



## Pressemitteilung

### **Marketing-Club Bergisch Land im Rex-Filmtheater:**

## **Creme-Eis, Speed-Dating und Cannes-Rolle**

*Wuppertal, 25.08.2016:* Vom ersten Treffen nach einer „Sommerpause“ konnte man wahrlich nicht sprechen an diesem 25. August, an dem trotz der tropischen Hitze rund 100 Mitglieder und Gäste des Marketing-Clubs Bergisch Land im Rex-Filmtheater zusammenkamen. Doch die Ankömmlinge erwartete eine kühle und leckere Überraschung.

Kaspar Stange, an diesem Abend für das Catering zuständig, hatte extra seine historische Piaggio Ape 500 vom Ostersbaum vor das Rex gefahren. Und die Biene (ital. Ape) hatte reichlich des köstlichen Creme-Eises mitgebracht, ein Angebot, das von den Gästen gerne wahrgenommen wurde.

Vor der Vorführung der Cannes-Rolle hatten die Junior Marketing Professionals, kurz JuMP, zum Speed-Dating geladen, und alle kamen – nicht. Verständlich bei den hohen Temperaturen. Doch diejenigen, die daran teilnahmen, konnten in kurzen Gesprächen ihr Netzwerk erweitern und neue interessante Kontakte knüpfen. Im großen Saal des Filmtheaters begrüßte Norbert Brenken in Vertretung des terminlich verhinderten Clubpräsidenten Erich Giese die Besucher und freute sich über das zahlreiche Erscheinen – auch wenn er das eher scherzhaft auf das angebotene Eis und die angenehme Kühle im Kino zurückführte. Sein Dank galt Mustafa El Mesaoudi, Inhaber und Geschäftsführer des Rex, der ebenfalls nicht anwesend sein konnte, für dessen Gastfreundschaft. Und so blickte Brenken noch einmal auf die wechselvolle Geschichte des renovierten und 2015 wiedereröffneten Rex. Als „Hôtel-Restaurant Im Salamander“ hatte es 1887 begonnen, war Varieté, später auch Filmtheater, hieß „Tanzpalast St. Pauli“, dann „Apollo“, war im Krieg zerstört, öffnete 1951 erneut seine Tore, war Kult als „Forum Maximum im Rex-Theater“ in der Kulturszene Wuppertals und ist nun wieder ein gut besuchtes Programmkinos.

### Entspannt und entspannend

Vor Filmbeginn wies Kai Werner Wegner von der Agentur Weischer.Media, die unter anderem Werbung in den Kinos vermarktet und Repräsentant der Cannes-Rolle in Europa ist, darauf hin, dass der „Oscar“ der Werbespots in 24 Kategorien ausgewählt werde und dass dafür rund 43.000 Spots eingereicht würden.

Dann aber hieß es „Vorhang auf!“ für sehr witzige, berührende und auch zum Nachdenken anregende Werbespots, ausgezeichnet mit den Grand-Prix-, Gold-, Silber- und Bronze-Löwen. Höhepunkt war vielleicht das Interview zwischen „Hangover“-Star Zach Galifianakis und dem US-Präsidenten Barack Obama, eigentlich als Werbung für dessen Gesundheitsprogramm gedacht. Zitat aus dem Spot der Interviewreihe „Between two Ferns“ („Zwischen zwei Farnen“): „Wie ist das

so, wenn man der letzte schwarze US-Präsident ist?“ – „Wie ist das so, wenn man sich zum letzten Mal mit einem US-Präsidenten unterhält?“

Das Publikum amüsierte sich köstlich, und das tat es auch hernach bei kalten Getränken und warmen Speisen. Ein ebenso entspannter wie entspannender Abschluss des hochsommerlichen Tages war dieser Abend beim Marketing-Club Bergisch Land in jedem Fall.

Umfang: 3.040 Zeichen

Foto: 2016\_08\_25\_Creme\_Eis\_Rex, ©Freistil Fotografie e.K. Anette Hammer

Kontakt: MARKETING-CLUB BERGISCH LAND E.V.  
Geschäftsstelle  
Am Wasserturm 6  
D-42109 Wuppertal  
Tel. +49 (0) 202 - 6 93 94 96  
Fax +49 (0) 202 - 6 93 94 95  
info@mc-bl.de