

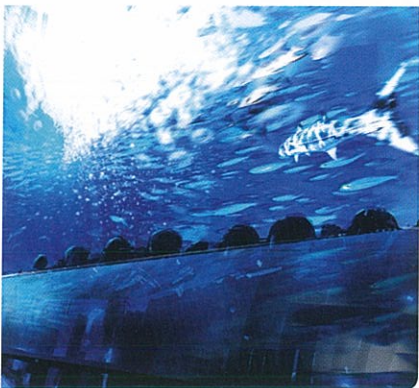
SPEZIAL MESSEN – AUSSTELLUNGEN – MARKENARCHITEKTUR

03_11

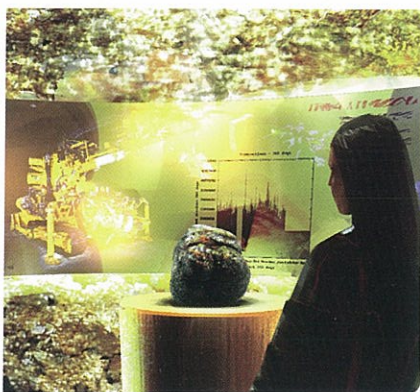


„The Living Ocean and Coast“: Wie sich Deutschland auf der Expo 2012 in Korea multimedial präsentiert

AktivMedia GmbH - Hopfenfeld 5 - 31311 Uetze
Postvertriebsstück, Deutsche Post AG, Entgelt bezahlt
*46557#9999#0311
facts+fiction GmbH
Herrn Bernd Fuchs
Anna-Schneider-Steig 2
50678 Köln



Mainshow für den Deutschen Pavillon in Yeosu (Foto: HMC)



Themenbereich „Schatzkammer“ (Foto: HMC)



Themenbereich „Küsten“ (Foto: HMC)



Dietmar Jähn (Foto: facts+fiction)

DEUTSCHER PAVILLON AUF DER EXPO 2012 IN SÜDKOREA: KÖNIGSKLASSE

Die Hamburg Messe und Congress GmbH (HMC) organisiert die deutsche Beteiligung an der Weltausstellung 2012 in der südkoreanischen Stadt Yeosu. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi), das auf eine lange Erfahrung von Beteiligungen an Weltausstellungen zurückblicken kann, beauftragte die HMC als Durchführungsgesellschaft für den Deutschen Pavillon. Die Expo 2012 widmet sich vom 12. Mai bis 12. August 2012 dem Thema „The Living Ocean and Coast“. Die Veranstalter erwarten bis zu acht Millionen Besucher.

Bernd Aufderheide, Vorsitzender der Geschäftsführung der HMC zeigte sich erfreut über den Zuschlag: „Immerhin handelt es sich dabei um die Königsklasse im Ausstellungsbereich.“ Die HMC konnte sich gegen mehrere Mitbewerber durchsetzen und tritt in Südkorea zum dritten Mal in Folge auf einer Weltausstellung als Durchführungsgesellschaft in Erscheinung.

Die Expo 2012 Yeosu Korea zählt zur Kategorie der vom Bureau International des Expositions anerkannten „kleinen“ Weltausstellungen. Yeosu liegt an der gebirgigen Südküste Koreas und hat rund 320.000 Einwohner. Die 25 Hektar große Ausstellungsfläche des 174 Hektar großen Expo-Geländes befindet sich in der Nähe des Hafens. Der Deutsche Pavillon liegt zusammen mit den anderen Nationenpavillons im so genannten Internationalen Pavillon. Neben dem Ausstellungsbereich umfasst der Deutsche Pavillon auf einer Gesamtfläche von rund 1.700 Quadratmetern auch einen Souvenirshop und ein Restaurant mit „typisch deutschen Speisen“.

Eine Auswahlkommission aus Vertretern von Bundesministerien, Bundesämtern, Forschungseinrichtungen, Verbänden, Ausschüssen und der HMC haben das Konzept zur inhaltlichen Gestaltung des Deutschen Pavillons im Rahmen eines Vergabeverfahrens aus neun Entwürfen ermittelt. Ausgewählt wurde das Konzept der Bietergemeinschaft facts+fiction aus Köln und GTP Architekten aus Düsseldorf. „Mit dem Deutschen Pavillon werden wir eine attraktive und ausgewogene Mischung aus Erlebnis und Information für Fachleute und das allgemeine Publikum bieten“, meint Dietmar Schmitz, Leiter des Referats Messepolitik/Expo-Beteiligungen im BMWi und als Sektionskommissar der oberste Repräsentant des Deutschen Pavillons.

Der Deutsche Pavillon auf der Expo 2012 Yeosu Korea wird in die drei übergeordneten Themenbereiche „Küsten“, „Lebensraum“ (Ökosystem Meer) und „Schatzkammer“ (Ressourcen) untergliedert. In daraus abgeleiteten Themenwelten gehen die Besucher auf eine Entdeckungsreise und werden über interaktive Elemente in das Geschehen einbezogen. Bereits in der Wartzone vor dem Pavillon können sie in einem Quiz ihr Wissen über Deutschland testen. Das soll über Smartphones in Verbindung mit einem großen LED-Screen realisiert werden. Beim Betreten des Pavillons stellt ihnen ein kurzer Film die deutschen Küsten der Nord- und Ostsee und die großen Häfen inklusive der Hamburger HafenCity vor.

Anschließend betreten die Besucher eine Dünenlandschaft mit multimedialen Strandkörben. Hier werden mit Projektionen und Animationen Themen rund um den Bereich „Küsten“ wie umweltfreundliche Schiffe, Strömungsturbinen oder Tsunami-Frühwarnsysteme behandelt. Über eine Lichtschleuse gelangen die Besucher in den Themenbereich „Lebensraum“, wo sie in dem nachgebauten Steuerstand eines Forschungs-U-Boots den Lebensraum Ozean als größtes Ökosystem der Erde erkunden. Vorgestellt werden Aspekte wie Hochseefischerei und die Gefahren der Überfischung, Müll im Meer sowie der Klimawandel und seine Folgen für die Weltmeere.

Hinter einer weiteren Lichtschleuse empfängt die Besucher die aus zwei halbrunden Räumen bestehende „Schatzkammer“, in deren Zentrum eine rund 500 Gramm schwere Manganknolle vom Meeresgrund des Zentralpazifiks als Symbol für den Tiefseebergbau und seine Potenziale steht. Forschungs sonden in Originalgröße zeigen, mit welchen Mitteln die Menschheit derzeit versucht, die Meereswelt zu erkunden.

In Animationen erfahren die Besucher etwas über die zukünftigen Möglichkeiten eines umweltschonenden unterseeischen Abbaus von Erzen, Methanhydraten und anderen Ressourcen. Als Höhepunkt erwartet die Besucher zum Abschluss eine animierte Expedition in einem futuristischen Tiefsee-Mobil. Im Rahmen einer Surround-Projektion in 3D sollen sie dabei das Gefühl bekommen, in einer Glaskugel zu schweben.

FRAGEN AN DIETMAR JÄHN VON FACTS+FICTION: DREIDIMENSIONALER RUNDUMEINDRUCK

messe+marketing: Welche Leistungen erbringen Sie für das Expoprojekt?

Dietmar Jähn: Als Generalunternehmer verantworten wir sowohl die inhaltliche Ausarbeitung als auch die gesamte Umsetzung von Konzept und Aufbau vor Ort. Für die einzelnen Gewerke werden durch zum Teil internationale Ausschreibungen die passenden Partner bestimmt. Die Architektur des Deutschen Pavillons betreut unser Partner GTP aus Düsseldorf.

messe+marketing: Gibt es bereits Erfahrungen mit Expoprojekten bei facts+fiction?

Dietmar Jähn: Durchaus. Wir waren bereits auf der Expo 2000 in Hannover mit einem Projekt sehr erfolgreich und haben damals die Präsentation für den Verband der Chemischen Industrie im Themenpark Mensch entwickelt.

messe+marketing: Besonders spektakulär in der Mainshow soll die Rundumprojektion werden. Können Sie uns dazu etwas sagen?

Dietmar Jähn: Es handelt sich tatsächlich um etwas ganz Besonderes und um mehr als eine 360°-Projektion. Wir setzen dafür rund 100 Projektoren in einer Verbindung mit einer speziellen Synochronisationssoftware ein, deren Entwicklung vom BMWI über Jahre gefördert wurde. Der Betrachter bekommt damit einen dreidimensionalen Rundumeindruck von einer Unterwasserwelt, die sich so in der Zukunft darstellen könnte.

messe+marketing: Reicht die personelle Ausstattung von facts+fiction für ein Projekt dieser Größenordnung aus?

Dietmar Jähn: Wir sind gut aufgestellt, werden uns aber temporär verstärken, wie dies auch bereits zur Ausschreibung geschehen ist. Hierbei handelt es sich in erster Linie um wissenschaftliche Beratung sowie Unterstützung in der interkulturellen Kommunikation.

messe+marketing: Vielen Dank für die Beantwortung unserer Fragen.

INFO: www.expo2012-deutschland.de

IT-SA UNTER NEUER FLAGGE

Seit 2009 findet die it-sa, die IT-Security-Messe, als Gastveranstaltung am Messestandort Nürnberg statt. Ab sofort fungiert die NürnbergMesse als Eigentümer der Ausstellung. „Die it-sa entwickelt sich in Nürnberg außerordentlich gut. Das zeigt mir, dass wir den richtigen Standort für die Messe gewählt haben“, erklärt Peter Hohl, geistiger Vater und Veranstalter der it-sa sowie Geschäftsführer des SecuMedia Verlags. „Die enge Partnerschaft mit der NürnbergMesse hat den Start der it-sa erleichtert und uns zu guten Geschäftsfreunden werden lassen.“

Bernd A. Diederichs, Geschäftsführer der NürnbergMesse, freut sich über die Entscheidung der it-sa-Verantwortlichen. „Das Vertrauen, das uns Peter Hohl, Veronika Laufersweiler und Nina Malchus entgegen bringen, ist ein positives Signal für den Messestandort Nürnberg. Wir haben viele Gemeinsamkeiten in den vergangenen Jahren festgestellt und sie auch gelebt. In dieser Zeit sind wir gute Geschäftsfreunde geworden, die einander respektieren. Wir werden das auch in Zukunft bleiben. Einzig die Besitzverhältnisse haben sich geändert. Die NürnbergMesse ist nun Eigentümer der it-sa.“

Peter Hohl, Veronika Laufersweiler und Nina Malchus bleiben weiterhin an Bord. Gemeinsam werden wir Seite an Seite die it-sa in die nächste Messestufe heben und ihre Rolle als eine der wichtigsten IT-Security-Messen ausbauen und sie weiter internationalisieren.“

INFO: www.it-sa.de

MESSEKAPAZITÄTEN IN DEUTSCHLAND BLEIBEN KONSTANT

Aktuell stehen auf den deutschen Messeplätzen mit überregionaler Bedeutung 2.737.425 Quadratmeter Hallenfläche zur Verfügung, 0,7 Prozent weniger als am 1. Januar 2010. Grund für die geringfügige Reduzierung ist der Abriss einzelner, nicht mehr zeitgemäßer Hallen. Dies ergab eine Befragung des AUMA_Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft Anfang des Jahres 2011 unter seinen Mitgliedern. Bis 2013 sollen die Hallenkapazitäten überregionaler Messeplätze um 20.000 Quadratmeter oder 0,7 Prozent erweitert werden. Bis 2016 werden insgesamt rund 330 Mio. Euro investiert. Neben dem Kapazitätsausbau fließen Investitionen vor allem in die Grundsanierung von Kongresskapazitäten, in Modernisierungen oder Umbau von bestehenden Hallen und in die Verbesserung der Infrastruktur.

Insgesamt wurden im Jahr 2010 rund 60 Mio. Euro in die überregionalen Messeplätze investiert, deutlich weniger als noch ein Jahr zuvor, als 180 Mio. Euro für Erweiterungen und Modernisierungen ausgegeben wurden.

INFO: www.auma.de

VW Messestand, Automobilsalon Genf (CH)

Wir
machen
aus jeder
Klasse
eine Klasse
für sich.



Unser umfassendes Know-how und die Erfahrung aus vielen spektakulären Projekten im Messebau sind die Grundlage für außergewöhnliche Auftritte. Zuverlässig, flexibel, hochwertig und von bleibendem Eindruck.

nussli.com

NUSSLI