

Datum 29. Oktober 2000

Auch für Unternehmen hat sich die EXPO 2000 gelohnt

## Wirtschaftspartner sind rundum zufrieden

Kurz vor Ende der Weltausstellung ziehen die Wirtschaftspartner der EXPO 2000 eine positive Bilanz: Allein die Welt- und Produktpartner haben mehr als 1,3 Milliarden Mark für ihre Auftritte und Pavillons und damit verbundene Werbemaßnahmen investiert. Insgesamt wird die EXPO 2000 von mehr als 140 Wirtschaftspartnern finanziell und inhaltlich unterstützt. 12 Weltpartner und 14 Produktpartner haben sich teilweise schon vor mehr als vier Jahren für ein Engagement bei der EXPO 2000 entschieden.

Die Pavillons der Partner haben sich zu wahren Publikumsmagneten entwickelt: Vom ersten Tag an hatte der „Planet m“ der Bertelsmann Industrie AG eine Auslastung von 100 Prozent. Prominente gaben sich dort bei einer Vielzahl von Veranstaltungen die Ehre. Zu den Lieblingen der Besucher zählt auch die „Cycle Bowl“ des Dualen Systems Deutschland mit einem echten Wirbelsturm. „Unser Entsorgungsmanagement ist von dem internationalen Publikum der Weltausstellung insgesamt gut angenommen worden“, erläutert H. Wolfram Brück, Vorstandsvorsitzender des DSD, anlässlich der Feier zum 10-jährigen Bestehen des Dualen Systems Deutschland auf der EXPO 2000.

Beliebtester Treffpunkt an der „Exponale“ ist der T-Digit der Deutschen Telekom AG. Besonders während der Fußball-Europameisterschaft und der Olympischen Spiele war der weltgrößte TV-Bildschirm Sammelpunkt aller sportbegeisterten EXPO-Besucher. Das Team-Telekom mit Jan Ullrich und Erik Zabel erlebte hier nach der Tour de France zudem einen triumphalen Empfang. Der Pavillon der Deutschen Post AG – der größte

Briefkasten der Welt – zieht bereits seit seiner Eröffnung im Dezember 1999 Besucherscharen von mehr als 1,3 Millionen an.

Viele Wirtschaftspartner waren maßgeblich am erfolgreichen und reibungslosen Ablauf der EXPO 2000 beteiligt, wie zum Beispiel die Sparkassen-Finanzgruppe bei der Betreibung der Kassen und die Allianz bei den Versicherungsleistungen. Die Deutsche Telekom AG stellt der EXPO 2000 die Infrastruktur der Telefonnetze zur Verfügung, die Siemens AG das Besucherinformationssystem und die Baan Deutschland GmbH die betriebswirtschaftliche Software. Die Stadtwerke Hannover AG liefern den Strom, die Sony Deutschland GmbH die Broadcasting-Technik, die Volkswagen AG den Autopark und die Autovermietung, und das Duale System Deutschland sorgt für die Abfallbeseitigung während Yahoo! federführend für die Bereiche Internet Search und Online Auktionen zuständig ist.

Coop, McDonald's, Coca-Cola und Langnese sowie die Konzessionäre der Gastronomie sorgen für das leibliche Wohl der Besucher, und etwa 70 Lizenznehmer sind für die Vielzahl an Souvenirartikeln rund um die EXPO 2000 verantwortlich. In den Hallen 2 und 3 haben einige Wirtschaftspartner ihre Visionen zur Zukunft erlebbar gemacht: Bosch mit Verkehrstelematik, Sennheiser mit interaktiven Klangerlebnissen, Adecco mit einem internationalen Job-Markt, die Sparkassen-Finanzgruppe mit der „Future Factory“ oder die Stadtwerke, die zum Entspannen mit positiver Energie einladen. In Halle 13 präsentiert sich die Deutsche Bahn AG als Official Carrier und Lufthansa als Official Airline der EXPO 2000. Die Bahn stellt die größte Streckennetztafel der Welt vor und eröffnete zur EXPO 2000 den Messebahnhof Laatzen. Die Deutsche Lufthansa AG macht die Faszination des Fliegens erlebbar und lässt die Besucher auf „Wolke 7“ entschweben.

Das Zukunftslaboratorium LAB.01. der DaimlerChrysler AG kommt nicht nur bei Jugendlichen gut an. „Wir wollten mit dem Projekt LAB.01 nicht vordergründig für DaimlerChrysler werben, sondern für und mit Technologien faszinieren“, erklärt DaimlerChrysler-Vorstandsmitglied Dr. Klaus Mangold. „Der enorme Besucherandrang hat uns gezeigt, dass dieses Konzept angekommen ist.“

In direkter Nachbarschaft zum von IBM geförderten „Planet of Visions“ präsentiert sich das Siemens Mediaversum mit einem beeindruckenden Einblick in die Medienwelt und regt mit einer schauspielerischen Interpretation des Themas Zukunftskommunikation zum Nachdenken an.

An Partnertagen gewann die EXPO 2000 noch mehr durch partnereigene Beiträge. So inszenierte die Preussag AG ein poetisches Börsenspektakel, die Siemens AG beeindruckte durch eine eigene Parade, und bei der Deutschen Post AG endete die von ihr unterstützte Weltumradlungstour „Bike-the-Future“ mit dem ExtremradSPORTler und EXPO-Sonderbotschafter Hubert Schwarz. Am „Tag der Gewerkschaften“ vibrierte das Gelände an allen Ecken und Enden. Die Medienpartner ARD und ZDF strahlten während der EXPO 2000 viele Großereignisse aus. Vom NDR gibt es ein tägliches EXPO-Magazin, und Medienpartner ZDF berichtet unter anderem in der Sendung „drehscheibe Deutschland“ über das Geschehen auf der Weltausstellung. Darüber hinaus überträgt der Mainzer Sender TV-Höhepunkte wie die Eröffnungsgala oder auch „Wetten, dass...?“ mit Thomas Gottschalk und vielen Stars live vom Gelände.

Datum 29. Oktober 2000 / Seite 4

Für Rückfragen steht Ihnen zur Verfügung:

EXPO 2000 Hannover GmbH  
Pressestelle  
Telefon +49 (0) 5 11 / 84 04 – 888  
Fax +49 (0) 5 11 / 84 04 – 999

Alle Pressemitteilungen der EXPO 2000 Hannover GmbH finden Sie auf unserer  
Home Page im Internet unter  
<http://www.expo2000.de/pressekit>