung, so dass sie einen Vorgeschmack auf das Fahrerlebnis der Zukunft bekommen.

**Damit nicht nur Politiker** und Unternehmer bald für die neue Technologie brennen, haben sich die Veranstalter noch mehr solcher Events einfallen lassen: So werden am Eröffnungstag die Sieger des globalen Schülerwettbewerbs der Internationalen Partnerschaft für eine Wasserstoffwirtschaft (IPHE) geehrt, und sie und ihre Lehrer lernen spannende Ansätze zur Lösung der Klimafrage kennen. Der Dienstag steht dann im Zeichen der Studenten. Bereits seit dem Jahr 2000 arbeiten die EnergieAgentur.NRW und die Messe Essen zusammen, 2004 erhielten die Partner den Zuschlag für die Ausrichtung der WHEC. „Dass wir mit der E-world schon damals eine starke, thematisch verwandte Marke etabliert hatten, war dabei sicher ein starkes Argument – abgesehen von Essens Ruf als Energiehauptstadt Europas“, sagt Klaus Reich, Direktor Messen und Ausstellungen der Messe Essen. □

[www.whec2010.com](http://www.whec2010.com)

## ALUMINIUM und COMPOSITES EUROPE

14.–16.09.2010



Foto: Christopher Rausch Fotografie

**Die ALUMINIUM ist die Weltmesse ihrer Branche.** Zur achten Auflage werden 18.000 Besucher aus rund 100 Nationen und 900 Aussteller aus über 40 Nationen erwartet – darunter nicht nur Rohstoffhersteller, sondern auch Weiterverarbeiter und Veredler sowie Zulieferer für die Automobil- und Bauindustrie. Gleichzeitig findet in der Messe Essen die fünfte COMPOSITES EUROPE statt. Die Fachmesse für Verbundwerkstoffe, Technologien und Anwendungen ist in den vergangenen Jahren sprunghaft gewachsen. Auch in diesem Jahr rechnet der Veranstalter Reed Exhibitions mit einem weiteren deutlichen Anstieg auf Besucher- wie Ausstellerseite.



Foto: Reed Exhibitions Deutschland GmbH

[www.aluminium-messe.com](http://www.aluminium-messe.com)  
[www.composites-europe.com](http://www.composites-europe.com)

## START

24.–25.09.2010

**Seit 1998 sind die START-Messen für Gründer und junge Unternehmer bundesweit eine zentrale Anlaufstelle.** Die START Nordrhein-Westfalen findet wie schon in den Vorjahren in der Messe Essen statt. Sie bietet an zwei Tagen konzentrierte Informationen zu den Themen Gründung, Finanzierung, Unternehmensentwicklung, Training/Coaching, Weiterbildung oder auch zur Nachfolge. Ein umfangreiches (und kostenfreies) Vortragsprogramm inklusive spezieller Franchisevorträge, kombiniert mit Best-Practices und Gesprächen mit anderen Jungunternehmern, runden das Angebot ab.

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

## BRIEFMARKEN

06.–08.05.2010

**Aus der ganzen Welt kommen Sammler Anfang Mai nach Essen.** Ihr Ziel: die 20. Internationale Briefmarken-Messe. Über 130 Fachhändler, Auktionshäuser, Zubehörhersteller und Verlage präsentieren hier ihre



Foto: Foto Agentur Ruhr

Produkte rund um die Briefmarke. Das Angebot umfasst neben klassischen Briefmarken auch Zuschlagsmarken, Wohlfahrtsmarken, Sonderstempel, Philatelie sowie Münzen und zahlreiche Exponate. Die Internationale Briefmarken-Messe Essen, die durch Diskussionsrunden, Vorträge und Präsentationen abgerundet wird, ist die älteste Veranstaltung dieser Art weltweit.

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

## SPIEL 21.–24.10.2010

**Selbst oder vielleicht sogar gerade im Zeitalter von Computerspielen und Internet boomt das Brettspiel – und mit ihm sein weltweit wichtigster Branchentreff.** Zur diesjährigen SPIEL werden wieder gut 150.000 Fans die Messehallen in ein riesiges Spielzimmer verwandeln. Im Rahmen des Kulturhauptstadtjahres haben die RUHR.2010, Spielebranche und -autoren und der Messeveranstalter, der Friedhelm Merz Verlag, zu einem großen Schulwettbewerb aufgerufen. Unter dem Motto „Kinder erfinden Spiele“ sind die Jüngsten eingeladen, ihre Wahrnehmung des Ruhrgebiets spielerisch umzusetzen. Die Sieger werden im Rahmen des Deutschen Spiele Preises geehrt, überdies ist eine Ausstellung geplant. Mehr zur SPIEL auf Seite 24.

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



Foto: Friedhelm Merz Verlag



# Sicherheit für alle

Mit einem neuen Highlight wartet die SECURITY 2010 auf:  
Eine Fachkonferenz wird Endverbrauchern Themen und Erkenntnisse der Sicherheitsbranche vorstellen.

*Dem Themenbereich Brandschutz wird auf der SECURITY in diesem Jahr noch mehr Platz eingeräumt.*

**1.100 Aussteller und mehr als 40.000 Gäste** aus 115 Nationen: Im Jahr 2008 stellte die SECURITY eindrucksvoll ihre Position als weltweite Nummer eins ihrer Branche unter Beweis. Das Ziel des Zwei-Jahres-Events für 2010: noch mehr Aussteller, noch mehr Besucher, noch mehr Internationalität.

**Darüber hinaus** öffnet sich das Trendbarometer einer deutlich wachsenden Industrie in diesem Jahr auch Nichtexperten: Die Messe wird von einem Fachkonferenzprogramm begleitet, das Themen und Erkenntnisse der Sicherheitsforschung Endanwendern aus Wirtschaft, Industrie und Politik praxisnah vorstellt – und zur Diskussion einlädt. Zugleich möchte es wissenschaftliche Erkenntnisse der Öffentlichkeit zugänglich machen. Schließlich ist Sicherheit auch ein gesellschaftliches Gut – und ein demokratischer Wert.

*Im Jahr 2008 stellte die Weltmesse für Sicherheit und Brandschutz neue Bestmarken auf.*

## Hoher Innovationsbedarf

**Im Zentrum der Fachkonferenz** steht das Themenfeld „Innovationsbedarf für Sicherheit an der Schnittstelle zwischen soziokulturellen und technischen Systemen“. Die Vortragenden kommen aus den maßgeblichen Bereichen des öffentlichen Sektors, aus Einsatzorganisationen sowie aus Wirtschaft und Forschung. Zusätzliche Businessmeetings, Empfänge und geführte Messerundgänge im Rahmen der Konferenz erleichtern den Erfahrungsaustausch.



**Ausrichter der Konferenz** ist die European Security Conference Initiative (ESCI) des Center for European Security Studies (CEUSS) an der Sigmund Freud Privat Universität Wien Paris ausgerichtet. Die ESCI richtet bereits seit fünf Jahren jährliche Sicherheitskonferenzen aus.

**Daneben wird die Weltmesse** für Sicherheit und Brandschutz ihren Gästen vom 5. bis 8. Oktober 2010 erneut einen umfassenden Marktüberblick bieten: von Alarmanlagen über Bewachung und Videotechnik bis hin zu Zaunsicherungssystemen. Die Segmente Brandschutz und IT-Sicherheit werden sich dabei noch größer präsentieren. □







# ONE ROOF – ALL SOLUTIONS

## **Eine runde Sache:**

### **Zusammenarbeit unter dem Konzerndach**

So nahtlos wie die Teile eines Puzzles fügen sich unsere vielfältigen Leistungen weltweit zu einem großen Ganzen zusammen. Das zeichnet HOCHTIEF aus. Planung, Finanzierung, Bau oder Betrieb – wir bieten vielfältiges Know-how für Infrastrukturprojekte, Immobilien und Anlagen unter einem Dach. Ob in modularen Einzelleistungen oder im Gesamtpaket:

Unsere Experten arbeiten Hand in Hand – für ein ganzheitliches, optimales Ergebnis. Dabei legen wir Wert auf nachhaltige, ressourcenschonende Lösungen und optimale Energie-Effizienz. So schaffen wir Mehrwert für unsere Kunden.

Mehr über unser Angebot erfahren Sie unter [www.hochtief.de](http://www.hochtief.de)

# Go East!

In Russland und China: die kommenden Auslandsevents der Messe Essen.

MESSE  
ESSEN  
Place of Events

Moskau ●

## FLOWERS IPM-TECH MOSCOW

02.–05.09.2010

**Russland zählt zu den dynamischsten Exportmärkten weltweit.** Bis 2013, schätzt der Internationale Währungsfonds (IWF), wird sich Russlands Wirtschaftskraft auf knapp zwei Billionen Euro nahezu verdoppeln und wird das Land zu den Top-Fünf der globalen Wirtschaftsmächte gehören. Auch der Bedarf im Bereich Gartenbau ist enorm, wie das Wachstum der Fachmesse FLOWERS beweist. Seit 2009 erweitert die FLOWERS IPM TECH die Messe um den Bereich Gartenbau-technik. An der Premiere im All-Russian Exhibition Center in Moskau beteiligten sich 400 nationale und 300 internationale Aussteller. Die Messe zog auf Anhieb 40.000 Besucher an.

[www.ipm-moskau.com](http://www.ipm-moskau.com)

## BEIJING ESSEN WELDING & CUTTING

27.–30.05.2010

Seit 1987 findet die **Beijing Essen Welding & Cutting** statt – seit einigen Jahren abwechselnd in Beijing und Shanghai, den wichtigsten Handelszentren Chinas. Hinter dem Mutterevent in Essen hat sie sich als weltweit zweitgrößte Fachausstellung für das Schweißen & Schneiden etabliert. Neun einflussreiche Fachorganisationen aus Asien, Europa und Amerika engagieren sich als Sponsoren beziehungsweise Mitsponsoren der Branchenplattform – ein weiteres Indiz für die Bedeutung der Beijing Essen Welding & Cutting. Kein Wunder, dass die Messe die rasante Entwicklung im Reich der Mitte widerspiegelt. Selbst im Krisenjahr 2009 vermeldete sie ein Flächenwachstum von 15 Prozent, und bei Redaktionsschluss dieser Ausgabe waren die 70.000 Quadratmeter Ausstellungsfläche so gut wie ausgebucht – zwei Monate vor Anmeldeschluss.

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

Beijing ●

## REIFEN China

25.–27.11.2010

Mit einer Produktion von gut 550 Millionen Reifen jährlich ist China inzwischen eindeutig der größte Reifenhersteller der Welt. Bereits seit 2007 besetzt die Messe Essen in Kooperation mit der China United Rubber Corporation diesen Wachstumsmarkt. Die vierte REIFEN China findet wie schon in den Vorjahren wieder im Shanghai New International Expo Center statt. Mehr zum Thema lesen Sie auf Seite 16.

[www.reifenchina.com](http://www.reifenchina.com)

Shanghai ●



## 2010

- 22.-25.04. FIBO**  
Internationale Leitmesse für Fitness, Wellness und Gesundheit
- 22.-25.04. FIBO POWER**  
Europas größter Treffpunkt der Bodybuilding- und Kraftsportszene
- 06.-08.05. BRIEFMARKEN**  
IBRA/NAPOSTA mit int. Briefmarken-Messe
- 16.-21.05. 18TH WORLD HYDROGEN ENERGY CONFERENCE 2010 (WHEC 2010)**
- 01.-04.06. REIFEN**  
No. 1 in tires and more
- 15.-17.06. KIOSK EUROPE EXPO\***  
Internationale Fachmesse für Self Service Terminals
- 15.-17.06. DIGITAL SIGNAGE EXPO\***  
Internationale Fachmesse für Digital Signage
- 03.-06.07. MODATEX FASHION FAIR\***  
Internationale Fachmesse für Braut- und Abendmode

- 25.-27.07. UNITED SOURCING\***  
Fachmesse für Hersteller von Bekleidung, Schuhen, Accessoires und Vorstufen-Produkten
- 14.-16.09. ALUMINIUM**  
Weltmesse der Aluminiumindustrie und Kongress
- 14.-16.09. COMPOSITES EUROPE**  
Europäische Fachmesse & Forum für Verbundstoffe, Technologie und Anwendungen
- 22.-24.09. VGB KRAFTWERKE**  
Kongress mit Fachausstellung
- 24.-25.09. START**  
Die Messe für Existenzgründung, Franchising und junge Unternehmen
- 05.-08.10. SECURITY**  
Weltmarkt für Sicherheit und Brandschutz
- 02.-03.10. EURO TEDDY 2010**  
Internationale Teddybären-Verkaufsmesse
- 21.-24.10. SPIEL**  
Internationale Spieltage mit Comic Action

- 06.-14.11. MODE HEIM HANDWERK**  
Die große Verbraucherausstellung für die ganze Familie
  - 12.-14.11. PATIENTA 2010**
  - 12.-13.11. AZUBI- UND STUDIENTAGE**  
Die Messe für Ausbildung und Studium
  - 27.11.-05.12. ESSEN MOTOR SHOW**  
Weltmesse für Automobile, Tuning, Motorsport & Classics
- MESSEN IM AUSLAND:**
- 27.-30.05. BEIJING ESSEN WELDING & CUTTING**  
Int. trade fair joining, cutting, surfacing (Peking)
  - 02.-05.09. FLOWERS IPM-TEC MOSCOW**  
The XVII. int. exhibition „Flowers 2010“ (Moskau)
  - 25.-27.11. REIFEN CHINA**  
4. Asian Essen Tire Show (Shanghai)

\* Nur für Fachbesucher  
Terminstand März 2010. Änderungen vorbehalten.



## Grugahalle

- 22.04. RWE AG Hauptversammlung**
- 06.05. E.ON AG Hauptversammlung**
- 12.05. DOMINIC MILLER BAND**  
Der Gitarrist von Sting präsentiert sein Album „November“
- 19.05. PERSONALVERSAMMLUNG**  
Stadt Essen
- 01.06. KUNDENVERANSTALTUNG**  
Sparkasse Essen
- 13.06. SÄNGERFEST**  
Vereinigung der Evangeliums-Christen-Baptistengemeinden in Deutschland e. V.
- 19.-20.06. JUGENDTAG**  
Neuapostolische Kirche
- 24.-26.06. HAUSMESSE DELKER**
- 19.07. CHICK COREA & „FREEDOM BAND“**  
JazzLine des Klavier-Festivals Ruhr
- 20.-29.08. SOMMERFEST an der Grugahalle**
- 09.-11.09. 100 JAHRE DEUTSCHER GEHÖRLOSEN-SPORTVERBAND E. V.**
- 14.09. OTTO Live Tour 2010**
- 18.09. DIE GROSSE Ü-30-PARTY**

- 25.09. BÜLENT CEYLAN „Kebabbel Net“**
- 15.10. INTEL FRIDAY NIGHT GAME**
- 24.10. CD- & SCHALLPLATTENBÖRSE**
- 30.10. SOUNDTROPOLIS**
- 01.11. STATUS QUO**  
Very Special Guest: Spider Murphy Gang
- 13.11. 20. ESSENER OLDIE NIGHT**  
mit Sailor, Rubettes, Dschinghis Khan u. a.
- 16.11. SEMINO ROSSI „Die Liebe bleibt“**
- 24.11. GENERALVERSAMMLUNG**  
Noweda e. G.
- 25.11. HORST LICHTER**  
„Kann denn Butter Sünde sein?“
- 28.11. DEEP PURPLE & MARILLION**
- 09.12. KAYA YANAR 10 Jahre Kaya**
- 18.12. WISE GUYS „Klassenfahrt“**

## Congress Center Essen

- 17.-18.04. HEILPRAKTIKERTAGE 2010**
- 05.05. NORDWEST HANDEL AG Hauptversammlung**
- 05.05. STB MARKETPLACE 2010**
- 11.05. HOCHTIEF AG Hauptversammlung**
- 26.05. MEDION AG Hauptversammlung**
- 13.-16.05. BUNDESWETTBEWERB „JUGEND FORSCHT“**
- 27.-28.05. DEUTSCHER VEREIN DES GAS- UND WASSERFACHES E. V.**  
Landesgruppenfachtagung
- 28.05. BUNDESVERBAND DER ENERGIE- UND WASSERWIRTSCHAFT E. V.**  
Landesgruppentagung
- 10.-12.06. ANNUAL CONGRESS OF THE EUROPEAN SOCIETY FOR POPULATION ECONOMICS (ESPE)**
- 04.11. DEUTSCHER TOURISMUSTAG 2010**
- 07.-10.11. DEUTSCHER JOURNALISTEN-VERBAND E. V. Verbandstag 2010**
- 12.-13.11. AZUBI- UND STUDIENTAGE 2010**

Terminstand März 2010. Änderungen vorbehalten.



**Teambuilding im Selbstversuch:**  
die MICE-Vorstandsmitglieder  
Marcus Wiesner (vorne), Gabriele  
Schulze (links) und Günter Mainka  
(rechts).

# Hier spielt der Chef

Foto: MICE AG / Reiner Freese

Firmenevents werden immer kreativer – Kunden und Mitarbeiter immer anspruchsvoller. Auf dem stb marketplace finden Veranstaltungsplaner Ideen.

**800 Menschen, die auf Bongos** 30 Minuten lang beseelt einem gemeinsamen Rhythmus folgen: Aber das ist keine Szene aus dem Jugendlager, die Menschen tragen Kostüme und Anzüge. So etwas kann passieren, wenn Firmen bei Veranstaltungen ausgetretene Pfade verlassen und neue Wege einschlagen, um Teambuilding und Motivation zu fördern.

„Es ist unglaublich, welchen Spieltrieb Manager entwickeln können“, sagt Gabriele Schulze, Vorstand für Marketing und Technologie bei der MICE AG. Deutschlands größter Veranstaltungskonzern ist Ausrichter des stb marketplace, des wichtigsten Treffs der Branche. Fünfmal jährlich wird er in den bedeutendsten Wirtschaftszentren des Landes abgehalten, am 5. Mai wird der Marktplatz in Essen aufgebaut.

## Starker regionaler Fokus

**Die Entwicklung des Messekonzepts** spiegelt den Wandel der gesamten Branche. 1998 als Seminar- und Tagungsbörse – eben: stb – gestartet und auf Tagungshotels fokussiert, bietet der stb marketplace heute ein Full Service-Angebot. Von der Eventlocation bis zum Catering, von der technischen Ausstattung bis

zum Künstler – hier können Fachbesucher an einem Tag ihre komplette Veranstaltung zusammenstellen. **Ganz wichtig dabei: der regionale Fokus.** Natürlich sind Deutschlands Top-50-Tagungshotels und Top-10-Kongresshotels vertreten, aber der typische Besucher beispielsweise der Essener Veranstaltung hat eine ganz bestimmte Frage: „Ich tage in Nordrhein-Westfalen – was gibt’s da?“

## Locations mit dem gewissen Etwas

**Livekommunikation liegt im Trend,** Events und Kongresse werden immer professioneller durchgeführt. „Unternehmen begreifen Events zunehmend als echte Investition – Investition in die Zeit, die Menschen auf diesen Events verbringen“, so Gabriele Schulze. Anders gesagt: Es geht um Feste, die Handeln verändern. Allerdings wachsen auch die Ansprüche der Empfänger.

**Die Wahl des Orts** hat dabei immer Signalcharakter. „Es geht um dieses Gefühl: ‚Da war noch niemand.‘“ Da tagt der Technologieführer in der BMW Welt oder im Mercedes-Benz-Museum; in Berlin kann man Kirchen mieten; und auch Industriedenkmäler sind

beliebte Ziele, wenn Unternehmen den Geist des Wandels transportieren wollen. „Nehmen Sie nur die Zeche Zollverein in Essen: Wer die zum ersten Mal besucht, sagt einfach nur: Wow!“

## Und was sagt mein Vorstand?

**In Essen bilden in diesem Jahr** die Bereiche „Rahmenprogramme, Motivation & die besten Künstler“ den thematischen Schwerpunkt. „Aus Befragungen wissen wir, dass über die Hälfte der Fachbesucher neue Ideen für diese Bereiche sucht“, unterstreicht Gabriele Schulze die Bedeutung des scheinbar Nebensächlichen. Anregungen bietet die Messe reichlich, zur Umsetzung gehört indes vor allem Mut. „Verständlicherweise fragen sich Event-Verantwortliche, wenn sie von ungewöhnlichen Ideen hören, häufig: ‚Würde das meinem Vorstand gefallen?‘ Deshalb versuchen wir, diese Ideen erlebbar zu machen.“ Probieren geht über Studieren – das gilt etwa auf einem Segway-Parcours, der in der Messe Essen aufgebaut wird. Auf diesen Elektrofahrzeugen auf zwei Rädern gilt es, die Balance zu wahren. Auch bei der Auswahl von Künstlern und Rednern gilt: Live ist besser als DVD. Gabriele Schulze verspricht „ein Superprogramm“ mit prominenten Referenten wie den Motivationstrainern Andreas Buhr und Rolf Schmiel sowie dem Gedächtnistrainer Wolfgang Riewe.

**Waren im Krisenjahr 2009** hauptsächlich Schulungen und Weiterbildungen gefragt, ist inzwischen wieder ein deutlich stärkeres Interesse an Incentive- und Motivationsveranstaltungen zu verzeichnen. So besuchten 1.600 Gäste den ersten stb marketplace dieses Jahres in Hamburg. Bei MICE gibt man sich optimistisch. „Essen wird Hamburg wahrscheinlich noch übertreffen“, so Gabriele Schulze. □

[www.mice.ag/stbmarketplace](http://www.mice.ag/stbmarketplace)



**Über 50.000 Veranstaltungen** verantworten die 7.500 Besucher des stb marketplace pro Jahr. Deutschlands wichtigster Branchentreff findet in den fünf bedeutendsten Wirtschaftszentren des Landes statt.



## Legenden des Jazz

**Ausnahmepianist Chick Corea** ist seit langem Stammgast Nr. 1 bei der JazzLine des Klavier-Festivals Ruhr. Diesmal kommt das musikalische Chamäleon in einem Quartett namens „Freedom Band“. Mit dabei sind die beiden Top-Instrumentalisten Kenny Garrett und Christian McBride, eine echte Legende

sitzt am Schlagzeug: Der 85-jährige Roy Haynes, der schon für Charlie Parker, Bud Powell, Sarah Vaughan und Thelonious Monk die Felle streichelte, verkörpert über sechs Jahrzehnte Jazzgeschichte. Die „Freedom Band“ gastiert am 19. Juli um 20 Uhr in der Grugahalle.

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

## Die Jungen forschen

**Große Karrieren haben bei „Jugend forscht“** schon ihren Anfang genommen. Vom 13. bis 16. Mai ist in diesem Jahr Essen Schauplatz des Bundeswettbewerbs. Auf nicht weniger als 78 Regionalwettbewerben fiel unter rund 5.000 Projekten die Vorentscheidung, die Sieger, rund 200 Jungforscher, haben die Chance, mithilfe der Projektteams der ThyssenKrupp AG und „Jugend forscht“ ihre Ideen in der Halle 11 der Messe Essen professionell zu präsentieren. Zwischen den Befragungen durch die Expertenjury steht eine gemeinsame Rundreise durch die Forschungslandschaft des Ruhrgebiets auf dem Programm, ehe es am 16. Mai ernst wird. Dann bietet die Philharmonie Essen den festlichen Rahmen, wenn vor 1.200 Gästen Preise in sieben Fachgebieten sowie der Preis des Bundespräsidenten, der Bundeskanzlerin und der Bundesministerin für Bildung und Forschung verliehen werden.

[www.jugend-forscht.de](http://www.jugend-forscht.de)



## Stings Gitarrist

**Sting bezeichnet ihn** als „meine rechte und meine linke Hand“, die „all das umsetzt, was meine klobigen Finger nicht spielen können“: Gitarrist Dominic Miller ist seit dem Album „The Soul Cages“ aus dem Jahr 1991 an jedem Album von Sting beteiligt, gemeinsam schrieben sie Hits wie „Shape of my Heart“

und standen bei über 1.000 Konzerten zusammen auf der Bühne. Millers aktuelles Album „November“ ist das erste „elektrifizierte“ Album seiner Sololaufbahn. Hier zeigt er sich von einer erstaunlich rockigen Seite. Am 12. Mai ist Dominic Miller in der Grugahalle zu hören und zu sehen, begleitet von exzellenten Kollegen wie Mike Lindup, Gründungsmitglied von „Level 42“.

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

## Die Großen tagen

**Frühjahr – das bedeutet für das Congress Center Essen** und die Grugahalle: Hochzeit für Hauptversammlungen. Den Anfang macht in diesem Jahr die RWE AG am 22. April. Es folgen die NORDWEST Handel AG am 5. Mai, die E.ON AG einen Tag später sowie die HOCHTIEF AG (11. Mai) und die MEDION AG (26. Mai).

[www.cc-essen.de](http://www.cc-essen.de), [www.grugahalle.de](http://www.grugahalle.de)

# Die Führungsmannschaft

Ihre Ansprechpartner bei der Messe Essen: Diese und weitere Kolleginnen und Kollegen mit ihren Teams stellen wir in den kommenden Ausgaben genauer vor.



**Frank Thorwirth**  
Vorsitzender der  
Geschäftsführung



**Klaus Reich**  
Geschäftsbereichsleiter  
Messen und Ausstel-  
lungen



**Jörg Kasel**  
Zentralbereichsleiter  
Finanzen/Einkauf/  
Controlling



**Stefan Hannen**  
Zentralbereichsleiter  
Kommunikation/  
Marketing



**Annegret Appel**  
Director Messen und  
Ausstellungen



**Udo Schön**  
Abteilungsleiter  
Finanzen



**Michael Herdemerten**  
Abteilungsleiter  
Presse



**Claus-Peter Regiani**  
Director Messen und  
Ausstellungen



**Arne Wübbenhorst**  
Abteilungsleiter  
Controlling



**Andreas John**  
Abteilungsleiter  
Werbung/Protokoll



**Dennis Schulte**  
Abteilungsleiter  
Personal/Recht



**Michael Müller**  
Abteilungsleiter IT

# auf einen Blick



**Egon Galinnis**  
Geschäftsführer



**Sabina Großkreuz**  
Geschäftsbereichs-  
leiterin Messen und  
Ausstellungen



**Wolfgang Borowski**  
Geschäftsbereichsleiter  
Grugahalle/Kongresse



**Rainer Palapies**  
Zentralbereichsleiter  
Technik/Service



**Gunter Arndt**  
Director Messen und  
Ausstellungen



**Andrea Bangert**  
Director Kongresse



**Martina Merle**  
Abteilungsleiterin  
Ausstellerservice



**Andrea Hölker**  
Director Messen und  
Ausstellungen



**Klaus Oppalach**  
Abteilungsleiter  
Technik



**Susann Selent**  
Director Messen und  
Ausstellungen

# Grün trifft Stahl

Das neue Atlantic Congress Hotel direkt neben der Grugahalle bietet reichlich Platz für Tagungen und Kongresse. Zu Besuch beim neuen Nachbarn.



Fotos (2): PR

**Reichlich Platz:** Nicht nur die Lobby des Atlantic Congress Hotel glänzt mit einem überaus üppigen Raumangebot.

**Schlafkomfort** garantieren die hochwertigen Matratzen. Auch bei den Kissen darf der Gast wählerisch sein.

„Der Pott ist grün“ – so lautete der Titel einer kürzlich in der ARD ausgestrahlten Dokumentation über das Ruhrgebiet. Der Titel drückte das Erstaunen (und die immer noch weit verbreitete Unkenntnis) darüber aus, dass es längst nicht mehr Kohle und Stahl sind, die das Ruhrgebiet auszeichnen, sondern dass es hier mehr Grünflächen gibt als anderswo.

**Auch der Gestalter** des neuen Atlantic Congress Hotel Essen, das am 25. März offiziell eröffnet wurde, war verblüfft – und fand genau in diesem Kontrast zwi-

schen Vergangenheit und Gegenwart sein gestalterisches Leitmotiv.

„Überall im Gebäude finden Sie grüne Farbtöne, und selbst die ausgefrästen Cortenstahlelemente in der Halle haben eine Baumstruktur. Grün trifft Stahl – das ist das Prinzip“, erklärt Marion Hagemeyer, General Manager des Atlantic Congress Hotel, im Gespräch mit ESSEN AFFAIRS im Restaurant des Hauses. Sie ist mehr als zufrieden mit dem Ergebnis – überrascht von Essens Grün ist sie nicht. Denn Marion Hagemeyer ist quasi nebenan aufgewachsen, im Stadtteil Rütten-scheid. Und auch im Blick auf die Essener Hotellandschaft ist sie absolute Expertin: Seit Oktober 1996 leitet sie für die Bremer Zech Hotel Holding bereits das Essener Holiday Inn City Centre.

## Tagungsräume für mehr als 500 Gäste

**Das 30 Millionen Euro teure** Vier-Sterne-plus-Haus neben der Grugahalle ist mit 248 Zimmern das bisher größte Hotel, das die Zech Group gebaut hat. „Wir haben im Veranstaltungsbereich bei den Essener Hotels eine Lücke gesehen“, sagt Marion Hagemeyer beim Rundgang durch das Hotel. „Es gibt zwar schöne Tagungsräume, aber einen Raum für mehr als 500 Personen konnte hier bislang kein Hotel anbieten.“ Diese Lücke schließt das Atlantic Congress Hotel: Insgesamt



Fotos (2): Tanja Pickartz / VIA



**Marion Hagemeier** ist General Manager des Hotels. Seit 1996 leitet die gebürtige Essenerin das Holiday Inn City Centre in Essen.

neun Veranstaltungsräume, alle mit modernster Seminartechnik ausgestattet, befinden sich im Erdgeschoss. Sie bieten zwischen 35 und 535 Gästen Platz.

**Platz ist das große Thema des Hotels.** Überall hat der Gast das Gefühl, sich frei entfalten zu können – erst recht in den Zimmern. Stattliche 26 Quadratmeter messen die Standardräume, von denen man entweder zur Messe oder zum Grugapark blickt. Noch einmal doppelt so groß sind die Suiten, für die die gesamte sechste Etage reserviert ist. Gäste, die es gerne noch ein bisschen ruhiger haben, finden hier eine eigene Frühstückslounge.

**Klar wird beim Rundgang auch:** Jedes Detail hier ist auf die Bedürfnisse anspruchsvoller Geschäftsreisender abgestimmt – angefangen von hochwertigen Matratzen mit komfortabler Kissenwahl über den Safe mit integrierter Laptop-Lademöglichkeit und kostenfreies High-Speed-Internet bis hin zum Telefon mit Voicemail bleibt kein Wunsch unerfüllt.

### Schmuckstück auf dem Dach

Ein echtes Schmuckstück ist auch die siebte Etage: Neben dem Board Room für exklusive Meetings erwartet die Gäste hier ein 250 Quadratmeter großer Fitness- und Wellnessbereich mit zwei Saunen. Der Höhepunkt – im wahrsten Sinn des Wortes – dieser Wohlfühloase ist schließlich die Dachterrasse, die zugleich als Eventlocation dient. Einen besseren Ausblick über die Stadt wird man so schnell nicht finden ...

**Gute Aussichten** hat auch das Hotel selbst. Nach dem Soft Opening war es schon im Januar „sehr, sehr gut besucht“, und es gehört nicht viel Fantasie dazu, vorherzusagen, dass der neue Nachbar zu Zeiten großer Messen fast immer ausgebucht sein dürfte. Auch nationale wie internationale Tagungs- und Kongressveranstalter fragen vermehrt an – kein Wunder, denn auf alle Standardfragen erhalten sie die



richtigen Antworten: Können wir eine Tagung für mindestens 200 Gäste abhalten und alle Gäste im Hotel unterbringen? – Ja. Hat das Hotel mindestens vier Sterne? – Ja. Ist die Messe denn fußläufig erreichbar? – Ja. In 60 Sekunden. Klingt nach einer guten Nachbarschaft. □

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

**Verwandlungskünstler:**  
Auf Wunsch lassen sich die neun Veranstaltungsräume festlich dekorieren.





# Wunder des Raums

Ein Tempel der Kunst, ein Blick in das Herz der Region, zwei Erfolgsgeschichten: Der Neubau des Folkwang Museums und das neue Ruhr Museum begeistern nicht nur die Architekturkritiker.

Foto: PR

„So hell, so sommerlich schwebend“: Einhellig feierten die Experten den Neubau des Folkwang Museums.

**Man kann ja daran zweifeln**, ob sich so etwas denn überhaupt lohnt, ob die Bürger der Stadt nicht andere Sorgen hätten, als ausgerechnet Kunstwerke zu betrachten. Kann man. Aber dann steht man an einem Samstagmorgen Ende März um kurz vor zehn Uhr in einer Schlange von gut 200 Menschen, die darauf warten, dass es endlich so weit ist, dass endlich eine Ausstellung eröffnet wird – eine Ausstellung, deren Titel für diesen Ort nicht unpassend gewählt zu sein scheint: „Das schönste Museum der Welt“.

**„Das schönste Museum der Welt“**

„Das schönste Museum der Welt“ – das sagte Paul J. Sachs, der Mitbegründer des Museum of Modern Art in New York, als er 1932 das Folkwang Museum besuchte. Die erste Sonderausstellung nach der Neu-

eröffnung im Januar ist der Rekonstruktion jener Sammlung gewidmet, die den Ruhm des Folkwang Museums begründete. Ab 1902 hatten Karl Ernst Osthaus und später Ernst Gosebruch das Museum zu einer Schatzkammer der Moderne gemacht. Namen wie Kandinsky und Matisse, Kirchner und Marc, Munch und Beckmann stehen für die fortschrittliche Ankaufs- und Ausstellungspolitik, die von den Nationalsozialisten jäh unterbrochen wurde. 1937 konfiszierten sie mehr als 1.400 Werke, die später legal verkauft wurden und heute Museen und Privatsammlungen in der ganzen Welt schmücken. Allein an den ersten beiden Ausstellungstagen ließen sich schon rund 7.000 Kunstfreunde begeistern.

**Vor lauter Glück**, diese Gemälde, Skulpturen und Objekte zu sehen, vergisst man fast, dass dies keine



Foto: Volker Hartmann/dfp

als sie das neue Folkwang Museum erstmals besuchten: „So hell, so sommerlich schwebend hat David Chipperfield noch nie gebaut“, fand DIE ZEIT; „Großartiges hat sich getan“, schwärmte die Frankfurter Allgemeine Zeitung; vom „Wiederaufstieg in den Kunstolymp“ sprach der Stern und vom „Tempel der Künste“ der Berliner Tagesspiegel – wohl kein Museumsbau dieser Dimension ist in den vergangenen Jahren derart einhellig gefeiert worden.

**Recht haben die Kritiker:** Denn anders als bei manch berühmtem Kollegen verfolgt David Chipperfields Bau keinen aufdringlichen Selbstzweck. Gewiss, auch dieser Bau ist selbst ein Kunstwerk – aber es ist eine Art dienender Kunst, die nie vergisst, was die Hauptsache ist. „Sie werden lachen“, sagte Chipperfield der FAZ, „aber ich glaube, das Gebäude hier wird ein Erfolg, wenn die Besucher sich daran erfreuen, aber auch, wenn sie es einfach ignorieren. Ich habe überhaupt kein Problem mit Leuten, die hierherkommen, sich die Ausstellung ansehen, ein paar Stunden bleiben, nach Hause fahren und sagen: ‚Wir hatten einen wunderschönen Tag.‘“

**Der Mäzen und sein Künstler:** Berthold Beitz (rechts) hatte die Idee zum Neubau, David Chipperfield gelang ein architektonisches Glanzstück.

triumphale Heimkehr, sondern nur ein Besuch ist, der am 25. Juli endet. Allerdings verfügt das Folkwang Museum nach wie vor über herausragende Sammlungen zur Malerei und Skulptur des 19. Jahrhunderts, der klassischen Moderne, der Kunst nach 1945 und der Fotografie. Und neuerdings hat das Museum wieder ein Gesicht, das seinem internationalen Rang entspricht.

## Schwebend im Olymp

**Der Satz vom „schönsten Museum der Welt“** scheint auch für die neue Hülle nicht allzu übertrieben, obwohl die gar nicht auf Superlative pocht. Im Gegenteil: Elegant, zurückhaltend, fast fernöstlich meditativ hat der englische Stararchitekt David Chipperfield den neuen Bau konzipiert. Die Kritiker überschlugen sich,

## Urlaub für 55 Millionen Euro

**Noch ein Superlativ** umweht den Neubau des Folkwang Museums: der wahrscheinlich teuerste Nordsee-Urlaub aller Zeiten. Denn die Idee dazu hatte Berthold Beitz, der inzwischen 96 Jahre alte ehemalige Generalbevollmächtigte des Krupp-Konzerns und Doyen der deutschen Wirtschaft, bei einem Strandspaziergang auf Sylt im Sommer 2006.

**Die Himmelsformationen** erinnerten ihn an die Bilder Emil Nolde, von denen einige im Museum hängen. Doch Beitz dachte nicht nur an Himmlisches, sondern auch an den Zustand des Museums und die Finanzsorgen der Stadt. „Warum machen wir das nicht selbst?“, fragte er zunächst sich selbst. Wir, das war die Alfried Krupp von Bohlen und Halbach-Stiftung, und machen hieß für Beitz: der Stadt ein ▶



Foto: Brígida González, Stuttgart

**Die Geschichte des Ruhrgebiets beginnt nicht erst mit der Industrialisierung. Das Ruhr Museum zeugt auch davon.**

neues Museum schenken. Kostenpunkt: 55 Millionen Euro – ein einzigartiges Beispiel von Mäzenatentum.

### Aus der Tiefe des Reviers

**Der bisher unbestrittene Anziehungspunkt** für Gäste aus aller Welt befindet sich knapp acht Kilometer nördlich: die Zeche Zollverein, einer der schönsten Industriebauten des 20. Jahrhunderts, UNESCO-Weltkulturerbe und Besucherzentrum der Europäischen Kulturhauptstadt 2010. Seit Januar 2010 ist die Zeche Zollverein die Heimat des Ruhr Museums.

**So sehr sich der Kunsttempel Folkwang** und das Regionalmuseum in ihren Themen und ihrer Konzeption auch unterscheiden, haben sie doch mindestens drei Gemeinsamkeiten: Auch die Baukosten des Ruhr Museums betragen um die 55 Millionen Euro (bezahlt aus Mitteln der Europäischen Union, des Landes Nordrhein-Westfalen und der Stadt Essen); auch hier muss der Besucher am frühen Samstagnachmittag eine Viertelstunde Geduld an der Kasse aufbringen; und auch hier erwartet ihn ein Wunder des Raums.

### Mammut trifft Computer

**Über eine rot beleuchtete Treppe** geht es sieben Meter in die Tiefe – eine Reise ins Innere der Region beginnt. Sie folgt dem Weg, den einst die Kohle auf Zollverein nahm. Der Besucher betritt zunächst „die Bühne der Gegenwart“: Er sieht Fotoserien, die den Alltag der Menschen dokumentieren (beeindruckend

besonders die Arbeiten Brigitte Kraemers), liest Erzählungen über den Mythos Ruhr, wird an digitalen Leinwänden mit Statistiken versorgt und hört mithilfe von Soundduschen die Geräusche des Reviers (mehr zu diesem Thema ab Seite 8). In der Sammlung „Zeitzeichen“ kommen die Menschen der Region selbst zu Wort: eine Schlosserfrau zum Beispiel, deren zerschlissener, an vielen Stellen gelöteter Ehering vom harten Alltag der Vergangenheit zeugt.

**Weiter unten zeigt die Zwölf-Meter-Ebene** das kulturelle Gedächtnis der Region. Den Anfang macht hier ein 20.000 Jahre altes Mammut-Skelett, das bei der Ausschachtung des Rhein-Herne-Kanals gefunden wurde. Schließlich, auf sechs Metern Höhe, wird die Geschichte der Industrialisierung als Drama in fünf Akten aufgeführt. Doch das Ende bleibt offen. Denn der Wandel – das wissen die Menschen hier gut – ist ein permanenter Prozess. Glänzend haben die Gestalter die Ausstellung dabei an die unterschiedlichen räumlichen Bedingungen der Kohlenwäsche angepasst: Mal fühlt sich der Besucher wie in einem Kirchenschiff, kurz darauf führt der Weg durch schlauchartige Passagen. Zwei Museen, zwei Kraftakte und – wenn nicht alles täuscht – zwei Erfolgsgeschichten: Essen ist um zwei Attraktionen reicher. □

Audi  
Vorsprung durch Technik



# A8



## Der neue Audi A8. Die Kunst, voraus zu sein.

Im neuen Audi A8 manifestiert sich Vorsprung durch Technik auf hohem Niveau. Progressives und dennoch zeitloses Design mit faszinierender Präsenz.

- ▶ Motoren mit mehr Leistung bei bis zu 19 % reduziertem Verbrauch gegenüber dem Vorgänger
- ▶ Fahrdynamik durch permanenten Allradantrieb quattro® und Audi Space Frame ASF®
- ▶ Fahrerassistenzsysteme wie z. B. Audi pre sense, optional Nachtsichtassistent mit Markierung erkannter Fußgänger sowie MMI touch
- ▶ großzügiger Innenraum mit Verarbeitung in Manufakturcharakter

Ein Meisterstück der Marke Audi, das wir Ihnen gerne im persönlichen Gespräch genauer vorstellen.

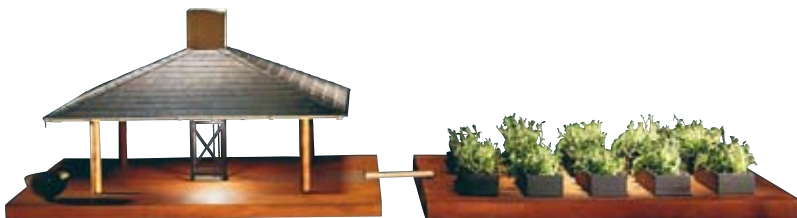
**Der neue Audi A8. Jetzt bei uns.**

**Audi Zentrum Essen**  
**Audi R8 Partner**

Altendorfer Straße 50, 45143 Essen  
Tel.: 0201 / 83 17-7, Fax: 0201 / 83 17-602  
info@audi-zentrum-essen.de, www.audi-zentrum-essen.de

# Kultur an der Ruhr

Von Mai bis Dezember: die wichtigsten Events in Europas Kulturhauptstadt 2010.



## Ruhr-Atoll – Kunst, Wissenschaft, Energie

14. Mai – Oktober 2010

Unter dem Motto „Kunst ist Energie – Energie ist Bewegung“ ist das Kunstprojekt Ruhr-Atoll auf Fragen der Zukunft von Energiressourcen ausgerichtet. Es wird in enger Zusammenarbeit mit der RWE AG in einer energiehistorisch faszinierenden Landschaft platziert: Auf dem Essener Baldeneysee werden vier jeweils bis zu 300 Quadratmeter große Kunstinseln schwimmen – jede für sich eine eigene, zu entdeckende Inselwelt.

[www.ruhr2010.de/ruhr-atoll](http://www.ruhr2010.de/ruhr-atoll)

## Emscherkunst 2010 – Insel für die Kunst

29. Mai – 05. September 2010

Der Umbau der Emscher ist das derzeit größte Renaturierungsprojekt der Welt. Auf der Insel inmitten des Emscher Parks erschaffen 40 internationale Künstler 20 Werke, die sie zum Beispiel an den Schleusen, im Kanal oder auf Industriebrachen installieren – das größte Kunstprojekt der Kulturhauptstadt.

[www.ruhr2010.de/emscherkunst2010](http://www.ruhr2010.de/emscherkunst2010)

## „Helden“

bis 31. Oktober 2010

Die große Sonderausstellung des Landschaftsverbandes Westfalen-Lippe (LWL) spürt Kult und Mythos nach und beleuchtet Heldenbilder von der Antike bis zur Gegenwart, präsentiert regionale und globale Heroen. Über 800 eindrucksvolle Exponate aus fünf Kontinenten schlagen den Bogen von der Metropole Ruhr nach Europa und Übersee. [www.ruhr2010.de/helden](http://www.ruhr2010.de/helden)

## ¡SING

ganzjährig

Jeder kann mitsingen, jede Stimme ist gefragt! ¡SING ist eine musikalische Bürgerbewegung. Es steht für ein Netzwerk an Initiativen, Liederabenden und Konzerten; gesungen werden Klassik, Pop, Volksmusik, Jazz und geistliche Musik. Höhepunkt der Veranstaltung: der „Day of Song“ am 5. Juni in der Veltins-Arena, Gelsenkirchen, mit dem Vokalkünstler Bobby McFerrin.

## AufRuhr 1225! Ritter, Burgen und Intrigen

bis 28. November 2010

Brennende Burgen, Hinrichtungen und unzählige Kleinkriege – und dann war da noch dieser schicksalsträchtige Mord im Jahre 1225 ... Willkommen im Ruhrgebiet des 13. Jahrhunderts! Die größte Mittelalter-Ausstellung, die es je im Ruhrgebiet gab, vereinigt mehr als 800 Exponate aus aller Welt.

[www.ruhr2010.de/aufuhr1225](http://www.ruhr2010.de/aufuhr1225)



## SchachtZeichen

22. – 30. Mai 2010

350 gelbe Ballons mit langen Fahnen schweben wie Stecknadeln bis zu 80 Meter hoch über den Orten, an denen einst Fördertürme standen. Die Ballons machen die Veränderung und den Wandel der Metropole Ruhr sichtbar. Und in einer Nacht werden die Ballone von innen heraus leuchten ...

[www.ruhr2010.de/schachtzeichen](http://www.ruhr2010.de/schachtzeichen)

## Still-Leben Ruhrschnellweg

18. Juli 2010



Die Autobahn A40/B1 hat das höchste Verkehrsaufkommen Deutschlands. Im Kulturhauptstadtjahr steht sie still – für sechs Stunden. Auf 60 Kilometern Autobahn feiern die Menschen der Metropole Ruhr mit ihren Gästen und Besuchern ein einmaliges Fest. 20.000 Tische auf 60 Kilometern – die längste Tafel der Welt. [www.ruhr2010.de/still-leben](http://www.ruhr2010.de/still-leben)

## Sagenhaftes Ruhrgebiet

ganzjährig

Sagen prägen Identitäten. Doch wer kennt die typischen Sagen der Ruhrregion? Seit Januar 2010 reisen Erzählerinnen und Erzähler das ganze Jahr quer durch die Metropole Ruhr und machen die schönsten Sagen lebendig hör- und erlebbar.

[www.ruhr2010.de/sagenhaftes-ruhrgebiet](http://www.ruhr2010.de/sagenhaftes-ruhrgebiet)

## KulturKanal

bis 26. September 2010

Eine spektakuläre Wasserinszenierung im neu gestalteten Stadthafen Recklinghausen bildete den Auftakt zu einer Reihe von Veranstaltungen, die den Rhein-Herne-Kanal in ein völlig neues Licht rücken: mit Lichterfahrten, Freilichtausstellungen, Schiffsfahrten mit singender Besatzung, Open-Air-Kino, Kunstcamps für Kinder, tanzenden Betonpumpen und vielem mehr.

[www.ruhr2010.de/kulturkanal](http://www.ruhr2010.de/kulturkanal)

# Beantworten Sie unsere Frage und gewinnen Sie einen von zehn Preisen! Viel Erfolg!



## 1. Preis

Hochmodern, sehr geräumig und direkt neben der Messe – das neue Atlantic Congress Hotel verwöhnt

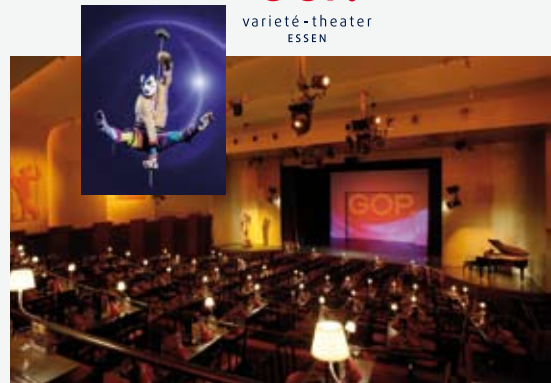


seine Gäste mit allen Annehmlichkeiten eines Vier-Sterne-plus-Hauses. ESSEN AFFAIRS verlost eine Übernachtung (inkl. Frühstück) für zwei Personen in einer Suite – und außerdem zwei Eintrittskarten für eine Sonderausstellung im Folkwang Museum!

## 2. Preis

Mitten in der Essener City lockt das GOP Varieté Besucher mit Konzeptshows auf Weltklasseniveau und individuellen Gastronomiekonzepten. Gewinnen Sie das GOP Candle Light Dinner! Nach einem Champagner-Empfang erwartet Sie ein lukullisches 3-Gänge-Menü. Anschließend erleben Sie die aktuelle Show-Produktion. Im Anschluss tauchen Sie in die Welt des Baliha Ü30 Dance Clubs ein und genießen in stilvollem Ambiente einen vom Meistermixer frisch zubereiteten Cocktail.

**GOP.**  
variété-theater  
ESSEN



## 3. Preis

Im Kulturhauptstadtjahr 2010 verlosen wir noch einmal die Acrylskulptur „Energie“ des Künstlers Günter Steinmann. Das großformatige Original zielt seit Januar 2008 den Osteingang der Messe Essen. Die Auflage dieses wertvollen Sammlerstücks ist streng limitiert.



## 4.-10. Preis

Die Restaurants des Reviers müssen keinen Vergleich scheuen. Der Gastronomieguide „RUHR.2010 geht aus!“ präsentiert nun die 100

besten Restaurants der Kulturhauptstadt – übrigens auch mobil. Eigens für die „Ausgebibel“ wurde eine Smartphone-Applikation entwickelt. Mehr unter [www.2010gehtaus.de](http://www.2010gehtaus.de)

## Mitmachen und gewinnen!

**Wie heißt der Architekt des neuen Folkwang Museums?**

- a) David Chipperfield
- b) Peter Chippendale
- c) John Copperfield

**Unter allen richtigen Einsendungen** verlosen wir eine Übernachtung im Atlantic Congress Hotel Essen (Doppelzimmer-Suite inkl. Frühstück und Karten für das Folkwang Museum), ein GOP Candle Light Dinner, eine Skulptur „Energie“ sowie sieben Exemplare von „RUHR.2010 geht aus!“. Senden Sie uns einfach die beigefügte Postkarte mit der Lösung zu.  
Oder per Fax: 00 49/(0)2 01/7 24 45 45  
Oder per Mail: [carola.may@messe-essen.de](mailto:carola.may@messe-essen.de)

**Zusätzlich laden wir Sie** zur Teilnahme an unserer Leserbefragung ein. Die Teilnahme am Gewinnspiel ist davon unabhängig.

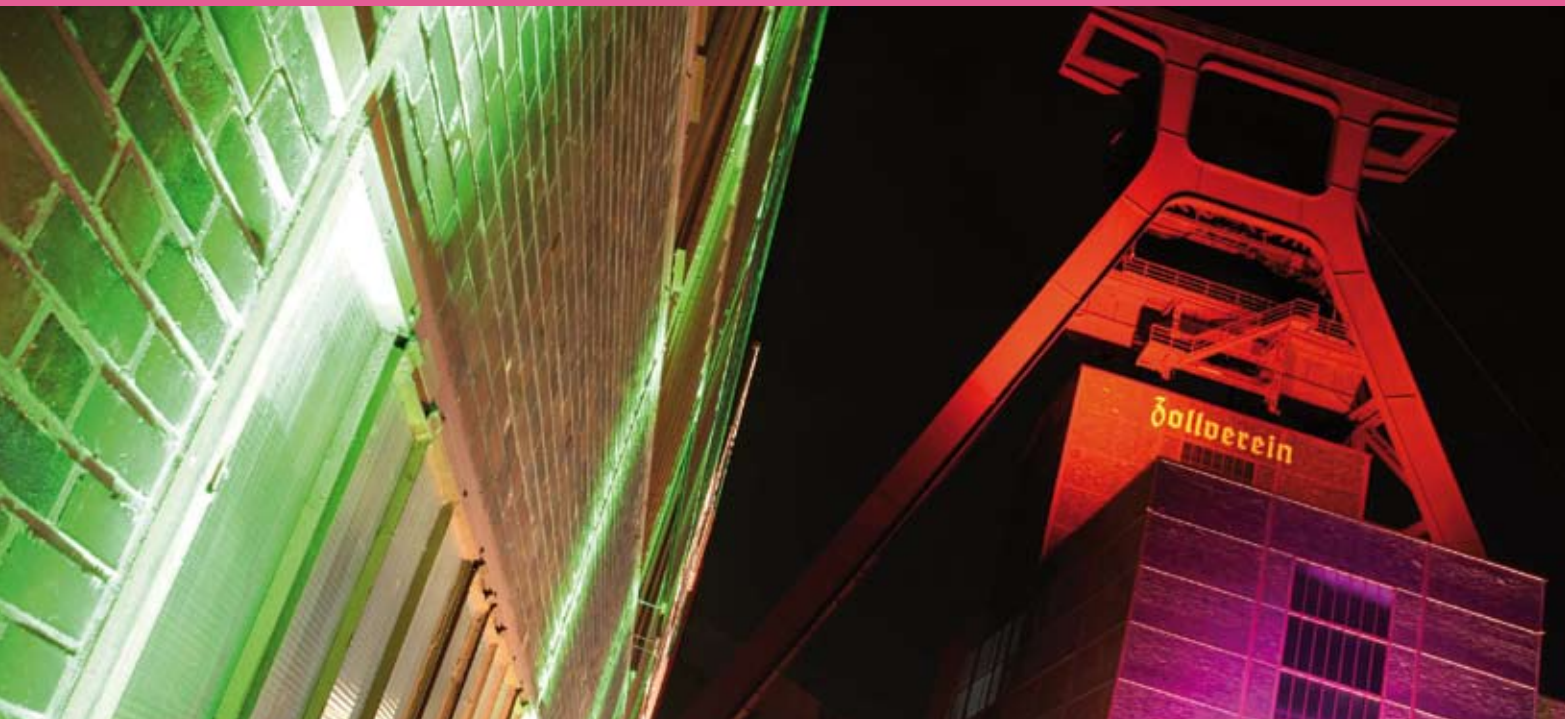
**Einsendeschluss: 30. Juni 2010.**

Wir wünschen Ihnen viel Glück!

Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Mitarbeiter der Messe Essen GmbH und der Unternehmensgruppe VVA sind ausgeschlossen.

# ESSEN.WILLKOMMEN.

Events und Tickets



## ERSTE ADRESSE FÜR:

- Ticketing
- Kongress- und Tagungsservice
- Souvenirs
- Stadtinformationen
- Hotelvermittlung
- Stadtrundfahrten und Stadtrundgänge
- Messe-Info
- Individualprogramme

TICKET-HOTLINE:  
0201 8872333

## EMG - ESSEN MARKETING GMBH

Touristikzentrale  
Am Hauptbahnhof 2 | 45127 Essen  
E-Mail: [touristikzentrale@essen.de](mailto:touristikzentrale@essen.de)

## Öffnungszeiten:

montags bis freitags 9.00 bis 18.00 Uhr  
samstags 10.00 bis 16.00 Uhr  
sonntags 10.00 bis 14.00 Uhr



KULTUR VERBINDET ESSEN



# Mitmachen und gewinnen!

Wie heißt der Architekt des neuen Folkwang Museums?

■ David Chipperfield

■ Peter Chippendale

■ John Copperfield

Unter allen richtigen Einsendungen verlosen wir eine Übernachtung im Atlantic Congress Hotel Essen (Doppelzimmer-Suite inkl. Frühstück und Karten für das Folkwang Museum), ein GOP Candle Light Dinner, eine Skulptur „Energie“ sowie sieben Exemplare von „RUHR.2010 geht aus!“.

Einsendeschluss ist der 30. Juni 2010.

Wir wünschen Ihnen viel Glück!

Fotos: PR



# LESERUMFRAGE Ihre Meinung ist gefragt!

Wie gefällt Ihnen **ESSEN AFFAIRS**?

Ihre Meinung ist uns wichtig! Helfen Sie uns und beantworten Sie die Fragen auf der Rückseite – damit wir **ESSEN AFFAIRS** für Sie noch besser machen können!



**Wie gefällt Ihnen ESSEN AFFAIRS generell im Hinblick auf ...**

... die Inhalte / die Themen?  
 sehr gut  gut  weniger gut  gar nicht

... die Optik / das Layout?  
 sehr gut  gut  weniger gut  gar nicht

**Wie viel lesen Sie schätzungsweise von einer Ausgabe?**

Ich lese (fast) alles  mehr als die Hälfte  
 weniger als die Hälfte  Ich blättere nur durch

**Wie lange lesen Sie an einer Ausgabe?**

mehr als eine Stunde  bis zu einer Stunde  
 mehr als 30 Minuten  höchstens 30 Minuten

Ja, Ich möchte Messe Essen NEWS exklusiv beziehen. Meine E-Mail-Adresse lautet:

---

---

---

**Was möchten Sie der Redaktion noch sagen?**

Wir übernehmen  
Ihr Porto

**Bitte füllen Sie diese Teilnahmekarte vollständig aus.**

Name

Vorname

Firma bzw. Institution

Straße/Hausnummer

PLZ/Ort/Land

E-Mail-Adresse

Ja, Ich möchte Messe Essen NEWS exklusiv beziehen.  
Ich erhalte die Informationen per E-Mail.

Mitarbeiter der Messe Essen GmbH und der Unternehmensgruppe VWA sind ausgeschlossen. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

**Messe Essen GmbH  
„ESSEN AFFAIRS“  
Postfach 100165  
45001 Essen**

**Messe Essen GmbH  
„ESSEN AFFAIRS“  
Postfach 100165  
45001 Essen**

Wir übernehmen  
Ihr Porto