

IDEENMANUFAKTUR
FORTENBACHER[®]
ERLEBNISWELTEN

Mit uns entsteht es

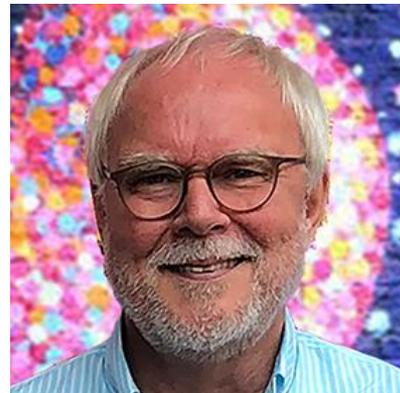
DIE AGENTUR

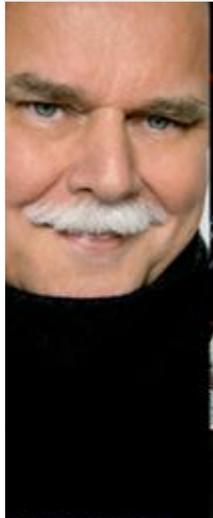
FORTENBACHER ERLEBNISWELTEN, Hamburg, zeichnet sich seit 1990 für eine Reihe Aufsehen erregender Eventproduktionen verantwortlich, u.a. mit Künstlern wie Joe Cocker, The Temptations, Jennifer Rush, Achim Reichel und für Firmen wie Deutsche Bank, Lufthansa, Unilever, Porsche, Systematics, Siemens Nixdorf sowie Konzerte und Ausstellungen in der Musikhalle Hamburg mit dem Philharmonischen Staatsorchester Hamburg unter der Leitung von Ingo Metzmacher.

Birgit und Hardy Fortenbacher sind als „Gatekeeper“ zwischen Agentur und Unternehmen bereits bei der Entwicklung der Veranstaltung zu deren optimaler Anpassung an die Kommunikationsstrategien tätig. Ihr besonderes Interesse gilt der Brückenfunktion zwischen Wirtschaft und Kultur in Hamburg. Eine Funktion, welche Fortenbacher Erlebniswelten seit nunmehr 20 Jahren mit innehält.

Die Veranstaltungen sind konzeptionelle Inszenierungen, in denen zielgenau Botschaften emotional aufladen und transportieren werden. Dabei entsteht Innovatives, Überraschendes und vor allem Berührendes.

Ob nun Wirtschaftskunden einen Imagetransfer von kulturellen Werten zu Unternehmen erreichen oder Persönlichkeiten ein Jubiläum unvergesslich machen wollen – das Team inszeniert dafür die richtigen Erlebniswelten. Für Ihre Marke, Ihre Kunden und Ihre Mitarbeiter oder auch für Ihre privaten Feste. Und das niemals „von der Stange“.





UNSERE ART
Philosophie!



**INSZENIERTE
KOMMUNIKATION**
Für Wirtschaft & Kultur



**ARTIST AT
WORK**
Künstler, Kunst, Kulinarik.



PRIVATE FESTE
Das runde, das schönste,
das letzte Fest.



**EVENTS FOR
STORES**
Aus Kunden werden fans



**DIE
WANDELBAR**
Welcome-Szenario &
Eyecatcher



**DINNER, DRUM
&
DANCE**
Wir bringen Ihr Essen zum
Klingen!



QUINTESSENZ
Das Kulinarium



**MEIN LIEBER
SCHWAN**
Das AlsterSchwan Derby

QUINTESSENZ – DAS KULINARIUM

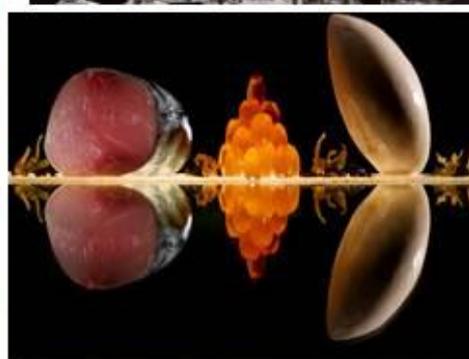
FÜNF SINNE - FÜNF GÄNGE - FÜNF ELEMENTE - EIN ABEND

Der QUINTESSENZ-Ansatz besteht darin, ein ganz neues Erlebnis-Dinner – ohne Show! – zu inszenieren. Neu und außergewöhnlich ist QUINTESSENZ deshalb, weil sich alle Aspekte des Abends vom ersten Moment an und in letzter Konsequenz auf das Essen beziehen. Eigentlich eine Lösung, die so klar auf der Hand liegt. Denn: Im Ess-Erlebnis selbst liegt die eigentliche Magie, das Kraft-Feld der neuen Inszenierung. Das Essen ist der Hauptakteur, um den sich alles abspielt, dem alles zuspiziert und sich alles unterordnet. Statt Bespaßung mit gutem Essen bieten wir ein essentielles Ess-Erlebnis.

Schon im Titel QUINTESSENZ findet sich das Neue, die Essenz, das Wesentliche und das Fundamentale der Veranstaltung: Alles steht im unmittelbaren Sinn- und Sinnen-Zusammenhang zum Essen und Trinken. Das Essen ist tatsächlich der Star des Abends! Von ihm gehen alle Impulse aus, es führt zu unterschiedlichsten Aspekten des Erlebens – Qualität, Nachhaltigkeit, Unterhaltung, Slowfood, Kunst, Authentizität, Regionalität usw.

Wir zielen auf die fünf Sinne, die jeder der Gäste hat. Die machen wir bewusst. Dafür müssen wir sie erst öffnen und dann weit auf machen für ein intensives und gemeinsames Erleben. Mit diesem ehrgeizigen Anspruch treten wir mit unserem Regie- und Künstler-Team an. Wir servieren Überraschungen und neue Sichtweisen. Interaktivität, Special Effects, Realität, Surrealität und gespielte Realität sind die essentiellen Zutaten unserer neuen Erlebnis-Rezeptur.

Wir brauchen keine Show mit Jongleuren, Akrobaten und Comedians auf der Bühne, keine Slapstick- und Aktions-Kellner, keine verbrauchten Klischees aus dem Musical-Genre, kein Rätselraten wie beim Krimi-Dinner, keine Vorleseabende mit klassischem Menü, keinen auswechselbaren Promi-Koch wie im Palazzo oder in Schuhbecks Teatro, kein dekoratives Spiegelzelt oder nostalgisches Varieté. Stattdessen konzentrieren wir uns auf die elementaren Bereiche, die sich alle um das Essen als zentralen Ereignis-Mittelpunkt drehen, die alle darauf hinführen.



DIE WANDELBAR

Seit 2013 verzaubern wir mit der WANDELBAR bei Feierlichkeiten im Premium Segment unsere Kunden. Beim Benefiz Dinner der Hamburger Staatsoper mit auserwählten Gästen aus Politik, Kultur und Wirtschaft, oder bei dem LEA Award in der Frankfurter Festhalle mit 1.500 Entscheidungsträgern aus dem Unterhaltungsbereich, der IMEX Messe in Frankfurt bis hin zum Charity-Gala „Event Prominent“ im Hamburger Grand Elysée – immer war unsere WANDELBAR ein wunderschöner Blickfang.

In Top Hotels wie dem Vier Jahreszeiten, dem Atlantic in Hamburg oder dem Steigenberger in Frankfurt wurde unsere WANDELBAR mit Begeisterung wieder und wieder umrundet und bewundert. Ebenso ging es den internationalen Premiumkunden der LUFTHANSA TECHNIK bei ihrem Jahreskongress.

Die WANDELBAR bereichert jedes schöne Fest, bietet aber genauso bei Business Anlässen wie Messeauftritten ein visuelles Highlight, um Marken auf eine sehr persönliche und emotionale Art zu präsentieren.

Unsere Modelle:

DIE WANDELBAR CLASSIC – Ganz in weiß

DIE WANDELBAR COLOUR – Individuelle Note durch bunte Farbakzente.

DIE WANDELBAR CRYSTAL - Spiegelfaszination.

DIE WANDELBAR BLACK SWAN – Der schwarze Engel.

DIE WANDELBAR BLACK DELUXE – Eine andere Variation.

DIE WANDELBAR ALPENGLÜCK – Fesches Dirndlmädchen.

DIE WANDELBAR MRS. GREEN – Eine Exotische Erscheinung.

DIE WANDELBAR MELODY – Die musikalische Überraschung.

DIE WANDELBAR FROLLEIN EDEKA – Gelb-blauer Charme im ganzen Markt.

DIE WANDELBAR MAGIC – Surprise, Surprise.



STOREEVENTS

Ein Wort vorweg:

Seit über 10 Jahren sind wir für die Edeka NIEMERSZEIN Märkte tätig. NIEMERSZEIN betreibt 8 Märkte in Hamburg, die mit etlichen Auszeichnungen, wie dem „Shop of the Year“ und der besten Obst- und Gemüseabteilung bedacht worden sind. Aufgrund dieser erfolgreichen Zusammenarbeit sind wir in der Folge mit etwa 30 weiteren Märkten ins Geschäft gekommen. All diese Erfahrungen haben uns gezeigt, dass der überwiegende Teil der Einzelhändler sich immer noch im Luftballon Clown, Springburgen-und-Glücksradmodus befindet. Nach der Devise „1000x gedreht und 1000x nichts erlebt“ prägen passive und erlebnisarme Verköstigungen von der Stange den Alltag.

An dieser Stelle setzt STOREEVENTS an und ermöglicht mit seinem erprobten Erlebnis-Know-how, der über die Medien hervorgerufen jungen, frechen und humorvollen Erwartungshaltung auch vor Ort im Markt gerecht zu werden. Das neue Buchungsportal dient darüber hinaus allen Einzelhändlern als zentrale Kommunikationsplattform und stärkt im Bereich der Livekommunikation das Markenbild. Zusammenfassend haben wir den ersten Online Corporate Store Deutschlands ins Leben gerufen – vergleichbar mit Portalen wie „mydays“ oder „Jochen Schweizer“ im Privatbereich. Andere Branchen, wie Hotellerie, Drogeriemärkte etc. werden in Zukunft auch mit STOREEVENTS bereichert.

FORTENBACHER ERLEBNISWELTEN hat mit ihrer über 20 jährigen Erfahrung und Know-how im Bereich der Livekommunikation für alle Marktbetreiber verkaufs - und nachvollziehbare Erlebnisbausteine entwickelt. Jeder Einzelhändler kann auf sehr einfache und übersichtliche Weise den praktischen Mehrwert des neuen Buchungsportals erfassen. Er wird aufgeklärt, kann Workshops besuchen, wird über die Kraft der Social Media informiert, kann eigens für den Einzelhandel entwickelte Corporate Werbemittel ordern oder seine Markt-Dekoration gestalten lassen.

Die Foto - und Videodatenbank regt immer wieder zu neuen Inspirationen an und schafft emotionale und kommunikative Brücken zwischen Kunden, Mitarbeitern und Lieferanten.

STOREEVENTS arbeitet in erster Linie in Richtung Kunden, Lieferanten und Social Media. Darüber hinaus ebenso bei internen Preisvergaben, überregionalen Messen, Mitarbeitermotivationsveranstaltungen u.v.m.

STOREEVENTS fungiert in Zukunft nicht nur als zentrales Buchungsportal, sondern sichert die Qualität der Premiummarke Ihres Unternehmens Im Bereich innovativer Livekommunikation.



MOTIVIERTE MITARBEITER DURCH ZUFRIEDENE KUNDEN

IMMER EINEN BISS VORAUS
KLICKEN SIE SICH DURCH DIE FRISCHEABTEILUNG
DER CORPORATE STOREEVENTS

LOGO - SPLASH BINGO

Das digital-interaktive Spiel-Erlebnis

Eine vielversprechende Möglichkeit ist ganz sicher die Emotionalisierung des Shoppererlebnisses mit Hilfe flexibler Spielsysteme – von schnell und einfach bis hin zu permanent und akademisch anspruchsvoll. Die Umsetzung orientiert sich dabei an zwei wichtigen Elementen: Entertainment und Infotainment - eine funktionierende Kundenbindungs-Spielidee für Einkaufspassagen und Großketten-Unternehmen.

Das Ergebnis: LOGO- BINGO - DAS SOFORT-GEWINNSPIEL. Ein einmaliges „Infotainment- Spiel- und Spaß-Erlebnis“ für Kunden und Partner.

Das in diesem Sinne entwickelte Spielekonzept SPLASH! trägt exakt diesem Kommunikationsziel Rechnung. Mit nahezu unbegrenzter Flexibilität werden die Ansätze auf eines oder mehrere Unternehmen und/oder Produkte fokussiert, ein Spieleprinzip verwendet oder im Einzelfall auch erst „erfunden“. Die gelungene Verknüpfung von Product-Placement, Kundenbindung, Infotainment und intelligenter Comedy.

Die Einsatzmöglichkeiten: LOGO-SPLASH BINGO - DAS SOFORT-GEWINNSPIEL – sind vielfältig, ob als Weihnachts-Bingo, Oster-Bingo, Geburtstags-Bingo, Jubiläums-Bingo oder Neueröffnungs-Bingo. Dieses Promotions-Modul ist einfach und ohne großen Aufwand mit vielen Anlässen kombinierbar.

Vor dem Spielstart können Teilnehmer kostenlose Spielscheine erhalten. Beispielsweise mit einem Mailing, bei jedem Einkauf, durch Abholung am Infostand o. ä., was gleichzeitig eine zusätzliche Bewerbung der Aktion ist und zum Besuch der Veranstaltung veranlasst, selbst wenn ursprünglich diese Absicht möglicherweise nicht bestand.



DIE HAFENENGEL

klangvoll – beflügelnd – berauschend – teuflisch gut

Seit über 20 Jahren gilt Hamburg als die Musical-Hochburg Deutschlands und als das Tor zur Welt.

Doch die Hafenstadt bietet musikalisch weit mehr als man denkt. Vom traditionellen Tüddelband Song, den Gassenhauern „Das ist die Liebe der Matrosen“ über Hans Albers, Freddy Quinn und den Beatles reicht die musikalische Palette bis in die Gegenwart von Fettes Brot (Nordish by Nature), Jan Delay (Auf St. Pauli brennt noch Licht) hin zu Udo Lindbergs berühmten Song (Reeperbahn) und letztendlich den Musicals Cats, Phantom und Mamma Mia im Operettenhaus.

Es gibt viel zu entdecken in der faszinierenden Hafenstadt. Neben den großen Sehenswürdigkeiten sind auch viele kleine Plätze zu entdecken wo sich das echte Leben abspielt. Überall dorthin nehmen die HAFENENGEL die Zuschauer auf eine überraschend informative und lebensfrohe Flugreise mit und geben so manches Geheimnis preis. Jeder Stadtteil hat sein ganz eigenen Flair und Charakter, genau wie unsere vier HAFENENGEL.

Zum Beispiel Carolin Fortenbacher (5 Jahre Hauptdarstellerin Mamma Mia)

Der HAFENENGEL der Extravaganz „LA PALOMA“ (die Taube, das am meisten gesungene, interpretierte und arrangierte Lied weltweit, Welthit, Hans Albers-Freddy Quinn). Der Engel beschützt die Einzigartigkeit und repräsentiert den Stadtteil St. Pauli / bunte Meile, Lichterglanz, Hafen, Weite Welt, Ursprung, Amüsierviertel, Operettenhaus & TIVOLI.

Der HAFENENGEL der Arbeit „JETTE“ (Zitronenjette - ein Stück Hamburger Original, bringt Glück). Beschützt die Arbeiter, Mütter und Familien und repräsentiert die Stadtteile Barmbek, Wilhelmsburg, Hamm, Hafennähe, Altona.

Der HAFENENGEL der Wirtschaft „MARLENE“ (von mare = Meer, die von Gott Erhöhte, DIE DIETRICH). Beschützt Kaufleute, Handel, Markt und repräsentiert die Stadtteile: City, Harvestehude, Blankenese.

DER HAFENENGEL der Inspiration „ALICE“ (die Meerestochter, Meeresnymphe). Beschützt Künstler, Träumer, Jugend und repräsentiert die Stadtteile: Ottensen, Altona, Schanze

Buchen sie unsere **HAFENENGEL SHOW** und spüren sie den musikalischen Herzschlag unserer Stadt von Freddy Quinn bis Fettes Brot.

<https://vimeo.com/181918226>

Passwort: Erlebniswelten



MEIN LIEBER SCHWAN!

Das AlsterSchwan Derby

Die Grundidee

Hamburger Repräsentanten und Prominente aus Politik, Kultur, Sport, Bildung, Medien, Wirtschaft und Entertainment reiten gemeinsam beim **1. Hamburger AlsterSchwan Derby ‚Mein lieber Schwan‘** auf SWAN-RACER spielerisch um die Wette.

Prominente Repräsentanten der verschiedenen Charity- und Stiftungs-Einrichtungen durchfahren in einem fröhlichen Wettstreit einen Derby-Rennstrecken-Parcours.

Die gemeinsame gute Sache

Der Schwan ist für uns mehr als nur ein lebendes Wahrzeichen Hamburgs. Unter diesem lebendigen Symbol setzen sich Hamburger Stiftungen und Charity Organisationen zum ersten Mal gemeinsam für die gute Sache ein.

Das Charity Picknick mit weiß-schwarzem KulturFest

Inspiriert durch das ‚Diner En Blanc‘ in Paris werden als Krönung des Schwanen-Derbys alle Gäste zu einem großen Picknick-in-Weiß-Schwarz gebeten.

Untermalt wird „Mein Lieber Schwan“ mit klassisch/moderner Musik a la ‚Night of the Proms‘, „Hamburg singt“, Stefan Gwildis, einem Hamburger Symphonie Orchester, magischen Walk-Acts wie den DUNDUS, Colored People, dem „Theater Weiß auf Weiß“ und „Spheric Emotion“.

Als Krönung wird das Schwanen-Derby umrahmt von Segelinstallationen des Künstlers J.J.Meyer.

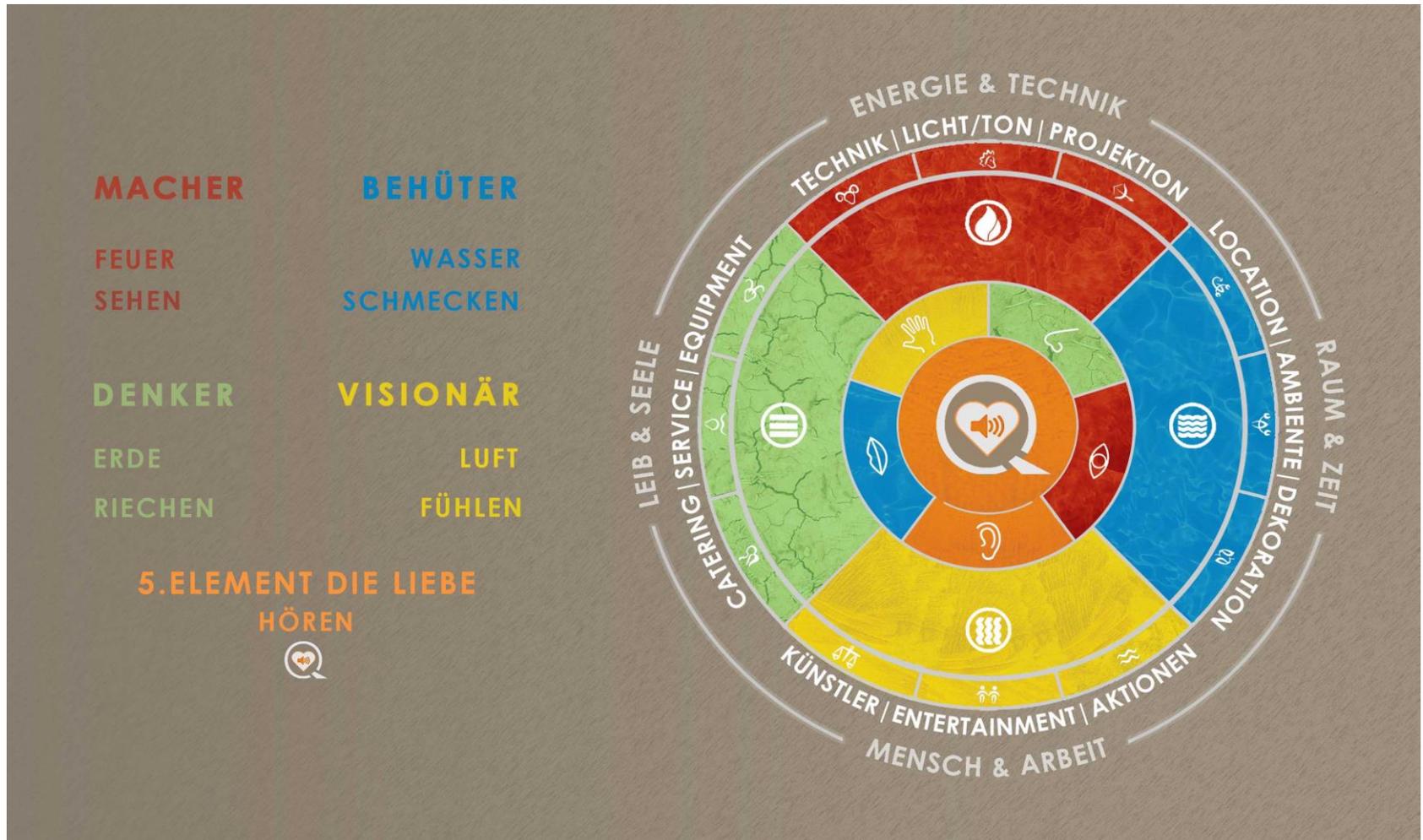


AGENTUR - ORGANIGRAMM



FARBRAUM 5

Die Quintessenz unseres Handelns



REFERENZEN

- **Unilever** u.a. das Land-Art-Projekt **BrunchBrot** und der **Kronleuchter aus Marken** zur Fusion von UNILEVER mit Bestfood
- **Berentzen** „Knackiger Spass im Glas“
- **Diageo - Baileys**, Brasilberg und Champagner-Präsentationen mit der WANDELBAR
- **Coca Cola** Internorga Auftakt für Topkunden mit unserer Hör-und SehBAR
- **Lufthansa Technik**: seit 14 Jahren Gala-Inszenierungen für Topkunden u.a. mit Testfahrt ins All, fliegenden Teppichen und Supermännern, DINNER,DRUM&DANCE u.v.m.
- **Philharmonisches Staatsorchester Hamburg**
Gönnerklang das Charity-Konzert und historische Ausstellung in der Musikhalle Hamburg
- **Deutsche Bank** (Danke VA für Führungskräfte mit Jubelspalier u.v.m.)
- **Cinemaxx-Opening** Hamburg mit interaktivem Cinematrix-Spiel
- **Porschepräsentation** - Die Hör-und Seh-Spiel-Präsentation i. d. Handelskammer Hamburg
- **Tchibo** Black & White Kampagne Einführung mit den WANDELBARS im Cinemaxx
- **STEIGENBERGER HOTEL GROUP** Das Topkunden Gala-Küchen-Fest „Berlin Dark&Light“ 2014
- **DINNER,DRUM&DANCE** – Wir bringen Ihr Essen zum Klingen
- **EDEKA NIEMERSZEIN & EDEKA Nord** - Marktbelebungen seit 2007 & 50 Jahre Jubiläumsaktionen 2015

Sonstige

HANSEVIERTEL | WARBURG BANK | STAATSOPER HAMBURG | HÖRZU | ECE PROJEKTMANAGEMENT | PROVINZIAL | PAPIER UNION | MERCEDES | SIEMENS | COMMERZBANK | HEINRICH BAUER VERLAG | HAUNI MASCHINENBAU AG | LEVER FABERGE | PRICEWATERHOUSECOOPERS | SPARDA-BANK | ACCENTURE | DEUTSCHE BANK | EDEKA | VIER JAHRESZEITEN | ÜBERSEE CLUB | HANSE LOUNGE | BUISNISS CLUB HAMBURG | HOTEL ATLANTIC Kempinski | VERBAND CHEMISCHER INDUSTRIE U.V.M.

Wir stehen für erlebnisreiche Live-Kommunikation

nach der Prämisse:

**Wann haben Sie das letzte Mal,
etwas zum ersten Mal
erlebt?**



Mit uns entsteht es ...

- Wir sind eine Ideenmanufaktur für inszenierte Kommunikation – seit über 20 Jahren im Markt
- Wir schaffen stimmige Erlebniswelten für Marken und Menschen – in Räumen der Wirklichkeit und der Fantasie
- Wir verstehen uns als Emotions-Manager & Spiritus Rector – mit dramaturgisch durchdachten Inszenierungen
- Wir entwerfen maßgeschneiderte Unikate – strategisch, kreativ und interaktiv
- Wir berieseln nicht, wir muten eher etwas zu
- Wir sind Mittler zwischen Wirtschaft und Kultur
- Wir inszenieren begehbare Filme
- Wir verstehen uns in der Kommunikations-Welt als die Quintessenz – das 5. Element

Das Wesentliche – Das Verbindende – Die Liebe

Referenzen

LUFTHANSA TECHNIK | UNILEVER | HANSEVIERTEL | WARBURG BANK | CINEMAXX | STAATSOOPER HAMBURG | CURIO HAUS | ECE | PROVINZIAL | PAPIER UNION | SPARDA-BANK | ACCENTURE | DEUTSCHE BANK | PORSCHE ZENTRUM HAMBURG | PWC | LEVER FARBERGER | MERCEDES BENZ | HÖRZU | STEIGENBERGER HOTEL GROUP | HEINRICH BAUER VERLAG | COCA-COLA | SIEMENS NIXDORF | HASPA | DER BLAUE HUMMER | AU QUAI



Kontakt

FORTENBACHER ERLEBNISWELTEN GmbH

Lohmühlenstraße 1 20099 Hamburg

T (040) 35 72 58-0 F (040) 35 72 58-58

mail@fortenbacher.net

www.fortenbacher.net



Copyright

- © Diese von FORTENBACHER erstellte Ausarbeitung ist ausschließlich für den Auftraggeber bestimmt. Sie bleibt Eigentum der Agentur. Verarbeitung, Verwertung, Vervielfältigung und erwerbsmäßige Verbreitung ist nur mit Einverständnis der Agentur als Urheberin zulässig. Die Ausführung der Entwurfsarbeiten ist allein der Agentur vorbehalten.
Hamburg März 2018