

Enlightening your vision.

Wuppertals Weg von der
Weihnachts-Beleuchtung zur Winter-Illumination

Wuppertal, 27. November 2018

Erlebnis-Marketing-Stadt

Die Inszenierung im
öffentlichen Raum.



Händler.
Gaukler.
Inszenierung.
Historischer Markt in Bremen



Manches bleibt.
Anders verpackt.
Würzburg



„K₂H₂“

Stadt und Handel.
Stets im Wandel.

Stadt!

Große **Bühnen** - Leere **Säle?**



„Grüne Wiese“ statt **Stadt?**



Sofa satt statt Stadt?



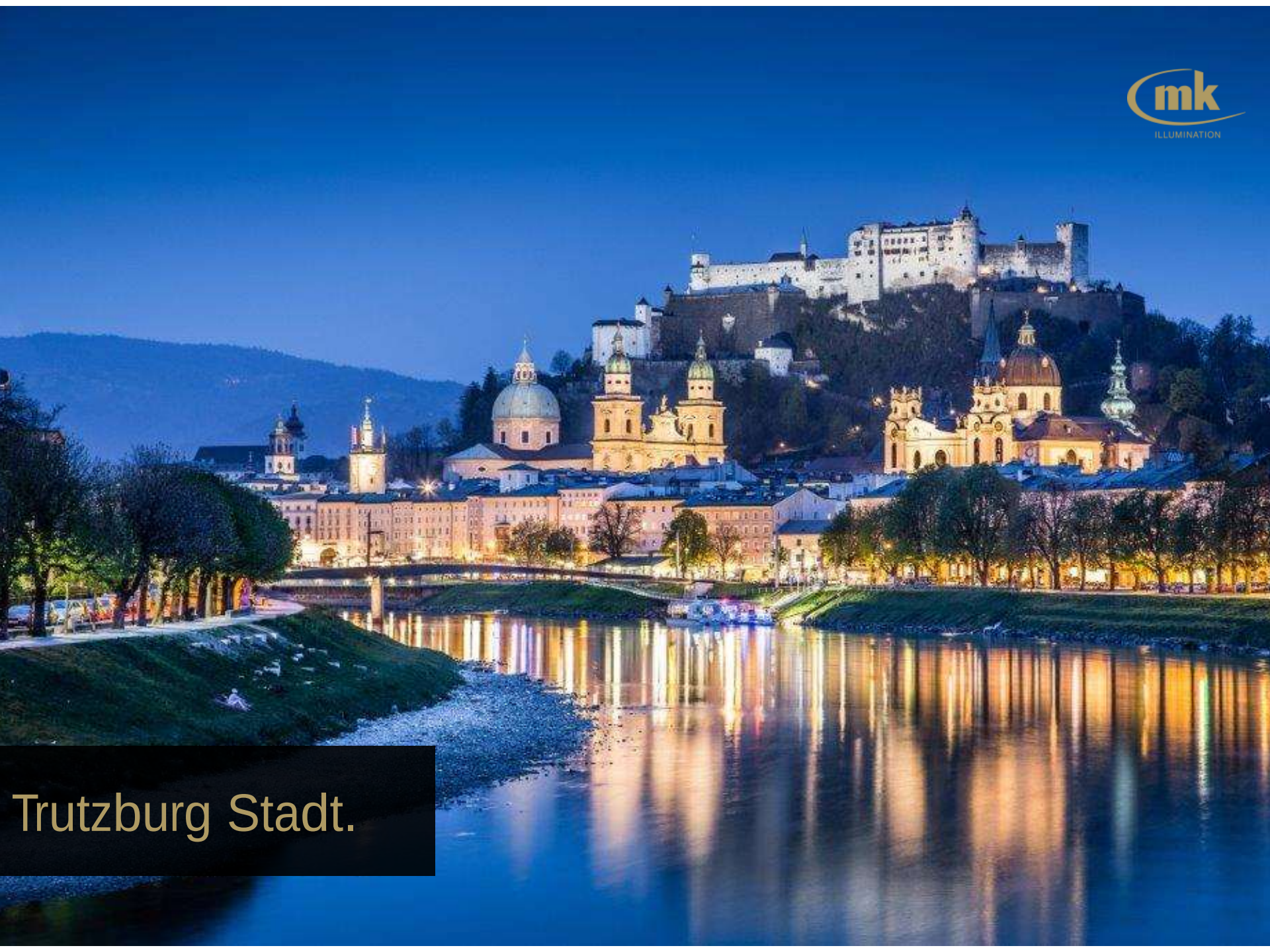
Leerstand.
Der Teufel in Person?
Bremen

Um-Denken.
Neu-Nutzen.
Unperfekthaus Essen



Transformation.
Alte Orte neu entdecken!
Zwickau

Trutzburg Stadt.



Gestaltung im öffentlichen Raum:

„Straßen und Parkplätze sind Orte
der Interaktion und des
gesellschaftlichen Handelns, wo sich
Trends und Veränderungen ablesen
lassen.“





Herausforderung
digitale Moderne.



Chillen in der Stadt.



Lebensort =
Arbeitsort!
Marstall, Ludwigburg

Wer schreibt, der bleibt.

Ludwigburg



Alte Orte
neu erlebbar gestalten.
Unterstadt, Siegen

**Erlebnis öffentlicher Raum.
Der inszenierte Ort.**



Die Stadt ist kein
Museum...



... aber auch kein
Rummelplatz.

Aufmerksamkeit
schaffen.
Historisches Stadtzentrum Rom



Bühne Stadt.

Rummel, Kunst und Erlebnis.

Stadt-Erlebnis und Stadt-Inszenierung.

Umsatz je
Quadratmeter.
Bremen





Erlebnis je
Quadratmeter.



Sehn-Sucht.
Erlebnis-Ort.
Kristallwelten, Wattens



Städte.
Große Bühnen.
Großes Kino.



Platz-Theater.

Kennedyplatz, Essen



Weihnachtsmarkt.



Eisbahn.



Foto: Peter Wieler

Lichtknst.

**Licht lockt Leute! —
Inszenieren statt beleuchten!**

**Das Potenzial außergewöhnlicher
Beleuchtungskonzepte.**



LICHTKUNSTINSTALLATIONEN.
„Baukasten“ Stadtmarketing

Festungsleuchten Ehrenbreitstein



LICHT LOCKT LEUTE.
Kiel



Licht inszeniert!
Afterworkparty.
Gastronomiemeile Opschlag, Kleve

Weihnachtsbeleuchtung war gestern, weihnachtliche Inszenierung ist heute!

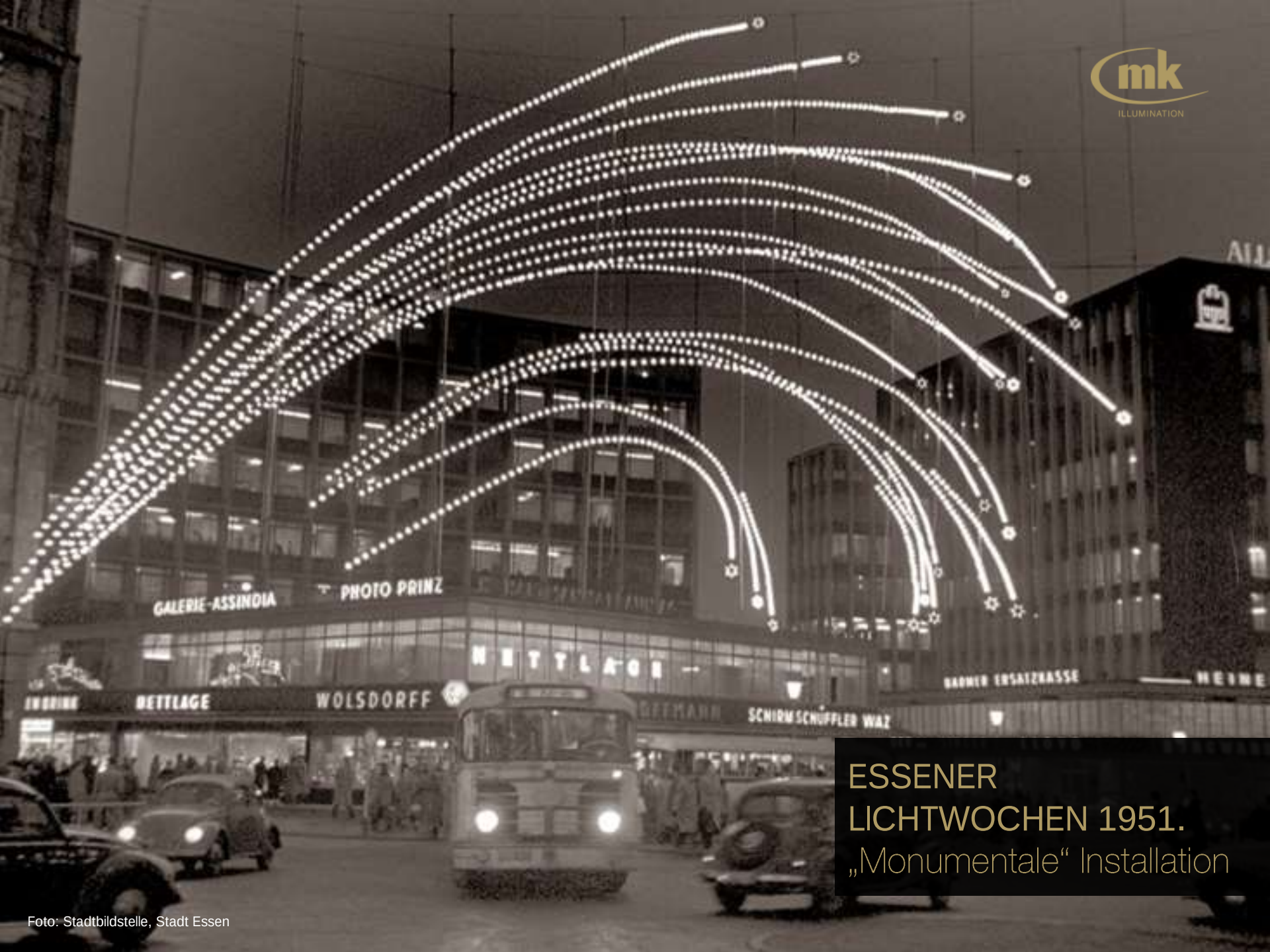
Das Potenzial außergewöhnlicher
Beleuchtungskonzepte für Städte und
Weihnachtsmärkte



WEIHNACHTLICHE INSZENIERUNG.
Instrument im Stadt- und
Tourismusmarketing



LICHT IN DER STADT.
Haben die Deutschen die
Weihnachtsbeleuchtung
erfunden?



ESSENER
LICHTWOCHE 1951.
„Monumentale“ Installation



Zeitgeist und Trends
der Weihnachtsbeleuchtung.
Hannover



Wohlfühlatmosphäre und Lichterzauber
Mainz

Foto: Cityinitiative Bremen

Stadt am Fluss.
Schlachte, Bremen



Freibeuterdorf.
Schlachte, Bremen



Zeitreise.

Gast oder Wirt?



Weihnachts- und
Mittelaltermarkt.
Esslingen



Kulisse und Spektakel.

Welche Faktoren
machen
Lichtinszenierungen
erfolgreich?



STORYTELLING.



LOKALE
VERANKERUNG.
Karlsruhe



Markante WIRKUNG.



Inszenierte Architektur
Abensberg.



Wie GEMALT!
Schloß Wackerbarth.



Weihnachtsmarkt zwischen
Oper und Gewandhaus
Leipzig, Augustusplatz



mk
ILLUMINATION

AHA-EFFEKTE.



STOCKHOLMSJU

FOTOPOINT
Jultomte.

Weihnachtsbeleuchtung. Ein Wirtschaftsfaktor?



Stockholm
SKANDINAVISCHES
WEIHNACHT.



INSPIRATION aus
der NATUR.



Princess Madeleine of Sweden

Seite gefällt dir · 24. Dezember 2014 ·

Wishing everyone a Merry Christmas!

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

Revista HOLA, Rami Aziz, Christophe Choo und 63.737 anderen gefällt das

1.878 mal geteilt

Vorherige Kommentare anzeigen



Salek Zobair hello

Gefällt mir · Antworten · 18. Januar um 15:49



Jordan Keita Verry nice

Gefällt mir · Antworten · 21. Januar um 12:32



Gaby Majdalany thank you princess madeleine of my dear Sweden god bless you

Gefällt mir · Antworten · 1 · 25. Januar um 22:57



Schreibe einen Kommentar ...

Stockholm.

- Nutzung lokaler Besonderheiten
- 40% der Besucher kommen wegen der Beleuchtung
- 11% Belegungssteigerung
- Mehr Umsatz im Handel

Historische Kulisse. Schuhhof, Goslar



Großes Kino.
Goslar Weihnachtswald.



A large assortment of various cookies is displayed on a white surface. The cookies include star-shaped ones with white icing, flower-shaped ones with jam centers and white icing, round ones with yellow icing patterns, and long, thin ones with chocolate coating. The text 'Auf die MISCHUNG kommt es an.' is overlaid on a dark semi-transparent box in the bottom right corner.

Auf die MISCHUNG
kommt es an.



Rollen Sie den Kunden den
ROTEN TEPPICH aus.



Karl-Heinz König

Leiter Business Development DE

t: +43 (0) 512 20 24 30

m: +49 (0) 170 917 95 29

e: k.koenig@mk-illumination.com

MK Illumination Handels GmbH, Leiter Business Development Deutschland seit 2013
Handelsverband Ruhr, Mitglied der Geschäftsführung 1995 bis 2001
EMG – Essen Marketing GmbH, Geschäftsführer 1999 bis 2012

Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit.



MK Illumination Handels GmbH · Trientlgasse 70, A-6020 Innsbruck
Tel. +43/512/20 24 30 · Fax +43/512/20 24 33
info@mk-illumination.com · www.mk-illumination.com