



#### DAUER AUSSTELLUNG IN DER FIRMIENZENTRALE DER KARSTADTQUELLE AG

Die Neuausrichtung der KarstadtQuelle AG als internationaler Warenhaus-, Tourismus- und Versandhandelskonzern hat nicht nur das Konzerngeschäft, sondern auch die Firmenzentrale verändert. Vom Leitsystem im Außen- und Innenbereich über den Haupteingang bis zur Vorstandsetage wurden auf 3.000 qm sämtliche Publikumszonen dem Corporate Design entsprechend neu gestaltet und kommunikativ aufgeladen.

Markenwelt von KarstadtQuelle [Foto: Triad]

Kernstück der architektonischen Neugestaltung ist ein gläsernes Kommunikationsband, das sich vom Foyer über alle Stockwerke bis zur Vorstandsetage erstreckt und sinnbildlich für eine transparente und offene Kommunikationskultur steht. Das Kommunikationsband ist gleichzeitig die Plattform für eine interaktive Markenausstellung, die Geschichte, Identität, Kompetenzen, Standorte, Produkte und Leistungen von KarstadtQuelle zum Erlebnis macht. Zahlreiche Exponate und mediale Inszenierungen eröffnen Mitarbeitern und Besuchern einen ebenso informativen wie unterhaltsamen Einblick in die faszinierende Welt des Konzerns. Highlight der Markenausstellung ist das multimediale Marken-Schaufenster, das die vier zentralen Aspekte des neu ausgerichteten Konzerns inszeniert: Kompetenzen, Menschen, Visionen und Netzwerke.

Realisiert wurde das Projekt von Triad Berlin. 1994 von Lutz Engelke und Volker Klingenburg gegründet, gehört Triad heute zu Deutschlands führenden Kommunikations- und Designagenturen. Dahinter steht ein 100-köpfiges interdisziplinäres Team von Architekten, Designern, Szenographen, Marketing-, Event- und Medienspezialisten, das in den vergangenen Jahren preisgekrönte Themen- und Markenwelten, Messeauftritte und Events entwickelt hat.

— INFO: [www.triad.de](http://www.triad.de)

#### PLAYSTATION-LAUNCH AUF DEM HAUSBOOT

Bereits in den drei Monaten vor dem Verkaufsstart im März 2007 konnten Insider und Medienvertreter einen Blick auf die neue PlayStation-Generation werfen. Dafür stand mit PS3 Brandspace ein futuristisches Designer-Hausboot zur Verfügung – verankert im City Sporthafen Hamburg. Umweht vom maritimen Flair von Elbe und Hamburger Hafen präsentierte Sony Computer Entertainment Deutschland im ungewöhnlichen Ambiente des 225 Quadratmeter großen Floating Homes die Vielfalt der PlayStation 3 inklusive verschiedener neuer Softwaretitel.

PS3 Brandspace war Kernstück der PR Aktivitäten zum Launch und wurde federführend von der Agentur harvard public relations in Zusammenarbeit mit Sony Computer Entertainment Deutschland realisiert. Auf dem Hausboot fanden in den drei Monaten unter anderem rund 250 Einzelpräsentationen für Journalisten sowie 22 Events wie eine „Champions League Party“, das „Genji Entwickler-Treffen“, die „Oscar Film Night“, das Konzert „Deichkind im BrandSpace“ sowie ein Blogger-Treffen statt.

— INFO: [www.ps3-brandspace.de](http://www.ps3-brandspace.de)