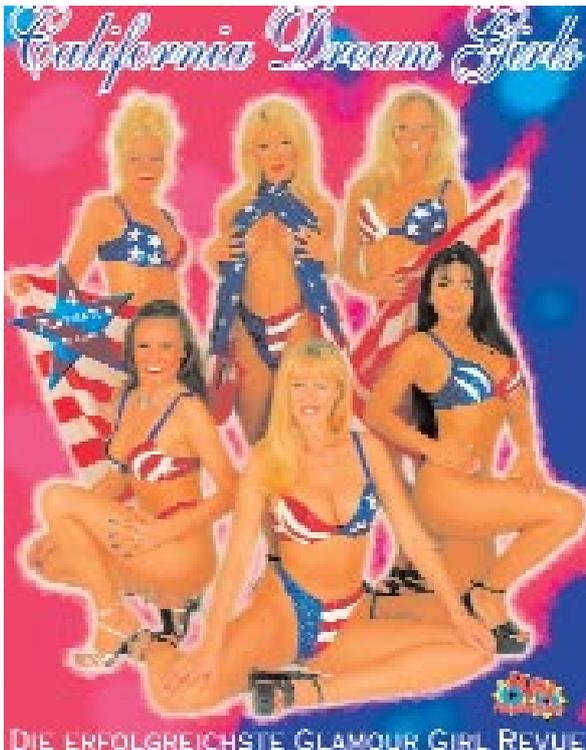


Binnen weniger Jahre konnte Lothar Bornhofen seine Agentur Fun Production als international agierende Eventagentur positionieren. Am 8. September wird jetzt das zehnjährige Jubiläum gefeiert. Ein Rückblick.

Ideen ohne Ende

Mehr als 25.000 Veranstaltungen sollen es gewesen sein, die Fun Production in den vergangenen zehn Jahren absolviert hat. Das Unternehmen aus Dachsenhausen im Taunus arbeitet mit drei Festangestellten und einem Pool aus 60 Aushilfen. Im rund 600 qm großen Lagerkomplex stehen über 300 verschiedene Eventtools griffbereit zur Verfügung. Allein 90 komplette Partykonzepte sind auf Abruf umsetzbar.

Dabei musste Lothar Bornhofen im wahrsten Sinne des Wortes zunächst kleinere Brötchen backen. Als 15-Jähriger begann er eine Bäckerlehre, die er auch erfolgreich abschloss. Doch seine Leidenschaft galt der Musik. Schon als 12-Jähriger hatte er bei Schulpartys die Turntables bedient, später in der Tanzschule sogar den dortigen Discjockey übertrumpft. Erstmals griff Lothar Bornhofen damals auch zum Mikrofon und moderierte. Ein Naturtalent. Die Routine holte er sich im Lahnsteiner „Galaxy“. Es folgte während des Wehrdienstes ein Einsatz beim Bundeswehrsender in Andernach, wo er für die Soldaten im Ausland Sportreportagen anfertigte.



Der erfolgreiche Anfang: Von null auf hundert startete die Agentur vor zehn Jahren mit den German Dream Girls.



Ein Jahrzehnt Fun Production: Lothar Bornhofen (l.) mit Geschäftspartner Alexander Proff

Als aufstrebender Showmoderator tourte Lothar Bornhofen danach durch Deutschlands Discotheken. Damals arbeitete er für Peter Kaden und Norbert Doetsch von New Way. Als diese sich trennten, begann auch für ihn eine neue Ära. Er gründete gemeinsam mit seinem Geschäftspartner Alexander Proff die Agentur Fun Production. Starthilfe gab Agenturprofi Hans Zimmer vom SZ-Veranstaltungsservice, der Bornhofen die Rechte für die California Dream Girls und Boys übertrug. Die Erfolgsstory konnten beginnen.

Inzwischen zeigt sich Fun Production erstaunlich breit aufgestellt. „Wir beliefern Kunden, die eine Veranstaltung planen, mit Ideen“, erklärt Lothar Bornhofen. Neben Disco-Events im deutschsprachigen Raum und Benelux, nach Kundenwunsch produzierbaren Aktionsmodulen für Veranstaltungen aller Art, dem Versand von Party-Accessoires und dem Event-Highlight „Fliegende Flammenwünsche“, bei dem mit individuellen Wünschen beschreibbare Papierballons in den nächtlichen Himmel entschweben sowie einer umfassenden Künstler-, Artisten- und DJ-Vermittlung besitzt das Unternehmen die exklusiven Rechte am Gewinnspielkonzept „Dosenglück“. Dabei werden mit jeweils einem Los gefüllte Dosen fest verschlossen an die Besucher einer Location oder Veranstaltung ausgegeben. Zu einem zuvor festgelegten Termin müssen die Gäste ihre Dose wieder mitbringen, die dann erst unter Aufsicht geöffnet werden darf. „Janssens Tanzpalast“ in Cuxhaven-Lüdingworth hat die Zugkraft des geheimnisvollen Konzepts selbst erlebt.

Starke Gästebindung: Das „Dosenglück“-Konzept erzeugt eine erstaunlich hohe Rücklaufquote.



3000 Dosen waren ausgegeben worden, an Heiligabend wurden 2500 zurück in die Discothek getragen. „Die Rücklaufquote liegt bei 70 bis 80 Prozent“, verrät Lothar Bornhofen.

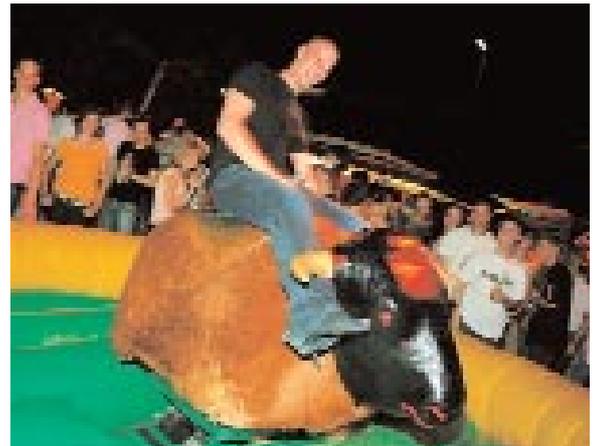
Das wohl skurrilste Erlebnis hatte er in den Anfangsjahren. Der Betreiber des „Skylab“ in Frickenhausen hatte damals „Mohrenkopf-Catchen“ bestellt. Um die Girls später von dem klebrigsüßen Stoff zu befreien, musste eine Dusche her. Die hatte der Gastronom im nächsten Ort in einem Hotel reserviert. Doch auf der Fahrt dorthin gerieten Bornhofen und die über und über mit weißem Schaum und Schokolade bedeckten Animateurinnen in eine Polizeikontrolle. Ein ungewohnter Anblick nicht nur für die Beamten. Erst als die Damen aus dem Wagen stiegen, die Bademäntel lüfteten und nach der dringenden Dusche verlangten, durfte Bornhofen weiterfahren.

Die meisten Ideen für seine Eventkonzepte findet der 37-Jährige in den USA auf der weltgrößten Fachmesse für Freizeitparks, der IAAPA, die im Wechsel in Atlanta, Orlando und Las Vegas stattfindet. Dort informieren sich auch die großen Themenparks Deutschlands über die neuesten Trends. Im Discothekensektor, in dem Bornhofen rund 30 Prozent seines Umsatzes einfährt, sieht er derzeit allerdings wenig Innovationspotenzial. Angesagt seien an den Dance-



Für Saubermänner: Schaumparty in der aufblasbaren „Waschmaschine“

floors alte Konzepte in neuem Gewand. „Die Schaumparty ist nach wie vor das meist gebuchte Konzept“, weiß er. Auch klassische Module wie Multirideanlagen mit Wechselaufsätzen für Bullriding, Surfsimulation, Snowboard und Wildwasserrafting stoßen auf rege Nachfrage. „Allerdings gibt es momentan keine Idee, die garantiert, dass die Discothek voll wird“, sagt Bornhofen. Hauptgrund seien Komapartys und Billigaufnächte. „Wenn es eine Top-Veranstaltung 2007 gibt, dann ist das die Flatrate-Party. Die macht uns alle kaputt“, klagt er.



Der Klassiker für Discotheken: Multirideanlage mit Wechselaufsätzen wie etwa fürs Bullriding

Doch die Zeiten werden sich wieder ändern. Immer mehr Kommunen verbieten die Rabattorgien. Das lässt hoffen und die Stimmung steigen auch beim Jubiläums-Event von Fun Production. Am 8. September feiert Lothar Bornhofen mit 400 geladenen Gästen in der Koblenzer Rhein-Mosel-Halle sein erstes Agenturjahrzehnt. Auf der Bühne der 70er-Kultparty stehen dann Boney M. und ABBA-4-You. Spätestens im übernächsten Jahr will sich Bornhofen einen weiteren Traum erfüllen. Direkt am Rhein möchte er einen 1000 qm großen Strandclub eröffnen. Näheres unter Tel. 06776/9444 oder „www.fun-production.de“.

Klaus Niester

- Kreative und innovative Lasertechnik
 - Preisgekrönte Lasershows weltweit
 - Entwickelt und produziert by MediaLas

MediaLas

MediaLas Laserproducts GmbH
 Hölzlestr. 13
 72336 Balingen - Engstlatt
 Tel. 07433-90799-0
 Fax 07433-90799-22
 www.medialas.de