



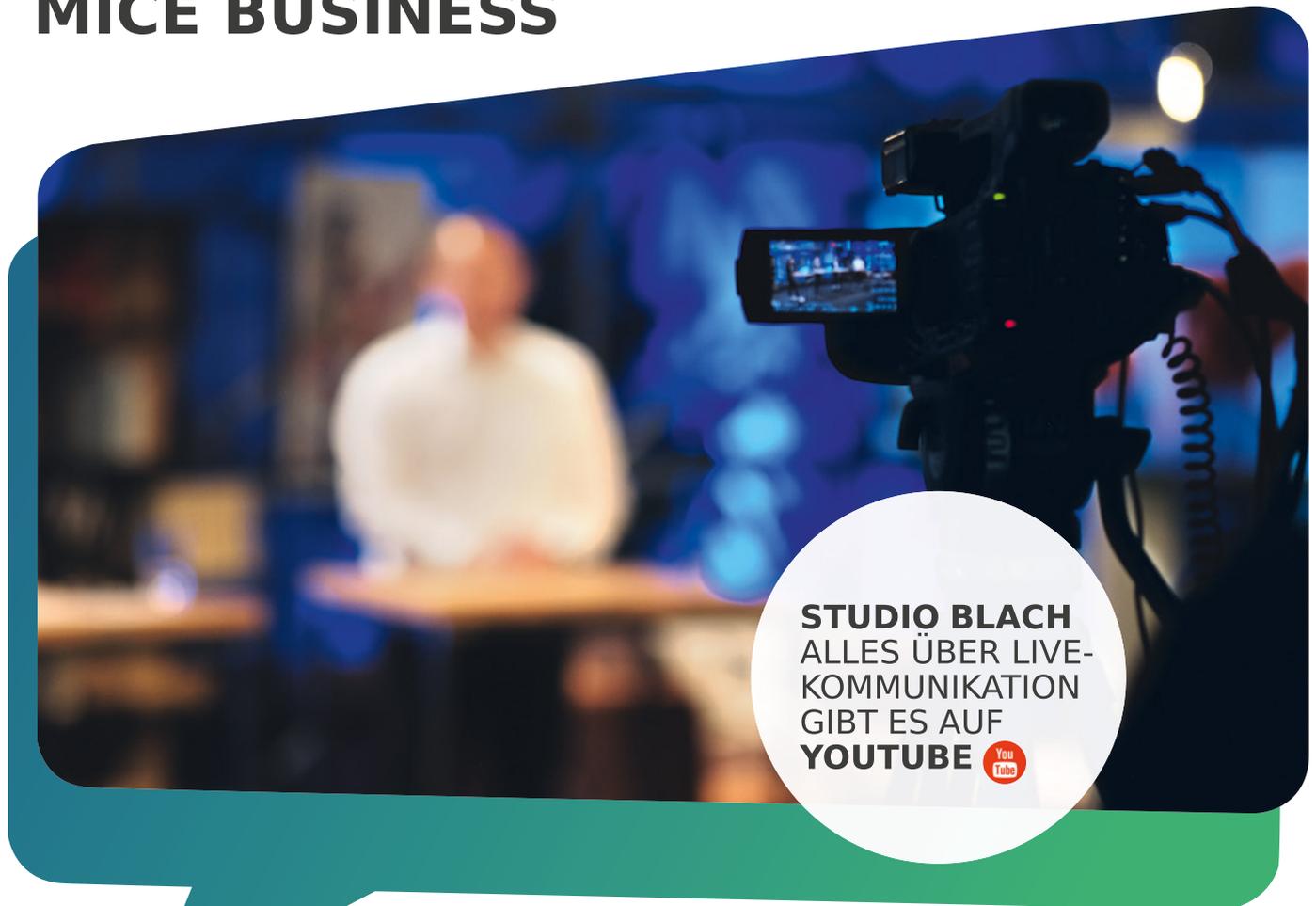
Peter Brogan von der DRP Group beantwortet Fragen über die Evaluation von Marketing-Events und Rauminszenierungen

# STUDIO BLACH

Alles über Live-Kommunikation



## REPORTAGEN UND TALKS FÜR INSIDER AUS DEM MICE BUSINESS



**STUDIO BLACH**  
ALLES ÜBER LIVE-  
KOMMUNIKATION  
GIBT ES AUF  
**YOUTUBE** 

### AKTUELLE VERÖFFENTLICHUNGEN:

WIE GELINGEN IMMERSIVE  
MEDIENERLEBNISSE BEI  
OUTERNET LONDON?

WIE WERDEN EXPONATE  
FÜR MESSEN UND EVENTS  
VIRTUELL?

FRAGEN AN DEN NEUEN  
VORSTAND: WAS GEHT  
BEIM FORWARD?

WAS BEDEUTEN ISO-ZERTIFI-  
ZIERUNG UND KONVOI-LÖSUNG  
FÜR DIE NACHHALTIGKEIT?

**STUDIO BLACH - ALLES ÜBER LIVE-KOMMUNIKATION**  
IST EIN BROADCAST-FORMAT VOM **BLACHREPORT**.

DEN WEBCAST GIBT ES AUCH ALS AUDIOFORMAT  
**RADIO BLACH** AUF ALLEN PODCAST-PLATTFORMEN.

**BlachReport**

# Marketing-Events und Erfolgskontrolle



Eine der Spätfolgen der Pandemie ist die wieder stärker werdende Forderung der Marketiers und Veranstalter nach einer validen Betrachtung der Ergebnisse von Marketing-Events – ausgelöst durch die vielen digitalen und hybriden Formate.

Erfolgsmessung in diesem Metier ist natürlich nicht neu, wurde aber jahrelang vernachlässigt. Bisherige Methoden waren oft ineffizient beziehungsweise setzten vielleicht an den falschen Metriken an und versuchten entweder eine Evaluation über Verkaufsergebnisse, Verhaltensänderungen der Teilnehmer oder die Erinnerbarkeit präsentierter Inhalte im Spannungsfeld (hoffentlich) gut organisierter Abläufe zwischen Content, Show, Champagner und Büfett.

Die Evaluation in der Livekommunikation umfasst die systematische Bewertung und Analyse eines Events, um festzustellen, inwieweit die gesteckten Ziele erreicht wurden und welche Auswirkungen ein Event hatte. Der erste Schritt muss also immer die Definierung klarer Ziele und die Festlegung messbarer Kennzahlen für einen Event sein. Während des Events erfolgt die Datensammlung, um die Zielerreichung zu bewerten. Die gesammelten Daten werden analysiert, um Erkenntnisse und Trends zu gewinnen. Dies kann statistische Analysen, Vergleiche mit Vorjahresdaten oder Benchmarks umfassen. Die Datenanalyse hilft dabei, den Erfolg des Events zu quantifizieren und mögliche Verbesserungsbereiche zu identifizieren. Dabei kann auch die KI unterstützen.

Wie das heutzutage funktioniert, soll im Fokus des Symposiums „Event Success Revealed: Unlocking the Power of Evaluation and Measurement in Marketing Events“ stehen, das am 5. September 2023 während der IAA Mobility stattfinden soll. Vielleicht sehen wir uns dort?

Herzlichst

Ihr Peter Blach

inhalt		Titelfoto: Peter Brogan (Foto: DRPG)	
4	<b>BUSINESS</b> DG Nexolution-Gruppe wächst mit genokom	12	<b>DIGITAL</b> Neumann&Müller stellt yemby vor
5	<b>BUSINESS</b> Zirkuläre Möglichkeiten	14	<b>VENUES</b> Wien
6	<b>EVENT EVALUATION</b> Fragen an Peter Brogan	16	<b>PEOPLE</b> Jobs + Karriere
8	<b>BUSINESS</b> Schachzug für den BrandEx Fresh Award '24	17	<b>MARKETING-SERVICES</b> Lieferantenverzeichnis
9	<b>BUSINESS</b> Veganes Messerrestaurant in Köln	26	<b>BACKSTAGE</b> Lara Medak
10	<b>ADC AWARD</b> Siegreiche Projekte ausgezeichnet	26	<b>IMPRESSUM</b>

WWW.MEDIABOARD.ONE



Vera Viehöfer (Foto: genokom)

DG Nexolution-Gruppe wächst mit genokom

## Ereignishaus und incognito

DG Nexolution stärkt als Dienstleistungspartner der genossenschaftlichen FinanzGruppe die Zusammenarbeit mit der genokom und wird alleiniger Eigentümer der Agenturgruppe. Diese neue Konstellation zentralisiert die Erbringung digitaler und analoger Marketingleistungen in der DG Nexolution-Gruppe. An den beiden Standorten der genokom in Münster und Köln arbeiten insgesamt 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Die Agentur ist seit über 60 Jahren am Markt. Mit der Expertise für strategische Kommunikationsberatung, Konzeption, Design, Me-

dia, Live-Marketing, Film, Web und Corporate Architecture arbeitet die genokom für Genossenschaftsbanken, Verbände, Ministerien sowie mittelständische Unternehmen und Institutionen.

Zur Agenturgruppe gehören die Leistungsmarke ereignishaus – Live-Marketing (Events, Messen, Ausstellungen, Referentenservice) und die incognito – digitale Lösungen als Tochterbeteiligung.

„Unser Kundenstamm umfasst seit einiger Zeit neben Unternehmen aus der genossenschaftlichen FinanzGruppe auch Kunden ande-

rer Branchen sowie Ministerien. Unser Kerngedanke ‚cooperative thinking‘ trifft dabei auch außerhalb der Genossenschaften auf viel Gegenliebe. Als hundertprozentige Tochter freuen wir uns darauf, die Marketingleistungen beider Häuser stärker miteinander zu vernetzen und so die Marktchancen insgesamt zu verbessern. Dass die Zusammenarbeit mit DG Nexolution auf diese Weise ausgebaut wird, ist für uns gleichzeitig Ansporn und Herausforderung, aber auch Auszeichnung für unsere gute Arbeit“, sagt Vera Viehöfer, Geschäftsführerin der genokom.

familie redlich holt EcoVadis Silbermedaille

## Ausgezeichnete Nachhaltigkeit

familie redlich wurde für seine Nachhaltigkeitsleistung erneut mit der EcoVadis Silbermedaille ausgezeichnet. Einmal jährlich lässt die Berliner Kreativagentur ihr Nachhaltigkeitsmanagement von EcoVadis, dem weltweit größten Anbieter für Nachhaltigkeitsrankings, bewerten. Im Branchenvergleich zählt familie redlich zu den besten vier Prozent. In allen Themenfeldern (Umwelt, Arbeits- und Menschenrechte, Ethik, Nachhaltige Beschaffung) hat das Unternehmen im Vergleich zum Vorjahr bessere Ergebnisse erzielt.

„Das neue Rating-Ergebnis bestätigt unseren Anspruch, dass unser Engagement in allen Di-

mensionen der Nachhaltigkeit wirken soll. Damit sichern wir nicht nur unsere Zukunftsfähigkeit, sondern erfüllen auch die steigenden Anforderungen unserer Kundinnen und Kunden in Bezug auf unsere Nachhaltigkeitsleistung“, erklärt Andre Redlich, Gründer und Vorsitzender des Vorstands von familie redlich.

„Den Begriff Nachhaltigkeit verbinden viele immer noch vorrangig mit Umweltschutz – für uns als Agentur stehen aber auch und vor allem ethisch-soziale Themen im Fokus. Schwerpunkte haben wir uns beispielsweise bei Vielfalt und Chancengleichheit sowie lebenslangem Lernen gesetzt: Unser Akade-

mie-Programm umfasst derzeit 14 duale Ausbildungs- und Studiengänge sowie mehr als 70 Weiterbildungsmodulen“, so der Vorstandsvorsitzende weiter.

Bereits im vergangenen Jahr holte familie redlich EcoVadis Silber und hat seitdem stetig in ihr Nachhaltigkeitsmanagement investiert: „Wir haben eine Nachhaltigkeitsstrategie verabschiedet, Dienststradleasing eingeführt, sind flächendeckend auf die Bahn umgestiegen und haben unsere Diversity-Gruppe verstärkt“, erklärt Rebecca Pelz, Nachhaltigkeitsbeauftragte in der Agentur. „Unser ganz klares Ziel für das nächste Jahr: Gold.“



Das mac-Team um Stefan Trieb mit Anna Reiners (sechste v.l.) (Foto: mac. brand spaces)

mac. brand spaces entwirft Circular Design Konzept

## Zirkuläre Möglichkeiten

mac. brand spaces erweitert seinen Beratungsservice und entwickelt ein Circular Design Konzept für nachhaltige Messestandsysteme. Für die Kunden heißt das, dass mac Materialien hinsichtlich des Lebenszyklus und ökologischen Fußabdrucks prüft, das Materialportfolio erweitert, Messestandsysteme auf Basis eines nachhaltigen Designkonzepts entwirft und die Prozesse auch im Lager und in der Logistik anpasst. „Damit treiben wir die Realisierung nachhaltiger Veranstaltungen in der Branche weiter voran“, sagt Stefan Trieb, CEO von mac. Dafür hat das mac-Team in einem drei-

tägigen Circular Design Workshop seine Messebauaktivitäten hinsichtlich zirkulärer Möglichkeiten geprüft. Mit der Circular Innovation Managerin Anna Reiners aus dem Netzwerk Circular Black Forest, wurden in einem Design Thinking Prozess Materialien, Abläufe und Design systemübergreifend beleuchtet und ein kreislauforientiertes ganzheitliches Denken der Mitarbeitenden angeregt. Trieb erklärt: „In einem ergebnisoffenen und kreativen Raum hat unser interdisziplinäres Team aus Design, Projektmanagement, Projekttechnik, Produktion, Einkauf und Logistik zirkuläre

Handlungspotentiale identifiziert und mögliche Lösungen entwickelt.“

mac reagiert damit nicht nur auf neue Kundenbedürfnisse, sondern auch auf neue EU-Produktanforderungen und Umweltveränderungen. Eine gute Voraussetzung, Einfluss auf den linearen Teil der eigenen Wertschöpfung zu nehmen bietet der mac-Campus. Dort bildet das Unternehmen die gesamte Wertschöpfung des Messebaus ab: Von Planung über Design bis Herstellung, Lager und Logistik. „Für uns ist also nicht die Frage, ob wir kreislauffähig sein können, sondern wie“, so Trieb.

Studie als Benchmark

## Einkommensentwicklung in der Eventbranche

Für eine Branchenstudie sind Absolventen des Studiengangs BWL-Messe-, Kongress- und Eventmanagement der DHBW Ravensburg und der DHBW Mannheim vom Studiengang befragt worden. Ein Teil der Ergebnisse wurde nun unter dem Titel „Erwerbsbiografien in der Veranstaltungsbranche – Einkommensentwicklung“ veröffentlicht. Die Autoren sind Prof. Dr. Thomas Bauer, Dr. Siegfried Mattern und Jens Kuntzemüller. Sie wollen der Veranstaltungsbranche mit der lang angelegten Studie Benchmarks und Orientierung für betriebswirtschaftliche Absolventen an die Hand geben.

Thomas Bauer ist Studiengangsleiter Messe-, Kongress- und Eventmanagement, Siegfried Mattern Dozent und Jens Kuntzemüller Referent in dem Bereich an der DHBW Ravensburg. Gemeinsam mit den Studiengangsleiterkollegen Prof. Dr. Bernd Radtke und Prof. Stefan Luppold (DHBW Ravensburg) sowie Prof.

Dr. Michael Dinkel und Prof. Dr. Petra Thalheimer (DHBW Mannheim) wollen sie der Branche diese Betrachtung ermöglichen.

Eine aussagekräftige Anzahl von 382 Absolventen der Jahrgänge 2008 bis 2022 wurde über einen Online-Fragebogen dazu befragt – der Rücklauf im Blick auf die Grundgesamtheit betrug 22,5 Prozent. Im Fokus der aktuellen Veröffentlichung standen Fragen zum Entgelt. Ein Ergebnis der Studie: Unter den vollbeschäftigten Absolventen steigt demnach das durchschnittliche Bruttogehalt um 500 bis 700 Euro pro drei Jahren Berufstätigkeit. Negative Auswirkungen auf das Gehalt belegt die Studie klar in beruflichen Auszeiten.

22,5 Prozent der Befragten haben an ihren Bachelor ein Masterstudium angeschlossen. Rund 52 Prozent haben Posten mit Fach- oder Führungsverantwortung übernommen. Ob Verantwortung im Beruf oder eine Fortbil-

dung wie einen Master: Beides wirkt sich positiv auf das Gehalt aus. Verdient man in der Branche in der Industrie mehr als im Dienstleistungssektor? Dazu kann die Studie keine eindeutige Aussage liefern.

Ein besonderes Augenmerk liegt auf einer gendergerechten Entlohnung. Bei den Befragten ist nach 12 bis 15 Jahren ein ähnlich hoher Anteil der männlichen und der weiblichen Absolventen in Führungspositionen angekommen. Ein deutlicher Unterschied zeigt sich beim Schritt in die Selbstständigkeit. Nach dieser Zeit ist jeder dritte männliche Absolvent selbstständig tätig – aber nur jede zehnte Frau.

Die Autoren haben die Studie als langfristige Erhebung der Berufswege in der Veranstaltungsbranche angelegt. Alle drei Jahre sollen weitere Befragungen folgen. Die aktuelle Studie ist in der Schriftenreihe der DHBW Ravensburg erschienen.



Peter Brogan (Foto: DRPG)

Fragen an Peter Brogan von der DRP Group

# Marketing-Events und Erfolgskontrolle

EINE DER SPÄTFOLGEN DER PANDEMIE IST DIE WIEDER STÄRKER WERDENDE FORDERUNG DER MARKETIERS UND VERANSTALTER NACH EINER VALIDEN BETRACHTUNG DER ERGEBNISSE VON MARKETING-EVENTS – AUSGELÖST DURCH DIE VIELEN DIGITALEN UND HYBRIDEN FORMATE.

Erfolgsmessung in diesem Metier ist natürlich nicht neu. Genutzte Methoden waren aber bisher eher ineffizient beziehungsweise setzten vielleicht auch an den falschen Metriken an und versuchten entweder eine Evaluation über Verkaufsergebnisse, Verhaltensänderungen der Teilnehmer oder die Erinnerbarkeit präsentierter Inhalte im Spannungsfeld gut organisierter Abläufe zwischen Content, Show, Champagner und Büfett. Das muss auch besser gehen und steht im Fokus des Symposiums „Event Success Revealed: Unlocking the Power of Evaluation and Measurement in Marketing Events“, das am 5. September 2023 während der IAA Mobility stattfinden soll.

Wir haben zum Thema „Erfolgskontrolle bei Marketing-Events“ Peter Brogan, Head of Research & Insight der DRP Group (DRPG) befragt.

*BlachReport:* Welche Aussagen über den Erfolg oder Misserfolg einer Marketingveranstaltung sind heute möglich?

**Peter Brogan:** Eine Erfolgsmessung ist der Schlüssel zum Verständnis der Erfolge und Misserfolge von Veranstaltungen und Markenerlebnissen. Durch die Dokumentation der wichtigsten Erkenntnisse können zukünftige Erlebnisse besser und effektiver gestaltet werden. Sie ist auch ein wichtiger Faktor für das Verständnis des ROI und für die Steuerung künftiger Investitionen. Eventevaluation ist jedoch keine exakte Wissenschaft. Eine Messung sollte immer von Fall zu Fall neu aufgesetzt werden, da Markenkommunikation und Veranstaltungsziele selten identisch sind.

*BlachReport:* Wie können Veranstaltungen professionell evaluiert werden?

**Peter Brogan:** Der Evaluierungsprozess beginnt bereits im Planungsprozess. Abgesehen davon, dass sie von ihren Kollegen und Stakeholdern eine Bewertung erwarten: Das Verständnis dessen, was funktioniert beziehungsweise nicht funktioniert hat und wo sie sich verbessern können, bildet die Grundlage für den Erfolg und das Ergebnis.

In den verschiedenen Phasen einer Veranstaltung kann eine Kombination von Forschungsmethoden zur Messung in jeder Phase des Veranstaltungsplanungsprozesses eingesetzt werden: die Planungs- und Vermarktungsphase vor der Veranstaltung, die Durchführung der Veranstaltung und die Nachbearbeitung. In jeder Phase können die unterschiedlichen Metriken gemessen werden.

*BlachReport:* Gilt dies für alle Veranstaltungsformate?

**Peter Brogan:** Alle Veranstaltungsformate können so evaluiert werden. Im Wesentlichen lassen sich die Methoden der Veranstaltungsevaluierung in zwei Haupttypen unterteilen: qualitativ und quantitativ.

*BlachReport:* Gibt es besondere Herausforderungen bei der Bewertung von Veranstaltungen in der Automobilindustrie?

**Peter Brogan:** Logistik- und Lieferprobleme, Energiekostenüberschreitungen, Fachkräfteprobleme, ein kompliziertes wirtschaftliches und politisches Szenario – das sind nur einige der Probleme, mit denen die Automobilhersteller heute und in naher Zukunft konfrontiert sind. Daher müssen Veranstaltungen im Automobilsektor einen Mehrwert bieten, und die Bewertung solcher Veranstaltungen ist von entscheidender Bedeutung, da der Sektor mit den oben genannten Herausforderungen kämpft.

*BlachReport:* Welche Schlussfolgerungen können aus einer Veranstaltungsevaluierung gezogen werden?

**Peter Brogan:** Dazu zählt das Verstehen und Bestätigen der Smart-Ziele – wurden sie erreicht? Das geschieht durch Vergleiche der Veranstaltung mit den Projekten relevanter Wettbewerber, durch Beobachtungen während der Veranstaltung, durch das Einholen von Feedback direkt auf der Veranstaltung mittels qualitativer Techniken, durch den Einsatz quantitativer Techniken zur Erfolgsmessung, durch das Durchdringen der Medien und die Ermittlung der Aktivität und Wirkung der sozialen Medien.

Im Wesentlichen ist durch die Evaluierung die Effizienz der Marketingmaßnahmen ermittelbar. Es lässt sich darstellen, was funktionierte, ob die Erwartungen der Gäste erfüllt wurden, ob Budget und Zeitplan realistisch waren und es lassen sich auch Lehren für zukünftige Veranstaltungen daraus ziehen.

*BlachReport:* Welche Rolle könnte künstliche Intelligenz bei der Bewertung von Veranstaltungen spielen?

**Peter Brogan:** Die Rolle der künstlichen Intelligenz bei der Bewertung von Veranstaltungen ist sehr vielversprechend: KI wird bei der Erstellung der Untersuchung helfen. Es liefert unter anderem ein unvoreingenommenes Feedback und beantwortet Fragen, die sie den Delegierten im Feedback gar nicht gestellt haben.

*BlachReport:* Wer kann oder sollte die Veranstaltungsevaluierung durchführen? Gibt es dafür spezielle Anbieter?

**Peter Brogan:** Je nach Investitionshöhe kann dies intern erfolgen oder ausgelagert werden.

*BlachReport:* Was kostet eine Veranstaltungsevaluierung?

**Peter Brogan:** Das hängt von der Höhe der Investition ab und variiert je nach der Bedeutung, die der Evaluation beigemessen wird. Dies hängt von den zu messenden Kennzahlen und von den Methoden ab, die angewendet werden sollen.

Wichtige zu messende Kennzahlen sind vom Kunden oder der Agentur durchgeführte Umfragen nach der Veranstaltung für das interne Publikum. Ebenfalls wichtig ist die Live-Messung. Eine Gesichtserkennungssoftware, die ein ganzes Publikum verfolgen und Dashboards auf der Grundlage der Emotionen während eines Live-Erlebnisses erstellt, kann ein effektiver Weg sein, um Echtzeitdaten zu erhalten, die die einzelnen Aktivitäten und Momente bewertet.

Ebenfalls relevant ist die Aktivität in den sozialen Medien und die Stimmungslage. Das Tracking und die Berichterstattung in den sozialen Medien leisten einen wichtigen Beitrag dazu, um die Stimmung des Publikums und die allgemeine Bereitschaft zur Teilnahme an Markenerlebnissen zu verstehen. Wobei die wichtigsten Daten das Engagement und Involvement sowie die Verstärkung der individuellen Meinungen betreffen.

Eine weitere wichtige zu messende Kennzahl kommt vom Vertrieb. Bei Erlebnissen, die den direkten und indirekten Umsatz steigern können, sind die Kennzahlen einfacher zu ermitteln, da sie direkt mit der Umsatzsteigerung – in Verbindung mit dem Event – verknüpft werden.

*BlachReport:* Vielen Dank für die Beantwortung unserer Fragen.

# skyliner®



YouTube: MELT Festival  
-> skyliner in Ferropolis



BrandEx Fresh Keyvisual (Bild: Schachzug)

Kreativnachwuchs soll sich dem Volkswagen ID. 2all Launch widmen

# Schachzug kuratiert den BrandEx Fresh Award 2024

Vor wenigen Tagen ging die Ausschreibung für den diesjährigen Event-Nachwuchsaward BrandEx Fresh 2024 online. Der Wettbewerb ist fester Bestandteil des BrandEx Award, Kreativwettbewerb für erfolgreiche Live-Kommunikation, und spricht Berufseinsteiger Live-Kommunikation und Event-Marketing an. Die Youngster dürfen auf Basis einer konkreten Aufgabenstellung eine kanalübergrei-

fende Live-Kampagne für eine real existierende Marke entwickeln.

Das Briefing für den Fresh 2024 stammt von der Agentur Schachzug und ihrem langjährigen Kunden Volkswagen Pkw. Wettbewerbsaufgabe ist eine kreative Ausgestaltung für das Launch-Event des ID. 2all. Dabei soll auch an die Accessibility aller Maßnahmen, an Inklusion und Nachhaltigkeit gedacht werden. Das

fiktive Gesamtbudget für alle Maßnahmen beträgt 100.000 Euro. Einreichungen sind bis zum 17. November 2023 möglich.

Aus allen Einsendungen ermittelt eine fachkundige Jury – darunter auch hochrangige Kommunikationsspezialisten von Volkswagen – das beste Konzept. Die Preisverleihung findet am 17. Januar 2024 statt. Ausschreibungsunterlagen gibt es auf der BrandEx Webseite.

degefest veröffentlicht Ratgeber über Nachhaltigkeit in Veranstaltungszentren

## Nachhaltigkeitsmanagement mit System

Im Rahmen der degefest-Fachtag 2023 in Pforzheim hat der Fachverband für die Kongress- und Seminarwirtschaft einen eigenen Ratgeber zum Thema Nachhaltigkeit veröffentlicht.

Entstanden ist ein 132 Seiten starkes Fachbuch, das Informationen zu den drängenden Nachhaltigkeitsthemen von und für Veranstaltungsstätten bietet. Die Autoren Gerhard Hötger, degefest-Tagungsstättenprüfer, und Jörn Raith, Vorsitzender des degefest, bei-

de langjährige Geschäftsführer von Tagungs- und Veranstaltungszentren, haben dazu in den letzten Monaten viel Fachwissen zusammengetragen und die aktuellen Anforderungen an ein Nachhaltigkeitsmanagement-System beschrieben.

Ergänzt wird das Werk durch zahlreiche redaktionelle Beiträge von Dirk-James Annas, Markus Brandt, Olaf Eisele, Tobias Günther, Prof. Dr. Dirk Hagen, Nils Jakoby, Andreas Kienast, Hans-Josef Kuypers, Martin Leber, Phillip

Niggemann, Christian Oblasser, Andreas Pöhls, Martin Reising, Christiane Richter, Martina Riediger, Jutta Schneider-Raith, Gerald Schölzel, Thomas P. Scholz, Anke Stopperich, Prof. Dr. Ing. Sascha Stowasser, Mara Tillmann, Elke Wörner und Volker Wolf.

Verbandsmitglieder erhalten den degefest-Ratgeber kostenfrei. Interessierte können das Fachbuch (ISBN 978-3-00-075524-8) beim Fachverband degefest zu einem Preis von 25 € (zzgl. Versandkosten) erwerben.

SPREEFREUNDE GROUP BÜNDELT DIGITAL, BRAND UND LIVE UNTER NEUEM DACH

Die Berliner Spreefreunde haben drei eigenständige Experten-Agenturen unter einem Dach gebündelt: SF Digital, SF Brand und SF Live. Damit will das Team um CEO Tim Krannich einerseits das Wachstum vorantreiben und hat sich andererseits große Ziele gesetzt. Das Umsatzziel für die nächsten zwölf Monate hat Krannich mit fünf Millionen Euro definiert.

„Wir wollen die größte inhabergeführte Berliner Agenturgruppe sein und deutschlandweit unter den inhabergeführten Agenturen in den Top 10 landen“, so Krannich.

Für die ambitionierte Transformation konnte er für die Geschäftsführung bei SF Digital Thomas Weigel gewinnen. Professor Felix Thomas führt SF Brand als Managing Partner. Er kommt

von Schwitzke ID. CEO bei SF Live wurde Lara Ramien, die seit acht Jahren bei den Spreefreunden an Bord ist.

Mit der neuen Agentur-Aufstellung konnte die Spreefreunde Group gleich punkten und mit der Otto Group und dem Düsseldorfer Mobilfunkanbieter Lebara zwei neue Auftraggeber gewinnen.

Aramark eröffnet veganes Messerestaurant in Köln

# Pflanzenbasierte Getränke und Speisen

Auf dem Kölner Messegelände hat Aramark das – nach eigenen Angaben – erste rein vegane Messerestaurant Deutschlands eröffnet. Das zur Messe gehörende Restaurant bietet ausschließlich pflanzenbasierte Gerichte an.

Zu den Plänen des Unternehmens im Rahmen seiner Nachhaltigkeitsstrategie zählt auch die Reduktion des Fleischkonsums in allen Geschäftsbereichen um 30 Prozent bis 2030. Die Koelnmesse verfolgt ähnliche Ziele und verrin-

gert den Fleischanteil der Speisen auf dem gesamten Messegelände, angefangen mit dem pflanzenbasierten Restaurant. „Unsere vegane Gastronomie ist ein wichtiger Baustein auf dem Weg zur Klimaneutralität bis 2035, die wir uns zum Ziel gesetzt haben“, betont Dr. Stefan Eckert, Geschäftsbereichsleiter Services bei Koelnmesse.

Gemeinsam mit dem Food-Start-up The Green Mountain bietet Aramark seit März ve-

gane Gerichte wie Burger mit Trüffelmayonnaise und Kräuterseitlingen oder Ravioli mit Kokoscreme, Kichererbsen, Spinat und Yellow Lentil Balls an. Auch Klassiker wie Schnitzel mit Pommes Frites stehen vegan auf der Speisekarte. Für den Hunger zwischendurch gibt es pflanzenbasierten Kuchen und Desserts, außerdem sorgen Salatbowls für ausreichend Nährstoffe. Die Getränke wie Softdrinks und Kaffeespezialitäten sind ebenfalls vegan.

MFT EVVC Fachtagung am 14. und 15. September

## Branchentreff in München

Vom 14. bis zum 15. September 2023 findet die inzwischen 24. MFT EVVC Fachtagung im Olympiapark München statt. Das Veranstaltungsprogramm des Branchentreffs wurde nun bekanntgegeben. Dabei wurden beliebte Inhalte der Veranstaltung beibehalten und neue Impulse in die Veranstaltung eingearbeitet. Mit der Einführung des „Youngster“-Tarifs gibt es in diesem Jahr für Nachwuchskräfte der Branche die Möglichkeit, vergünstigt an der Veranstaltung teilzunehmen. Den allgemeinen Frühbucherrabatt gibt es noch bis zum 30. Juni.

„Wir wollen nicht nur über soziale Nachhaltigkeit und den Personal- & Fachkräftebedarf sprechen, sondern auch aktiv und konstruktiv auf unseren Verbandsveranstaltungen etwas dazu beitragen. Mit der Ticketerweiterung möchten wir Unternehmen motivieren, ihre „Youngster“ zur MFT zu schicken. Die letzte Veranstaltung in Dortmund hat gezeigt, dass wir alle durch die „Öffnung“ der MFT EVVC Fachtagung auch für Gäste und externe Teilnehmende profitieren und somit über den Tellerrand hinausschauen können – es sind alle herzlich willkommen“, so Marion Schöne, Vize-Präsidentin des EVVC und als Geschäftsführerin des Olympiaparks München in diesem Jahr Gastgeberin der MFT EVVC Fachtagung.

Eröffnet wird die Veranstaltung mit einem Bekenntnis zur Unterschiedlichkeit und wie dies ein entscheidender Vorteil im internationalen Wettbewerb sein kann. Dabei schlägt Julius Brink, Olympiasieger 2012 im Beachvolleyball, den Transfer zu modernen Wirtschaftsunternehmen und wie Funktionäre dort divergente Charaktere und unterschiedliche Persönlichkeitsstrukturen zu einer Einheit formen und

diese Unterschiedlichkeit erfolgreich genutzt werden kann.

Nachhaltigkeit in Veranstaltungszentren ist nicht mehr weg zu denken. Dabei wird es im Rahmen der MFT verschiedene Sessions geben, um sowohl geübte Nachhaltigkeitsplayer als auch werdende Nachhaltigkeitsprofis zu unterstützen. Dabei liegt ein Schwerpunkt auf Nachhaltigkeitsmanagement und -organisation in Veranstaltungshäusern, sowie sozial-nachhaltigen Themen wie Inklusion.

In der Session „Toolbox für Personalrecruiting und Personalentwicklung“ diskutieren Sacha Ritter, Geschäftsführer Interessengemeinschaft Veranstaltungswirtschaft (IGVW), Florian Nürnberger von Neumann&Müller und Christian Müller, EVVC-Vorstand der Arbeitsgruppe „Technik“ über bereits bestehende Projekte und Initiativen sowie über in der Entwicklung befindliche, um dem Personal- und Fachkräftebedarf entgegenzuwirken. Gemeinsam im Austausch mit den Teilnehmenden sollen auch strategische Ansätze zur Bewältigung einer der schwierigsten Herausforderungen der Eventindustrie formuliert werden.

Helge Ruff, Geschäftsführer von OneTwoSocial, konzentriert sich in der Session „Das ultimative Social Media Framework – der Plan für Sichtbarkeit und neue Kunden“ auf Social-Media-Marketing und wie Unternehmen ihre Sichtbarkeit steigern können. Mit einer speziellen Methodik wird anschaulich erklärt, wie mit den richtigen Hebeln und einer Schritt-für-Schritt-Anleitung gezielt ein Social-Media-Erfolg erreicht wird.

Die EVVC-Partner bilden einen großen und vielseitigen Expertenpool aus den unterschied-

lichsten Zulieferbetrieben innerhalb der Veranstaltungsbranche. In dem für Partner eingerichteten Partnerslot präsentieren die EVVC-Partnerunternehmen ihre Neuheiten und Innovationen und informieren über bestimmte Themenschwerpunkte. Dabei steht der Dialog mit den Teilnehmenden im Vordergrund und ermöglicht in gegenseitiger Wechselwirkung zwischen Zulieferer und Abnehmer, sich über Bedarf, Potentiale und Möglichkeiten in der Branche auszutauschen.

Auch dieses Jahr können die Teilnehmenden die Vielfalt der Gastgeberdestination in fünf verschiedenen „Site Inspections“ kennenlernen. Neben einer im Olympiapark stattfindenden Zeltdachtour sowie einer Führung durch das Olympiastadion, können die Teilnehmenden zwischen der „Motorworld München“, der neuen multifunktionalen Sportarena „SAP Garden“, dem Münchner „Werksviertel“ und dem „HP8 Gasteig Kulturzentrum“ wählen.

Der Austausch zwischen den Mitgliedern, Partnern und allen Teilnehmenden bleibt auch in diesem Jahr elementarer Bestandteil der MFT EVVC Fachtagung. Mit einem extra eingerichteten „Open Space“ können Mitglieder über von Ihnen eingebrachten Themen mit Kollegen in den Austausch kommen. Der „Open Space“ wird von der Schauspielerin und Improvisationskünstlerin Desirée Ackermann moderiert. Darüber hinaus werden die Teilnehmenden auch in diesem Jahr bei zwei attraktiven Abendveranstaltungen im Olympiapark und bei einem typischen bayerischen Abend im „Paulaner am Nockherberg“ zum entspannten Netzwerken zusammenkommen.

Siegreiche Projekte in Hamburg ausgezeichnet

# ADC Wettbewerb 2023

In der 59. Ausgabe des ADC Wettbewerbs verlieh die Jury des Art Directors Club (ADC) in diesem Jahr drei Grands Prix, 50 mal Gold, 117 mal Silber, 233 mal Bronze. Insgesamt wurden 274 Einreichungen ausgezeichnet und 400 Nägel vergeben. Die dreißig ADC Jurys in ihren sechs Fachbereichen tagten im Schuppen52 in Hamburg, sichteten, diskutierten und beurteilten die Einreichungen mit mehr als 9.300 Bestandteilen. Nachfolgend die Preisträger in den Kategorien mit Bezug zur Livekommunikation.

## Grand Prix

### SPATIAL EXPERIENCE

**Projekt:** Netherlands Pavilion „Uniting Water, Energy and Food“ / **Kunde:** The Netherlands represented by Ministry of Foreign Affairs and the Netherlands Enterprise / **Agentur:** Expomobilia – MCH Live Marketing Solutions AG

## Gold

### SPATIAL EXPERIENCE

**Exhibition > Exhibition for Brand > Museum/Pavillon // Projekt:** Netherlands Pavilion „Uniting Water, Energy and Food“ / **Kunde:** The Netherlands represented by Ministry of Foreign Affairs and the Netherlands Enterprise / **Agentur:** Expomobilia – MCH Live Marketing Solutions AG

**Exhibition > Exhibition for Brand > Exponat/Installation // Projekt:** Novartis Pavillon „Nullenergie-Medienfassade“ / **Kunde:** Novartis / **Agentur:** iart – studio for media architectures

**Exhibition > Online/Hybrid Exhibition for Subject > Museum/Pavillon // Projekt:** Shoah Memorial Frankfurt / **Kunde:** Jüdisches Museum Frankfurt / **Agentur:** Fork Unstable Media GmbH

**Event > Event > PR // Projekt:** Borussia Dortmund „Ein Griff ist die beste Verteidigung.“ / **Kunde:** Borussia Dortmund / **Agentur:** Accenture Song

**Event > Event > Charity // Projekt:** The Homeless Gallery / **Kunde:** Hinz&Kunzt/Hamburger Kunsthalle / **Agentur:** Philipp und Keuntje/Mantikor

**Public Space > Service Design > Customer Experience // Projekt:** Shoah Memorial Frankfurt / **Kunde:** Jüdisches Museum Frankfurt / **Agentur:** Fork Unstable Media GmbH

## Silber

### SPATIAL EXPERIENCE

**Exhibition > Exhibition for Brand > Museum/Pavillon // Projekt:** Rapunzel Besucherzentrum / **Kunde:** Rapunzel Naturkost / **Agentur:** haascookzemmrich Studio 2050, Atelier Markgraph GmbH, Ramboll Studio Dreiseitl GmbH

**Exhibition > Exhibition for Brand > Museum/Pavillon // Projekt:** Montblanc Haus „Inspire Writing“ / **Kunde:** Montblanc / **Agentur:** Montblanc

**Exhibition > Exhibition for Subject > Ausstellung // Projekt:** Museum of the Future „Journey of the Pioneers“ / **Kunde:** Dubai Future Foundation / **Agentur:** Atelier Brückner

**Exhibition > Exhibition for Subject > Exponat/Installation // Projekt:** Facing the Taboo / **Kunde:** Bundesverband Kinderhospiz e. V. / **Agentur:** Mensch Kreativagentur

**Exhibition > Exhibition Craft > Raumin szenierung // Projekt:** Mediale Inszenierung „Zeitreise Saal 600 / Courtroom 600: Time Travel“ / **Kunde:** Stadt Nürnberg / **Agentur:** Büro Müller-Rieger GmbH

**Event > Event > Public // Projekt:** Borussia Dortmund „Ein Griff ist die beste Verteidigung.“ / **Kunde:** Borussia Dortmund / **Agentur:** Accenture Song

**Event > Event > PR // Projekt:** The Homeless Gallery / **Kunde:** Hinz&Kunzt/Hamburger Kunsthalle / **Agentur:** Philipp und Keuntje/Mantikor

**Event > Hybrid Event > Public // Projekt:** Samsung Re:Connect – Das Metaverse trifft auf das Realverse / **Kunde:** Samsung Electronics Germany / **Agentur:** Cheil Germany GmbH

**Public Space > Interior > Corporate // Projekt:** HOC „The New House of Communication“ / **Kunde:** Serviceplan / **Agentur:** Uebele/Serviceplan

## Bronze

### SPATIAL EXPERIENCE

**Exhibition > Exhibition for Brand > Messeauftritt // Projekt:** Gaggenau „A Statement of Form“ / **Kunde:** Gaggenau Hausgeräte GmbH / **Agentur:** 1zu33 Architectural Brand Identity

**Exhibition > Exhibition for Subject > Museum/Pavillon // Projekt:** Shoah Memorial Frankfurt / **Kunde:** Jüdisches Museum Frankfurt / **Agentur:** Fork Unstable Media GmbH

**Exhibition > Exhibition for Subject > Ausstellung // Projekt:** Rapunzel Welt „Rapunzel Bio-Museum“ / **Kunde:** Rapunzel Naturkost / **Agentur:** Atelier Markgraph

**Exhibition > Exhibition for Subject > Ausstellung // Projekt:** Augusta Raurica „AR Experience“ / **Kunde:** Augusta Raurica / **Agentur:** Tamschick Media+Space

**Exhibition > Exhibition for Subject > Exponat/Installation // Projekt:** Deutsche Krebshilfe „Sun Warning Flag“ / **Kunde:** Deutsche Krebshilfe / **Agentur:** Heimat Berlin

**Exhibition > Exhibition for Subject > Exponat/Installation // Projekt:** Hinz&Kunzt „Die vergessenen 43“ / **Kunde:** Hinz&Kunzt / **Agentur:** Philipp und Keuntje

**Exhibition > Online / Hybrid Exhibition for Brand > Ausstellung // Projekt:** WWF „Operation #Oceandetox“ / **Kunde:** WWF / **Agentur:** Digitas Pixelpark

**Exhibition > Online / Hybrid Exhibition for Subject > Ausstellung // Projekt:** WAI Woods Art Institute „The Art Of Trending“ / **Kunde:** WAI Woods Art Institute / **Agentur:** Ingo Hamburg/Ogilvy Germany

**Exhibition > Online / Hybrid Exhibition for Subject > Immersive Welt // Projekt:** Legacy of Tomorrow / **Kunde:** Metaverse Fashion Week / **Agentur:** Artificial Rome GmbH, German / Wahnsinn GmbH, Liganova GmbH

**Exhibition > Exhibition Craft > Partizipation des Publikums // Projekt:** Shoah Memorial Frankfurt / **Kunde:** Jüdisches Museum Frankfurt / **Agentur:** Fork Unstable Media GmbH

**Event > Event > Corporate // Projekt:** Lynk & Co at Chengdu Motor Show 2022 „Let’s flip“ / **Kunde:** Lynk & Co / **Agentur:** Encore Exhibition

**Event > Event > Employee // Projekt:** Lufthansa Boeing 787 „Roll-in Event“ / **Kunde:** Lufthansa / **Agentur:** Eisele Communications

**Event > Event > Consumer // Projekt:** Penny Las Wedding / **Kunde:** Penny / **Agentur:** Serviceplan

**Event > Event > PR // Projekt:** Bioland „Insektenlobby“ / **Kunde:** Bioland / **Agentur:** TankTank GmbH

**Event > Event > Promotion // Projekt:** Ukraine „#AdvantageUkraine“ / **Kunde:** Ministry of Culture and Information Policy of Ukraine / **Agentur:** Ogilvy Germany

**Event > Event > Sponsorenauftritt // Projekt:** Krombacher „Growling Creatures“ / **Kunde:** Krombacher / **Agentur:** Accenture Song

**Event > Event Craft > Raumin szenierung //**



Gewinner bei der Award Show 2023 (Foto: ADC)

*Projekt:* Kunstinstallation Stella Nova / *Kunde:* Hochschule Kaiserslautern / *Agentur:* Hochschule Kaiserslautern  
**Event > Event Craft > Partizipation des Publikums** // *Projekt:* Deutscher Garten | Floriade Expo 2022 „Biotopia – Growing Community“ / *Kunde:* Bundesministerium für Landwirtschaft und Ernährung / *Agentur:* insglück  
**Public Space > Interior > Retail/Shop Space** // *Projekt:* Retail Store „Samsung Atmosphere“ / *Kunde:* Samsung Electronics Germany / *Agentur:* Cheil Germany GmbH  
**Public Space > Service Design > Customer Experience** // *Projekt:* BVG „Muster der Vielfalt.“ / *Kunde:* Berliner Verkehrsbetriebe (BVG) – AöR / *Agentur:* BVG

### Auszeichnung

#### SPATIAL EXPERIENCE

**Exhibition > Exhibition for Brand > Messeauftritt** // *Projekt:* Panasonic IFA 2022 „Balance of Being“ / *Kunde:* Panasonic Marketing Europe GmbH / *Agentur:* D'art Design Gruppe GmbH  
**Exhibition > Exhibition for Brand > Exponat/Installation** // *Projekt:* Mercedes-Benz Magical Garage in Paris: An immersive phygital experience. / *Kunde:* Mercedes-Benz / *Agentur:* jn jangled nerves gmbh  
**Exhibition > Exhibition for Subject > Museum/Pavillon** // *Projekt:* Humboldt Forum „Nicht ausstellen ist manchmal die bessere Lösung“ / *Kunde:* Stiftung Preussischer Kulturbesitz / *Agentur:* Markenfilm Space  
**Exhibition > Exhibition for Subject > Museum/Pavillon** // *Projekt:* VRgange Orte / *Kunde:* StadtPalais – Museum für Stuttgart / *Agentur:* Vetterle Kommunikationsdesign/Vetterlewirtschaft  
**Exhibition > Exhibition for Subject > Ausstellung** // *Projekt:* Haus der Digitalisie-

rung „Mensch+Maschine“ / *Kunde:* ARGE GP Kronaus/Gallister/Mitterer/ Vasko+Partner / *Agentur:* Tamschick Media+Space  
**Exhibition > Exhibition for Subject > Ausstellung** // *Projekt:* WAI Woods Art Institute „The Art Of Trending“ / *Kunde:* WAI Woods Art Institute / *Agentur:* Ingo Hamburg/Ogilvy Germany  
**Exhibition > Exhibition for Subject > Ausstellung** // *Projekt:* Deutscher Garten | Floriade Expo 2022 „Biotopia – Growing Community“ / *Kunde:* Bundesministerium für Landwirtschaft und Ernährung / *Agentur:* insglück  
**Exhibition > Exhibition for Subject > Ausstellung** // *Projekt:* Sonderausstellung „Mall of Taste“ / *Kunde:* experimenta / *Agentur:* facts and fiction GmbH  
**Exhibition > Exhibition for Subject > Exponat/Installation** // *Projekt:* „#Unhate By Artistic Intelligence“ / *Kunde:* Deutsche Telekom / *Agentur:* Elastique.  
**Exhibition > Exhibition for Subject > Räumliche Intervention** // *Projekt:* Hinz&Kunzt „Die vergessenen 43“ / *Kunde:* Hinz&Kunzt / *Agentur:* Philipp und Keuntje  
**Exhibition > Exhibition for Subject > Immersive Welt** // *Projekt:* Augusta Raurica „AR Experience“ / *Kunde:* Augusta Raurica / *Agentur:* Tamschick Media+Space  
**Exhibition > Online / Hybrid Exhibition for Subject > Räumliche Intervention** // *Projekt:* Eine Stadt Wird Bunt „Die Augmented Reality App zur Ausstellung“ / *Kunde:* Stiftung Historische Museen Hamburg / *Agentur:* Fluor GmbH  
**Exhibition > Exhibition Craft > Rauminszenierung** // *Projekt:* Vorwerk Factory Tour / *Kunde:* Vorwerk / *Agentur:* Atelier Markgraph  
**Exhibition > Exhibition Craft > Medienutzung** // *Projekt:* Mercedes-Benz Magical Garage in Paris: An immersive phygital expe-

rience. / *Kunde:* Mercedes-Benz / *Agentur:* jn jangled nerves gmbh  
**Exhibition > Exhibition Craft > Partizipation des Publikums** // *Projekt:* Sonderausstellung „Mall of Taste“ / *Kunde:* experimenta / *Agentur:* facts and fiction GmbH  
**Event > Event > Guerilla-Aktion** // *Projekt:* Unveil the Flags / *Kunde:* the voice of women / *Agentur:* TBWA Düsseldorf  
**Event > Event > Consumer** // *Projekt:* Peak Sport Teamwear & K1X – Basketball „Der Trikottausch“ / *Kunde:* Color Crew & Kickz.com / *Agentur:* Serviceplan  
**Event > Event > PR** // *Projekt:* hvv „Signs of Change“ / *Kunde:* Hamburger Verkehrsverbund / *Agentur:* thjnk Hamburg  
**Event > Event > Charity** // *Projekt:* museum of modern ahrts „Kunst gegen das Vergessen“ / *Kunde:* Ahrwein / *Agentur:* Seven.One AdFactory GmbH/Creative House  
**Event > Hybrid Event > Employee** // *Projekt:* BVG CSD Truck / *Kunde:* Berliner Verkehrsbetriebe (BVG) – AöR / *Agentur:* BBDO  
**Event > Online Event > Employee** // *Projekt:* mobile.de: Der erste interne Jahres-Kick-off im Metaverse / *Kunde:* mobile.de / *Agentur:* Achtung!  
**Event > Online Event > Public** // *Projekt:* Telefónica Germany/o2 Deutschland „Das Jedes-Zuhause in Minecraft“ / *Kunde:* Telefónica Germany / *Agentur:* Serviceplan  
**Event > Event Craft > Art Direction / Dramaturgie** // *Projekt:* The Homeless Gallery / *Kunde:* Hinz&Kunzt/Hamburger Kunsthalle / *Agentur:* Philipp und Keuntje/Mantikor  
**Event > Event Craft > Art Direction / Dramaturgie** // *Projekt:* Accenture Song „NEXT Conference 2022“ / *Kunde:* Accenture Song / *Agentur:* Accenture Song  
**Event > Event Craft > Rauminszenierung** // *Projekt:* Xiaomi x Leica „China through the lens.“ / *Kunde:* Xiaomi / *Agentur:* Vave Studio  
**Event > Event Craft > Rauminszenierung** // *Projekt:* Brand „Tech to Desire by Mercedes-Benz: CES 2023 Booth“ / *Kunde:* Mercedes-Benz / *Agentur:* jn jangled nerves gmbh  
**Public Space > Interior > Retail/Shop Space** // *Projekt:* Telefónica Germany/o2 Deutschland „can do“ / *Kunde:* Telefónica Germany / *Agentur:* Serviceplan  
**Public Space > Service Design > Customer Experience** // *Projekt:* Retail Store „Samsung Atmosphere“ / *Kunde:* Samsung Electronics Germany / *Agentur:* Cheil Germany GmbH  
**Public Space > Service Design > Customer Experience** // *Projekt:* Snipes Soundbooth „Retail Experience“ / *Kunde:* Snipes / *Agentur:* Demodern GmbH



Matthias Funk (Screenshot: BlachReport)

## Eventplattform 2.0

# Neumann&Müller stellt yemby vor

YEMBY IST EINE NEUE EVENTPLATTFORM VON NEUMANN&MÜLLER FÜR DIE POST-CORONA-ZEIT. SIE IST CLOUD-BASIERT, MODULAR, SKALIERBAR, INDIVIDUALISIERBAR UND SOLL DIGITALE UND ANALOGE WELTEN UNABHÄNGIG VON ENDGERÄTEN UND BETRIEBSSYSTEMEN ZUSAMMENBRINGEN. ZU DEN FEATURES ZÄHLEN DER PAGE BUILDER FÜR RESPONSIVE UND/ODER MEHRSPRACHIGE SEITEN, DIE WIDGETS ODER AUCH EINE TEILNEHMERVERWALTUNG.

Wir haben darüber mit Matthias Funk von Neumann&Müller gesprochen und ihn auch gefragt, warum yemby mehr sein soll als eine Eventplattform. Das komplette Interview gibt es auch auf dem YouTube Kanal Studio Blach.

*BlachReport: Was ist denn bitte yemby?*

**Matthias Funk:** yemby ist der digitale Partner aller Menschen, die mit Kommunikation, Marketing oder Events zu tun haben. Mit dem Namen wollten wir alle möglichen Features und Einsatzmöglichkeiten beschreiben. Man sollte direkt am Wort erkennen, was unser Produkt kann. Wir mussten aber sehr schnell feststellen, dass das nicht funktioniert und haben uns am Schluss auf ein Fantasiewort geeinigt. Irgendjemand sagte, dass das auch bedeuten könnte: Your event managed by yourself. Im Prinzip würden wir es als das Schweizer Taschenmesser der digitalen Kommunikation bezeichnen.

*BlachReport: yemby ist eine Eventplattform. Warum launcht Neumann&Müller postcorona eine neue Eventplattform?*

**Matthias Funk:** Die Eventplattform ist ein Einsatzgebiet für yemby und tatsächlich die stärkste Eigenschaft. Wir hatten schon deutlich vor der Pandemie mit digitalen Produkten zu tun – zum Beispiel mit ‚Come to interact‘. Das war das erste Tool im Köcher im Hinblick auf digitale Interaktionen bei Präsenzveranstaltungen. Da dachte noch keiner über digitale Events nach. Wir haben uns aber trotzdem gefragt, warum muss man denn alles irgendwie handschriftlich auf Zettel schreiben oder ob das nicht auch digital geht. Da kam ‚Come to interact‘ und hatte zur Folge, dass wir sehr gut vorbereitet waren, als die Pandemie kam und die Kundschaft nach den Möglichkeiten digitaler Events fragte. Wir konnten dann relativ schnell diesen Köcher herausholen, haben uns am Markt bedient, verschiedene Produkte ausprobiert und sehr vieles in Eigenregie weiterentwickelt. Wir haben festgestellt, dass der Trend dahin geht, dass digital irgendwie bleibt.

*BlachReport: Was sind die Alleinstellungsmerkmale von yemby?*

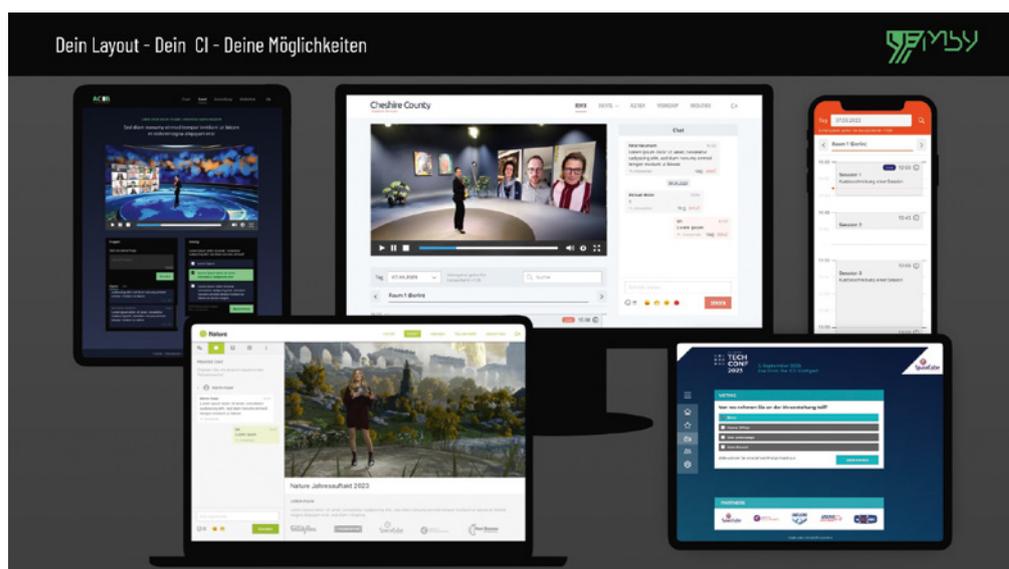
Warum soll der Nutzer auf yemby umsteigen, wenn er schon eine Eventplattform hat?

**Matthias Funk:** Wir haben versucht, unseren Anspruch ‚Technik, die Maßstäbe setzt‘ auf das Produkt yemby anzuwenden. Wir wollten das gesamte Feedback, was wir schon vor und während der Pandemie bekommen haben, und unsere eigene Vision zusammenzubringen. Da ist etwas entstanden, was man nicht unbedingt beim Wettbewerb findet.

Was uns stark aufgefallen ist, ist das Thema Immersivität, ein Look and Feel für das gesamte Event oder für die gesamte Kampagne, die hinten dran steht. Hier stoßen viele andere Tools auf Limitationen, was die Individualisierbarkeit angeht. Da gibt es oft starre Frameworks, bei denen nur wenige Komponenten getauscht werden können. Das haben wir kombiniert mit dem Wunsch vieler Kunden, die gerne mitmachen möchten und diese Freigabeschleifen sehr ermüdend finden, um eine Webseite inhaltlich zu füllen. Deswegen bildet das Kernelement von yemby ein Page-Builder. Der ähnelt einem Homepage-Baukasten, nur ist er qualitativ eine Stufe höher und für Eventprofis gedacht, die ihre eigene Webseite mit einzelnen Widgets per Drag and Drop zusammenklicken können und komplett Herr über das eigene Layout sind. Und es erspart viele Freigabeschleifen. Das kann der Kunde gerne selber machen, wenn er es möchte, beziehungsweise wir können mit dem Kunden, der online zuschaut, durch den Page-Builder gehen und seine Wünsche umsetzen.

Ein Page-Builder ist perfekt in der Vorbereitung. Viele möchten aber auch gerne noch die Möglichkeit haben, in ihren Event eingreifen zu können, zum Beispiel die Inhalte im laufenden Betrieb ändern, anpassen, verschieben und an- und ausschalten zu können und das Ganze am besten noch mit einer redaktionellen Begleitung. Das sind alles Funktionen, die es im Einzelnen auch in anderen Tools gibt. Wir haben versucht, alles unter einen Deckel zu packen und dabei die spannenden Features und Kundenwünsche zu berücksichtigen. Das hat es relativ komplex gemacht und entsprechend viel Zeit in Anspruch genommen.

*BlachReport: Für welche Zielgruppe ist yemby entwickelt und wer wird es administrieren? Ist es vielleicht so, dass ich in einem Unternehmen eine yemby Installation habe, in einen entsprechend vorbereiteten, mit Technik ausgestatteten Raum gehe, auf die Knöpfe drücke und dann mit meinem Stream starte? Oder brauche ich Support – in dem Fall von Neumann&Müller?*



yemby Ansichten (Grafik: Neumann&amp;Müller)

**Matthias Funk:** Ein klares Ja. Wir haben viele Kunden, die uns insofern vertrauen, dass sie uns den kompletten Auftrag geben mit dem Wunsch, dass wir uns um alles kümmern und ein schönes Endergebnis erzielen. Das ist der Servicegedanke, den wir natürlich gerne umsetzen. Letztlich ist es erst einmal grundlegend eine Software, ein Serviceprodukt, das über Neumann&Müller bezogen werden kann, aber dann gar nicht von Neumann&Müller befüttert wird. Es ist durchaus ein potenzieller Einsatzbereich, seine eigene Instanz laufen zu haben und diese selbst zu betreiben.

Nach der Installation geht es um eine möglichst kurzfristige und eigenständige Inbetriebnahme oder Durchführung von Events in diesen Studios, was dann vielleicht die Haustechnik mitmacht. Der Kunde will oft ein Set-up haben, das er mit zweimal Knopfdrücken in Betrieb nimmt. Wir können ansonsten Support via Remote bieten. Aber der Nutzer muss nicht jedes Mal eine fünfköpfige Crew buchen, die sein Studio bedient. Das bedeutet: Wir richten yemby einmal ein, dann gibt es eine Einweisung an die Personen, die das später bedienen sollen und wir sind im Zweifelsfall in der zweiten oder dritten Reihe mit dem Support und können unterstützen oder größere Änderungen durchführen, die sich der Anwender nicht zutraut.

Es gibt viele Agenturen, die mittlerweile ihre digitale Kompetenz aufgebaut und die Webentwickler haben, die so etwas umsetzen können. Für die kann es durchaus interessant sein, sich ein Jahr lang yemby zu buchen. Sie brauchen einmal unser Team bis yemby läuft, den Rest machen die Internen, weil die Agentur eine Grafikabteilung, einen Texter und einen Webdesigner hat. Das können wir auch anbieten und es ist ein schönes Beispiel für die Vielseitigkeit von yemby, weil der Kunde alles komplett allein machen kann oder Neumann&Müller den Komplettauftrag erteilt und nur das fertige Endprodukt sehen will.

**BlachReport:** Welches sind die Haupteinsatzzwecke von yemby?

**Matthias Funk:** Aktuell sehen wir yemby als Kommunikationsplattform mit einem Fokus auf Events und nennen das auch Eventplattform 2.0. Eigentlich ist yemby aber eine vollwertige digitale Kommunikationsplattform. Es ist das, was der Kunde nachher daraus macht. Dadurch, dass wir die Funktion haben, eine eigene Webseite aufzubauen, ist es natürlich später dem Kunden und seiner Fantasie überlassen, für was er yemby einsetzen möchte.

**BlachReport:** yemby ist eine Cloudlösung. Das heißt, es wird nichts installiert und yemby läuft wahrscheinlich im Browser. Gibt es bestimmte technische Voraussetzungen? Wie sieht es mit der Bild- und Tonqualität aus? Lässt sich das für alles verwenden? Ist es skalierbar?

**Matthias Funk:** Wir sind in der Cloud zu Hause. Das hat den Vorteil, dass keine Installation nötig ist – weder auf unserer noch auf der Teilnehmerseite. Es passiert alles im Browser, sowohl die Benutzeroberfläche als auch das Backend und ist daher ohne Installation von jedem Rechner aus global erreichbar. Die Cloud skaliert auch mit, was die Teilnehmerzahlen angeht. Das bedeutet, das skaliert wirklich nahtlos von zehn bis 10.000 mit Luft nach oben. Die Datenbank kann immer ein Thema sein. Aber auch da brauchen wir vielleicht eine kurze Warnung, wenn es über 5.000 werden, aber alles andere ist ein Selbstläufer.

Unsere Streaming Partner, mit denen wir schon jahrelang zusammenarbeiten, können wir empfehlen, wenn der Kunde keine eigenen bevorzugten Partner hat, die er nutzen möchte. Innerhalb von yemby kann ich jeden Streaming-Player einbinden.

**BlachReport:** Das heißt, die Frage, wo stehen die Server, muss ich gar nicht stellen, das ist dann letztlich auf Seiten der Kunden angesiedelt. Trotzdem: Lässt sich yemby auch mobil nutzen?

**Matthias Funk:** Die Frage kann ich zweigeteilt beantworten. Datenbank und Software selber sitzen in der Cloud. Wir nutzen das Angebot von Google, weil wir festgestellt haben, dass wir da am ehesten Einfluss nehmen können, welche Servercluster man nutzen möchte und gleichzeitig skalieren sie am besten. Bei Google ist es so, dass wir tatsächlich alle unsere Server in Europa stehen haben – also im Geltungsbereich der EU- Richtlinie, auf der die DSGVO fußt.

yemby funktioniert komplett responsiv. Im Page-Builder gibt es entsprechende Ansichten zum Beispiel für Tablets oder Smartphones. Erstmal macht yemby das selber und generiert automatisch von der Webseite, die auf der Desktop-Ansicht gebaut wurde, eine mobile und eine Tablet-Ansicht. Die kann man dann noch feintunen. Es handelt sich um eine ganz normale, reguläre, responsive Browserseite, die sich der Auflösung anpasst, egal auf welchem Device man unterwegs ist.

**BlachReport:** Ab wann ist yemby verfügbar.

**Matthias Funk:** Ab sofort.

Meetings in der „lebenswertesten Stadt der Welt“

# Eventlocations in Wien



Prater mit Riesenrad (Foto: Wien Tourismus/Peter Rigaud)

BEINAHE IM WOCHENTAKT HAT DIE KONGRESSMETROPOLE WIEN IN DIESEN TAGEN POSITIVE NACHRICHTEN ZU VERMELDEN: ERST IM MAI HAT DIE INTERNATIONAL CONGRESS AND CONVENTION ASSOCIATION (ICCA) IN IHREM RANKING FÜR DAS JAHR 2022 WIEN AUF DEM WELTWEITEN 1. PLATZ GEFÜHRT – WIE SCHON IM VORJAHR 2021 – MIT 162 IN 2022 DURCHFÜHRTEN KONGRESSSEN.

In der vergangenen Woche kam nun die – gleich doppelte – Auszeichnung zur „lebenswertesten Stadt“ der Welt hinzu: In Monocle's Quality of Life Survey 2023 erreicht Wien damit erstmals die Spitzenplatzierung, im „Global Liveability Index“ der Economist Intelligence Unit (EIU) wurde Wiens Lebensqualität bereits zum vierten Mal ausgezeichnet.

Was sich in Wien in den letzten Monaten so im Angebot der besonderen Eventlocations getan hat, haben wir nachfolgend in einer kleinen Selektion zusammengestellt.

## SO/ VIENNA

Das Luxus-Lifestyle-Hotel SO/ Vienna, architektonisches Avantgarde-Bauwerk von Jean Nouvel im Herzen der österreichischen Hauptstadt, wurde einem Restyling unterzogen und will mit adaptierten Designs, die von der Welt der Mode inspiriert sind, neue Maßstäbe setzen. Das Restyling von SO/ Vienna stellt einen dyna-

mischen Brückenschlag zwischen der Modeindustrie und der zeitgenössischen Hotellerie dar.

Als Teil des Restylings hat SO/ Vienna auch eine Reihe von kreativen Events und Aktivitäten in Zusammenarbeit mit renommierten Designern und Talenten der Szene geplant. Von exklusiven Events und Pop-up Erlebnissen bis zu den Treatments in den Gästezimmern und Suiten, soll das Hotel zu einer Drehscheibe für Modebegeisterte und Designaffine werden. Die Location bietet 182 Zimmer und Suiten sowie das Loft Restaurant und die Loft Bar im 18. Stock.

Eine gesamte Etage steht im SO/ Vienna für Meetings und Events bereit. Die Meetingräume befinden sich auf der 4. Etage und umfassen insgesamt über 1.100 Quadratmeter Flä-

SO/ Vienna  
(Foto: SO/ Vienna, Mila Zytka)

che. Die einzelnen Räume sind dabei nach international-namhaften Architekten benannt: Der Raum Le Corbusier etwa besticht vor allem mit der Architektur und einer besonderen

Dachschräge, mit einer Deckenhöhe von sieben Metern, Tageslicht sowie die Möglichkeit diesen zu öffnen und auf das Foyer auszuweiten. Der Raum ist mit modernen Projektoren, Screen und einer Soundanlage ausgestattet. Der Raum Breuer ist dagegen das „Oval Office“ im SO/ Vienna. Er bietet eine feste Bestuhlung und eignet sich perfekt für Boardmeetings mit Blick auf den Donaukanal. Er ist mit einem modernen Projektor und Screen und einem Bose Soundsystem ausgestattet.

## WEITSICHT COBENZL

Einen tollen Ausblick auf Wien bietet die neue Meeting-Location Weitsicht Cobenzl. Der Cobenzl ist einer der Wiener Hausberge und ein beliebtes Ausflugsziel. Die neue Location ist ein Ensemble aus historischen und neu errichteten Gebäuden, die alle mit modernster Technik ausgestattet wurden. Für Meetings und Events können Räumlichkeiten in drei Gebäuden gebucht werden, die in idyllischer Lage eingebettet in den Wiener Weinbergen liegen.

Das neu errichtete Panoramahaus besteht aus drei lichtdurchfluteten Räumen auf drei Ebenen. Jede Ebene hat eine eigene, weitläufige Terrasse. Die oberste Ebene – Galerie – bietet auf 80 Quadratmetern Platz für bis zu 100 Personen, ergänzt durch die 400 Quadratmeter große Terrasse. Unterhalb der Galerie befindet sich im mittleren Stockwerk das Panoramaloft für bis zu 300 Personen. Auf der untersten Ebene liegt der Gartensalon für bis zu 160 Gäste.

Alle Räume können auch gemeinsam gebucht werden und sind barrierefrei zugänglich. Neben moderner Veranstaltungstechnik stehen Empfangs- und Pausenbereiche jeweils pro Ebene zur Verfügung.

Das Schloss Cobenzl wurde rundum saniert und kann nun mit seinem Kuppelsaal für Events mit bis zu 400 Personen genutzt werden. Highlights sind die mondänen Luster und eine eigene Bühne. Auch hier ist es möglich, die Türen zur weitläufigen Terrasse zu öffnen. Das Schloss kann auch gemeinsam mit Räumen aus dem Panoramahaus gebucht werden, es gibt eine unterirdische Verbindung.

Das dritte Gebäude im Ensemble, die Meierei, ist ebenfalls ein Altbestand und wurde umfassend saniert. Hier stehen zwei kleinere Salons für bis zu 60 Personen pro Raum zur Verfügung. Für Besprechungen, Seminare und Meetings in intimeren Rahmen. Beide Räume können auch zusammengelegt werden. Zusätz-



Weitsicht Cobenzl (Foto: Mato Johannik)  
Kuppelsaal (Foto: Claudio Anderwald)

lich befindet sich mit dem Rondell auch ein öffentlich zugängliches Café-Restaurant auf dem Areal. In Anlehnung an die Historie des Areals wurden vor allem bei der Ausstattung des Rondell-Cafés die 1950er-Jahre zitiert.

## ARIANA

Die Veranstaltungslocation Ariana befindet sich im 22. Bezirk und bietet individuell kombinierbare Eventflächen. Die Meetingräume auf insgesamt rund 1.300 Quadratmetern Innenfläche eignen sich für Veranstaltungen mit bis zu 830 Besuchern. Die lichtdurchflutete Architektur von Armin Daneshgar sowie die großzü-



Ariana von außen (Foto: Zsolt Marton)  
Ariana Eventhalle (Foto: Karger)

gigen, zum Teil überdachten Außenflächen bieten eine optimale Atmosphäre für jeden Anlass. Neben einem teilbaren Festsaal (675 qm) mit sieben Metern Höhe und modularem Raumkonzept verfügt die Location über eine Lobby (450 qm), eine VIP-Lounge (136 qm) sowie zwei überdachte Vorplätze (350 qm und 450 qm).

Die neue Eventlocation in der Seestadt Aspern, einem der größten Stadtbauvorhaben Europas, ist mittels U-Bahn angebunden. Zur technischen Ausstattung und Infrastruktur von Ariana gehören Lichttechnik mit Echtzeitsteuerung und vollflächiger Bespielung bei sieben Metern Raumhöhe, Beschallung mit vom Ton-technikteam der Wiener Sängerknaben entwickelter Akustik, perfekte Schalldämmung und exakt steuerbares Raumklima. Für Gäste und Lieferanten gibt es zusätzlich einen eigenen Parkplatz am Eventgelände.

Hohen Stellenwert hat das Thema Sicherheit: Die Veranstaltungsräume ermöglichen die Einhaltung der neuesten Hygienestandards, berücksichtigt wurden auch die sichere Planbarkeit der Besucherströme und der gesteigerte Platzbedarf in allen Nebenräumen. Für gesunde Luft sorgt in den Innenbereichen von Ariana ein hochmodernes Belüftungssystem mit Spezialfiltern. Um alle Bedürfnisse abzudecken, erfolgten die Planungen für Ariana in enger Abstimmung mit Kunden, aber auch Catering-Unternehmen und Eventmöbellieferanten.

## CASINO ZÖGERNITZ

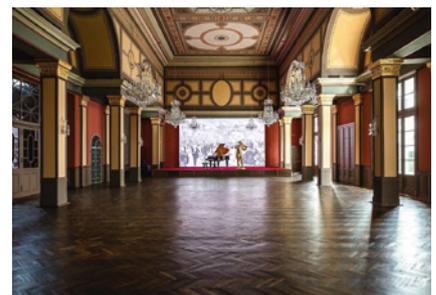
Nach 4,5 Jahren Sanierung wurde im März 2023 der Strauss-Saal, das Herzstück des Casino Zögernitz in Wien Döbling, wiedereröff-

net. In der Ausstellung „House of Strauss“ wird ab Herbst die Geschichte Wiens als Musikwelthauptstadt von damals und heute erzählt und wiederbelebt.

Das ursprünglich 1837 errichtete Gebäude wurde sowohl baulich als Denkmal als auch von seiner Funktion als Casino wiederbelebt.

Das Herzstück des Casino Zögernitz bilden das 80 qm große Oktogon sowie der letzte erhaltene und 350 qm große Strauss-Saal mit seinen besonderen Farben, Materialien und Akustikeigenschaften. Allein die Arbeiten, um die originalgetreue Wandbemalung wieder herzustellen, dauerten 2,5 Jahre. Der Saal in dem Johann Strauss Vater bei seiner Eröffnung dirigierte/spielte und danach mit seiner Dynastie und anderen Musikern wie Joseph Lanner und Carl Michael Ziehrer zahlreiche Konzerte spielte, gilt als akustisch herausragend. Er wurde später über 25 Jahre von der Teldec Schallplatten GmbH für Tonaufnahmen von klassischen Konzerten genutzt.

Derzeit bereits fertig gestellt und eröffnet sind ein Restaurant mit einem 500 qm großen Gastgarten mit altem Baumbestand und einem historischen Brunnen. Auch der Veranstaltungsbereich und Konzertsaal inklusive Garderobenräumlichkeiten und Museumsshop sind bereits eröffnet. Im Herbst 2023 soll dann das „House of Strauss“ folgen: Auf 2.000 Quadratmetern wird anhand der Familie Strauss erzählt, warum Wien früher die Welthauptstadt der Musik war – und es heute noch ist. Diese Ausstellungsräumlichkeiten wurden von Atelier Brückner gestaltet.



Strauss-Saal im Casino Zögernitz  
(Foto: Sima Prodingner)

400 originale Thonetstühle konnten im Casino erhalten werden und stehen dem Publikum zur Verfügung. Ergänzt wurden sie durch moderne Möbel, die von dem österreichischen Start-up Trastic aus recyceltem Plastik hergestellt wurden. Um weiterhin Aufnahmen im Strauss-Saal zu ermöglichen, wurde zudem ein Tonstudio mit Sichtkontakt zum Saal integriert.

## JOBS + KARRIERE

\_ Das Brandenburger eMobility-Unternehmen *eRockit* meldet Verstärkung. **Harald Schlarb**, ehemaliger Planning Lead der *Tesla Giga-Factory Berlin-Brandenburg*, wird Beirat für Infrastruktur und Produktion bei der *eRockit AG*. Der Maschinenbauingenieur und Betriebswirt war vorher unter anderem für *Maybach*, *Daimler* und *McLaren* tätig.

\_ *Hasbro* hat **Martin Kappner** zum neuen Marketing Director für die DACH-Region ernannt. Martin Kappner ist mittlerweile seit mehr als zehn Jahren in unterschiedlichen Positionen im Unternehmen tätig. Vor seiner Berufung zur neuen Position leitete er als Senior Marketing Manager für DACH & UK/I bei Hasbro ein länderübergreifendes Team von Brand Managern.

\_ **Fabio Sangermano** [39] ist zum 1. Juni 2023 zum Marketingchef der italienischen *Stellantis*-Marken Fiat und Abarth ernannt worden und folgt damit **Vincenza Guglielmi**, die eine neue Rolle innerhalb der Stellantis Organisation übernommen hat. Sangermano soll in seiner Rolle die Markenauftritte von Fiat und Abarth auf dem deutschen Markt stärken. Sangermano kam 2008 zum damaligen *FCA*-Konzern.



Dirk Scholz  
(Foto: E3)

### E3 WORLD HOLT DIRK SCHOLZ ALS CFO AN BORD

Die Frankfurter *E3 World Gruppe* hat ihren neuen CFO vorgestellt. **Dirk Scholz** blickt auf über 30 Jahre Führungserfahrung im Finance- und Managementbereich zurück, davon über 15 Jahre internationale CFO-Erfahrung. Jetzt will er seine umfassende Erfahrung in den Bereichen Wertsteigerungsmanagement, Transformation und Restrukturierung, die er in Führungspositionen bei namhaften Industrie- und Dienstleistungsunternehmen sammeln konnte, bei *E3 World* einbringen. Dazu *E3 World* CEO **Morten Haure-Petersen**: „Zusammen mit Dirk Scholz und unserer globalen *E3 World*-Familie wollen wir unsere Position als internationaler Leader für Exhibitions, Events und Environments durch noch stärkere Kundenzentriertheit weiter ausbauen.“

*E3 World* ist eine mittelständische Dienstleistungsgruppe mit Unternehmen aus den Bereichen Exhibitions, Events und Environments. Sie ist global aufgestellt und an Standorten in EMEA, Americas und APAC vertreten.



Silke Hoffmann  
(Foto: Koelncongress)

### GRUPPENLEITERIN SALES BEI KOELNCONGRESS

Zum 1. Juni 2023 hat **Silke Hoffmann** [37] die Gruppenleitung Sales im Vertriebsteam von *Koelncongress* übernommen. Sie ist bereits seit 2019 für *Koelncongress* im Vertrieb tätig, bislang mit dem Schwerpunkt Gastveranstaltungen. Ihr Fokus liegt derzeit auf der Vorbereitung des Markteintritts der neuen Kongress- und Eventlocation *Confex* und deren nationaler und internationaler Vermarktung. Silke Hoffmann verantwortet außerdem das Sales-Team und den Vertrieb aller *Koelncongress*-Locations.

Nach ihrem Studium Tourism- & Eventmanagement arbeitete sie als Trainee für *GMS Global Management Services* in den USA. Als Accountmanagerin hat sie bei der *Nürburgring Betriebsgesellschaft* an der Vermarktung der Produktpalette, der Konzeption neuer Angebotsformate und Realisierung von Messen, Tagungen und Seminaren mitgewirkt.

Bevor sie zum *Koelnmesse*-Konzern wechselte, war sie als Projektleiterin Teilnehmermanagement für *Bayer Business Services* tätig.



Cindy Bartmann  
(Foto: Creative Tours + Concepts)

### CINDY BARTMANN BEI CREATIVE TOURS + CONCEPTS

Das Team von *Creative Tours + Concepts* freut sich über weitere Verstärkung. Seit Mitte Mai ist **Cindy Bartmann** als neue Projektmanagerin für die Wiesbadener Event- und Incentive-Agentur tätig. Den Anlass für die Team-Erweiterung bot der starke Zuwachs an Neukunden und Projekten, den *Creative Tours + Concepts* in der jüngsten Vergangenheit zu verzeichnen hatte.

Cindy Bartmann ist bei den neuen Kollegen bereits wohlbekannt. Anlässlich des Mitarbeiterfestes zum 100. Jubiläum der *R + V Allgemeine Versicherung AG* in der *Brita-Arena* im vergangenen Jahr hatte sie mit *Creative Tours + Concepts* bereits eng und harmonisch zusammengearbeitet.

Cindy Bartmann verfügt über umfassende Event-Erfahrung, unter anderem als ehemalige Leiterin der Eventabteilung in der *Brita-Arena Wiesbaden*. Darüber hinaus war sie Mitglied des Projektleitungsteams beim Hestag 2018 und Juniorprojektleiterin bei den Special Olympics Willingen im Jahr 2017.



Bernd Schury  
(Foto: Raumtechnik)

### GESCHÄFTSFÜHRER BEI RAUMTECHNIK

*Raumtechnik Messebau & Event Services* hat mit **Bernd Schury** einen neuen Geschäftsführer bekommen. *Raumtechnik* gehört zum Netzwerk unabhängiger Kreativagenturen „Project Worldwide“ und zählt zu den Marktführern für 3D-Marketing, Design-Engineering und Produktion.

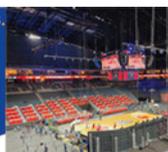
„Während seiner über 25-jährigen Karriere bei uns hat Bernd Schury große fachliche Qualifikation, Sorgfalt, Erfahrung und Loyalität bewiesen, was ihn aus unserer Sicht zur logischen Besetzung für die höchste Position in diesem für uns sehr wichtigen Unternehmen macht“, sagt **Robert G. Vallee Jr.**, Global Chairman und Chief Executive Officer von *Project*.

In seiner neuen Rolle als Geschäftsführer will Schury den deutschen Hauptsitz von *Raumtechnik* in Stuttgart leiten sowie das Wachstum der Niederlassungen Köln, München und Shanghai vorantreiben. *Raumtechnik* arbeitet unter anderem für Mercedes-Benz, Siemens, Cisco, Renault, Villeroy & Boch, Lamborghini, Deutsche Telekom, Bentley oder auch Cartier.

## MARKETING SERVICES

anbieter                      anschrift                      telefon . fax . email . internet                      angebot  
 \_ ansprechpartner

### AUTOMOTIVE EVENT SERVICE / PREMIUM EVENT REINIGUNG



KIWI  
Event Services GmbH

Kasinostrasse 19-21  
42103 Wuppertal

T 0202 89015232  
M 0174 8822232  
info@kiwi-services.de  
www.kiwi-services.de

Die KIWI Event Services GmbH bietet für Veranstaltungen aller Art umfassende Hygienekonzepte an. Wir sind ein Premiendienstleister für Fahrzeugevents, Automotive, Messen und Presseveranstaltungen. Wir bieten ökologisch nachhaltigen, professionellen Reinigungsservice zu fairen Konditionen auf nationalen und internationalen Events an. Mit der Erfahrung von über 15 Jahren, sorgen wir für die richtige Pflege und Sauberkeit von Fahrzeugen, Pavillons, Flächen, Böden und Exponaten. Unsere erfahrenen Projektleiter mit unserem ausgebildeten Personal sorgen für die perfekte Sauberkeit.

### BUCHUNGSPORTAL & MICE-SERVICE



**HGI**  
HOTEL RESERVATION  
WORLDWIDE

Hotels

Locations

Tagungsportal

HGI hotel reservation  
worldwide GmbH  
\_ Marco Reinkens  
\_ Carolin Nenov

Moltkestrasse 6  
50674 Köln  
www.hgi-worldwide.com  
www.hgi-tagungsportal.com

T 0221 82008-0  
F 0221 82008-25  
m.reinkens@hgi-worldwide.com  
c.nenov@hgi-worldwide.com

Öffnungszeiten:  
Mo. - Fr.: 08:30 - 17:30 Uhr

Wir sind auf weltweite Hotelbuchungen und Veranstaltungsplanung für Firmenkunden spezialisiert und betreuen nationale und internationale Firmenkunden, Organisationen, Verbände sowie Agenturen. Umfassende Recherche, Prozessoptimierung, Kostensenkung, strategische MICE Beratung und Rechnungsabwicklung sind Kern unseres Services. HGI verbindet kundenorientierten und persönlichen Service mit innovativer, webbasierter Buchungstechnik zum selber buchen. Unsere Veranstaltungsprofis unterstützen Sie gerne von der Anfrage bis zur Abreise kostenfrei.

### DUFTREGIE



**Systeme zur olfaktorischen Immersion**  
Geschichten und Emotionen nachhaltig transportiert

MAGIC BOX® eK  
DUFTREGIE  
\_ Inh. Elke Kies

Büdericher Str. 9  
41460 Neuss  
www.duftregie.de

T +49 (0)2131 591810  
F +49 (0)2131 591806  
info@magicbox.de

Duftberatung und -Komposition. Professionelle Ausbringungs-Technologie für alle Konzepte und Raumgrößen kaufen oder mieten. Hygienekonzepte mit 100% pflanzlichen Aerosolen für Ihr Luft-Management. Duft-zum-Bild Inszenierung auch für den Nahbereich.

AKTUELLES IM INTERNET \_ [WWW.AUTOMOBIL-EVENTS.DE](http://WWW.AUTOMOBIL-EVENTS.DE)

anbieter  
\_ ansprechpartner

anschrift

Telefon . fax . email . internet

angebot

EVENT-AGENTUREN



Wir schaffen Momente für die Ewigkeit

Creative Tours + Concepts  
GmbH & Co. KG  
managing directors:  
Christoph Daake | Conny Lobert

Adolfsallee 15  
65185 Wiesbaden

T +49 (0)611 450448-0  
contact@ctc-events.de  
www.ctc-events.de

Unsere Expertise: über 30 Jahre Erfahrung als international agierende Full-Service-Agentur. Unser Geheimnis: kreative Köpfe und ein gemeinsames Ziel, die Zufriedenheit unserer Kunden. Ergebnis: Hochkarätige Live-Kommunikation und Marken-Inszenierungen!

## fischerAppelt, live marketing

fischerAppelt,  
live marketing GmbH

Widdersdorfer Str. 205  
D-50825 Köln

T +49 (0)221 56938-0  
live@fischerappelt.de  
live.fischerappelt.de  
www.linkedin.com/company/  
fischerappelt

**Wir machen Marken erlebbar.**  
Analog. Digital. Connected.

Als Spezialist:innen für Experience Marketing schaffen wir immersive Erlebnisräume. Strategisch fundiert, kreativ konzipiert, verlässlich geplant und begeistert realisiert. Mit der geballten Kraft der fischerAppelt-Gruppe, agilen Workflows und vor allem: Leidenschaft. So entfesseln wir das volle Potential des Experience Marketings – für perfekte Markenerlebnisse.

Weitere Standorte:  
Hamburg  
Berlin  
München

+49 (0)40 899699-0  
+49 (0)30 726146-0  
+49 (0)89 747466-0



HAGEN INVENT GmbH & Co. KG  
\_ Catherine Hoffmann

Adlerstraße 74  
40211 Düsseldorf

T 0211 67935-0  
F 0211 67935-19  
info@hagen-invent.de  
www.hagen-invent.de

Bei unserer Gründung im Jahr 1979 waren wir Pioniere, heute sind wir eine der stärksten deutschen Eventmarketing-Agenturen. Mit unserer Verbindung aus Kreativität, Erfahrung und Leidenschaft bespielen wir seit über 40 Jahren die gesamte Klaviatur der Live-Kommunikation. Unseren Pioniergeist haben wir uns stets bewahrt: Ob live, hybrid oder digital – für unsere Kunden entwickeln wir passgenaue Konzepte für Events und Incentives, die begeistern.



JOKE Event AG

JOKE Event AG  
Creating Memories

Herbststraße 31  
28215 Bremen

T 0421 37888-0  
F 0421 37888-88

JOKE inszeniert Marken, schafft Erlebnisse, begeistert Menschen. Live, hybrid oder digital – aber vor allem nachhaltig. Für das große Ganze und die bleibende Erinnerung. Und das seit über 25 Jahren. Über 100 Kommunikations- und Event-Spezialisten betreuen Projekte von der Kreation bis zur Umsetzung für große und kleine Marken – quer durch alle Formate und Branchen. Eine eigene Produktion, Streaming-Studio und Locations sowie ein integriertes Teilnehmer- und Destinationsmanagement gehören zu unseren Kompetenzen. In Deutschland, Europa und weltweit.

Hamburg  
Berlin  
Frankfurt/Main  
Stuttgart  
München

kontakt@joke-event.de  
www.joke-event.de

AKTUELLES IM INTERNET \_ WWW.STAGEREPORT.DE



anbieter  
\_ ansprechpartner

anschrift

telefon . fax . email . internet

angebot

EVENT-AGENTUREN



PP Frankfurt

Christoph Symeonidis  
M 0175 723 43 64  
c.symeonidis@pp-live.com  
www.pp-live.com  
Patrick Birkenfeld  
M 0173 919 80 85  
p.birkenfeld@pp-live.com

PP LIVE GmbH steht für Live Kommunikation, strategische - und Personallösungen und hat sich zum Ziel gesetzt, Ihre Marke im Rahmen von Events, Messen oder am POS emotional erlebbar zu machen... live, digital oder hybrid! Für einzigartig nachhaltige Erlebnisse verbinden wir strategische Beratung und Konzeption mit einem effizienten Projekt- und Personalmanagement.

PP Köln



**LIVE  
SPACE  
CONTENT**

Pure Perfection | Wiesbaden

Gutenbergplatz 3  
65187 Wiesbaden

T +49 (0)611 172196-0  
wiesbaden@pureperfection.com

In unseren Disziplinen Live, Space und Content sind wir weltweit verknüpft und geben unseren Kunden ein einzigartiges Versprechen: **Pure Perfection!** 60 Perfektionisten arbeiten an den Standorten Wiesbaden, Düsseldorf und Berlin mit einem Höchstmaß an Inspiration, Kreativität und Umsetzungsqualität.

Pure Perfection | Berlin

Strelitzer Straße 2  
10115 Berlin

T +49 (0)30 4005353-0  
berlin@pureperfection.com

Pure Perfection | Düsseldorf

Reisholzer Werftstr. 29a  
40589 Düsseldorf

T +49 (0)211 55026784  
duesseldorf@pureperfection.com



Siegfriedstr. 29  
40549 Düsseldorf

Kontakt:  
T 0800 2113069  
info@red-carpet-event.de  
www.red-carpet-event.de

**Live-Kommunikation mit Hollywood-Flair!**  
Red Carpet Event ist der führende Spezialist, wenn es um Ihre erfolgreichen Veranstaltungen im Kino geht. Durch die Realisierung von über 20.000 Events, wie Tagungen, Produktpräsentationen, Personalversammlungen, Roadshows, sowie neuer interaktiver Veranstaltungsformate an 150 Standorten in ganz Deutschland, haben wir Live-Kommunikation im Kino als festen Bestandteil der Unternehmenskommunikation vieler unserer Kunden dauerhaft etabliert.  
**Düsseldorf – Berlin – Frankfurt**

Red Carpet Event GmbH



trendhouse  
event marketing GmbH

Innsbrucker Ring 15  
81673 in München

T 089 368498-0  
hello@trendhouse.de  
www.trendhouse.de

Seit 1994 bringen wir Geschichten auf die große Bühne. Live, digital und hybrid, in Deutschland und im internationalen Ausland. Neben der professionellen Umsetzung anspruchsvoller Events sind wir besonders stark in der Inszenierung und Emotionalisierung Ihrer Botschaften. Wir sehen uns als strategischer Berater auf Augenhöhe und tauchen tief mit in Ihre Welt ein. Für unsere kreativen, innovativen und wirkungsstarken Events wurden wir bereits mehrfach ausgezeichnet.  
**Unser Vision Statement: We create lifetime memories by moving the new. We bring your stories to life by breaking the impossible. No matter what!**



AKTUELLES IM INTERNET \_ WWW.BLACHREPORT.DE

anbieter  
\_ ansprechpartner

anschrift

telefon . fax . email . internet

angebot

EVENT-AGENTUREN

uniplan

Uniplan Köln	Schanzenstraße 39 a/b 51063 Köln	T +49 221 845 69 0 hello@uniplan.com uniplan.com
Uniplan Frankfurt/Main	Speicherstraße 59 60327 Frankfurt/Main	T +49 69 478 625 59 600 frankfurt@uniplan.com
Uniplan Hamburg	Schaartor 1 20459 Hamburg	T +49 40 180 436 040 hamburg@uniplan.com
Uniplan Kerpen	Zeißstraße 12-14 50171 Kerpen	T +49 22 37 50 90 hello@uniplan.com
Uniplan Basel	Signalstraße 37 4058 Basel - Schweiz	T +41 61 7269 555 basel@uniplan.com
Uniplan Beijing	F15, Building B Guanghua Lu SOHO2 No. 9 Guanghua Road, Chaoyang District, Beijing 100020 - China	T +86 10 5969 2188 hello@uniplan.com
Uniplan Shanghai	2203 K Wah Centre No. 1010, Huaihaizhong Road Shanghai 200031 - China	T +86 21 6330 2226 hello@uniplan.com
Uniplan Hong Kong	Room 2A, 2nd Floor, Beverly House No. 93-107 Lockhart Road Wanchai Hong Kong - China	T +852 2757 9628 hello@uniplan.com

Uniplan. Eine Agentur für Markenerlebnisse.

Uniplan wurde 1960 von Hans Brühe, Vater des heutigen CEO und Inhabers Christian Zimmermann, in Köln gegründet. Seither hat Uniplan sich immer wieder neu erfunden und mit einem Gespür für zukünftige Entwicklungen den handwerklichen Ursprung mit kreativer Vorstellungskraft verbunden. Die Agentur begleitet ihre Kunden von der ersten Idee bis zum letzten Handgriff: 400 Uniplaner an acht Standorten in Europa und Asien erwecken visionäre Ideen mit hohem Anspruch an die Machbarkeit zum Leben – alles für den einen Moment, der das Markenerlebnis einzigartig macht.



**DO YOUR LIVE EXPERIENCES  
REACH THEIR FULL POTENTIAL?**



Syndicate Five GmbH

Strelitzer Str. 2  
10115 Berlin

T +49 172 1910 482  
berlin@syndicate-five.com  
www.syndicate-five.com

We are Syndicate 5 a collective of creative professionals transforming raw ideas into unique live & mixed experiences. Get in touch!

AKTUELLES IM INTERNET \_ [WWW.AUTOMOBIL-EVENTS.DE](http://WWW.AUTOMOBIL-EVENTS.DE)





anbieter  
\_ ansprechpartner

anschrift

telefon . fax . email . internet

angebot

#### TECHNISCHES PLANUNGSBÜRO



PRODUCTION OFFICE GbR  
Ingenieurbüro für  
Entertainment  
\_ Dipl. Ing. Joachim Koppe  
\_ Dipl. Ing. Ralf Schafstall

Schlesische Straße 28  
10997 Berlin

T 030 616716-0  
F 030 616716-29  
www.production-office.de  
info@production-office.de

Das Berliner Ingenieurbüro für Entertainment – unabhängig, flexibel, budgetorientiert. Technische Planung und Leitung sowie architektonische Ausarbeitung von Designs. Ihr Partner für alle technischen, gestalterischen und logistischen Themen. Ausschreibungs- & Genehmigungsverfahren. Hygiene- & Sicherheitskonzepte, Hygienebeauftragte.

#### TEILNEHMERMANAGEMENT



EMENDO Event + Congress  
GmbH & Co. KG  
\_ Philipp Sautter  
Managing Partner

Riedstraße 25  
73760 Ostfildern

T 0711 4605376-0  
post@emendo-events.de  
www.emendo-events.de

EMENDO Event + Congress ist einer der führenden Anbieter für Teilnehmermanagement in Deutschland. Neben der Bereitstellung unserer Guestmanagement-Software EM.EX unterstützen wir unsere Kunden seit über 15 Jahren in der Betreuung von Messe- und Kongressbesuchern sowie Eventgästen.

#### VERANSTALTUNGSTECHNIK



Aventem GmbH  
Audiovisuelle  
Dienstleistungen

*Düsseldorf*  
Herderstraße 70  
40721 Hilden  
*Berlin*  
Rohrdamm 24b  
13629 Berlin



T +49 2103 25230-0

T +49 30 367005-70  
info@aventem.de  
www.aventem.de

Reale und digitale Veranstaltungen in unseren Studios, bei unseren Kunden oder an Veranstaltungsstätten in jeder Größenordnung. Auf unserer eigenen, wandelbaren Plattform setzen wir Ihr Event in Szene und bringen die Emotionen zurück zum Publikum. Wir wollen Ihr Partner mit hoher Beratungskompetenz bei der Umsetzung für den gemeinsamen Erfolg sein.



btl next GmbH

Berlin • Düsseldorf  
Frankfurt • Hannover  
München • Poznań

T +49 (0)211 90449-0  
F +49 (0)211 90449-444  
contact@btl-x.de  
www.btl-x.de

Live.Digital.On-site



Bei uns sind Event-Spezialisten für deine Themen wie **Content, Kreativität** und neue Eventformate im Einsatz. Wir entwickeln **Streaming-, Hybrid- und Live-Events** und liefern dabei u. a. eigens konzipierte **Websites** und maßgeschneiderte **Hygienekonzepte** für dein Event\* aus einer Hand.

AKTUELLES IM INTERNET \_ [WWW.MUSEUMSREPORT.DE](http://WWW.MUSEUMSREPORT.DE)



INSIDE

# Lara Medak

LARA MEDAK IST BEI DER JOKE EVENT AG ZUSTÄNDIG FÜR MARKETING COMMUNICATIONS UND BUSINESS DEVELOPMENT.



Lara Medak (Foto: Joke)

## Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?

Inszenierungen und kreativ-schräge Leute fand ich immer schon gut. Ich bin darum zuerst in der Modeindustrie gelandet – mit teilweise sehr anstrengenden Akteuren. In der Eventbranche stimmt für mich die Balance aus (Positiv-)Beklopten und Bodenständigen.

## Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?

Programmkinobetreiberin – wenn keine Live-Erlebnisse im Eventformat, dann als Bewegtbild. Englischsprachige Kultfilme, 50er/60er-Jahre. Dazu Retro-Catering – Eis vom Bauchladen-Verkäufer.

## Welchen Traum wollen Sie sich noch erfüllen?

Später mal ein Haus am Meer mit Obst- und Gemüsegarten – meine Verwandtschaft am Mittelmeer hat die Basis dafür schon geschaffen. Ich träume von einer Silversurfer-WG an der Adria.

## Was macht Sie glücklich?

Natur und Kultur. Openair-Kino an der Ostsee. Konzert im Stadtpark. Meine To-Go-Variante: mit der Lieblings-Playlist auf den Ohren im Sommer nachts durchs autofreie, grüne Hamburg radeln.

## Was war bisher Ihre größte Herausforderung?

Kein Job-Projekt. Mein Chef sagt auch immer: ‚Jedes (noch so schwere) Projekt geht einmal vorbei.‘ Darum eine Daueraufgabe – der Eltern-Job: meine größte UND schönste Herausforderung.

## Wen möchten Sie gern einmal kennenlernen?

Mein Traum-Date als Filmfan – Teatime mit der britischen Schauspielerin Maggie Smith (Harry Potter, Downton Abbey). Die Oscarpreisträgerin hat in jedem meiner fünf Lebensjahrzehnte Werke zu meinen Film-/Serien-Top-Ten beigesteuert.

## Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?

‚Noch wach‘ von Benjamin Stuckrad-Barre. Sehr unterhaltsam – das Medien- und Gerichts-Gehäue der (Ex-)BILD-Alphamännchen drumherum mindestens genauso gut.

## Was sollen wir hören: Ihr aktueller Musiktipp?

‚Allemagne Zero Points‘ – der ESC-Abgesang von Jan Böhmermann. Selten wurde (deutsches) Scheitern lustiger besungen.

## Welches Live-Ereignis hat Sie bisher am meisten beeindruckt?

Low-Budget, maximaler Purpose, internationale Bewegung, enormer PR-Output – eindeutig Fridays for Future. Auch weil die Events generationsübergreifend sind – in Hamburg laufen Kita-Kinder genauso mit wie Omas gegen Rechts.

## Auf die Gefahr hin, dass Sie dort nie wieder allein sind: Nennen Sie uns Ihr Lieblingsrestaurant?

Underdocks im Hamburger Schanzenviertel. Haben den norddeutschen Klassiker ‚Fischbrötchen‘ neu erfunden. Gott sei Dank ohne Panade oder Remoulade.

## Impressum

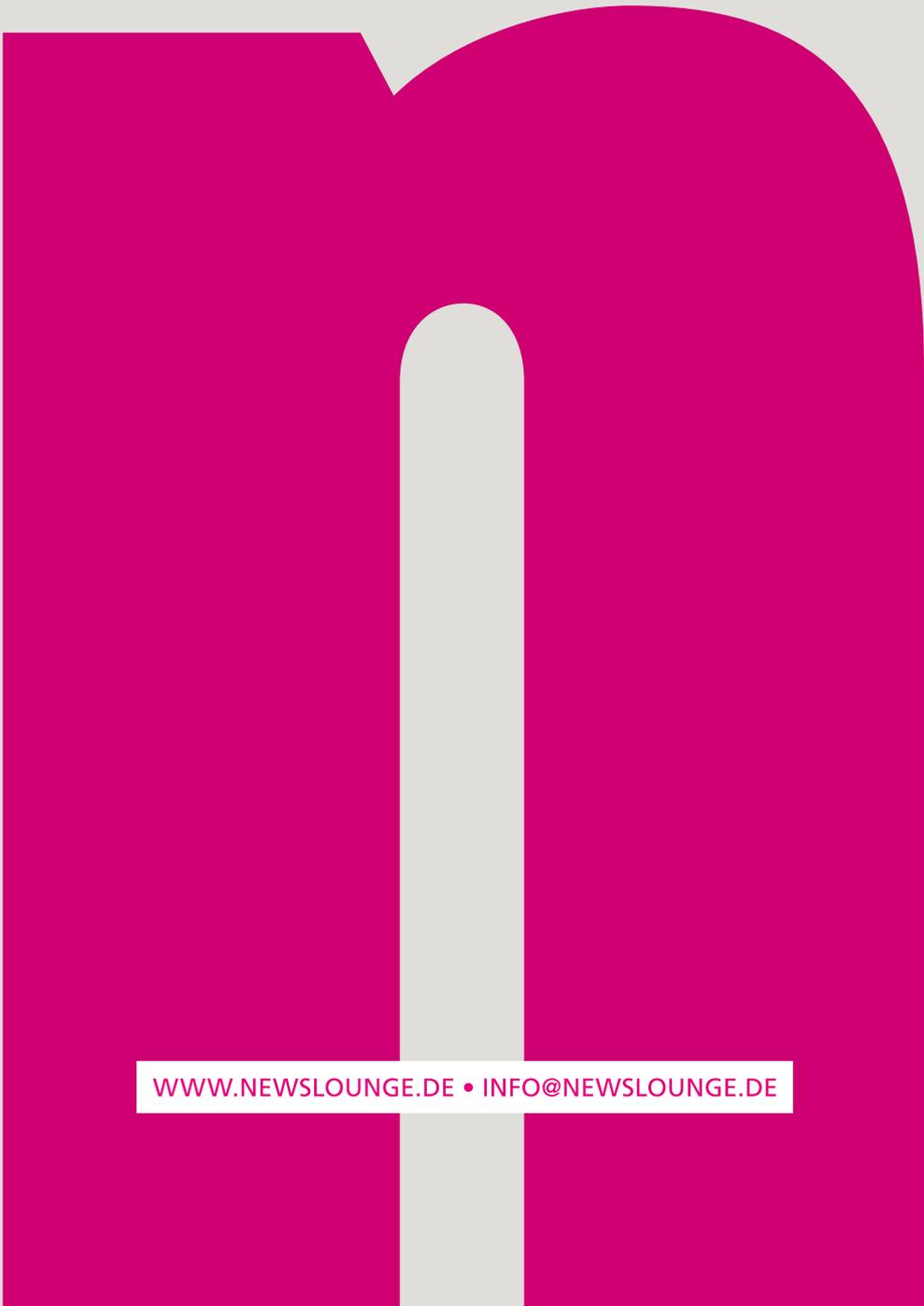
25. Jahrgang \_ VERLAG AktivMedia GmbH / Zum Bahnhof 10 / 31311 Uetze - Dedenhausen // Tel 05173 9827-0 / Fax 05173 9827-39 / eMail [info@blachreport.de](mailto:info@blachreport.de) / [www.blachreport.de](http://www.blachreport.de) \_ CHEFREDAKTION Peter Blach [pblach@blachreport.de](mailto:pblach@blachreport.de) \_ REDAKTION Gabriele Stolte [gstolte@blachreport.de](mailto:gstolte@blachreport.de) / Elke Bartels [ebartels@blachreport.de](mailto:ebartels@blachreport.de) / Marco Raupach [mraupach@blachreport.de](mailto:mraupach@blachreport.de) \_ ANZEIGENMARKETING Medienmarketing Sanders, Ulf-Gundo Sanders / Tel 07203 502727-0 / Fax 07203 502727-18 / eMail [gsanders@aktivmedia.biz](mailto:gsanders@aktivmedia.biz) \_ PRODUKTION Sandra Fink [sf@betriebsbuero.com](mailto:sf@betriebsbuero.com) \_ DRUCK Druckpunkt Langer / Uetze \_ GERICHTSSTAND Burgdorf >> Der BlachReport ist eine Business-to-business-Publikation über Event-Marketing, Promotions und Sponsoring. Sie erscheint zweiwöchentlich. Der jährliche Bezugspreis beträgt 93 Euro beim Digitalabo und 290 Euro beim Printabo (jeweils zzgl. MwSt.). Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein Jahr, wenn es nicht sechs Wochen vor Ablauf schriftlich gekündigt ist. Keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte. [Preise jeweils inkl. Versandkosten]

ISSN 1611-8308

# newslounge

PRESSEPORTAL FÜR DIE  
MICE BRANCHE NATIONAL  
UND INTERNATIONAL

TEXT, VERBREITUNG,  
ARCHIVIERUNG, BERATUNG,  
DURCHFÜHRUNG, SOCIAL MEDIA,  
NEWSLETTER



[WWW.NEWSLOUNGE.DE](http://WWW.NEWSLOUNGE.DE) • [INFO@NEWSLOUNGE.DE](mailto:INFO@NEWSLOUNGE.DE)

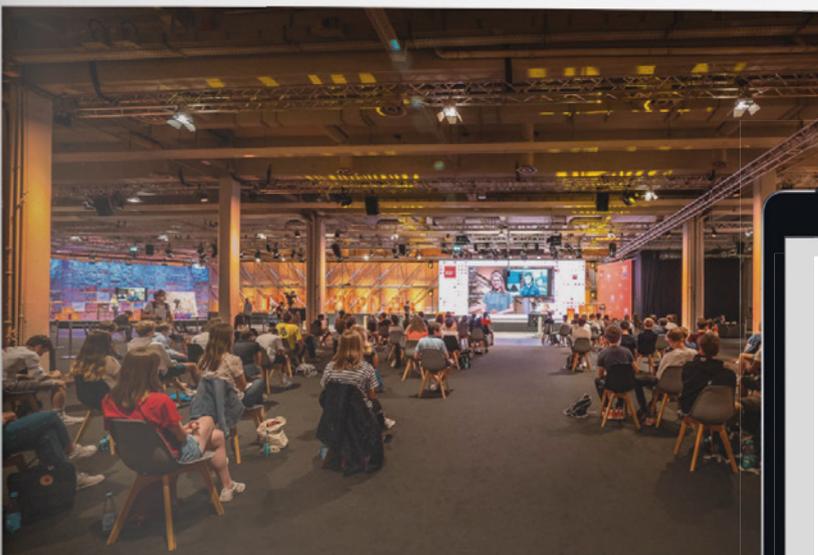
# POCKETEVENT

\*23

## POCKETEVENT

\*23

Daten / Zahlen / Fakten



DATENBANK  
LIVEKOMMUNIKATION



POCKETEVENT ERSCHEINT EINMAL PRO JAHR ALS DATENBANK LIVEKOMMUNIKATION UND FASST DIE ERGEBNISSE RELEVANTER EVENT-AWARDS UND BRANCHENEREIGNISSE ZUSAMMEN: DEUTSCHES EVENT-KREATIVRANKING 2023, RANKINGS EVENT-DIENSTLEISTER, EVENT-LOCATIONS, EVENT-DESTINATIONEN, EVENT-ENTERTAINMENT, EVENT-CATERING, NON-FOOD-CATERING UND MESSEBAU SOWIE BRANDEX AWARD, BEAWORLD AWARD, GOLDEN AWARD MONTREUX UND MEHR.

PocketEvent \*23 gibt es auf [www.mediaboard.one](http://www.mediaboard.one)



AktivMedia  
Marketing- und  
Medienkommunikation GmbH