

# Elefantenjahr dank China

Die Expo-erfahrenen Szenografen von **Triad** sind auch zur Weltausstellung 2010 in Shanghai gefragt



DHL Innovation Center in Troisdorf: Die Botschaft der Deutschen Post World Net transportiert Triad per Wanderausstellung durch China

*Der Berliner Dienstleister ist als einziger Vertreter aus Deutschland an einem chinesischen Themenpavillon beteiligt. Geschäftsbereich Interactive Exponate startet als eigene Unit.*

Zum Jahresanfang 2008 kann Lutz Engelke weit über das vor ihm liegende Geschäftsjahr hinausblicken. Der Chef von Triad Berlin hat insbesondere 2010 und die dann in Shanghai stattfindende Weltausstellung auf der Agenda. Mit ihrem Konzept für den Expo-Pavillon „Urban Planet“ hat die Agentur, die zur eigenen Spezifizierung die Untertitel Markenarchitektur, Erlebniskommunikation, Themenwelten und Strategie trägt, beim Bureau of Shanghai World Expo Coordination gepunktet. Weltweit hatten mehr als 150 Agenturen Interesse angemeldet.

Als einziger deutscher und einer von drei europäischen Dienstleistern konnte sich Triad im Wettbewerb um einen der fünf chinesischen Themenpavillons durchsetzen. Auf rund 12000 Quadratmetern steht das Expo-Motto „Better City Better Life“ im Mittelpunkt. Thematisch befasst sich Triads Urban Planet mit den gewaltigen Problemen der Megametropolen und der Frage, wie lebenswerte Städte in Zukunft zu gestalten sind.

„Die Expo 2010 wird ein Prüfstein für Chinas internationale Anschlussfähigkeit im Hinblick auf nachhaltige und ökologische Stadtentwicklung“, sagt Engelke, der einst in Berlin und in den USA Literatur, Psychologie und Film studiert hat. Noch im Januar treffen er und Triad-Kollegen

mit der Expo-Leitung in Shanghai zusammen, um konkret die Realisierung und die Formen der Zusammenarbeit mit chinesischen Partnern zu besprechen.

Das Büro in Shanghai, das seit verganginem April die chinesischen Geschäftsbeziehungen unterstützt, hat Triad Anfang des Jahres um ein zweites chinesisches Standbein in Peking ergänzt. Zeitgleich startet das Joint Venture mit der Pekinger Betreiber-Gesellschaft des historischen Worker's Stadium, dem aktuellen Fußball-Olympiastadion in Peking.

Für ihren Kunden Deutsche Post World Net ist Triad bereits seit Oktober 2007 mit dem DHL Partner Pavillon in China unterwegs. Die von der Initiative Deutschland – Land der Ideen angestoßene Wanderausstellung „Deutschland und China – Gemeinsam in Bewegung“ startete in Nanjing und macht in fünf weiteren Metropolen Station. Pro Einsatzort werden etwa 45000 Besuchern die An-

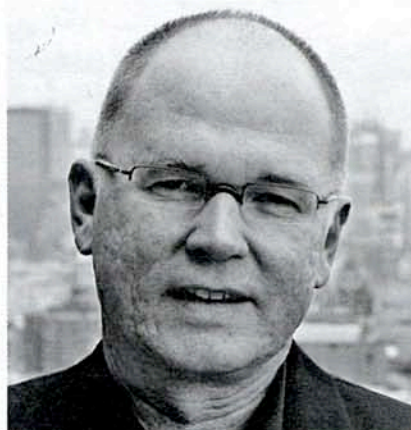
gebote und Lösungen präsentiert, mit denen DHL die weltweiten Bemühungen um eine nachhaltige Entwicklung der Urbanität unterstützt. Zum Finale kommt die Tour 2010 passend zur Expo in Shanghai an, womit sich für Triad der Kreis zum jüngsten Auftrag aus China schließt.

Die Präsenz von Triad in Shanghai und Peking soll nicht nur den Aktivitäten um die Expo und die Olympischen Spiele in diesem Sommer dienen. „Wir wollen in China mit unserem ganzen Kompetenzfeld auftreten“, verweist Engelke etwa auf die Felder Event, Marken- und Themeninszenierungen. „Hier hat das Land einen Riesenbedarf bei allgemein fehlendem Know-how.“ Beim Thema China denkt er nicht in Einbahnstraßen. Er hat längst registriert, dass dortige Unternehmen umgekehrt auch Interesse an Unterstützung beim Einstieg in die europäischen Märkte haben. Dabei könnte auch der wachsende Geschäftsbereich „interaktive

Exponate“ eine Rolle spielen. Seit Anfang des Jahres gibt es dafür bei Triad eine eigene Unit, die von Claudia Schleyer geführt wird. „Media-Installationen sind bei uns nichts Neues und praktisch Bestandteil aller Projekte“, erklärt Engelke. Mit der sichtbaren Installation im Agentur-Portfolio soll vor allem das entstehende Know-how in Zukunft systematischer genutzt werden. „Man lernt bei jedem Projekt. Das ist nicht nur eine Frage der Technik, sondern auch des Erzählens“, spricht der Agenturchef die pädagogische Komponente bei den typischen Aufgaben von Triad an. „Es geht um das Wiederverwenden des Unsichtbaren“, macht er die Grenzen des Recyclings deutlich: „Das Sichtbare ist immer einzigartig.“

Die jüngste Triad-Unit ist wie diejenige für Markenarchitektur, Events sowie Ausstellungen und Themenwelten interdisziplinär zusammengesetzt. Insgesamt sind zurzeit etwa 85 Mitarbeiter an Bord, darunter Spezialisten aus den Bereichen Konzeption, Didaktik, Architektur, Produktdesign, Medientechnik und Softwareentwicklung. Bei einem Stamm von etwa 50 festen Mitarbeitern agiere man „wie eine Ziehharmonika“ verbildlicht Engelke die Schwankungen, die einzelne Großprojekte auch bei den Jahresumsätzen mit sich bringen. An kontinuierliches Wachstum in seiner Branche glaubt er nicht. „Millionenschwere Elefantenprojekte pushen das Geschäft im einen Jahr und bescheren im nächsten einen Umsatz einbruch“, begründet er seine kommunikative Zurückhaltung in diesem Punkt. So viel dürfte feststehen: 2010 könnte dank China und Expo für Triad ein „Elefantenjahr“ werden.

INGE SICHAU



Von Literatur, Psychologie und Film zur Markeninszenierung: Triad-Chef Lutz Engelke

## Agenturprofil

- Name und Adresse: Triad Berlin Projektgesellschaft, Marburger Straße 3D, 10789 Berlin, Telefon 030/236078-0, Fax –381, www.triad.de
- Gründung: 1994
- Gesellschafter: Lutz Engelke und Volker Klingenburg
- Standorte: Berlin, Shanghai, Peking  
Führungsteam: Lutz Engelke (Konzept und Kommunikation), Volker Klingenburg (Finanzen, Personal und Produktion)
- Mitarbeiter: 85
- Kunden/Projekte: Expo 2010 Bertelsmann Plante M, Zürich Versicherung, BMW Group, Karstadt, „Süddeutsche Zeitung“ und andere