

tet unseren Gesprächspartnern zusätzlichen Kontakt-Mehrwert zweier Premium-Dienstleister“, kommentiert Frank Gropp, Vice President Sales Lufthansa Party Service die Kooperation. Der neue Partner Top-Alliance bietet seit mehr als 15 Jahren weltweit komplette Limousinen- und Chauffeur-Logistik inklusive Luxus-Bussen, Vans und Charterflügen mit Vorfeld-Handling an. Komplettes Flotten-Management sowie die Abwicklung durch erfahrenes Transport-Logistik-Personal rundet das Leistungsspektrum von Top-Alliance ab. Das Unternehmen bezeichnet sich selbst als einen der führenden Anbieter bei der Nutzung modernster Technologien: Im International Headquarter in Kriftel stehe ein Flottenmanagement-Center mit Verkehrsüberwachung und Informationen über Flugverspätungen, GPS-Fahrzeug-Überwachung und PTT-Kommunikationssystemen zur Verfügung, so Top-Alliance. Die modernen Online-Buchungstools erleichtern die Transfer-Planung bei Veranstaltungen: Teilnehmer können sich ihre Transfers auf speziell gestalteten Internet-Plattformen selbst buchen und eigenständig per Kreditkarte bezahlen – je nach Veranstaltungskonzept. Top-Alliance unterhält bundesweit Niederlassungen und ist in vielen Ländern der Welt mit eigenen oder Partner-Büros vertreten. Weitere Informationen unter: [www.lps.de](http://www.lps.de) und [www.top-alliance.de](http://www.top-alliance.de).

**Top Alliance Buelter GmbH, Kriftel**

## Dufte Ausstellung

Unter dem Motto „Sehen, hören, riechen und fühlen“ ließ die Beiersdorf AG die Besucher ihrer interaktiven Erlebnisausstellung in der Axel-Springer-Passage in Hamburg Haut- und Schönheitspflege mit allen Sinnen entdecken. Anlass für diesen Event war das 125. Firmenjubiläum des Konzerns.



Elf unterschiedliche Modulinseln thematisierten Schönheit, Körperpflege und Sinneswahrnehmung. Die interaktive Aufbereitung beliebter Themen wie Sonnenschutz, Anti-Aging oder Luxus-Kosmetik beschränkte den Besuchern dabei ein ganzheitliches Erlebnis, das alle Sinne ansprach. Die Themeninsel „Wirkung von Deodorants“ lockte gar mit sechs Duftstationen, an denen Interessierte unterschiedliche Deodorant-Düfte erschnüffeln konnten; Über das so genannte Point-of-Scent-System der auf Duft-Marketing spezialisierten Firma Magic Box aus Neuss wurden nacheinander dezente Trockenduftstöße der verschiedenen Duftnoten aus-

gelassen. „Ein olfaktorisches Erlebnis, das die Sinne umhüllte und einen ganzheitlichen Eindruck dieses bislang wenig beachteten Themas vermittelte“, kommentierte Magic Box die Installation für die Beiersdorf AG.

**Magic Box e.K. Special Events, Neuss**

## Domset organisiert Vertriebsausflug für DHL

Mit einem erlebnisreichen Incentive-Wochenendebelohnte DHL Express Deutschland im April dieses Jahres in Berlin sein bestes Vertriebsteam: 19 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der DHL Express Regensburg kamen dabei unter anderem in den Genuss eines Rundflugs mit einer alten Antonov und einer Fahrt in einem Offroad-



Parcours. Konzipiert und realisiert wurde das Incentive von der auch in Berlin vertretenen Kölner Event-Agentur Domset, die in der Vergangenheit bereits mehrfach für DHL Express tätig war. Den Schlusspunkt des Incentive-Wochenendes bildete ein Koch-Workshop in einem Berliner Bio-Supermarkt, bei dem die Vertriebsmitarbeiter in Gruppen aufgeteilt ein mehrgängiges Menü zubereiteten. Dabei wurde der Teambuilding-Gedanke gefördert, indem die Koch-Teams so zusammengestellt wurden, dass sich auch Mitarbeiter, die im Tagesgeschäft nicht täglich miteinander in Kontakt stehen, ungezwungen kennenlernen konnten.

**Domset GbR eventagentur | incentives, Köln**

## Phantasialand baut zweites Hotel

Das Phantasialand in Brühl investiert 16,5 Millionen Euro in den Bau eines zweiten Hotels, das im Sommer 2008 eröffnet werden soll. Das Drei-Sterne-Plus-Hotel „Matamba“ wird an den im letzten Jahr eröffneten