



EXPERIENCE & EVENT DESIGN

2023/2024

avedition

Katharina Stein

INHALT
CONTENTS

DER GROSSE (AN-)STURM THE WHIRLWIND RUSH DEMAND <i>Introduction by Katharina Stein</i>	6	CONSUMERS		EMPLOYEES		STUDENT PROJECTS	
„ECHTE“ BEGEGNUNGEN UND ERLEBNISSE "REAL" ENCOUNTERS AND EXPERIENCES <i>Interview with P. Beck (atelier 522); T. Bergmann (insglück); J. Götsch (Jazzunique); S. Krebs (PHOCUS BRAND CONTACT); A. Negri & D. Mayr (zwanzigzwanzig); M. Ziegler (BLACKSPACE)</i>	8	Hendrick's Gin "Neptunia" X OMR 2022 <i>zwanzigzwanzig for William Grant & Sons Deutschland</i>	58	BEYOND DUALITY <i>PHOCUS BRAND CONTACT for PHOCUS BRAND CONTACT</i>	116	VOLAR <i>University of Applied Sciences Kaiserslautern Masterclass Virtual Design for University of Applied Sciences Kaiserslautern Masterclass Virtual Design; Leon Löwentraut</i>	180
		Die Upcycling Bude <i>STAGG&FRIENDS for Henkel</i>	64	Future Customer Journey Convention 2022 <i>Bruce B. for Mercedes-Benz</i>	122		
		Peugeot 408 Unexpected Experience Pop-up Tour 2022 <i>VOSS+FISCHER for Peugeot Deutschland</i>	68	DACHSER GLC & DFC 2022 <i>onliveline for DACHSER</i>	126	[in'stingkt] <i>Celina Hank / Teresa Wimbauer for Technical University of Applied Sciences Würzburg-Schweinfurt, Faculty of Design</i>	186
PUBLIC				LEAD THE BEAT – IT'S IN THE MIX <i>Brand Concepts for Pfizer Deutschland</i>	132		
EATRENALIN – New Dimensions of Dining <i>atelier 522 for EATRENALIN Rust/ Germany</i>	16	FRIENDS		Lufthansa B787 Roll-in Event <i>Eisele Communications for Lufthansa German Airlines</i>	136	DIVERSITÄT BRAUCHT KRAFT UND VERBÜNDETE DIVERSITY REQUIRES STRENGTH AND ALLIES <i>Interview with Katharina Path, Women in Events D.A.CH.</i>	190
Paraplyhuset – House of Wonder <i>Battle Royal Studios for H. C. Andersen Festivals</i>	24	Schnapsideen & Brototypen <i>Kai Janssen / Jörg Sellerbeck for Chris Cuhls Medienproduktionen</i>	74	100 Jahre R+V – anniversary event <i>onliveline for R+V Allgemeine Versicherung</i>	140		
Expo 2020 Dubai – The Swiss Pavilion <i>Expomobilia for Presence Switzerland – Federal Department of Foreign Affairs FDFA</i>	26	Powerbar Sparks – Co-Created Experience / How to Hustle <i>STAGG&FRIENDS for Active Nutrition International</i>	80			IMPRESSUM IMPRINT	192
ENTER SCIENCE – Der Zukunftstalk <i>Kreativ Konzept for Deutsche Forschungsgemeinschaft e. V. (DFG); Bundeskunsthalle / Kunst- und Ausstellungs-halle der Bundesrepublik Deutschland GmbH (KAH)</i>	32	175 Years of Siemens <i>Siemens for Siemens</i>	84	EXPERTS			
Expo 2020 Dubai – The Netherlands Pavilion <i>Expomobilia for Ministerie van Economische Zaken & Klimaat / Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO)</i>	36	PRESS		CAPAROL PowerTour "The Power of Surface" <i>VOSS+FISCHER for CAPAROL</i>	146		<i>In den digitalen Raum mit ayscan: Unter www.ayscan.de herunterladen, den Anweisungen folgen und die mit Symbol versehenen Seiten um Bild, Film und Ton erweitern. Viel Spaß! Enter digital space with ayscan: Download at www.ayscan.de, follow the instructions and scan pages marked with the symbol to enjoy additional photos, films and sounds. Have fun!</i>
100 Jahre R+V – #missionmiteinander <i>onliveline for R+V Allgemeine Versicherung</i>	42	Genesis GV 80 Coupé Reveal <i>BLACKSPACE for Genesis Motor Company</i>	90	Dürr Open House 2021 <i>what when why for Dürr Systems</i>	154		
Ada Lovelace Festival <i>STAGG&FRIENDS for ada Learning</i>	46	#FutureReady: Audi Strategy Journey <i>AUDI AG for AUDI AG</i>	94	Alexion aHUS VR <i>onliveline for Alexion Pharma Germany</i>	158		
Kazakhstan Pavilion Main Show – „Unlimited Space" <i>insglück for Kazakhstan QazExpoCongres</i>	50	PARTNERS		CES 2023 eScooter <i>NXP Semiconductors Germany; SOLIDSENSE for NXP Semiconductors Germany</i>	162		
		eBay Open 2022 <i>insglück for eBay</i>	100	Fendt 700 Vario Launch Event <i>VOK DAMS for AGCO</i>	166		
		imprfct space <i>Jazzunique for Jazzunique</i>	104	Dürr NEXT.assembly Innovation Summit 2022 <i>what when why for Dürr Systems</i>	170		
		Vodafone Sales Kick-offs 22 <i>insglück for Vodafone</i>	110	Start-up BW Summit 2022 <i>pulsmacher for Ministry of Economic Affairs, Labour and Tourism Baden-Württemberg</i>	174		



PUBLIC

EATRENALIN – NEW DIMENSIONS OF DINING

ATELIER 522 GMBH, MARKDORF

Location

New building Restaurant Eatrenalin

Client

EATRENALIN Rust / Germany
GmbH & Co. KG, Rust

Month / Year

Since November 2022

Duration

3 hours

Awards

Leaders Club Award 2022

Dramaturgy

Katja Mack

Direction / Coordination

Oliver Altherr; Thomas Mack

Architecture / Design / Decoration

atelier 522, Markdorf

Graphics

distylerie GmbH, Zurich

Lighting / Media

multi-media systeme AG, Walzbachtal

Films

MACK Animation GmbH & Co. KG, Rust;
atelier 522, Markdorf

Music

Jan Lepold T-REX CLASSICS GmbH;
Hendrik Schwarzer

Construction

MACK Solutions, Rust

Others

MACK Rides GmbH & Co. KG, Rust
(Ride systems)

Photos

atelier 522, Markdorf; EATRENALIN
Rust / Germany GmbH & Co. KG, Rust

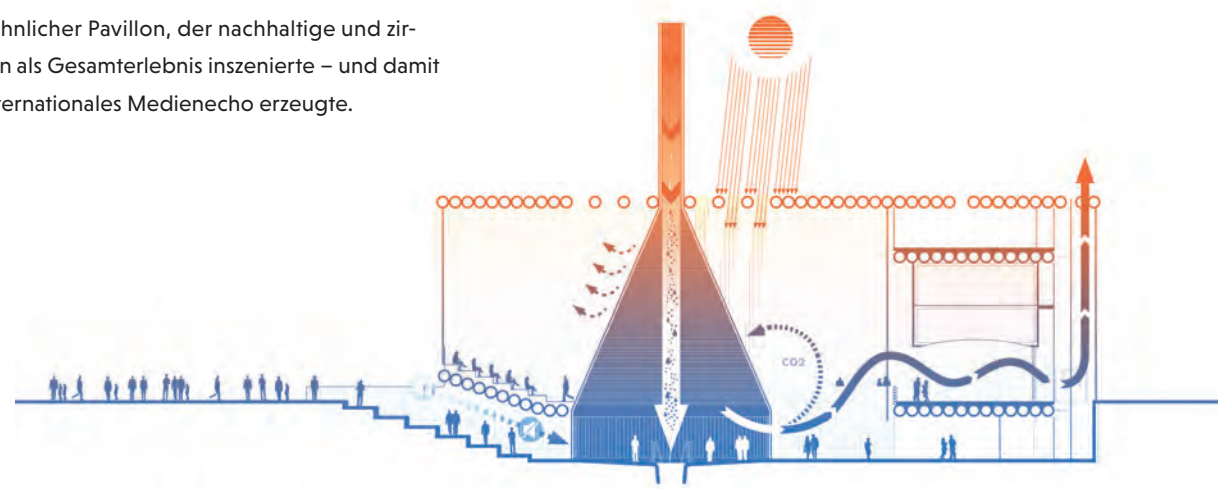




Ein Highlight war die ungewöhnliche und die Gäste einbindende Show. Im zentralen Kegel erhielt jeder Einzelne weiße Regenschirme, die aufgespannt als individuelle Projektionsflächen dienten. Die projizierten Inhalte zeigten und erklärten die technischen Innovationen des Pavillons.

Beim Verlassen des Kegels konnten zum ersten Mal das mit Pflanzen bewachsene Biotop sowie die radikale, zu 100 Prozent den Prinzipien des zirkulären Designs verpflichtete Bauweise wahrgenommen werden: eine sichtbare Struktur aus wiederverwendbaren Spundwänden und Stahlrohren der lokalen Bauindustrie, gänzlich ohne Beton. Das innovative „Sunglacier System“ gewann täglich 800 Liter Wasser aus der Wüstenluft. Transparente Solarpanels lieferten die nötige Energie. Die Ausstattung bestand aus innovativen Materialien wie 300 Quadratmetern Vorhang, 172 Quadratmetern Vordach aus biologisch abbaubarem Biopolymer, 650 Quadratmetern biobasierten Myzelfliesen und zylindrischen Raumelementen aus Rohren. Die Materialien wurden nach dem Abbau 2022 lokal wiederverwendet, recycelt oder kompostiert.

Ein außergewöhnlicher Pavillon, der nachhaltige und zirkuläre Lösungen als Gesamterlebnis inszenierte – und damit ein enormes internationales Medienecho erzeugte.



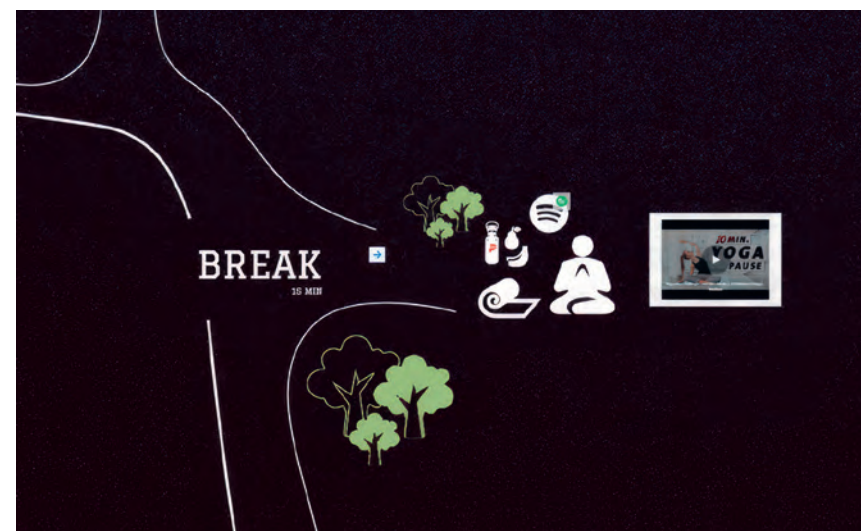
One of the highlights was the unusual show that incorporated the guests. In the central cone, each person received a white umbrella that served as an individual projection surface when opened. The projected content showed and explained the technical innovations of the pavilion

When leaving the cone, one could see for the first time the biotope with its wealth of plants, as well as the radical building method adhering 100 percent to the principles of circular design: a visible structure made of reusable sheet pile walls and steel pipes from the local construction industry, without any use of concrete. The innovative "Sunglacier system" extracted 800 litres of water a day from the desert air. Transparent solar panels provided the necessary energy. The fittings consisted of innovative materials such as 300 square metres of curtain, 172 square metres of projecting roof made of biodegradable biopolymer, 650 square metres of organically based mycelium tiles and cylindrical spatial elements consisting of pipes. The materials were reused locally, recycled or composted after dismantling in 2022.

An exceptional pavilion that staged sustainable and circular solutions as an immersive experience – thereby creating a resounding international media echo.



The co-created experience had its base in the glamping resort HOCHoben Mallnitz. Here, the contents were worked on in challenges, the dinner for all those involved was cooked and the content compiled for social media.



A CO-CREATIVE, PLAYFUL BRAND EVENT AND SPORTS EXPERIENCE FOR INFLUENCERS.

EIN CO-KREATIVES, SPIELERISCHES MARKENEVENT UND SPORTERLEBNIS FÜR INFLUENCER:INNEN.

Für Powerbar, einen Hersteller von Sport Nutrition Food, hat STAGG&FRIENDS bewusst anders gedacht und eine Co-Created Experience entwickelt, bei der die Teilnehmenden ihr Event selbst mitgestalten konnten. Schließlich galt es, Influencer:innen für die Marke zu begeistern und ihre Erfahrungen auf Social Media zu teilen. In diesem Fall sind die Botschafter:innen wohl die besten Konzeptioner, um ihre Zielgruppen zu verstehen und zu erreichen.

Die Co-Created Experience startete im Januar 2022 mit einem digitalen Workshop via Miro. Um Menschen, die normalerweise viel auf den Beinen und an der frischen Luft sind, am Bildschirm zu halten, setzte die Agentur auf spielerische Ansätze mit Interaktion sowie Pausen zum Auspowern und Entspannen.

For Powerbar, a manufacturer of sports nutrition food, STAGG&FRIENDS consciously took a different approach and developed a co-created experience to which the participants in the event could contribute themselves. The aim, after all, was to spark the enthusiasm of influencers for the brand and to share their experiences on social media. In this case, the ambassadors are no doubt the best concept designers for understanding and reaching their target groups.

The co-created experience was launched in January 2022 with a digital workshop via Miro. In order to keep people who are normally out exercising a lot in the fresh air at the screen, the agency emphasised playful approaches with interaction, as well as breaks to wind down and relax.

The central questions responded to the individual requirements of the participants. What concerns them exactly in their everyday lives? What challenges present themselves if one has to juggle a job, sport and family? The results formed the framework for the event, with the aim of addressing the challenges together and building up the necessary resilience in a relaxed atmosphere. The event therefore followed the wish for extreme sports and brought the athletes to their physical limits with water rafting, climbing and co. Activities in nature such as a herb walk introduced an educational aspect. In between, new hobbies were tried out, including hobby horse riding, extreme ironing, tofu throw and an alcohol-free beer mile.

Die zentralen Fragen gingen auf die individuellen Bedürfnisse der Teilnehmer:innen ein. Was genau beschäftigt sie in ihrem Alltag? Was für Herausforderungen entstehen, wenn man Job, Sport und Familie unter einen Hut bringen muss? Die Ergebnisse bildeten die Ansprüche an das Event mit dem Ziel, die Herausforderungen gemeinsam anzugehen und die nötige Resilienz in familiärer Atmosphäre aufzubauen. So folgte die Veranstaltung dem Wunsch nach Extremsportarten und brachte die Athlet:innen mit Water Rafting, Klettern und Co. an ihre körperlichen Grenzen. Lehrreich wurde es bei naturverbundenen Aktivitäten wie einer Kräuterwanderung. Zwischendurch wurden neue Hobbys ausprobiert, darunter Hobby Horse Riding, Extreme Ironing, Tofu Throw und eine alkoholfreie Beer Mile.

Die Co-Created Experience hatte ihre Basis im Glamping-Resort HOCHoben Mallnitz. Dort wurden in Challenges Inhalte erarbeitet, das Dinner für alle Beteiligten selbst gekocht und der Content für Social Media erstellt.





PARTNERS

IMPRFCT SPACE

JAZZUNIQUE GMBH, FRANKFURT/MAIN

Location

Jazzunique GmbH, Frankfurt / Main

Client

Jazzunique GmbH, Frankfurt / Main;
bright! GmbH, Maintal

Month / Year

June 2022 (Launch)

Duration

Ongoing

Direction / Coordination

Jazzunique Shamaine Jones,
Frankfurt / Main

Graphics

Jazzunique Katharina Kraemer,
Frankfurt / Main

Artists / Show acts

Engin Dogan (imprfct space No. 1);
Max Geisler (imprfct space No. 2);
Lisa Tegtmeier (imprfct space No. 3)

Photos

Kristof Lemp, Darmstadt





EIN MIX AUS GALERIE UND LABOR FÜR EXPERIMENTELLE ERLEBNISSE UND INSPIRIERENDE KUNSTPROJEKTE.



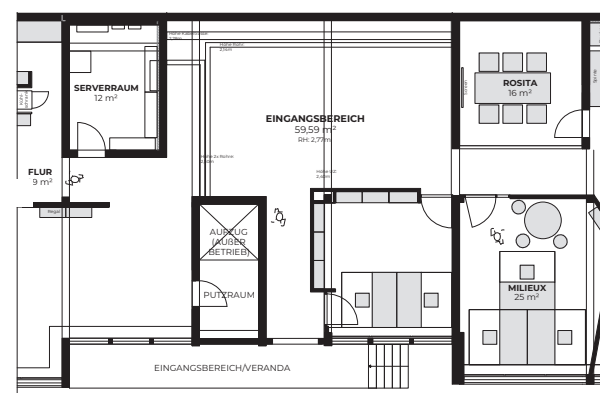
Im ehemaligen Empfangsbereich der Agentur Jazzunique erwartet Mitarbeiter:innen und Besuchende seit Kurzem etwas Neues: eine Mischung aus Kunstgalerie und Labor für Erlebniskommunikation. Unter dem Namen „imprfct space“ ist mitten in den firmeneigenen Räumlichkeiten ein Ort entstanden, der nie fertig ist und sich ständig verändert, der gemeinsam mit wechselnden Künstler:innen Kunst ausstellt und um eine digitale Komponente erweitert.

Der „imprfct space“ soll den Mitarbeitenden die Möglichkeit geben, mit realen und digitalen Erlebnissen zu experimentieren. Er ist eine gezielte Inspiration für spannende Inhalte und neue Kommunikationsmöglichkeiten. Zugleich sollen im Sinne der Agentur die Unternehmenskultur erlebbar und der stetige Austausch mit Künstler:innen, Partner:innen und Freund:innen gefördert werden.

A CROSS BETWEEN A GALLERY AND LABORATORY FOR EXPERIMENTAL EXPERIENCES AND INSPIRING ART PROJECTS.

In recent times, something novel awaits employees and visitors in the former reception area of the agency Jazzunique: a cross between an art gallery and a laboratory for experience communication. Under the name “imprfct space”, a space has been created in the middle of the company premises that is never finished and is constantly changing, which together with alternating artists exhibits art that is extended with a digital component.

The “imprfct space” is intended to give employees the opportunity to experiment with real and digital experiences, providing targeted help for producing interesting content and sparking new communication possibilities. The agency also set out to make the corporate culture experiential, promoting ongoing interaction between artists, partners and friends.



The starting pistol was fired by an exhibition with the urban art artist Engin Dogan. For this project, he not only brought his art from the street into the interior but also extended it by means of a digital aspect. The result is a physical and virtual spatial experience, an augmented reality work of art that could also be purchased as an NFT. In the meantime, two further installations have already been realised with Max Geisler and Lisa Tegtmeier – in each case in cooperation with the partner company bright!.



Den Startschuss setzte eine Ausstellung mit dem Urban-Art-Künstler Engin Dogan. Dieser holte bei diesem Projekt seine Kunst nicht nur von der Straße in den Raum, sondern erweiterte sie auch um eine digitale Ebene. Entstanden ist ein physisches sowie virtuelles Raumerlebnis, ein Augmented-Reality-Kunstwerk, das auch als NFT käuflich war. Inzwischen wurden bereits zwei weitere Installationen mit Max Geisler und Lisa Tegtmeier realisiert – jeweils in Zusammenarbeit mit dem Partnerunternehmen bright!.



PARTNERS

VODAFONE SALES KICK-OFFS 22

INSGLÜCK GESELLSCHAFT FÜR
MARKENINSZENIERUNG MBH, BERLIN

Location

Lichtburg Essen

Client

Vodafone GmbH, Dusseldorf

Month / Year

May 2022

Duration

3 days

Dramaturgy

Frederik Nimmesgern, Berlin / Cologne

Direction / Coordination

insglück Hendrik Thier, Florian
Schneiderhan, Cologne (Overall direction);
Jan Niclas Schatka, Bergheim (Programme
direction)

Architecture / Design

insglück David Tschene, Hamburg

Graphics

insglück Björn Rubnikowicz, Cologne

Lighting

Loud GmbH, Breuna

Media

insglück Alexander Rose, Berlin;
PixelPEC GmbH, Offenbach

Films

insglück Daniel Frerix, Cologne;
PixelPEC GmbH, Offenbach;
GONZALO ARILLA BIELSA, Offenbach

Music

Extreme music, Berlin

Artists / Show acts

music4friends entertainment GmbH,
Wuppertal; René Travnicek, Dusseldorf

Decoration

Expo Seven GmbH, Dusseldorf

Catering

DEINspeisesalon, Cologne

Construction

Loud GmbH, Breuna; Expo Seven GmbH,
Dusseldorf

Others

Loud GmbH, Breuna (Technology);
tough solutions GmbH, Breuna (Digital
streaming platform)

Photos

Holger Talinski, Berlin; Julian Huke, Cologne





EIN DIGITALES EVENT, DAS DIE MITARBEITENDEN EMOTIONAL UND INHALTLICH EINBINDET.

2022 wurde das Vodafone Kick-off-Event zum zweiten Mal aus der Lichtburg Essen gestreamt. Unter dem Motto „Live the new Giga“ lag der Fokus darauf, die zuvor intern eingeführte neue Strategie mit Leben zu füllen. Es galt, die zentrale Rolle der Mitarbeitenden im Unternehmen zu unterstreichen und sie dafür zu begeistern.



In 2022 the Vodafone kick-off event was streamed for the second time from Lichtburg Essen, Germany's largest film palace. Under the motto "Live the new Giga", the focus was on bringing the previously internally introduced new strategy to life. The aim was to underline the central role of employees at the company and to motivate them in this respect.

With this objective in mind, insglück developed the digital event further, translated the triad of the new strategy onto a stage setting and embedded the format into a pre- and post-event campaign. More than 5000 sales employees took part and were able to contribute and interact via the associated digital platform.



Unter dieser Zielsetzung entwickelte insglück das digitale Event weiter, übersetzte den Dreiklang der neuen Strategie in das Bühnensetting und bettete das Format begleitend in eine Pre- und eine Post-Event-Kampagne ein. Mehr als 5.000 Vertriebsmitarbeiter:innen nahmen teil und konnten über die dazugehörige digitale Plattform mitwirken und interagieren.

Verschiedene Bühnenbilder gaben den Rahmen für eine abwechslungsreiche Show, bestehend aus Keynotes, Spielen, Preisverleihungen, Vorträgen und Podiumsdiskussionen. Das Publikum wurde über zahlreiche Mittel der Interaktion aktiv ins Geschehen eingebunden: von Fototools, Q-&-A- oder Voting-Funktionen, Chats, Wordclouds, Liveschalten, Gewinnspielen und Reaktionsmöglichkeiten über individuell gestaltete Emoji-Buttons.



A DIGITAL EVENT THAT INCORPORATES THE EMPLOYEES EMOTIONALLY AND IN TERMS OF CONTENT.

Various scenographies provided the framework for a varied show, consisting of keynotes, games, prize awards, presentations and podium discussions. The public was actively incorporated into the action using a variety of interactive means: from photo tools, Q & A or voting functions, chats, word clouds, live broadcasts, prize draws and reaction options to individually designed emoji buttons.





EMPLOYEES

BEYOND DUALITY

PHOCUS BRAND CONTACT GMBH & CO. KG,
NUREMBERG

Location
PHOCUS BRAND CONTACT, Nuremberg;
hl-studios GmbH, Erlangen; TH Deggendorf

Client
PHOCUS BRAND CONTACT GmbH &
Co. KG, Nuremberg

Month / Year
March – April 2021

Duration
Several weeks

**Dramaturgy / Direction / Coordination /
Architecture / Design / Graphics**
PHOCUS BRAND CONTACT
GmbH & Co. KG, Nuremberg

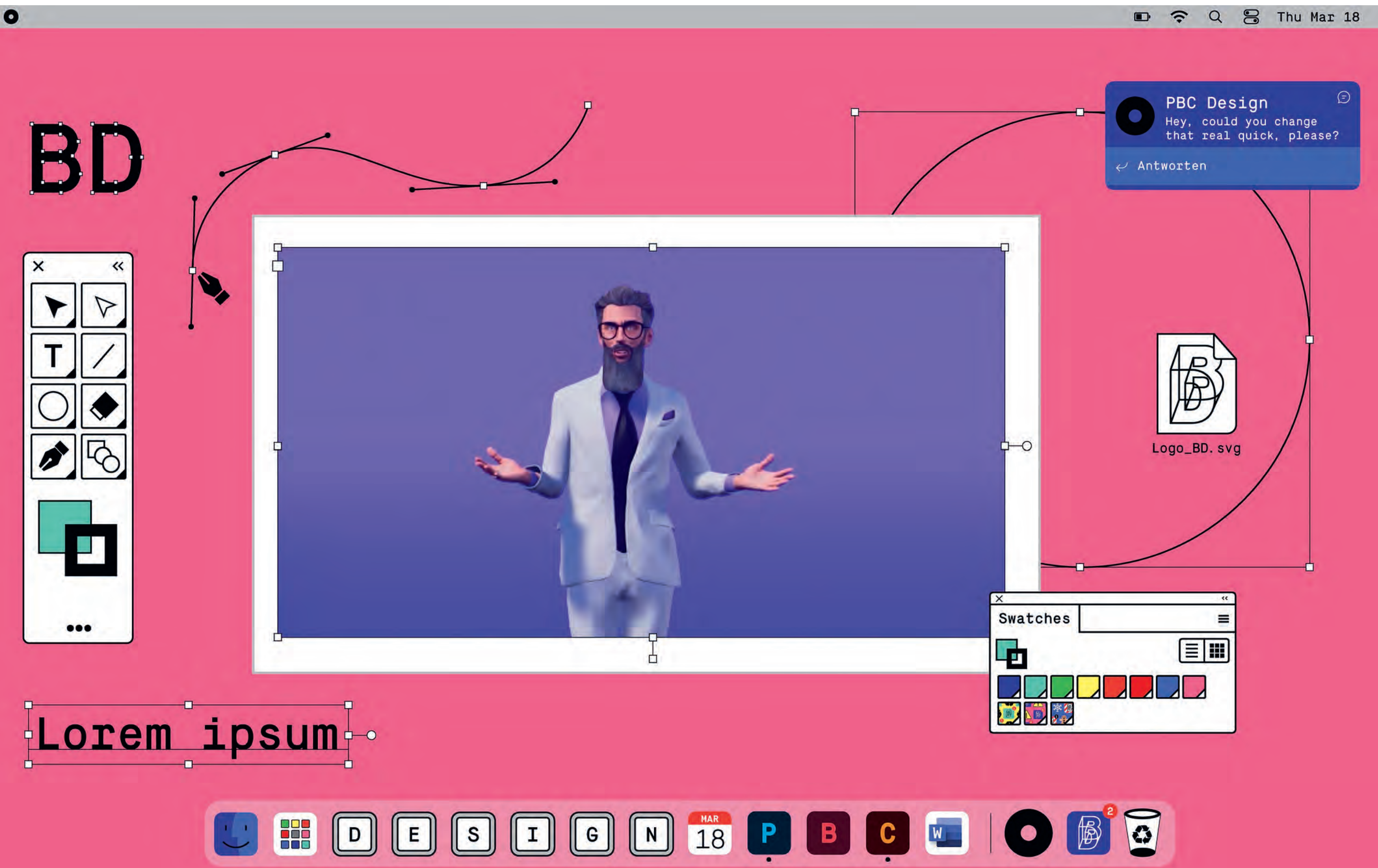
Media
hl-studios GmbH, Erlangen

Films
ART AND NOVA, Amerang

Music
ELECTRIC_PULSE, Bayreuth

Artists / Show acts
Stevie & The Monstabass

Photos
PHOCUS BRAND CONTACT GmbH &
Co. KG, Nuremberg; ART AND NOVA,
Amerang



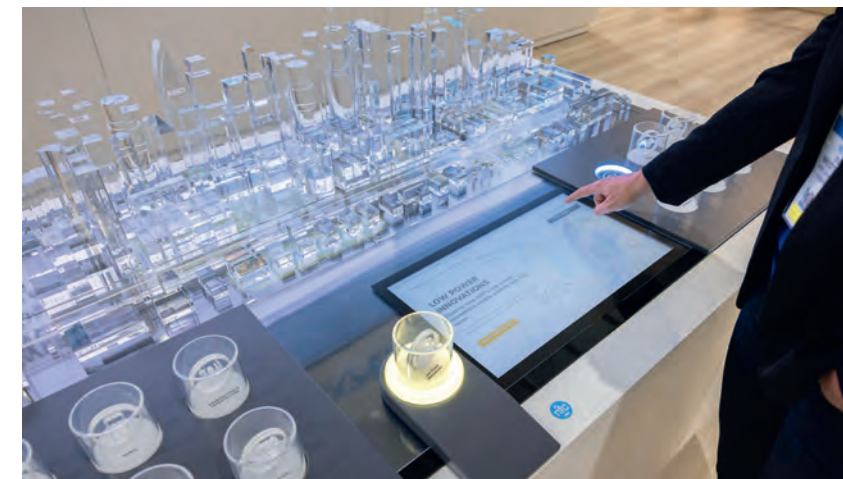


EINE HYBRIDE STEUERUNGSZENTRALE, DIE DEN VIRTUELLEN SHOWROOM MIT DER MESSEPRÄSENZ VERKNÜPFT.

Für die CES 2023 sollte eine konsequente Interaktion zwischen dem virtuellen Content und den Messebesucher:innen entwickelt werden. Physische Objekte sollten mit der virtuellen Welt interagieren und die virtuelle Umgebung die physische Realität beeinflussen. So entstand eine Art Steuerungszentrale, an der Benutzende mittels zwölf individueller Tokens Inhalte der virtuellen Welt abrufen und auf die angeschlossene große LED-Wand bringen konnten. Die Steuerungszentrale bot im Gegenzug ein physisches Abbild der virtuellen „World of NXP“, die im virtuellen Showroom als Landingzone und Keyvisual diente.

Die ausgewählten virtuellen Inhalte wurden im Stadtmodell über ein daruntergelegenes Display animiert und gehighlightet. Auf einem Touchscreen konnte der Benutzende die bestehenden Detailinhalte des Virtual Showrooms durchsuchen und auf der großen LED-Wand anzeigen lassen. Die gesamte Umsetzung der Animationen und Übertragungen erfolgte in Realtime-3D und erlaubte eine nahtlose, visuell ansprechende Interaktion.

Für Live-Veranstaltungen während der Messe wurde ein zusätzlicher Spezialtoken entwickelt. Dieser aktivierte einen HDMI-Eingang an der Steuerungszentrale, sodass Inhalte aus der Videoregie ebenfalls auf die LED-Wand gebracht werden konnten. Mit der Option, auch Live-Meetings über eine Kollaborationssoftware und das System abwickeln zu können, wurde das in allen Facetten durchdachte Hybridkonzept abgerundet und vervollständigt.



For CES 2023, ongoing interaction was to be developed between the virtual content and the exhibition visitors. The aim was for physical objects to interact with the virtual world and for the virtual surroundings to influence the physical reality. A type of control centre was therefore created, where users could access content from the virtual world by means of twelve individual tokens and transfer it to the adjoining big LED wall. In turn, the control centre offered a physical reflection of the virtual "World of NXP", which served as a landing zone and key visual in the virtual showroom.

The selected virtual content was animated and highlighted in the city model through an underlying display. The user could search the available detailed contents of the virtual showroom on a touchscreen and have them displayed on the big LED wall. The whole realisation of the animations and transmissions was in Realtime 3D and enabled a seamless and visually appealing interaction.

An additional special token was developed for live events during the exhibition. It activated an HDMI input in the control centre so that content from the video production could also be transferred to the LED wall. The hybrid concept that was well thought through with all its facets was rounded off and completed by the option to be able to carry out live meetings via a collaboration software and the system.

A HYBRID CONTROL CENTRE THAT LINKS THE VIRTUAL SHOWROOM WITH THE EXHIBITION PRESENCE.

After the semiconductor manufacturer NXP® Semiconductors had invested three years of development and content creation into their Virtual Technology Showroom and converted almost their entire portfolio into a digital experience there, the question arose as to how this experience and content could be transferred to a live format at exhibitions and events.

Nachdem der Halbleiterhersteller NXP® Semiconductors drei Jahre Entwicklung und Content-Kreation in seinen Virtual Technology Showroom investiert und dort weitestgehend das gesamte Portfolio digital erlebbar gemacht hatte, stand nun die Frage im Raum, wie man dieses Erlebnis und den Content live auf Messen und Events transportieren könne.





STUDENT PROJECTS

VOLAR

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES KAISERSLAUTERN
MASTERCLASS VIRTUAL DESIGN



Location

University of Applied Sciences Kaiserslautern
Virtual Experience Lab; Barockmuseum
Salzburg; Gerhardt Braun Gallery, Madrid

Client

University of Applied Sciences Kaiserslautern
Masterclass Virtual Design; Leon Löwentraut,
Kaiserslautern

Month / Year

November 2021 (Launch)

Duration

Ongoing

Awards

Bronze (Spatial Experience) at
CommAwards 2022

Dramaturgy / Architecture / Design / Media

Lukas Speyer; Michel Lörz; Alina Braun;
Melissa Schramm; Junjie Liu (Masterclass
Virtual Design)

Direction / Coordination

Prof. Christian Schmachtenberg;
Prof. Matthias Pfaff; Thomas Beisiegel;
University of Applied Sciences Kaiserslautern

Graphics

Michel Lörz (Masterclass Virtual Design)

Lighting

Lukas Speyer (Masterclass Virtual Design)

Films

Lukas Speyer; Michel Lörz
(Masterclass Virtual Design)

Music

Felix Brunhuber and Florian Fellier –
PARADISE LTD, Vienna

Artists / Show acts

Leon Löwentraut, Kaiserslautern

Construction

Lukas Speyer; Michel Lörz; Alina Braun;
Melissa Schramm (Masterclass Virtual Design)

Others

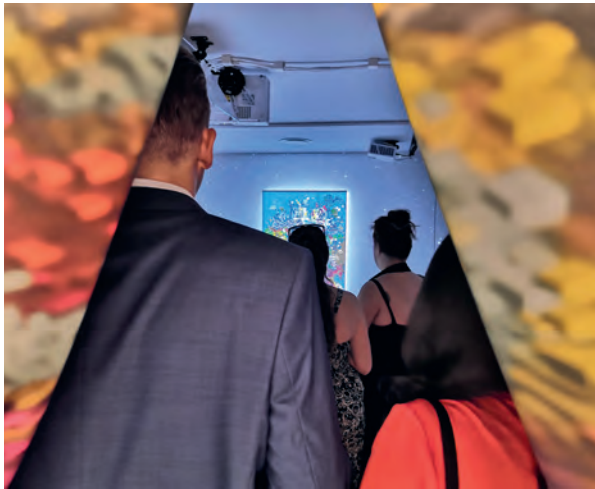
Dr. Martine Hoffman – Gero Research,
Luxemburg (EEG); Jörg Löwentraut (Manage-
ment); Günther Unger, Vienna (EQ Manage-
ment); Gerhardt Braun – Gerhardt Braun
Gallery, Palma de Mallorca (Management)

Photos

Christian Maislinger photography, Salzburg;
Adrian Bedoy, Dusseldorf; Lukas Speyer

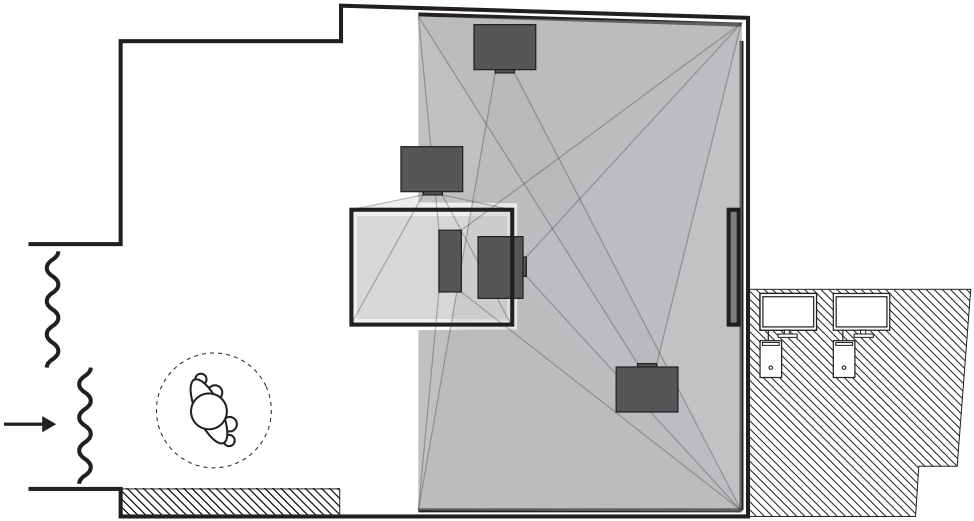
Diverse State-of-the-Art-Techniken kamen zum Einsatz, um das Bild in einer dynamischen Dimension erlebbar zu machen. Zunächst wurden mittels Elektroenzephalografie Leon Löwentrauts Hirnaktivitäten während des Malens aufgezeichnet. So konnte eine Visualisierung gestaltet werden, die den Betrachter:innen Rückschlüsse auf die Farbwahl sowie den Flowzustand ermöglichte.

Various state-of-the-art techniques were used to make it possible to experience the painting in a dynamic dimension. First of all, Leon Löwentraut's brain activity during painting was recorded by means of electroencephalography. This allowed the creation of a visualisation that enabled the viewers to understand the choice of colour and the state of flow.



Das Bild wurde in 3D gescannt und auch ebenso ausgedruckt, um ein Interface zu schaffen, das eine interaktive Spielfläche bildet. Eine 270-Grad-Projektion lässt die Grenzen zwischen real und digital verschwimmen. Damit schuf VOLAR eine neue Verbindung zwischen analoger Kunst und digitalen Inhalten.

The painting was scanned in 3D and also printed to create an interface that formed an interactive surface. A 270-degree projection blurs the boundaries between real and digital. VOLAR thereby forged a new connection between analogue art and digital content.



Die erste „Experience & Event Design“-Ausgabe mit neuem Namen ist geprägt von einem aufwühlenden und aufregenden Jahr. Die Nachfrage nach Events und die Freude über echte Erlebnisse waren enorm. Zugleich machten uns Krieg und wirtschaftliche Folgen große Sorgen. Nach der erzwungenen Ruhe kam der (An-)Sturm.

Entsprechend viele Erlebnisse des letzten Jahres gaben Raum für Austausch, Teilhabe und schufen ein Wir-Gefühl. Andere sprachen den Erlebnisdurst mit außergewöhnlichen, immersiven Angeboten an. Zugleich gehören aber auch digitale Events nun fest zum Repertoire der Branche.

Diese Ausgabe versammelt vielgestaltige Formate, von kleinen, aber feinen Austauschmöglichkeiten über virtuelle Fachtagungen bis hin zu fesselnden Raumerlebnissen. Ein Querschnitt der gegenwärtigen gesellschaftlichen Bedürfnisse, aktuellen Erlebnisformate und schwierigen Rahmenbedingungen.

EVENTDESIGNER **EVENT DESIGNERS**

atelier 522, AUDI AG, Battle Royal Studios, BLACKSPACE, Brand Concepts, Bruce B., Celina Hank / Teresa Wimbauer, CREATORS, Eisele Communications, Expomobilia, insglück, Jazzunique, Kai Janssen / Jörg Sellerbeck, Kreativ Konzept, NXP Semiconductors Germany, onliveline, PHOCUS BRAND CONTACT, pulsmacher, Siemens, SOLIDSENSE, STAGG&FRIENDS, University of Applied Sciences Kaiserslautern Masterclass Virtual Design, VOK DAMS, VOSS+FISCHER, what when why, zwanzigzwanzig.

The first edition of "Experience & Event Design" under a new name has been shaped by a both turbulent and exciting year. The demand for events and the delight about real experiences were huge. At the same time, war and its economic consequences have been a cause of great concern. After the forced calm came the storm.

Many experiences over the last year accordingly provided a forum for communication and participation, creating a 'we' feeling. Others appealed to the yearning for experiences with unusual and immersive events. However, digital events are now also a steadfast part of the repertoire of the industry.

This edition gathers a multitude of formats, from small but accomplished communication platforms to virtual specialist conferences and captivating spatial experiences. The result is a cross section of present-day social requirements, current experience formats and difficult framework conditions.

KUNDEN **CLIENTS**

Active Nutrition International; ada Learning; AGCO; Alexion Pharma Germany; AUDI AG; Bundeskunsthalle / Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland; CAPAROL; Chris Cuhls Medienproduktionen; DACHSER; Deutsche Forschungsgemeinschaft e. V. (DFG); Dürr Systems; EATRENALIN Rust / Germany; eBay; Genesis Motor Company; H. C. Andersen Festivals; Henkel; Jazzunique; Kazakhstan QazExpoCongress; Leon Löwentraut; Lufthansa German Airlines; Mercedes-Benz; Ministerie van Economische Zaken & Klimaat / Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO); Ministry of Economic Affairs, Labour and Tourism Baden-Württemberg; NXP Semiconductors Germany; Peugeot Deutschland; Pfizer Deutschland; PHOCUS BRAND CONTACT; Presence Switzerland – Federal Department of Foreign Affairs FDFA; R+V Allgemeine Versicherung; Siemens; Technical University of Applied Sciences Würzburg-Schweinfurt, Faculty of Design; University of Applied Sciences Kaiserslautern Masterclass Virtual Design; Vodafone; William Grant & Sons Deutschland.

€ 69 (D) / US \$ 94

ISBN 978-3-89986-395-6



INTERACTIVE BOOK:
FREE APP FOR DOWNLOAD

