

Profil Barbara Hölschen

Seit fast 20 Jahren plane, entwickle und realisiere ich einzigartige Erlebnisräume - von Museen und Ausstellungen über Unternehmensmuseen und Wirtschaftsarchive bis hin zu Markenwelten und touristischen Destinationen. Begonnen hat alles mit kleinen Ausstellungen und Besucherprogrammen, es folgten eigenständige Konzeptionen in Museen und Unternehmen. Mit der Arbeit an den Schnittstellen von Wirtschaft und Kultur - von Pfizer über Nestlé bis adidas - begann meine Faszination für die Startphase und dem damit begleitenden Zauber und der Vorfriede für alles Neue, Schöne und Berührende.

Jahrgang 1975

2015 Gründung von Startphase, Wiesbaden

Arbeitsschwerpunkte

Strategische Planung von Erlebniswelten und Markenwelten in der Startphase, Markenpositionierung, emotional touchpoint marketing - für glückliche Kunden und ihren Erfolg, Beratung zu Projekten rund um Kommunikation im Raum, Raumerlebnissen und -atmosphären, Empathiewelten und Shopkonzepten, Planung von touristischen Destinationen und Ressorts weltweit.

Kompetenzen

Teamführung, Beziehungskompetent führen, Emotionale Intelligenz, Teamentwicklung, Moderation von Strategieworkshops, Meetings und neuen Kreativkonzepten, Bloggerin

Ausbildung zur Trainerin für Emotionale Intelligenz (WA Pfalz)

Studienabschlüsse

Zertifikat Bundesakademie für kulturelle Bildung e.V., Wolfenbüttel (Museumskommunikation)

M.A. Albert-Ludwigs-Universität Freiburg (Archäologie, Anthropologie)

Berufserfahrung

Seit 2015 als Beraterin, Moderatorin und Trainerin tätig

2008-2014 Aufbau und Führung der Abteilung History Management bei der adidas AG, Herzogenaurach (u.a. Museum, Archiv, Kommunikation und Marketing)

6 Jahre freiberufliche Konzepterin mit Museumsprojekten bei nationalen und internationalen Unternehmen (u.a. koziol, Faber-Castell, Mahle, Schott)

Ausgewählte Publikationen

2016

Interview in der aktuellen Ausgabe der EVENT PARTNER:

<http://www.event-partner.de/business/markenwelt-oder-showroom-erfolgreich-gestalten/>

2013

Die größte Sportschuhsammlung der Welt geht an den Start.

In: Archiv und Wirtschaft 2/2013, 74-81.

Drei Streifen für die Ewigkeit. Gemeinsam mit Susen Friedrich.

In: Arbeitskreis Museum und Bibliothek News 1/2013, 25-29.

Ins Herz der Marke. Der Weg zu einem ungewöhnlichen Ausstellungsprojekt.

Gemeinsam mit Tomke Hahn und Felix Hansen,

In: Jons Messedat, Corporate Museums, Ludwigsburg (avedition 2013), 94-99.

2006

Was können wir von Unternehmensmuseen lernen? Oder: Einige Gedanken zur Positionierung von Museen, in: Thomas Hengartner/Johannes Moser (Hg.): Grenzen & Differenzen. Zur Macht kultureller Grenzziehungen, Leipzig 2006, S. 615-623.

Ausgewählte Vorträge und Workshops

Seit 2015 als Beraterin, Moderatorin und Trainerin tätig

2008-2014 Aufbau und Führung der Abteilung History Management bei der adidas AG, Herzogenaurach (u.a. Museum, Archiv, Kommunikation und Marketing)

6 Jahre freiberufliche Konzepterin mit Museumsprojekten bei nationalen und internationalen Unternehmen (u.a. koziol, Faber-Castell, Mahle, Schott)

Ausgewählte Publikationen

2016

Interview in der aktuellen Ausgabe der EVENT PARTNER:

<http://www.event-partner.de/business/markenwelt-oder-showroom-erfolgreich-gestalten/>

2013

Die größte Sportschuhsammlung der Welt geht an den Start.

In: Archiv und Wirtschaft 2/2013, 74-81.

Drei Streifen für die Ewigkeit. Gemeinsam mit Susen Friedrich.

In: Arbeitskreis Museum und Bibliothek News 1/2013, 25-29.

Ins Herz der Marke. Der Weg zu einem ungewöhnlichen Ausstellungsprojekt.

Gemeinsam mit Tomke Hahn und Felix Hansen,

In: Jons Messedat, Corporate Museums, Ludwigsburg (avedition 2013), 94-99.

2006

Was können wir von Unternehmensmuseen lernen? Oder: Einige Gedanken zur Positionierung von Museen, in: Thomas Hengartner/Johannes Moser (Hg.): Grenzen & Differenzen. Zur Macht kultureller Grenzziehungen, Leipzig 2006, S. 615-623.

Ausgewählte Vorträge und Workshops

2017

"Irgendwie soll es schick aussehen, Geld einspielen, und etwas fürs Image wäre auch nicht schlecht" Eine interaktive Fragereise durch Unternehmensmuseen und Markenwelten am 31. Januar in Köln (Vortrag)

ADC Seminar zu Kommunikation im Raum in Stuttgart am 19. und 20. Januar 2017: Projektplanung einzigartiger Raumwelten - rational und emotional

2016

Na, was gibt's Neues? - Ein Rundblick über aktuelle Projekte, Tendenz und Beobachtungen. Vortrag bei 14. Tagung des Netzwerk der Unternehmensmuseum vom 16. bis 18. November 2016 bei der BASF in Ludwigshafen

Impulsvortrag beim Erlebnisabend: Es wird einmal - Planst Du noch oder fühlst Du schon? 6. September 2016 in Wiesbaden

„Und tschüss ...". Verabschiedung von der Fach- und Sachlichkeit hin zu einer bewegenden Kommunikation. Workshop bei der Jahrestagung des Bundesverbandes freiberuflicher Kulturwissenschaftler (BfK) e.V. 16.-17. April 2016 in Leipzig

ADC Seminar zu Kommunikation im Raum in Berlin am 3. und 4. März 2016: Projektplanung einzigartiger Raumwelten

2015

Moderation bei der ExpoCase Köln (November 2016) im Rahmen der Exponatec zum Thema Identitäten, gemeinsam mit Felix Hansen, simple Köln

2014

Wer berühren will, muss Nähe schaffen. Emotional Touchpoint Marketing - mit dem Herzen der Kunden. Treffen Social Business Women am 14. Sept. 2014 in Wiesbaden

History Management und der Aufbau des Firmenarchivs - ein Blick hinter die Kulissen. 3. Treffen des Netzwerks Deutscher Fußballmuseen und Vereinsarchive am 14. Mai 2014 in Herzogenaurach

History Management bei der adidas AG - ein Überblick, Friedrich-Schiller Universität Jena am 16. Jan. 2014 in Jena

2013

History Management bei der adidas AG - ein Überblick. 11. Tagung Network Corporate Museums am 25. Nov. 2013 in Herzogenaurach

2012

Das virtuelle adidas Archiv. Treffen Netzwerk Ausstellen und Präsentieren am 1. Dez. 2012 in Potsdam

Sport und adidas - untrennbar miteinander verbunden. 9. Sitzung des Arbeitskreises "Kleinere und Mittlere Unternehmen" zum Thema "Sport" am 26. Okt. 2012 in Frankfurt

"Mein Ziel war es schon immer, eines Tages den Papst mit drei Streifen zu sehen. Die Chancen waren noch nie so gut." Das adidas Archiv auf der Schnittstelle von Kultur und Wirtschaft. Tagung der AG Sammlungsmanagement der Fachgruppe Dokumentation des Deutschen Museumsbundes am 2. Okt. 2012 in Nürnberg

Ready, steady, go ...die größte Sportschuhsammlung geht an den Start. Und warum sammeln Unternehmen? Museumsverband Baden-Württemberg, Volontärstagung am 18. Juni 2012 in Reutlingen

2011

Auf die Plätze, fertig los...adidas und seine Geschichte. Verband der Wirtschaftsarchivare, Fachgruppe History Marketing am 20. Okt. 2011 in München

Ready, steady, go...the biggest sport shoe collection on the road to the public. TMS-conference on 14th of June 2011 in London

2010

Unternehmensmuseen aus kulturwissenschaftlicher Sicht. Arbeitskreis für kritische Unternehmens- und Industriegeschichte e.V.; Lehrstuhl für Wirtschafts- und Sozialgeschichte der Johann Wolfgang Goethe-Universität

Barbara Hölschen

Startphase - strategische Planung von Räumen, Erlebnissen und Projekten

Robert-Krekel-Anlage 3

65203 Wiesbaden

hoelschen@startphase.org

T. 0049.(0)611-13703031

WWW.STARTPHASE.ORG

(Stand 03.2017)