

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 Präsentationen, 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 solcher einzigartigen Projekte und dem damit verbundenen Zauber und die Freude über alles Neue, Schöne und Berührende.

Jahrgang 1975, lebt in Wiesbaden

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 Resorts weltweit, ebenso wie Konzepte für Neues Arbeiten.

Kompetenzen

Aus über 10 Jahren Führungskraft in Großunternehmen sind mit Teamführung, beziehungs kompetente Führung, Emotionale Intelligenz, Teamentwicklung, Achtsamkeit und Wertschätzende Kommunikation wichtig.

Ausbildung zur Trainerin für Emotionale Intelligenz (WA Pfalz) (2015)

Englisch fließend in Wort und Schrift (C1 Level achieved as per Common European Assessment Framework) (2015)

MBSR- Ausbildung (mindfulness-based stress reduction) (2018)

Design-Thinking-Lehrgang: Kreativmethoden und ihre Anwendung (u.a. design thinking, freie & strukturierte Assoziation, 6-3-5 Methode) (2017)

Berufserfahrung

Seit 2015 als Beraterin, Moderatorin und Kommunikationsexpertin tätig.

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

2002 - 2008 freiberufliche Konzepterin mit Museumsprojekten bei nationalen und internationalen Unternehmen (u.a. koziol, Faber-Castell, Mahle, Schott und Pfizer).

Publikationen, Vorträge und Workshops (Auswahl)

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.

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? Vortrag am 6. September 2016 in Wiesbaden.

2014

Wer berühren will, muss Nähe schaffen. Emotional Touchpoint Marketing – mit dem Herzen der Kunden. Treffen Social Business Women am 14. September 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. Vortrag an der Friedrich-Schiller Universität Jena am 16. Januar 2014 in Jena.

2013

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

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.

2012

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

Sport und adidas – untrennbar miteinander verbunden. 9. Sitzung des Arbeitskreises “Kleinere und Mittlere Unternehmen” zum Thema “Sport” am 26. Oktober 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. Oktober 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. Oktober 2011 in München.

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

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.