

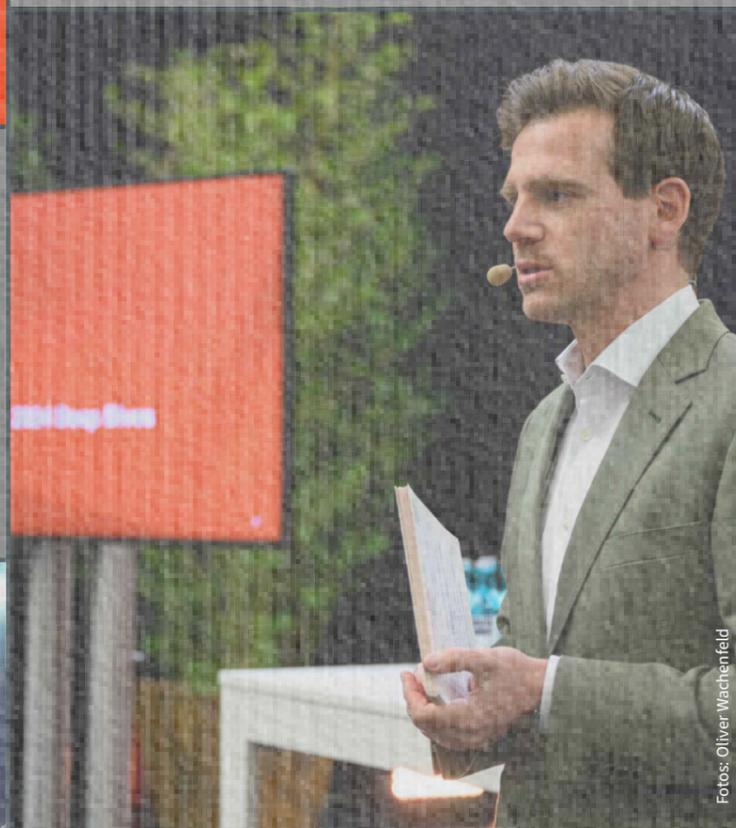


Wie Kulturprojekte Berlin, fischerAppelt und K.I.T. Group die Hauptstadt in Sommermärchen-Stimmung bringen wollen



BRAND  
EX  
DEEP  
DIVE

# BRANDEX GEWINNER IM TALK MIT ALJOSCHA HÖHN



Fotos: Oliver Wachenfeld

## INKLUSIVE VIDEOS DER AWARD-EINREICHUNGEN



# JETZT AUF YOUTUBE STUDIO BLACH

YOUTUBE.COM/@STUDIOBLACH

## Tor im Tor



Anlässlich der Fußball-Europameisterschaft entstand in Berlin gerade ein Tor vor dem Brandenburger Tor. Gemeint ist ein symbolisches Fußballtor, das als Kunstinstallation in 8,5-facher Originalgröße vor dem Brandenburger Tor seinen Platz bekam.

Es soll das größte Fußballtor der Welt sein und „das Bild“ der UEFA EURO in Deutschland werden. Und damit es noch mehr Atmosphäre bekommt, wurde auch noch Rasen auf der Straße des 17. Juni verlegt, der erstmals den nördlichen und südlichen Tiergarten verbindet.

Das Brandenburger Tor ist nicht nur für nationale und internationale Besucher und Touristen das ikonische Wahrzeichen der Hauptstadt. HIER ist Berlin – und wenn sich Stadt und Land Berlin dazu entschließen, DAS Tor für ein hoffentlich friedliches Fußballfest zur Verfügung zu stellen, ist das eine mehr als honorige Geste.

Auf dem umliegenden Areal vor dem Reichstag und dem Brandenburger Tor wurde auch die sogenannte Fanzone plaziert, die nicht nur als zentraler Platz für die rund 2,5 Millionen Fußball-Fans aus ganz Europa dient, sondern auch Public Viewing, Kultur, Unterhaltung und Hospitality bietet – 31 Tage lang (mehr dazu ab Seite 6 in dieser Ausgabe).

Wesentlich für den Erfolg des Angebots sind nun mehrere Parameter. Zum einen sollte die deutsche Fußball-Nationalmannschaft nicht gleich in der ersten Runde ausscheiden, zweitens das Fußballfest friedlich bei schönem Wetter stattfinden und drittens – und das ist gewährleistet – in der Fanzone nicht nur an Spieltagen etwas los sein.

Der Gedanke, statt eines schnöden Public Viewings mit großer Leinwand und „Druckbe-tankung“ der Fans ein Festival mit einem kompletten Angebot für die Familie zu veranstalten, scheint hier der Königsweg zu sein, um an allen Tagen für einen regen Besuch zu sorgen und dafür auch die Besucher von Berlin anzulocken. Viele von ihnen kommen ohne Tickets zu einem der Spiele zum Sightseeing nach Berlin. Eigentlich wollen sie Berlin besuchen, aber können nun in der Fanzone in das Fußballereignis eintauchen und einfach nur dabei sein.

Das ist eine schöne Idee.

Herzlichst

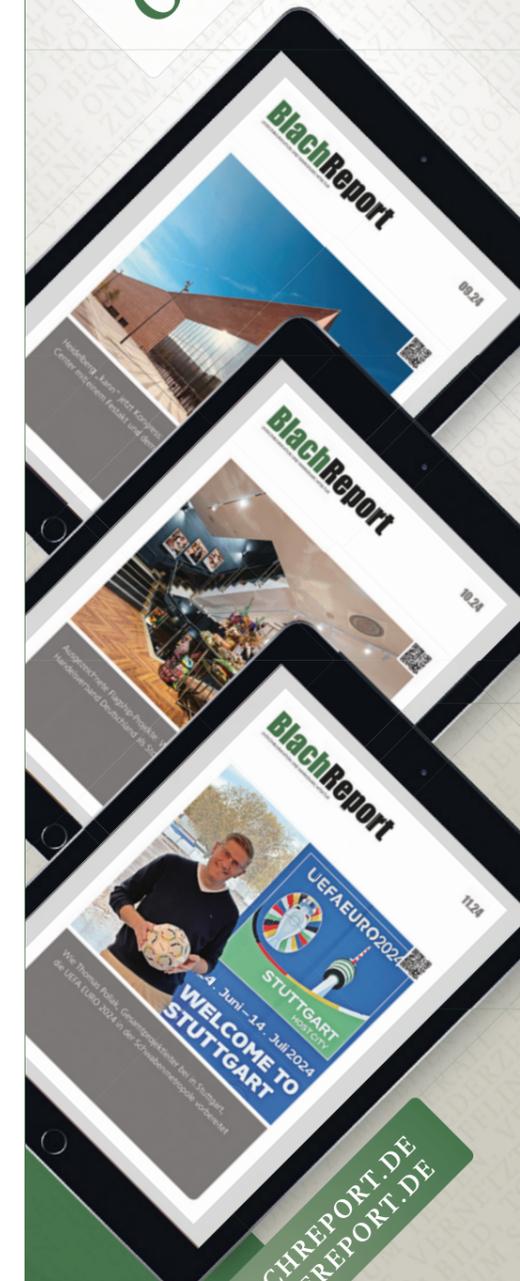
Ihr Peter Blach

**inhalt**      Titelfoto: UEFA EURO 2024 Installation vor dem Brandenburger Tor (Foto: Moritz Eden, City-Press)

4 <b>BUSINESS</b> Genfer Autosalon wird endgültig eingestellt	12 <b>VENUES</b> Kopenhagen Venues
5 <b>BUSINESS</b> Deutsches MICE-Geschäft gestärkt	14 <b>SUSTAINABILITY FÜR EVENTS</b> Intrinsische Motivation
6 <b>EM 2024</b> UEFA EURO 2024 Fan Zone in Berlin	16 <b>PEOPLE</b> Jobs + Karriere
8 <b>BUSINESS</b> „Tag des Denkmals“-Etat	17 <b>MARKETING-SERVICES</b> Lieferantenverzeichnis
10 <b>BUSINESS</b> Bernexpo Groupe Geschäftsjahr 2023	26 <b>BACKSTAGE</b> Oliver Wachenfeld
11 <b>DIGITAL</b> Gevme präsentiert KI-Tool Snapsight	26 <b>IMPRESSUM</b>

MEDIA  
BOARD

OUT NOW!



WWW.BLACHREPORT.DE  
WWW.STAGEREPORT.DE



Genfer Autosalon 2024 (Foto: GIMS)

Genfer Autosalon wird endgültig eingestellt

## Viele Unwägbarkeiten

Die Stiftung Comité permanent du Salon international de l'automobile hat beschlossen, den Genfer Autosalon künftig nicht mehr zu organisieren. Die Geneva International Motor Show Qatar soll dagegen im November 2025 wie geplant stattfinden.

Der Vorstand der Stiftung stellt fest, dass zu viele Unwägbarkeiten im Zusammenhang mit der Automobilindustrie und dem Attraktivitätsverlust der großen europäischen Automobilmessen bestehen, um das Risiko einer Zukunftsplanung einzugehen. Dies, obwohl sich die Geneva International Motor Show (GIMS) nach vierjähriger Abwesenheit aufgrund von Covid-19 mit dem Relaunch im Februar 2024 neu positionieren und konsolidieren sollte.

„Die Anstrengungen und die Entschlossenheit, mit denen wir versucht haben, wieder zum Erfolg zurückzukehren, sollen durch

diesen sehr bedauerlichen Entscheid nicht in Frage gestellt werden. Aber das mangelnde Interesse der Hersteller am Genfer Salon in einem schwierigen Umfeld, die Konkurrenz durch die Messen in Paris und München, die von den lokalen Konzernen bevorzugt werden, sowie die Investitionen, die notwendig sind, um den Salon am Leben zu erhalten, haben es unmöglich gemacht, die Veranstaltung fortzusetzen“, so Alexandre de Senarclens, Präsident der Stiftung „Comité permanent du Salon international de l'automobile“ in Genf.

Da der Stiftungsrat seinen statutarischen Zweck nicht mehr erfüllen kann, werde er die kantonale Stiftungsaufsichtsbehörde (ASFIP) formell um die Genehmigung zur Auflösung der Stiftung ersuchen. Diese Entscheidung beruhe auf der Erkenntnis, dass die Marktbedingungen in Europa den Erfolg künftiger Ausgaben nicht förderlich seien. „Ohne das

Engagement und die Überzeugung der operativen GIMS-Teams unter der Gesamtleitung von Sandro Mesquita hätte weder in Genf noch in Doha eine Veranstaltung stattfinden können. Die Teams haben ihre ganze Entschlossenheit eingesetzt, um diesen Autosalon nach der Covid19-Pandemie wiederzubeleben“, betont Alexandre de Senarclens.

„GIMS Qatar kann nach der erfolgreichen ersten Ausgabe auch für die kommende Ausgabe des Festivals der automobilen Exzellenz auf das Know-how und die anerkannte Kompetenz der Teams zurückgreifen, die das Konzept und seine Umsetzung initiiert und entwickelt haben“, erklärt Sandro Mesquita, Generaldirektor von GIMS. „Es ist erfreulich zu sehen, dass die GIMS Qatar ihre Anziehungskraft im Nahen Osten sogar noch weiter gesteigert hat.“ Die nächste GIMS Qatar ist für November 2025 in Doha geplant.

Leipziger Messe nimmt Photovoltaik-Anlage in Betrieb

## Konsequenter Schritt

Die Leipziger Messe hat Ende Mai 2024 die hauseigene Photovoltaik-Aufdachanlage in Betrieb genommen. Damit soll die Energieversorgung des Messegeländes künftig noch nachhaltiger gestaltet werden. „Die Inbetriebnahme der Photovoltaik-Anlage ist ein weiterer konsequenter Schritt auf dem Weg zu unserem langfristigen Ziel, die Geschäftstätigkeit der Leipziger Messe CO<sub>2</sub>-neutral zu gestalten“, sagt Markus Geisenberger, Geschäftsführer der Leipziger Messe.

Die PV-Anlage wurde auf den Dächern von Handwerkerzentrum, Westflügel und Messehaus installiert – Standorte, deren bauliche Grundlage für die Installation der Module geeignet sind. Die bereits vorhandene Begrünung der Dächer ist dabei weitestge-

hend erhalten geblieben. Lediglich direkt unter den PV-Modulen wurde der Pflanzenwuchs durch den Einsatz spezieller Polyestervliese minimiert. Insgesamt wurden 2.646 Module aufgebracht. Deren Leistung soll künftig den externen Strombezug des Messegeländes um rund 15 Prozent reduzieren. Zum Vergleich: Mit der Leistung der neuen PV-Anlage könnten laut Leipziger Messe rund 200 Einfamilienhäuser mit vier Personen versorgt werden. „Damit geht nach 18 Monaten ein komplexes technisches Projekt erfolgreich an den Start. Mein Dank gilt den Kollegen der Leipziger Messe wie auch der SunStrom GmbH und der Netz Leipzig GmbH für die tatkräftige Unterstützung. Dass wir jetzt am Netz sind, ist unser gemeinsamer Erfolg“, so Geisenberger.

Die PV-Anlage ist eine weitere nachhaltige Maßnahme der Leipziger Messe im Energiebereich. 2021 wurde der „Net Zero Carbon Events Pledge“ unterzeichnet, mit dem sich Unternehmen und Organisationen dazu verpflichten, konkrete Schritte zur Reduzierung ihrer CO<sub>2</sub>-Emissionen zu unternehmen. Im Einklang mit den Zielsetzungen der Stadt Leipzig wird die Geschäftstätigkeit der Unternehmensgruppe bis spätestens 2040 CO<sub>2</sub>-neutral ausgestaltet.

Seit 2023 bezieht die Leipziger Messe zu 100 Prozent Ökostrom. Die Maßnahmen orientieren sich an den Leitprinzipien der Vereinten Nationen. Bezahlbare und saubere Energie ist eins der 17 Sustainable Development Goals (SDGs).

Bleisure-Reisen stärken deutsches MICE-Geschäft

## Aktuelle Studien

Nach den Urlaubs- und Privatreisen nähert sich auch der internationale Markt für Geschäftsreisen langsam wieder dem Vorkrisenniveau von 2019 an. Allerdings verändert sich die Gewichtung der Marktsegmente: So erholen sich MICE-Reisen schneller als die traditionellen Geschäftsreisen und gewinnen Marktanteile. Zugleich prägen gesellschaftliche Trends, wie die Work-Life-Balance Thematik, aber auch dynamische Veränderungen in der Arbeitswelt die Nachfrage. Die Schnittmenge zwischen geschäftlichen und privat intendierten Reisen wächst. Daraus ergeben sich Chancen, aber auch Herausforderungen für touristische Leistungsträger.

Trendthemen, wie „Work from anywhere“ oder kollaboratives Arbeiten unterstützen Bleisure-Reisen, als Kombination von Geschäftsreisen mit privaten Aufenthalten/Urlaub. Die Antworten der Tourismuswirtschaft auf diese Herausforderungen können zugleich einen wirksamen Beitrag für mehr Nachhaltigkeit leisten – so die Schlussfolgerung aus aktuellen Studien, die von der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) und dem German Convention Bureau (GCB) bei IPK International in Auftrag gegeben wurden.

Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der DZT, erklärt dazu: „Deutschland bestä-

tigt auch post Corona seine Position als Geschäftsreiseziel Nummer 1 im internationalen Wettbewerb deutlich: Von den 117 Millionen Auslandsreisenden, die 2023 weltweit unternommen wurden, führten 13,5 Millionen nach Deutschland, das entspricht einem Marktanteil von zwölf Prozent. Mehr als ein Drittel aller ausländischen Geschäftsreisenden nutzten 2023 die Möglichkeit, ihren Business Trip nach Deutschland mit einem privaten Aufenthalt oder Urlaub zu kombinieren. Damit erreicht Deutschland als Bleisure-Ziel 2023 Platz 1 in Europa und im weltweiten Vergleich Platz 3 (1. USA, 2. Mexiko, 4. Frankreich, 5. Spanien). Strategisch forciert die DZT die Verlängerung der Aufenthaltsdauer internationaler Gäste in Deutschland im Rahmen ihrer Stay Longer Initiative, um den anteiligen ökologischen Fußabdruck pro Reisetag zu mindern.“

Matthias Schultze, Geschäftsführer des GCB, führt dazu weiter aus: „Bei den Bleisure-Reisen weltweit nach Deutschland entfallen etwa ein Viertel auf traditionelle Geschäftsreisen und drei Viertel auf das MICE-Segment. 43 Prozent der Teilnehmer an Kongressen, 31 Prozent der Reisenden zu Meetings/Konferenzen sowie 41 Prozent der Besucher von Messen/Ausstellungen nutzen die Möglichkeit, ihren ge-

schäftlich veranlassten Deutschland-Trip mit einem Urlaub oder privaten Aufenthalt zu verbinden. Daraus ergeben sich Chancen für zusätzliches Geschäft in der aktiven Vermarktung von MICE-Angeboten, die eine private Reisekomponente enthalten.“

Bleisure-Reisen können signifikant zur Verlängerung der Aufenthaltsdauer und damit zur Reduzierung des anteiligen CO<sub>2</sub>-Fußabdruckes pro Reisetag beitragen. So bleiben Geschäftsreisende durchschnittlich 6,7 Nächte in Deutschland – im Bleisure-Bereich liegt dieser Wert bei 8,8 Nächten. Mehr als zwei Drittel der Bleisure-Reisen umfassen mindestens vier Übernachtungen.

Auch unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten gilt dem Thema Bleisure besondere Aufmerksamkeit. Die Ausgaben pro Person und Reise nach Deutschland liegen mit 1.767 Euro deutlich über denen reiner Dienstreisen (1.432 Euro). Dazu trägt insbesondere die Wahl hochwertiger Unterkünfte bei: 47 Prozent der Bleisure-Reisenden buchen First Class-Hotels, 14 Prozent Mittelklassehotels und nur zwei Prozent Budget-Unterkünfte. Knapp ein Drittel nutzt sonstige bezahlte Unterkünfte, nur etwa sieben Prozent übernachten privat ohne Bezahlung.

Germany  
The travel destination



DZT-Visual (Logo: DZT)



Fanzone und Kunstinstallation vor dem Brandenburger Tor  
(Fotos: Kulturprojekte Berlin, fischerAppelt, Moritz Eden/City-Press)

Kulturprojekte Berlin, fischerAppelt und K.I.T. Group bringen Sommermärchen-Stimmung nach Berlin

## UEFA EURO 2024 Fan Zone Berlin

DIE BERLINER FAN ZONE ZUR UEFA EURO 2024 RUND UM REICHSTAG UND BRANDENBURGER TOR SOLL ZU EINEM EVENT DER SUPERLATIVE WERDEN. MIT DABEI: 2,5 MILLIONEN FUSSBALL-FANS AUS GANZ EUROPA, JEDE MENGE KULTUR, UNTERHALTUNG UND NATÜRLICH FUSSBALL – INKLUSIV UND NACHHALTIG ÜBER 31 TAGE HINWEG.

Die UEFA EURO 2024 findet vom 14. Juni bis 14. Juli in Deutschland statt, und Berlin ist neben fünf Spielen auch Austragungsort des Finales. Somit sollten mehr als vier Wochen Fußballfieber in der Hauptstadt garantiert sein. Fußball-Events in Berlin haben Tradition: Ohne die riesigen Partys rund um das Brandenburger Tor hätte es 2006 wohl kein Sommermärchen gegeben, und auch beim deutschen WM-Titel 2014 erlebten Millionen Fans im Herzen der Hauptstadt magische Momente.

Die Fan Zone Berlin zur UEFA EURO 2024 wird unter Federführung der Kulturprojekte Berlin GmbH gemeinsam mit den erfahrenen Event-Spezialisten fischerAppelt, live marketing, und K.I.T. Group, die sich in einem zweistufigen Pitch durchgesetzt haben, entwickelt, geplant, organisiert

und umgesetzt. Kulturprojekte verantwortet in Idee und Umsetzung die Tor-Rasen-Installation und inhaltlich das Programm sowie die Kommunikation. fischerAppelt, live marketing, zeichnet gemeinsam mit K.I.T. Group verantwortlich für die Planung, den Bau, die Umsetzung und den Betrieb der Fan Zone Berlin im kreativen Sparring mit ihrem Auftraggeber, der Kulturprojekte Berlin GmbH (KPB).

Kulturprojekte Berlin ist eine landeseigene Gesellschaft, die gemeinnützig und inhaltlich unabhängig arbeitet, um die Berliner Kultur zu stärken und zu vernetzen. KPB zeichnet neben der UEFA Euro Fan Zone auch für den Fußballkultursommer verantwortlich, ein Kulturprogramm zur Fußball-EM gemeinsam mit vielen Partnerinstitutionen und Kulturschaffenden auf der Fan Zone Berlin sowie stadtwweit.

### FUSSBALL-KULTURFESTIVAL IN BERLIN

Das Programm ist umfangreich: Es wird an 14 Spieltagen eine Fan Zone am Brandenburger Tor mit dem klassischen Public Viewing vor großer Kulisse geben. Die Fan Zone am Reichstag ist an allen 31 Tagen des Turniers geöffnet und zeigt alle 51 Spiele. Der Event geht aber über klassi-



ches Public Viewing hinaus und ähnelt eher einem Festival mit vielen Attraktionen abseits der Fußballspiele und einem starken Kultur- und Unterhaltungsangebot – auch an den spielfreien Tagen der EURO 2024.

### KUNSTINSTALLATION VOR DEM BRANDENBURGER TOR

Keyvisual und kreatives Herzstück der Fan Zone ist eine Kunstinstallation vor dem Brandenburger Tor: ein Torrahmen in 8,5-facher Originalgröße – das größte Fußballtor der Welt. Diese Installation soll die Fan Zone Berlin als ikonisches Bild um den Globus begleiten. Eine weitere Neuerung ist ein Rasen auf der Straße des 17. Juni, der erstmals den nördlichen und südlichen Tiergarten verbindet und so einen neuen Park schafft, in dem auch an den spielfreien Tagen Programm stattfinden kann. Diese Idee und die Produktion stammen von Kulturprojekte Berlin.

### HERAUSFORDERUNGEN

Eine Herausforderung bestand darin, die Fan Zone auch an den Non-Match-Days mit Leben zu füllen. Dafür entstand ein durchgängiges Kultur- und Entertainment Programm inklusive Filmvorführungen, Ausstellungen und weitere Aktivitäten, um Besuchern ein attraktives Ziel zu bieten. Dies wird unterstützt durch die Erkenntnis, dass die Fan Zone-Zielgruppen heute nicht nur Fußballfans, sondern auch Touristen, Besucher, Familien und Ältere umfasst, von denen viele kein Ticket für ein Fußballspiel haben, aber dennoch am Ereignis teilhaben wollen, erklärt Moritz van Dülmen, Geschäftsführer Kulturprojekte Berlin.

### UMFANGREICHES ANGEBOT UND PARTNERSCHAFTEN

Die Fan Zone Berlin erstreckt sich über ein Gesamtareal von 750.000 qm und bietet Platz für bis zu 70.000 Besucher an den Spieltagen. Diese hohen Besucherfrequenzen nutzen die verschiedenen Commercial Partner der Fan Zone in Berlin. Den größten Auftritt hat adidas. Weiterer Commercial Partner ist unter anderen die Telekom.

fischerAppelt, live marketing übernimmt die Betreuung des Commercial Partner Telekom auf dem Platz der Republik (Fan Zone Reichstag) als einem der UEFA Partner und – außerhalb der Fan Zone aber ebenfalls in Berlin – den Auftritt von Volkswagen als DFB-Partner.

Insgesamt gibt es 17 Commercial Partner in Berlin, also mehr als in den anderen Host Cities der UEFA EURO 2024. Dazu zählen adidas, Betano, Bitburger, Booking.com, BYD, Coca-Cola, Deutsche Telekom, Ergo,

Fanatics (Official Fan Store/Merchandise), Hisense, LIDL, Unilever mit der Marke Rexona, die UEFA selbst in Kooperation mit dem European Resuscitation Council, die eine CPR Awareness Kampagne durchführen, visit Qatar, VIVO mit der „VIVO DJ Show“ am Brandenburger Tor, Ali Express und Sportmetropole Berlin. Außer VIVO präsentieren sich alle Commercial Partner in der Fan Zone Reichstag.

### HOSPITALITY UND EVENTSICHERHEIT

Speisen und Getränke gibt es in allen Variationen. Vorhanden ist ein großes, inklusives Angebot mit Fast-Food-Charakter für alle Zielgruppen vor dem Brandenburger Tor, während am Reichstag eher ein gehobenes Angebot mit Slow Food überwiegt. Ein Hospitality-Bereich mit einer Top-Ebene für gesetzte Dinner und eine kleine Tribüne steht Gästen und Officials am Brandenburger Tor zur Verfügung. Für die Veranstaltungssicherheit wurde ein umfassendes Konzept in Zusammenarbeit mit allen relevanten Institutionen und Behörden entwickelt, das eine dynamische Sicherheitsanalyse berücksichtigt.

### INTERNATIONALE ZUSAMMENARBEIT UND REALISIERUNG

Die Realisierung der Fanzone erfolgt mit einer internationalen Crew, die von fischerAppelt, live marketing teilweise auch schon für das Fan Festival in Doha eingesetzt wurden. Für den Aufbau der Fan Zone in Berlin sorgten in der Spitze 1.600 Menschen. Während der Laufzeit arbeiten jeweils rund 50 Mitarbeiter von fischerAppelt, live marketing und K.I.T. im Venue Operations Center neben der Fan Zone Reichstag und in mehreren Operations Satelliten – zum Beispiel für das Showcalling, erklärt Boris Hirschmüller, General Manager bei fischerAppelt, live marketing.

Dino Büscher, CEO von fischerAppelt, live marketing: „Das UEFA EURO 2024 Festival in Berlin wird nicht nur ein sportliches, sondern auch ein kulturelles Highlight werden, das Besuchern aus aller Welt ein unvergessliches Erlebnis bietet und allen Menschen in Erinnerung bleibt“.

fischerAppelt, live marketing verfügt über umfangreiche Erfahrungen bei Sport-Events und anderen Großveranstaltungen national und international. So verantwortete fischerAppelt, live marketing nicht nur das FIFA Fan Festival bei der WM 2022 in Katar und bei der Club WM Fan Zone 2019. In Deutschland organisiert die Agentur seit dem vergangenen Jahr auch das jährliche Bürgerfest des Bundespräsidenten mit mehr als 15.000 Besuchern.



Dr. Heinz Schödl (Bundesdenkmalamt), Dr. Saskia Wallner, Vivienne Hödl, Dr. Christoph Bazil (Bundesdenkmalamt), Ina Lins, Christiane Beisl (Bundesdenkmalamt) (v. l., Foto: Bundesdenkmalamt)

Ketchum Austria gewinnt „Tag des Denkmals“-Etat

## 360-Grad-Kommunikation

Ketchum Austria hat sich im Rahmen einer öffentlichen Ausschreibung den „Tag des Denkmals“-Etat des österreichischen Bundesdenkmalamtes für die nächsten vier Jahre gesichert. Seit dem Frühjahr 2024 übernimmt die Agentur damit die 360-Grad-Kommunikation rund um den jährlich am letzten Sonntag im September stattfindenden Event. Der Tag des Denkmals erhält zudem eine neue Corporate Identity, die in Zusammenarbeit mit der Agentur 101 für Copying und Design entwickelt wurde.

Der Tag des Denkmals wird vom Bundesdenkmalamt koordiniert und soll der Öffentlichkeit die Möglichkeit bieten, Einblicke in normalerweise nicht oder nur eingeschränkt zugängliche Denkmale zu erhalten. „Der Tag des Denkmals ist eine großartige Initiative, die das Bewusstsein für unser kulturelles Erbe schärft und gleichzeitig die Vielfalt der Denkmale in Österreich präsentiert. Wir freuen uns sehr, dass wir das Bundesdenkmalamt bei der Kommunikation dieses wichtigen Events unterstützen dürfen“, so Saskia Wallner, CEO von Ketchum Österreich.

Im Mittelpunkt der Kommunikation steht eine crossmediale Kampagne, die über verschiedene Kanäle hinweg auf den Tag des Denkmals aufmerksam machen soll. Ziel ist es, die Aufgaben des Bundesdenkmalamtes zur Erhaltung des österreichischen Kulturerbes zu verdeutlichen und gleichzeitig die Bevölkerung für die



Neues Logo (Foto: Bundesdenkmalamt)

ökonomische und ökologische Nachhaltigkeit von Denkmalen zu sensibilisieren. „Wir steigern die Bekanntheit und wecken die Aufmerksamkeit für Denkmale und das notwendige Handwerk zu deren Erhaltung. Mit kontinuierlicher und integrierter Kommunikation

über das gesamte Jahr hinweg, werden wir nicht nur auf den Tag des Denkmals vorbereiten, sondern österreichischen Denkmalen die Bühne geben, die sie verdienen“, erklärt Vivienne Hödl, Account Director bei Ketchum Österreich und Accountlead.

Ein Schlüsselmerkmal der Kampagne ist der partizipative Ansatz, der die Teilhabe und die Geschichten rund um Österreichs Kulturerbe in den Vordergrund rückt. „Informativer Content, zielgruppenspezifische Inhalte und zeitgemäßer Foto- und Video-Content werden mit der einprägsamen und modernen Corporate Identity verbunden und kanalaffin aufbereitet, um die Aufmerksamkeit für den Tag des Denkmals vor, während und nach dem Eventtag zu erhöhen“, so Ina Lins, Head of Creative bei Ketchum über die Creative Strategy.

Die Kampagne will gezielt potentielle Besucher mit Inhalten zu Denkmalen ansprechen, die für sie relevant sind. Der neu entwickelte Claim „entdecken, begreifen, verbinden“ weist auf das übergeordnete europäische Thema „Connections, Routes, Networks“ hin.

Meet Germany erweitert Portfolio

## Neuausrichtung gestartet

Der kürzlich abgehaltene Meet Germany Summit in Berlin markiert einen Wendepunkt in der Unternehmensgeschichte, so Tanja Schramm, CEO von Meet Germany. Im Fokus standen die Erweiterung des Portfolios und eine strategische Neuausrichtung.

Tanja Schramm hob die langjährigen Bemühungen hervor, Automatisierung und Digitalisierung für Sales & Marketing im MICE-Business zu integrieren. Letztes Jahr entschieden sie und ihre Geschäftspartnerin Simke Leifert, einen anderen Weg zu gehen, indem sie die Unternehmensstruktur änderten und das Team nahezu komplett neu formten. Tanja Schramm: „Unser größtes Anliegen ist es, der Branche Zeit für zwischenmenschliche Beziehungen zu sparen. Dies wollen wir durch die Generierung von Leads über digitale Systeme, Sichtbarkeit und persönliche Verbindungen

auf unseren Live-Events und durch unser Netzwerk erreichen.“

Beim Summit in Berlin präsentierte das Unternehmen das neu gegründete Advisory Board und Expertenteam, bestehend aus Barbara Hofsäb und Quirin Borgogno-Weber. Barbara Hofsäb ist Expertin für Kommunikation, Coaching und digitales Marketing. Sie entwickelt innovative Strategien für digitales und KI-Marketing. Quirin Borgogno-Weber hat sich auf Digital Sales & Marketing, Leadgenerierung und New Business Development spezialisiert. Seine Expertise liegt in der Verbindung von Menschen und der Inspiration im Verkaufsprozess.

Barbara Hofsäb über das überarbeitete Angebot der Meet Germany Membership: „Wir haben das Angebot vollständig überarbeitet: Durch Matchmaking und Concierge-Service vernetzen wir unsere Mitglieder und beglei-

ten sie mit digitalen Dienstleistungen und Weiterbildungsangeboten auf dem Weg zu New Work und Digitalisierung.“

Quirin Borgogno-Weber ergänzt: „Dieses Jahr unterstützen wir eine ausgewählte Anzahl von Kunden auf ihrem Weg in die Digitalisierung. Wir bieten Beratung und Umsetzung an, damit unsere Partner selbstständig erfolgreich arbeiten können.“

Erste Erfolge der Umstrukturierung sind bereits erkennbar: „Wir haben bereits die Budgets für unsere Events 2024 erreicht“, so Tanja Schramm. „Unsere Foren sind fast ausverkauft. Bei unserer Berlin-Brandenburg Tour mussten wir aufgrund der hohen Nachfrage sogar einen zweiten Bus anmieten.“ Die nächsten Meet Germany Summits sollen im September in Hessen und Rheinland-Pfalz und im November in Nordrhein-Westfalen stattfinden.



Barbara Hofsäb, Simke Leifert, Tanja Schramm und Quirin Borgogno-Weber (von links, Foto: Meet Germany)

BRANDEX AWARD 2025 STARTETE EINREICHUNGSPHASE

Ab sofort können die Kreativen in der Livekommunikation ihre Projekte für die siebte BrandEx Award-Verleihung einreichen. Der Wettbewerb zeichnet herausragende Veranstaltungen und ihre Detaillösungen in verschiedenen Clustern aus. Die Preisverleihung für die besten Kreativleistungen der Branche ist für den 15. Januar 2025 auf der BOE Messe in Dortmund vorgesehen.

Die Ausschreibungsunterlagen für den BrandEx Award 2025 stehen auf der Website ([www.brand-ex.org](http://www.brand-ex.org)) zum Download bereit. Nach der erfolgreichen Premiere im vergangenen Jahr findet die Bewertung der Wettbewerbsbeiträge erneut in drei Stufen statt.

In der ersten Bewertungsstufe ist lediglich eine Kurzbeschreibung als One-Pager mit der

Konzeptidee und maximal drei Bildern erforderlich. Anhand dieser Unterlagen entscheidet eine hochkarätig besetzte Jury, welche Einreichungen zur nächsten Stufe zugelassen werden. In der zweiten Stufe müssen zusätzliche Unterlagen tiefere Einblicke in die Projekte ermöglichen. Anschließend entscheidet das Jurymitglied über die Zusammensetzung der Gewinner-Shortlist.

In der dritten und letzten Stufe werden diese Projekte am 15. Januar 2025 von der Jury live mit Zuschauerbeteiligung bewertet. Hier fällt die finale Entscheidung, welche Beiträge bei der direkt anschließenden Award-Verleihung mit einer Gold-, Silber- oder Bronze-Trophäe ihre Würdigung bekommen.

Der Wettbewerb unterteilt sich wie bisher in die Hauptsegmente: „Event“, „Architecture“ und den Nachwuchs-Award „Fresh“. Das „Event“-Segment besteht aus den Unterkategorien „Best Brand Activation“, „Best Live PR“, „Best Motivation/Employee Event“, „Best Corporate Event“, „Best Conference“, „Best Digital“, „Best Execution“ und „Best Formats“. Das Hauptsegment „Architecture“ unterteilt sich in die Kategorien „Best Stand“, „Best Stand Smart“, „Best Brand Architecture“, „Best Thematic Exhibition“, „Best Store Concept“, „Best Digital“, „Best Execution“ und „Best Formats“. Entsprechend der Projektgröße können Teilnehmende im Bereich „Best Stand“ ihre Beiträge in den Formaten „S“, „M“ und „L“ einreichen.



Publikumsmesse BEA in Bern (Foto: Bernexpo)

Bernexpo Groupe meldet positives Geschäftsjahr 2023

## Rund eine Million Besucher

Die Bernexpo Groupe kann ein ereignisreiches Geschäftsjahr 2023 vermelden. Erstmals seit drei Jahren konnte vom Jahresbeginn weg wieder regulär veranstaltet werden. 2023 war dabei bezüglich der Anzahl von Veranstaltungen und der Auslastung der Infrastruktur besonders intensiv, was sich in den nun präsentierten Geschäftszahlen niederschlägt.

Im vergangenen Jahr konnten wichtige Eigen- und Gastmessen durchgeführt werden. Vor allem die Publikumsmessens wie die BEA und der Suisse Caravan Salon verzeichneten Rekordresultate. Bei den Fachmessen konnte bei der Suisse Public, der TransportCH und den Industriemessen eine große Nachfrage verzeichnet werden. „Mit den vielen Veranstaltungen und fast einer Million Besuchenden, leistete die Bernexpo Groupe einen hohen Beitrag an

die Wertschöpfung für die Stadt und den Kanton Bern“, bilanziert Verwaltungsratspräsident Peter Stähli.

Die Bernexpo Groupe hat im Kulturbereich auf gezielte Partnerschaften gesetzt. Im vergangenen Jahr konnten ein Konzert der Rockgruppe Muse und das Hip-Hop-Festival SPEX in Kooperation mit der Gadget abc Entertainment Group AG durchgeführt werden. Hinzu kam ein Gastspiel von Guns N'Roses in Zusammenarbeit mit Live Nation. Zusätzlich wurde eine Partnerschaft mit dem Gurtenfestival für gemeinsame Events in den Herbst- und Wintermonaten lanciert.

Das Veranstaltungsjahr hat im Geschäftsjahr 2023 trotz dem Wegfall von Flächen aufgrund der Baustelle zu einem konsolidierten Umsatz der Bernexpo Groupe über 53,5 Mio. Franken geführt (Vorjahr 41.9 Mio. Franken). Gleich-

zeitig stieg der Betriebsaufwand aufgrund der hohen Anzahl an Veranstaltungen sowie der Mehraufwände im Zuge des Neubaus um 24,6 Prozent auf 52,4 Mio. Franken.

Der durchschnittliche Personalbestand der Bernexpo Groupe lag im vergangenen Jahr bei 132 Vollzeitstellen (im Vorjahr bei 109). Die Erhöhung ist auf die gesteigerte Geschäftstätigkeit in Zusammenhang mit der Vermarktung der neuen Festhalle, der Internalisierung des Digital Marketings, sowie auf die Begleitung des Bauprojektes zurückzuführen.

Anlässlich der Generalversammlung standen auch Wiederwahlen des Verwaltungsrates der Bernexpo AG auf dem Programm. Nach Ablauf der Amtsperiode stellten sich Sandra von MayGranelli und Dominique Schmid zur Wiederwahl. Beide wurden mit großer Mehrheit für drei weitere Jahre bestätigt.

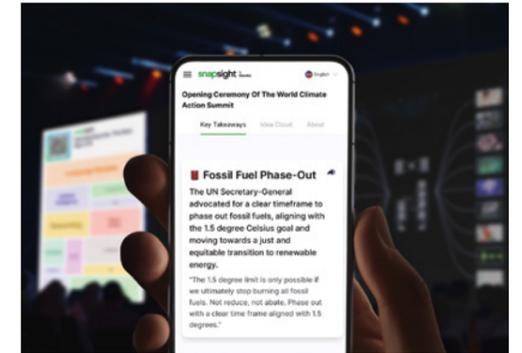
### VDVO ÜBERNIMMT MICE ACHIEVEMENT AWARD

Der MICE Achievement Award (MAA), mit dem herausragende Persönlichkeiten der Branche jährlich geehrt werden, ist nun komplett unter das Dach des Verbands der Veranstaltungsorganisatoren (VDVO) geschlüpft. Vergeben wurde er letztes schon im Rahmen einer VDVO-Veranstaltung. „Nun liegt auch die Organisation dieses Preises in unseren Händen“, so VDVO-Geschäftsführer Björn Sängler.

„Es ist zusammengekommen, was auch zusammengehört“, so Siegfried Haider, Initiator des MAA, der sich bislang auch federführend um die Organisation gekümmert hat. Die übernimmt nun komplett der VDVO, der dabei aber bei der Auswahl der zu Ehrenden zunächst weiterhin auf das bewährte Expertenteam um Siegfried Haider, Heike Mahmoud und Alexander Petsch zurückgreift.

„Wir haben da keinen Veränderungsbedarf gesehen. Es handelt sich um ausgewiesene Branchenexperten mit langjähriger Erfahrung und ausgezeichnete Vernetzung“, so Bernd Fritzes, Vorsitzender des VDVO.

In diesem Jahr wurde der MICE Achievement Award im Rahmen der VDVO-Veranstaltung „Building Bridges“ im Alpenpark Neuss vergeben.



SnapSight auf dem Smartphone (Foto: Gevme)

Gevme präsentiert KI-Tool SnapSight

## Gevme präsentiert KI-Tool SnapSight

Gevme hat SnapSight vorgestellt – ein Echtzeit-Tool für mehrsprachige Content-Insights. SnapSight ist darauf ausgelegt, die Speicherung von Informationen auf Events zu verbessern, indem es den Veranstaltungsteilnehmern sofort abrufbare Zusammenfassungen und eine themenaggregierte „Ideenwolke“ bietet, die über einen einfachen QR-Code-Scan zugänglich ist.

Seit seiner Einführung im Januar 2024 wurde SnapSight global bereits bei rund 15.000 Event-Teilnehmern eingesetzt. Das Tool hat sich als wirksam erwiesen, um das Engagement in sozialen Medien zu steigern, da die Teilnehmer wichtige Eindrücke und Informationen mühelos teilen können, wodurch die Reichweite der Veranstaltung gesteigert wird.

Veemal Gungadin, Gründer und CEO von Gevme, und sein Team haben über einen Zeitraum von zwei Jahren die geschäftlichen Prioritäten innerhalb der Eventbranche analysiert. Gungadin erklärt: „Der Return on Investment für Veranstalter, ihre Partner und Sponsoren bleibt von zentraler Bedeutung. Mit SnapSight und SnapSight Consulting können Stakeholder nun stärkere Beziehungen aufbauen und die Kommunikation mit ihrem Zielpublikum während der gesamten Veranstaltung initiieren.“

Ein praktisches Beispiel für die Anwendung von SnapSight zeigte Dominic Thurbon, ein Sprecher auf der jüngsten PCMA APAC-Konferenz „The Business of Events“. Er nutzte die von SnapSight generierten Erkenntnisse des ersten Konferenztages, um seine Eröffnungsrede

am folgenden Tag zu verbessern. Diese Integration bereicherte nicht nur den Inhalt, sondern passte ihn auch an die Erwartungen und Reaktionen des Publikums an.

SnapSight Consulting stellt Stakeholdern Daten und maßgeschneiderte Berichte zur Verfügung, die es ihnen ermöglichen, Trends zu erkennen, Whitepapers zu erstellen, datengestützte Entscheidungen zu treffen und Inhalte nach der Veranstaltung zu monetarisieren. „Wir haben SnapSight Consulting als Antwort auf die steigende Nachfrage nach Event-Datenanalyse entwickelt. Durch die frühzeitige Integration unserer Dienstleistungen können Kunden Veranstaltungen durch effektive Datenanalyse optimieren“, erläuterte Veemal Gungadin.

### Tema stellt Lösung für die Konferenzorganisation vor RegisterMe

Die Tema Technologie Marketing AG aus Aachen hat mit RegisterMe eine Lösung für die Planung, Organisation und Durchführung von Veranstaltungen entwickelt, die innerhalb kurzer Zeit individualisierbar ist. RegisterMe ist eine webbasierte Lösung, vereint alle wichtigen Funktionen in einem übersichtlichen Tool und bietet Kontrolle und Effizienz.

Die „Statusansicht“ bietet eine zentrale Übersicht über alle relevanten Informationen. Mit einem Klick können alle Einnahmen und Ticketkategorien angezeigt werden. Eine Benutzerrechteverwaltung ermöglicht abgestufte Zugriffsmöglichkeiten für Mitnutzer. Die Teilnehmerregistrierung erfolgt online über eine Landing-Page, die nach dem Corporate De-

sign des Events oder des Veranstalters gestaltet werden kann. Verschiedene Ticket-Gruppen mit Rabattstufen und Rechnungsstellung lassen sich einrichten.

RegisterMe unterstützt mehrere Sprachen und bietet die Möglichkeit, weitere Optionen wie Konferenzdinner, Merchandising, Verpflegung, besondere Sessions und Hotelübernachtungen in den Anmeldeprozess zu integrieren. Wird Exklusivität gewünscht, können die Anmeldungen automatisch überprüft werden.

Die Tickets lassen sich individuell gestalten und personalisieren. QR-Codes erleichtern den Check-in vor Ort und steuern den Zugang zu Programmpunkten in unterschiedlichen Räumen.

Auf Wunsch stellt Tema geschultes Personal für den Check-in zur Verfügung. Ein Selbst-Check-in ist aber möglich.

RegisterMe unterstützt weiterhin beim Management des Programms. Referenten können ihre Daten, Abstracts und Präsentationen online über die Plattform einreichen. Alle Daten sind über Schnittstellen und Exportfunktionen in anderen Prozessen nutzbar.

RegisterMe verfügt über eine integrierte Matchmaking-Funktion. Individualisierte Profile mit Kategorien und Kontaktvorschlägen erleichtern die Kontaktaufnahme. Nicht zuletzt bietet RegisterMe umfangreiche Auswertungsmöglichkeiten. RegisterMe ist als White-label-Lösung verfügbar.



Kopenhagener Skyline (Foto: Thomas Høyrup Christensen)

## Kopenhagen Venues

# Meetings in der „Welthauptstadt der Architektur“

SEIT BEGINN DES JAHRES 2023 UND NOCH BIS 2026 TRÄGT KOPENHAGEN DEN TITEL „UNESCO-UIA-WELTHAUPTSTADT DER ARCHITEKTUR“. ALS ERSTE ZWEITE STADT DER WELT HÄLT KOPENHAGEN DIESEN ALLE DREI JAHRE VERLIEHENEN TITEL, WELCHER DER GASTGEBERSTADT DES UIA-WELTKONGRESSES DER ARCHITEKTEN ZUGEWIESEN WIRD. DER KONGRESS EMPFING IM SOMMER 2023 DANN GLEICH 10.000 DELEGIERTE IM IMPOSANTEN BELLA CENTER. KOPENHAGEN HATTE DEN ZUSCHLAG FÜR DEN KONGRESS ERHALTEN, NACHDEM ES EINE BEWERBUNG MIT DEM THEMA „NACHHALTIGE ZUKUNFT“ VORGELEGT HATTE.

Als Welthauptstadt der Architektur wird Kopenhagen gleich eine Reihe von Veranstaltungen und Ausstellungen ausrichten, die die vielfältige und weltberühmte Architekturlandschaft der Stadt präsentieren. Die Zeit der Architektur-Welthauptstadt stellt eine gute Gelegenheit, die nordische Metropole auch (wieder)

einmal als MICE-Ziel in Betracht zu ziehen – eine kleine Auswahl an Neuzugängen im Location-Angebot stellen wir nachfolgend vor.

## HOME OF CARLSBERG

Im Jahr 2018 wurde mit Visit Carlsberg eine der beliebtesten Touristenattraktionen Kopenhagens geschlossen, um dann umfassend modernisiert zu werden. Am 1. Dezember 2023 wurde die Location als „Home of Carlsberg“ wie-



Home of Carlsberg (Foto: Daniel Rasmussen)

dereröffnet. Auf dem Gipfel des Valby Bakke in Kopenhagen, wo seit 1847 Bier gebraut wird, präsentiert sich nun eine von auf 3.000 qm erweiterte Ausstellung, ein historischer Bereich mit einem neuen Restaurant und einer Bar. Auch gibt es hier die Möglichkeit, den Pferdestall mit den majestätischen Braupferden, eine Flaschensammlung, Biervorkostungen sowie Führungen in den alten Carlsberg-Kellern zu erleben.

Die neue Ausstellung entfaltet sich durch digitale Ebenen, Einblicke in die wesentlichen Zutaten von Bier und Stories über Familienfehden, wissenschaftliche Durchbrüche und vieles mehr. Es handelt sich um eine Ausstellung, die einen seltenen Einblick in die ersten Schritte des modernen Bierbrauens und Carlsbergs Arbeit in Wissenschaft, Kunst und Zivilgesellschaft durch den Rest der Carlsberg-Familie bietet.

Carl Jacobsens originale Glyptotek eignet sich für Tagungen, Konferenzen, Produkteinführungen, Abendessen und Veranstaltungen mit

einem Hauch Bier. Neben den modernen Einrichtungen des Hauses können alle Veranstaltungen mit historischen Führungen und professionellen Biererlebnissen ergänzt werden.

## THE PLANT

The Plant ist eine neu eröffnete Location in einem renovierten städtischen Lagerhaus in der Nähe des Kopenhagener Stadtzentrums. The Plant kombiniert ausgefallene Lagerhausmerkmale und elegante Designelemente unter Berücksichtigung der ursprünglichen Architektur und Geschichte des Bauwerks. Rohe Ziegelwände und große Fenster sorgen für eine einzigartige Beleuchtung, die die perfekte Kulisse für dieses einmalige Erlebnis schafft. Darüber hinaus verfügt der Veranstaltungsort über einen großen Garten von 400 qm.

Im Zentrum von The Plant befindet sich der 1.000 qm große Saal, der Platz für Events mit bis zu 700 Teilnehmern bietet, bei einem Stehempfang sogar für bis zu 1.000. The Plant



Eventlocation The Plant (Foto: The Plant)

bietet auch zusätzliche Räume, wie den alten Industrieturm mit seiner 28 Meter hohen Decke mit historischer Stahlkonstruktion oder die Pausenräume, die die alten Maschinen- und Vorarbeiterräume sind. Diese Räume können Events im Hauptveranstaltungsraum ergänzen.

The Plant befindet sich in Kopenhagen, zwischen dem Meer und dem Stadtzentrum und rund zehn Autominuten vom Flughafen entfernt. Der Saal und Innenausstattung wurden speziell für moderne Events konzipiert und bieten die Möglichkeit, den Saal in Abschnitte zu unterteilen, je nach Bedarf und Teilnehmerzahl. The Plant bietet zudem hervorragende Parkmöglichkeiten und ist mit dem Auto, Fahrrad und öffentlichen Verkehrsmitteln leicht zu erreichen.

Eventveranstalter haben in The Plant die Wahl, ob sie ihre Dienstleister und Lieferanten mitbringen und alles selbst erledigen möchten oder auf Unterstützung vom hauseigenen Eventteam zurückgreifen.

## HUONE COPENHAGEN

Huone Copenhagen ist der neueste Standort der Huone-Gruppe, die das moderne Location-Format des Hauses in verschiedenen Ländern anbietet. Huone bietet kreative Räume für Geschäftstreffen und Veranstaltungen und



Huone Copenhagen Festival Room (Foto: Huone-Gruppe)

bedient Geschäftsgäste aus aller Welt. Die aus Finnland stammende Gruppe legt großen Wert auf Menschen, Kultur und die Umgebung, in der sich der Veranstaltungsort befindet. Daher hat sie in den letzten Jahren noch bedeutendere Schritte in Richtung der Ausrichtung nachhaltiger Veranstaltungen unternommen.

Huone Copenhagen öffnete im Herbst 2019 seine Türen und befindet sich in einem ehemaligen SAS-Flugzeughangar. Dort befinden sich nun 21 Tagungs- und Veranstaltungsräume mit umfassendem Service – mit dem Ziel, das „Business Hub von Kopenhagen“ zu werden.

Gelegen am Amager Strandvej 390 in der Nähe des Kopenhagener Flughafens, ist Huone Copenhagen nur rund vier Gehminuten von der U-Bahn-Station Kastrup entfernt. Die individuell gestalteten Meetingräume bieten hier Platz für kleine Gruppen von vier Personen und bis zu 200 Personen. Der Festival Room bietet als größter Raum Platz für bis zu 180 Per-



Huone Copenhagen (Foto: Huone-Gruppe)

sonen in Theaterbestuhlung und eignet sich so für große Corporate-Veranstaltungen, Ausstellungen oder Produkt-Launches. Der Raum ist sehr flexibel und kann selbst für die aufwändigsten Veranstaltungen umgestaltet werden.

## PLANETARIUM KOPENHAGEN

In attraktiver Lage am Ende des Sankt Jørgens Sø – einem der drei Seen Kopenhagens – wurde das Kopenhagener Planetarium bis 2021 sowohl äußerlich als auch innerlich umgestaltet. Das Haus ist in erster Linie ein Wissenschaftszentrum – der Ort in Dänemark, an dem man alles über Astronomie und Raumfahrt lernt –, aber es ist auch ein außergewöhnlicher Rahmen für Unternehmen und Organisationen, um ihre Veranstaltungen auszurichten.

Die Kuppel des Planetariums wurde im Rahmen der Umgestaltung einer Modernisierung unterzogen, die nun Präsentationen, Veranstaltungen, Konferenzen oder Konzerte zu einem multimedialen Erlebnis macht. Die Planetariumskuppel verfügt über maßgefertigte Lederstühle, Akustikplatten aus massivem Walnussholz, Kupfergeländer, Sichtbeton und ein neues fortschrittliches 8K-Audio- und Laserprojektionssystem. Das bedeutet, dass Präsentationen und Videomaterial oder eine Produkteinführung in der größten geneigten Planetariumskuppel Europas mit ihrem 700 qm großen Rundum-Bildschirm erlebt werden und auch in die Welt hinaus gestreamt werden kann.



Kopenhagener Planetarium (Foto: Planetarium)

Die preisgekrönte Ausstellung „Kosmos“ des Planetariums zeigt die Ursprünge des Universums und der Menschheit und kann Firmen-Veranstaltung zusätzlich bereichern. Mit seiner starken visuellen, digitalen Wirkung kann Kosmos etwa als Treffpunkt vor einer Präsentation in der Kuppel des Planetariums dienen, für eine Besprechungsaktivität, einen Vortrag, einen Stehbuffet-Empfang, eine Cocktailparty oder ein Galadinner.

Das Restaurant Gemini wurde im März 2022 als neueste Addition zum Planetarium eröffnet und wird vom Team hinter dem Kopenhagener Restaurant Norrlyst geleitet. 2021 wurde Norrlyst zum ersten Mal mit einem Michelin Bib Gourmand ausgezeichnet. Mit seiner typisch nordischen Küche und saisonalen Produkten aus der Region runden das Gemini und sein Catering Besuche und Events im Planetarium ab.



David Baldig (Foto: GPJ)

David Baldig, Senior CSR Manager EMEA, über die ISO 20121 Zertifizierung bei GPJ

## Intrinsische Motivation

DIE AGENTUR GEORGE P. JOHNSON (GPJ) HAT ALS ERSTES UNTERNEHMEN IM RAHMEN DES ISO 20121 KONVOIS DAS LEVEL 1-AUDIT ZUR ISO 20121 ZERTIFIZIERUNG FÜR NACHHALTIGES EVENTMANAGEMENT ERFOLGREICH ABGESCHLOSSEN. IN ZUSAMMENARBEIT MIT DER NACHHALTIGKEITSBERATUNG 2BDIFFERENT, DER FWD: BUNDESVEREINIGUNG VERANSTALTUNGSWIRTSCHAFT UND DER IFES INTERNATIONAL FEDERATION OF EXHIBITION & EVENT SERVICES HAT GEORGE P. JOHNSON EINEN UMFASSENDEN PROZESS DURCHLAUFEN, DER DIE GRUNDLAGE FÜR DIE ZERTIFIZIERUNG BILDET. WIR WOLLTEN MEHR DAZU WISSEN UND HATTEN EINIGE FRAGEN AN DAVID BALDIG, SENIOR CSR MANAGER EMEA, ZUR ISO 20121 ZERTIFIZIERUNG BEI GPJ.

*BlachReport:* George P. Johnson (GPJ) hat kürzlich das Level 1 Audit zur ISO 20121 Zertifizierung abgeschlossen. Was bedeutet das für GPJ?

**David Baldig:** Die ISO 20121 als Managementsystem bringt bei uns alle Maßnahmen im Sinne der Corporate Responsibility zusammen. Wir nutzen das System, um bestehende Prozesse zu strukturieren und kontinuierlich auszubauen. Die Zertifizierung nach ISO 20121 erfolgt dabei in zwei Stufen. Das Stufe-1-Audit prüft die Zertifizierungsreife, also ob alle Rahmenbedingungen formal existieren, die für die Zertifizierung notwendig sind. Dazu zählen dokumentierte Informationen, standardspezifische Bedingungen und Gespräche mit dem Team. Prozesse und Betriebsabläufe werden analysiert, um sicherzustellen, dass Ziele und KPIs vorhanden und verstanden sind. Der erfolgreiche Abschluss des Stufe-1-Audits bestätigt, dass unsere bisherigen Maßnahmen sinnvoll, richtig und ISO 20121-konform waren und bestätigt die Zertifizierungsreife. Dies gibt uns Sicherheit, dass wir auf dem richtigen Weg sind.

*BlachReport:* Welcher Aufwand war dafür erforderlich und wie lange hat diese Maßnahme bei GPJ gedauert?

**David Baldig:** Zwischen der Entscheidung zur Einführung der Norm und der Stufe-1-Auditierung verging etwa ein Jahr. Das Stufe-2-Audit steht noch aus. Insgesamt wird der Prozess bei uns rund anderthalb Jahre dauern. Unser internationaler Hintergrund und bereits implementierte Managementsysteme wie ISO 14001 für Umweltmanagement und ISO 9001 für Qualitätsmanagement haben unseren Start erleichtert. Für mich persönlich war es das erste Managementsystem, das ich mit implementiert habe, und mich mit der ISO-Sprache vertraut zu machen, kann man als Herausforderung bezeichnen. Die ISO 20121 ist wesentlich komplexer, umfangreicher und tiefgreifender als alle anderen Normen, die für uns relevant sind, da wir mit der Implementierung stärker in die bestehenden operativen Prozesse eingreifen und den Mindeststandard in Nachhaltigkeit für alle Projekte festlegen.

Es war dann sehr hilfreich, dass sich mehrere Teammitglieder eigeninitiativ mit der ISO 20121 beschäftigen wollten. Dafür hat sich eine Gruppe von 15 Personen im Rahmen unseres Trainingsprogramms zusammengefunden und sich zu Beauftragten für nachhaltiges Eventmanagement ausbilden lassen. Dabei waren alle Bereiche vertreten: unsere kreativen Abteilungen, unsere Eventmanager, Teamleitungen und Teile der Geschäftsleitung. Außerdem haben wir mit unserer Kollegin Sabrina Renker mittlerweile eine ausgebildete Auditorin im Haus.

*BlachReport:* Warum haben Sie sich für ISO 20121 entschieden?

**David Baldig:** Meiner Meinung nach ist ISO 20121 der ambitionierteste und am besten zugeschnittene Standard für unsere Branche und unser Kerngeschäft als Agentur. Ich komme aus dem klassischen Event- und Projektmanagement und habe im November 2022 meine Stelle als Nachhaltigkeitsmanager angetreten. Im Dezember, also anderthalb Monate später, kam das Angebot seitens fwd: und IFES, gemeinsam mit anderen Unternehmen und einem Beratungsunternehmen in einem Konvoi die ISO 20121 zu implementieren. Dies bot die Möglichkeit für uns, das Nachhaltigkeitsmanagement strukturell aufzubauen und zu implementieren. Die Teilnahme am Konvoi, also mit zehn Unternehmen und begleitet vom Beratungsunternehmen 2bdifferent auf diese kollektive Lernreise zu gehen, war letztendlich sehr hilfreich. Der gesamte Prozess hat unser Unternehmen resilienter und glaubwürdiger gemacht, nicht nur gegenüber unseren Kunden, sondern auch als Arbeitgeber.

*BlachReport:* Ist damit zu rechnen, dass eine Zertifizierung wie ISO 20121 eine Teilnahmevoraussetzung für Ausschreibungen wird?

**David Baldig:** In gewisser Weise erleben wir das bereits. Wir haben die erste Ausschreibung vorliegen, in der eine Eventorganisation nach ISO 20121 gefordert wird. Obwohl es nicht zwingend notwendig ist, dass auch die Agentur zertifiziert ist, muss man danach arbeiten können. Dies erfordert eine detaillierte Auseinandersetzung mit der Norm und ist nicht in ein paar Wochen zu erlernen. Allein der Umstand, dass die Norm in Ausschreibungen konkret benannt wird, zeigt, dass zumindest für bestimmte Größenordnungen in absehbarer Zeit auch die Zertifizierung notwendig sein wird.

*BlachReport:* Sie haben erwähnt, dass das Managementsystem im Daily Business implementiert werden muss. Wie haben Sie das gemacht?

**David Baldig:** Der Aufbau dieses Managementsystems konzentriert sich auf zwei Aspekte: übergeordnete Unternehmensprozesse und das tatsächliche nachhaltige Eventmanagement. Rückblickend betrachtet ist der erste Teil, also die übergeordneten Unternehmensprozesse, der einfachere, da es um die Erstellung von Policies, Richtlinien und Unternehmenszielen geht. Diese Dokumente und Prozesse aufzusetzen, Ziele zu

vereinbaren und nachzuhalten, steuert im Endeffekt eine Kerngruppe im Management. Der zweite Teil, das nachhaltige Eventmanagement, bringt dann die Herausforderung, dass alle Konzepte und Richtlinien im Alltag vom gesamten Team gelebt werden müssen. Die Teammitglieder sind aber keine ISO-Experten und auch keine Managementsystem-Experten.

Da ich selbst aus dem Event- und Projektmanagement komme, weiß ich, wie herausfordernd und stressig der Arbeitsalltag sein kann. Kundenanfragen werden immer kurzfristiger, der Markt und die Verfügbarkeiten sind angespannt und es gibt einen Fachkräftemangel. Man muss daher nah an der Realität der Teammitglieder bleiben. Wir haben uns daher relativ schnell von den Maximalforderungen verabschiedet. Das ist im Einzelfall sicher möglich, aber für die breite Umsetzung derzeit noch utopisch, da weder Kunden noch unsere Branche so weit sind.

Gleichzeitig bietet das System die Möglichkeit, bei höherer Ambition des Kunden die Projekte auf ein nächstes Level zu bringen. Eine effiziente Implementierung bedeutet, dass wir die notwendige Dokumentation gemäß den ISO-Anforderungen haben, aber auch dem Team eine klare Guidance geben, was nachhaltig ist und was der Mindeststandard sein sollte.

*BlachReport:* Sie haben mehrere Zertifizierungen genannt, die gängig sind. Warum macht man Mehrfach-Zertifizierungen?

**David Baldig:** Letztlich sind diese Zertifizierungen ein Zeugnis von gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Normen, die für unseren Erfolg und die internationale Zusammenarbeit wichtig sind. Unsere erste Zertifizierung war 2011 nach ISO 14001 für Umweltmanagement, die einer unserer globalen Kunden von seinen Partnern weltweit eingefordert hat. Zwei Jahre später kam ISO 9001 für Qualitätsmanagement dazu, 2016 folgte ISO 45001 für Arbeitsschutz und 2017 dann IT-Sicherheit. Aktuell sind wir im Prozess der Tisax-Zertifizierung, eine Anforderung unserer Kunden aus der Automobilbranche.

Diese Zertifizierungen ergänzen sich und erleichtern die Audits und Zertifizierungen, da gewisse Teile nicht doppelt geprüft werden müssen. ISO 20121 ist für uns eher ein Upgrade und der übergeordnete Mantel, unter dem die anderen Zertifizierungen zusammenlaufen. Die Umsetzung und Zertifizierung von Managementsystemen bindet aber auch Arbeitskraft und verursacht Kosten, was vor allem für kleinere Unternehmen eine Herausforderung ist.

*BlachReport:* Haben Sie Ratschläge für Ihre Berufskollegen, die vor der Entscheidung für Zertifizierungen stehen?

**David Baldig:** Man sollte Ziele setzen, die sinnvoll und zumutbar sind. Die ISO-Normen sind flexibel und auf alle Unternehmensgrößen anwendbar. Durchhaltevermögen und Begeisterung gehören dazu, um den Prozess durchzuziehen. Ich möchte den Tipp geben, dass man die Kollegen und Kolleginnen ins Boot holt, die Leidenschaft für das Thema haben, und ihnen die Chance gibt, sich einzubringen. Weiterhin benötigt man neben den entsprechenden finanziellen, persönlichen und infrastrukturellen Ressourcen die aktive Unterstützung des Managements, die auch Voraussetzung in der ISO-Norm ist.

Nicht zu vergessen: Nicht jedes Managementsystem muss zertifiziert werden, um danach zu arbeiten. Was ich an dieser ganzen Diskussion bemerkenswert finde, ist, dass sich die Branche aus intrinsischer Motivation heraus auf diesen Weg gemacht hat, nicht weil es primär Kunden fordern. Vor anderthalb Jahren hätte ich es nicht für möglich gehalten, dass sich in den drei Konvois, die bisher unterwegs sind, gleich 30 Unternehmen in unserer Branche nach ISO 20121 zertifizieren lassen.

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



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

EVENT-AGENTUREN



**HAGEN INVENT**  
 an mci group company

HAGEN INVENT GmbH & Co. KG Adlerstraße 74 T 0211 67935-0  
 \_ Catherine Hoffmann 40211 Düsseldorf 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 45 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**  
 Creating Memories

Herbststraße 31 T 0421 37888-0  
 28215 Bremen F 0421 37888-88

Hamburg kontakt@joke-event.de  
 Berlin www.joke-event.de  
 Frankfurt/Main  
 Stuttgart  
 München

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 30 Jahren. 140 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, Eventlocations sowie ein integriertes Teilnehmer- und Destinationsmanagement gehören zu unseren Kompetenzen. In Deutschland, Europa und weltweit.



livewelt GmbH & Co. KG Berliner Str. 133 T +49 (0) 5241 21090-0  
 \_ Ole Ternes 33330 Gütersloh info@livewelt.de  
 Geschäftsführer www.livewelt.de

livewelt ist Spezialist für die Verbindung aus Marken- und Live-Kommunikation. Mit Herz, Leidenschaft und vor allem Verstand arbeiten wir seit 2006 für nationale und internationale Kunden. Erfahren Sie mehr über uns und unser Leistungsspektrum auf www.livewelt.de



**marbet**

marbet Karl-Kurz-Straße 44  
 Marion & Bettina 74523 Schwäbisch Hall  
 Würth GmbH & Co. KG T +49 791 49380-100  
 Agentur für info@marbet.com  
 Live-Kommunikation marbet.com  
 München . Barcelona

Erleben Sie neue Servicestandards der Live-Kommunikation: Wir machen Events, Live-Kampagnen und Markenerlebnisse, die wirken und bleiben. Live. Digital. Hybrid. Schwäbisch Hall . Düsseldorf . Frankfurt . Hamburg . München . Barcelona

AKTUELLES IM INTERNET \_ WWW.AUTOMOBIL-EVENTS.DE

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

EVENT-AGENTUREN



Connecting people, brands and markets.

ottomisu Im Klingenhühl 1 T +49 (0)6221 73902-0  
 communication GmbH 69123 Heidelberg anfrage@ottomisu.com  
 www.ottomisu.com

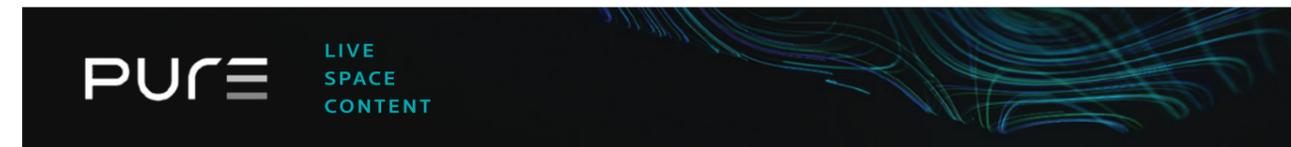
Unser Herz schlägt für echte LIVE-Kommunikation. Seit 1993. Als Full-Service-Agentur realisieren wir Events – offline, online und hybrid. Von der Marktanalyse über Strategie, Design, Konzeptentwicklung und Kommunikation bis hin zu Produktion und Umsetzung. Darüber hinaus begleiten wir unsere Kunden bei der ergänzenden digitalen Interaktion mit ihren Zielgruppen. Beispielsweise via Plattformen, Podcasts, Magazinen oder Social Media. Unser Antrieb, bei allem was wir tun, ist der Aufbau von tragfähigen Beziehungen zwischen Unternehmen und ihren Märkten. Wir nennen diesen Ansatz #CONNECTIVITY.



PP Frankfurt Christoph Symeonidis  
 M 0175 723 43 64  
 c.symeonidis@pp-live.com  
 www.pp-live.com

PP Köln 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.



Pure Perfection GmbH T +49 611 172 19 60  
 wiesbaden@pureperfection.com  
 www.pureperfection.com

Seit 15 Jahren begeistert Pure seine Kund:innen. Mehr als 80 Mitarbeitende an drei Standorten in Wiesbaden, Berlin und Düsseldorf setzen mehr als 120 Veranstaltungen pro Jahr um. Mit unseren drei Units Pure Live, Space und Content bieten wir von der Idee bis zur Umsetzung und begleitenden Kampagne alle Leistungen für spannende Kommunikation aus einer Hand.



Syndicate Five GmbH Strelitzer Str. 2 T +49 172 1910 482  
 10115 Berlin 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.BLACHREPORT.DE

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

EVENT-AGENTUREN



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!



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.

Digitale Ausgaben unter:  
[www.blachreport.de](http://www.blachreport.de)

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

EVENT-AGENTUREN



what when why  
GmbH & Co. KG      Königsallee 43  
71638 Ludwigsburg      T +49 711 55042555  
info@whatwhenwhy.de  
whatwhenwhy.de

what when why – Erlebnisorientierte B2B-Kommunikation mit langfristiger Wirkung. Unsere Emotion Engineers verschmelzen die faktische mit der emotionalen Dimension. Für nachhaltig erlebniszentrierte Kommunikations-Konzepte. Live-Communication ist unsere DNA. Und wir denken weiter. In vollständigen Kommunikationskampagnen. Kurz: wir machen aus Teilnehmern Beteiligte und aus Beteiligten Botschafter. Wirksam. Langfristig.

EVENT-FACHMESSEN

BOE INTERNATIONAL  
Internationale Fachmesse  
für Erlebnismarketing  
15. – 16. Januar 2025  
Dortmund

Messe Westfalenhallen  
Dortmund GmbH  
Strobelallee 45  
44139 Dortmund

T +49 (0)231 1204-521  
F +49 (0)231 1204-678  
info@boe-messe.de  
www.boe-messe.de

Stellen Sie im kommenden Jahr die wirtschaftlichen Weichen auf Erfolg und präsentieren Sie sich als Aussteller der BOE INTERNATIONAL den Top-Entscheidern und Einkäufern der Industrie und Agenturszene aus Deutschland und den benachbarten Benelux-Ländern. Nutzen Sie die BOE als attraktive Vertriebs- und Networking-Plattform für Ihre Produkte und Dienstleistungen und schließen Sie neue Geschäftskontakte in professioneller Atmosphäre.

EVENT-LOCATIONS

Schokoladenfabrik  
Event und Meeting Venue  
owned by format:c live  
communication GmbH

Stollwerkstraße 27-31  
51149 Köln  
Ihre Ansprechpartner:  
\_ Natalie Driesnack  
\_ Tobias Weber

T 0162-4596001  
T 0176-23177122  
hello@schokoladen-fabrik.com  
www.schokoladen-fabrik.com

Kölns neueste Location bietet 900 m<sup>2</sup> in Design-Räumen, zwei Außenbereiche mit 1000 m<sup>2</sup>, ein weißes Hohlkehlen-Studio. Top Veranstaltungstechnik, hochwertiges Catering und perfekte Begleitung garantieren reibungslose Events. Kostenfreie Parkplätze. ÖPNV-, Autobahn-, Flughafennähe.

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

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

MEDIEN- / LED-WÄNDE



**ACETEC**  
EVENT- & MEDIEN-TECHNIK

ACETEC GmbH Rostocker Straße 17 T +49 611 9879296  
Ihr Ansprechpartner: 65191 Wiesbaden mail@acetec.de  
Michael Lenkeit www.acetec.de

ACETEC vermietet Medientechnik und LED-Wände für Veranstaltungen und Messeauftritte in Deutschland und Europa. Unser Firmensitz ist in Wiesbaden, von wo aus das Frankfurter Messegelände, das RheinMain CongressCenter (RMCC) sowie das Kurhaus innerhalb weniger Minuten erreichbar sind.

MESSE- / EVENTBAU



**AMECKO**  
MESSEN KONGRESSE AUSSTELLUNGEN EVENTS INNENAUSBAU

**THE INSPIRING PEOPLE**

AMECKO GmbH Zum Steigerhaus 1 T +49 (0)208 810959-0  
46117 Oberhausen F +49 (0)208 810959-59  
info@amecko.com  
www.amecko.com  
instagram.com/amecko\_theinspiringpeople

Wir konzipieren, realisieren und betreuen kreative Erlebnisräume auf Messen, auf Kongressen, im Innenausbau und für Events. Bei uns erhalten Sie das Komplettpaket für Ihren Markenauftritt unkompliziert aus einer Hand. Ob Ihre Produkte oder Dienstleistungen für sich sprechen sollen, ob interaktives Infotainment, eine spannende Architektur oder eine hochkomplexe, bauliche Umsetzung im Fokus ihrer Aufgabenstellung stehen – AMECKO schafft Erlebnisse mit dem Netzwerk der Besten, national und international.



**artlife**  
messe events specials

Artlife GmbH Hessenstraße 6 T +49 (0)6122 504-0  
\_ Stephan Haida 65719 Hofheim info@artlife.eu  
www.artlife.eu

Konzeption und Konstruktion, Planung und Produktion individueller Ausstattungen und Spezialbauten für alle Arten räumlicher Markenarchitektur wie Messen, Events, Roadshows, Bühnen- und Themen-Sets. Artlife ist nach DIN ISO 14001 Umweltmanagement zertifiziert.



**CG Creative Gestaltung.**  
MESSEBAU °° EVENTS °° WERBETECHNIK °° BRANDING °° DIGITAL DESIGN °° APPS & WEB °°

Creative Gestaltung GmbH Heiningen Straße 70 T: +49 71 61-606 89-0  
73037 Göppingen info@creative-gestaltung.de  
T: +49 71 61-606 89-0 www.creative-gestaltung.de

Seit über 30 Jahren bringt CG Kreativität und Kompetenz aus Göppingen in alle Welt. Wir gestalten und produzieren „Brand Spaces“ in der digitalen und analogen Welt. Dadurch machen wir Ihre Marke greif- und erlebbar - ob auf Messen, Veranstaltungen, im Laden oder Internet.

Bei uns trifft hochwertiges Design und Werbetechnik auf makellose Ausführung und professionelles Projekt- und Logistikmanagement.



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

MESSE- / EVENTBAU



**DEKO SERVICE**  
BUILDING VISIONS

DEKO-Service Lenzen GmbH Standort Lohmar (b. Köln): Standort Berlin:  
www.deko-service.net Im Rohnweiher 47 Zur Alten Börse 79  
53797 Lohmar 12681 Berlin  
T +49 (0)2205 9060 T +49 (0)30 54709770  
F +49 (0)2205 90630 F +49 (0)30 54709772  
main@deko-service.net nl-berlin@deko-service.net

Ob Bühnenbild, Großveranstaltung, Messe oder individuelle Markenerlebnisse – wir realisieren Ihre Visionen in jedem Bereich der Live-Kommunikation. Von der Planung bis zur Einlagerung bieten wir maximale Flexibilität durch vielfältige Inhouse-Abteilungen der Bereiche Design & Digitaldruck, Holz- & Metallverarbeitung sowie Textil- & Elektrowerkstätten. Große Lagerflächen und eine Vielfalt an Mietartikeln bieten die individuell passende Lösung für jeden Bedarf.



**NA+1**  
DER PLUS-FAKTOR

DER PLUSFAKTOR NA+1 Limburg  
LIMBURG Gunnar Zessel e. K. T 06431 26290-20  
BERLIN Jahnstraße 10 M 0176 12629022  
SARDINIEN 65549 Limburg info@na1.de  
www.na1.de



32 Jahre temporäres stilsicheres individuelles Design für Messe, Event, Retail, Grossdekorationen, Möbel und Exponatbau. Wir sind Partner national und International. Rein und ehrlich in die Zukunft.

MIETMÖBEL / EVENTLOGISTIK / SONDERBAU / EVENTCATERING



**wisag**

WISAG Event Service Isarstrasse 1 T +49 (0)6142 83555-0  
GmbH & Co. KG 65451 Kelsterbach F +49 (0)6142 83555-199  
wes.kelsterbach@wisag.de  
www.wisag.de  
www.event-services.shop



**fwd:**  
Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft

**Wir machen Events!**  
Eventausstattung – Eventlogistik – Sonderbau - Eventcatering: Repräsentatives Mobiliar, ausgesuchte Zeltsysteme, vielfältiges Zubehör und Sonderbau für Messe und Event aus der eigenen Schreinerei. Ein professionelles Eventcatering für alle Anlässe und in jeder Größenordnung, sowie die hauseigene Eventlogistik runden das Portfolio ab.

MODERATION



**LOUISA SCHLANG**  
MODERATION

Louisa Schlang Hoxbergstraße 29 T 0174 7959893  
MODERATION 66822 Lebach info@louisaschlang.de

**MODERATION MIT HERZ UND LEIDENSCHAFT.**  
EVENT | GALA | AWARD | MESSE | KONGRESS | TV | RADIO  
Moderatorin gesucht? www.louisaschlang.de

Charmant. Bezaubernd. Professionell. Louisa Schlang ist ausgebildete Moderatorin, vielseitig einsetzbar und Gewinnerin des bundesweiten Nachwuchsmoderatoren-Wettbewerb.

AKTUELLES IM INTERNET \_ WWW.MUSEUMSREPORT.DE

anbieter  
\_ansprechpartner      anschrift      telefon . fax . email . internet      anbot

NACHHALTIGKEIT

**Wir denken nachhaltig!**  
2bdifferent steht seit über 10 Jahren für Nachhaltigkeit in der Veranstaltungswirtschaft.



2bdifferent  
GmbH & Co. KG  
\_ Jürgen May  
\_ Clemens Arnold

Giebhübelstraße 3  
D-67346 Speyer

T +49 (0)6232 68 33 90  
info@2bdifferent.de  
www.2bdifferent.de

Das Team von 2bdifferent gehört zu den führenden Spezialist:innen für Nachhaltigkeit in der Veranstaltungswirtschaft und richtet sich mit seinem Angebot speziell an die Event-, Messe-, Meeting- und Filmbranche sowie an das Sportbusiness. Die Beratungsagentur mit Sitz in Speyer definiert erfolgreich Nachhaltigkeitsstrategien mit klaren Zielen für Unternehmen und Institutionen in diesem Marktsegment und setzt diese erfolgreich um. Zur Kernkompetenz gehört es, Nachhaltigkeitsaspekte in glaubhafte und erfolgreiche Businessstrategien zu wandeln. Ein weiteres Kompetenzfeld umfasst die Analyse, Bewertung und Optimierung von Messen, Kongressen, Tagungen, Roadshows, Filmproduktionen, Corporate- und Sport-Events nach ökologischen, sozialen und ökonomischen Kriterien.

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**

HÖREN · SEHEN · STAUNEN



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

Aventem bietet neben den klassischen audiovisuellen Dienstleistungen wie Licht-, Ton-, Medien- und Bildtechnik auch hochwertige Set- und Dekorationsbauten aus eigener Produktion an und ist so der ideale Partner für die gesamtheitliche Umsetzung Ihrer Projekte in der Live-Kommunikation. Auch für digitale und hybride Eventformate stehen Ihnen unsere Mitarbeiter von der Planung bis zur Umsetzung Ihrer Events europaweit mit Expertise und Know-How zur Seite.

anbieter  
\_ansprechpartner      anschrift      telefon . fax . email . internet      anbot

VERANSTALTUNGSTECHNIK



Live.Digital.On-site



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

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.



epicto GmbH

Flößerstraße 4  
68535 Edingen-Neckarhausen

T +49 (0)6203 4046-0  
info@epicto.de  
www.epicto.de

Außergewöhnliche Erlebnisse entstehen erst durch eine durchgängige Lösung, die bereits bei der Idee alle Facetten von Konzeption über Planung bis zur Realisierung umfasst. Um das zu gewährleisten, folgt die Technik der stimmigen Konzeption und der dahinterstehenden starken kreativen Idee. Das gilt für Live-, Online- und Hybrid Events genauso wie für alle Medientechnikinstallationen.



Neumann & Müller GmbH & Co. KG

Unsere Standorte:  
Berlin | Dresden | Düsseldorf  
Erfurt | Frankfurt | Hamburg  
Hannover | Köln | Leipzig  
Mainz | München | Nürnberg  
Stuttgart

info@neumannmueller.com  
www.neumannmueller.com

**Neumann & Müller Veranstaltungstechnik**  
Live oder digital – wir leben die große, weite Welt von Audio, Licht und Video, von Konferenztechnik, Content Production, Event-IT, Rigging und Bühnenbau. Seit über 40 Jahren sammeln wir Erfahrung und Know-how, um unseren Kund:innen aus einer Hand begeisternde, individuelle Lösungen zu bieten – mit kreativem Design, detailgenauer Planung und intelligenten Services.

VIDEO



Screen Visions GmbH  
Waldburgstraße 17/19  
70563 Stuttgart

T +49 711-21414-140  
mail@screenvisions.com  
www.screenvisions.com

- LED-Videowände
- Mobile & modulare Lösungen
- Sonderkonstruktionen
- On-Screen-Vermarktung
- Digitale Promotionmodule
- Beratung für Festinstallationen
- Kameras
- Medienserver
- technische Planung

AKTUELLES IM INTERNET \_ WWW.BLACHREPORT.DE

INSIDE

# Oliver Wachenfeld



Oliver Wachenfeld (Foto: privat)

OLIVER WACHENFELD IST MIT SEINEM UNTERNEHMEN OLIVER WACHENFELD FOTODESIGN ERFOLGREICH IM BEREICH MESSE- UND EVENTFOTOGRAFIE.

## Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?

Die Veranstaltungsbranche ist wie eine große Familie. Man trifft sich, tauscht sich aus und hat eine gute Zeit. Zudem unterscheiden sich alle Veranstaltungen und geben mir die Möglichkeit, mich fotografisch auszutoben.

## Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?

Gute Frage. Ich habe schon zu Schulzeiten die Foto AG geführt und so auch meine Berufung gefunden. Etwas anderes kam mir nie in den Sinn.

## Welchen Traum wollen Sie sich noch erfüllen?

Weiterhin schöne und spannende Projekte zu fotografieren. Reicht das als Traum?

## Was macht Sie glücklich?

Meine Familie, mein Job.

## Was war bisher Ihre größte Herausforderung?

Wie für die meisten in der Eventbranche: Covid-19. Glücklicherweise ist es bei mir gut ausgefallen.

## Welche Entscheidungen haben Sie bereut?

Keine. Jede ‚falsche‘ Entscheidung gibt mir neue Erkenntnisse etwas zu verändern.

## Was machen Sie gegen Stress?

Um Stress abzubauen, fahre ich eine sportliche Runde mit meinem Gravel-Bike und höre dabei gute Musik.

## Wen möchten Sie gern einmal kennenlernen?

Es gibt keinen Schauspieler oder Musiker, den ich gern brennend persönlich kennenlernen würde. Ich freue mich über jeden netten Kontakt, mit dem ich mich austauschen kann.

## Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?

Ich muss zugeben, dass ich nicht allzuviel lese. Ich höre in der Regel Podcasts und Hörbücher. Mein letztes gelesenes Buch ist ‚Hope Street‘ von Campino.

## Was sollen wir hören: Ihr aktueller Musiktipp?

Metal und Punk – also alles, was laut ist und gute Gitarrenriffs enthält.

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

Ich habe schon viele Events fotografieren dürfen, aber mein persönliches Highlight war das Summit in Singapur meines Kunden IFES letztes Jahr. Ich fand es beeindruckend, dass der IFES mich mitgenommen hat und nicht auf einen Fotografen vor Ort zurückgegriffen hat.

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

Unser direkter Nachbar: das Weinhaus Vogel. Hier gibt's ganz einfache Küche, guten Wein, Kölsch und die nettesten Bedienungen in Köln.

# POCKETEVENT

\*24

## POCKETEVENT

\*24

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.

## Impressum

26. 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 1611-9308

BLACHREPORT 12/24

PocketEvent \*24 gibt es auf [www.blachreport.de](http://www.blachreport.de)

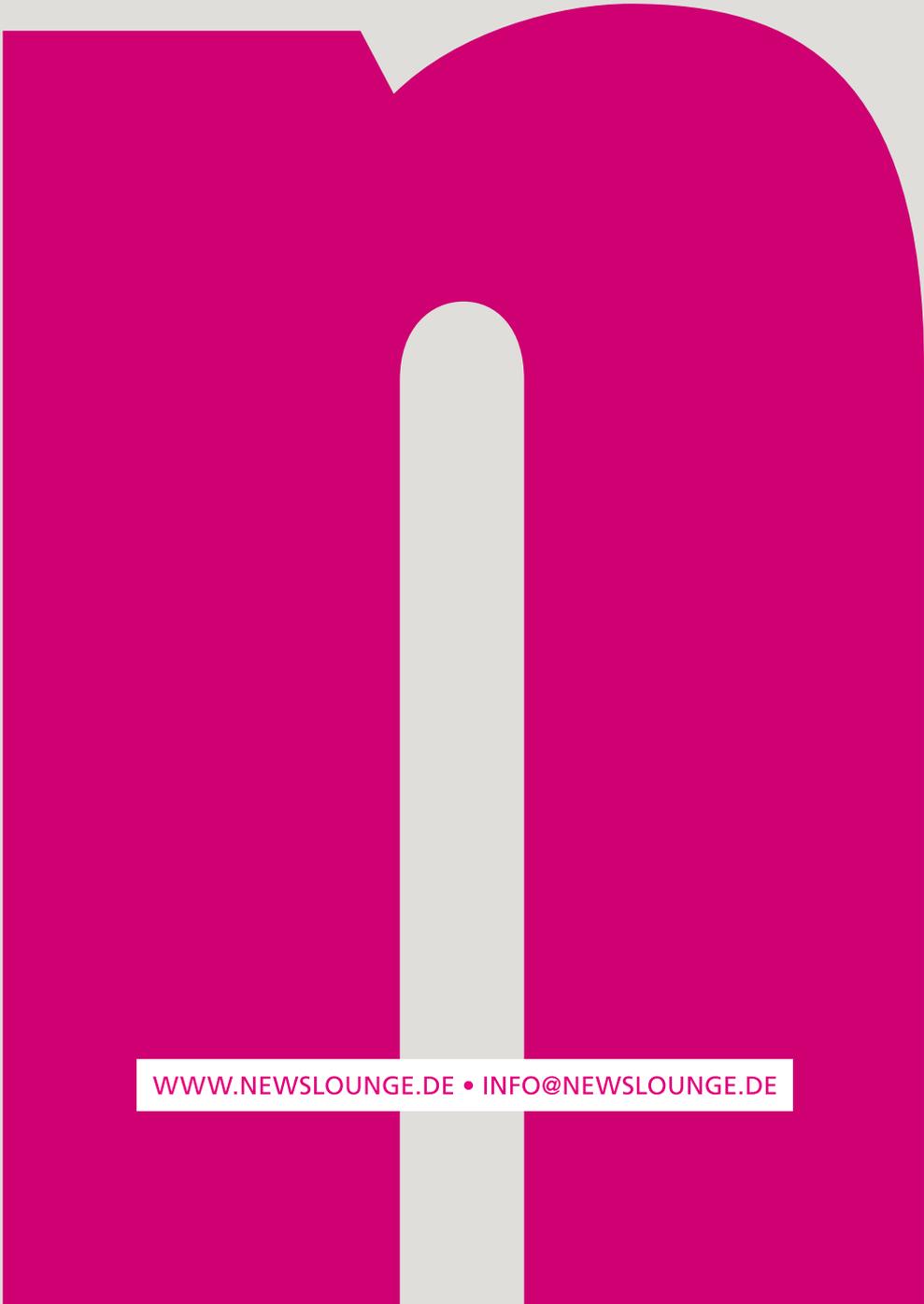


**AktivMedia**  
Marketing- und  
Medienkommunikation GmbH

# 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)