



Wie Carsten Knieriem von what when why die Optionen für eine weitere Digitalisierung der Livekommunikation bewertet

Confex

Das neue Conference- und Exhibition-Center in Köln

Jetzt anfragen!



O RING MADE FOR SOLID CONNECTION



NEUMANN & MÜLLER
VERANSTALTUNGSTECHNIK

NEUMANNMUELLER.COM

ToHyVe?



Unter dem sperrigen Namen ToHyVe, was „Toolbox für hybride Veranstaltungsformate“ abkürzt, ist 2022 ein vom BMWK initiiertes und vom Fraunhofer Institut koordiniertes Forschungsprojekt gestartet. Seither haben die 13

Konsortialpartner aus den Bereichen immersive Audio- und Videotechnologien, Künstliche Intelligenz, Streaming, Datensicherheit, virtuelle Welten, Veranstaltungsplattformen, Ausstellungsdesign und Usability an einer Toolbox gearbeitet, die eine Vielzahl an Veranstaltungsformaten bedienen kann.

Damit sollte nichts weniger als ein neuer Technologiestandard entstehen, der zu den spezifischen Anforderungen der B2B- und B2C-Kommunikation passt und einen Beitrag zur Digitalisierung der Unternehmen leistet. Ziel ist ein Plattformformat, das integrierte Kommunikation ermöglicht – mit nahtlosen Übergängen zwischen realer und virtueller Welt. Zu den möglichen Anwendungsgebieten könnten zum Beispiel Führungen durch Showrooms, Vorträge, Paneldiskussionen und Workshops von und mit analogen und virtuellen Gesprächspartnern gehören – prädestiniert für die Bedürfnisse der Kunden im Messe- und Eventbereich –, aber auch das Streaming von Konzerten und Opern.

Am 27. September wollen die Projektvertreter im Berliner Forum Digitale Technologien ihre Forschungsergebnisse vorstellen und im Rahmen einer Ausstellung auch gleich noch praktische Lösungen und Einsatzmöglichkeiten präsentieren. Die Teilnahme ist kostenlos. Auf dem Programm (Details gibt es im Web) steht unter anderem auch die Podiumsdiskussion: „Veranstaltungstechnik – quo vadis?“. Eine Teilnahme kann nur empfohlen werden.

Herzlichst

Ihr Peter Blach

inhalt

- 4 BUSINESS die veranstaltungsmacher Markenauftritt
- 5 BUSINESS GCB-Mitgliederversammlung
- 6 KREISLAUFWIRTSCHAFT 2bdifferent und Trash Galore
- 8 BUSINESS Tagungsmetropole Wien
- 10 DIGITALISIERUNG FÜR EVENTS Carsten Knieriem
- 12 DIGITALISIERUNG FÜR EVENTS Ksenia Trofimova

Titelfoto: Carsten Knieriem (Foto: what when why)

- 13 VENUES Cadiz für Eventveranstalter
- 14 VENUES Cannes punktet mit neuen MICE-Locations
- 16 PEOPLE Jobs + Karriere
- 17 MARKETING-SERVICES Lieferantenverzeichnis
- 26 BACKSTAGE Dr. Bernd-Achim Stegmann
- 26 IMPRESSUM

MEDIA
BOARD

OUT NOW!



WWW.BLACHREPORT.DE
WWW.STAGEREPORT.DE



Neuer Website-Look für die veranstaltungsmacher (Illustration: die veranstaltungsmacher)

die veranstaltungsmacher launchen neuen Markenauftritt

Neuer Look

die veranstaltungsmacher in Berlin starten mit einem überarbeiteten Look ihrer Webseite in den Sommer 2024 und schließen somit die inhaltliche Neuausrichtung der Agentur auch optisch ab. Der Relaunch der Webseite war nach der Umstrukturierung der Agentur für Livekommunikation nun der letzte Schritt.

Die neue Homepage ist laut eigenen Angaben „strukturiert“ geworden und betont die strategische Ausrichtung mit den Segmenten „Live“, „Digital“, „Hybrid“ und „Im

Raum“. Website-Besucher können die für sie relevanten Kategorien direkt ansteuern, um sich einen ersten Überblick über Leistungen, Arbeitsweise und Referenzen der Agentur zu verschaffen.

2011 als reines Freelancer Netzwerk gestartet, arbeiten die veranstaltungsmacher heute als Fullservice-Agentur mit einem erfahrenen Kernteam sowie einem Netzwerk von Experten. Die Agentur inszeniert sowohl Marken mit Wow-Effekt als auch Erlebnisse mit Stories, die in Erinnerung bleiben sollen.

„Mit einem interdisziplinären Team, gewachsenen Partnerschaften und vertrauensvollen Kunden, die wir mit unseren Ideen immer wieder neu begeistern können, haben wir das Vor-Corona-Niveau wieder erreichen können und darüber hinaus den Umsatz gesteigert. Möglich machte dies eine noch stärkere Fokussierung auf den Bereich Kommunikation im Raum und der konsequente Ausbau strategischer Partnerschaften. Dieser Trend setzt sich auch für 2024 fort“, resümiert Geschäftsführerin Nadine Bortscheller.

Bundeskonzferenz fordert Evaluierung der Corona-Maßnahmen

Enquete-Kommission?

Die Bundeskonferenz Veranstaltungswirtschaft ruft zur Einrichtung einer Enquete-Kommission auf, um die Wirksamkeit der Corona-Maßnahmen zu analysieren. Besonders für die Veranstaltungswirtschaft ist eine verbindliche und ausreichende Schadensersatzregelung für betroffene Betriebe und Soloselbstständige essenziell.

Die Debatte über politische Entscheidungen während der Corona-Pandemie hat zugenommen. Eine sachliche und wissenschaftliche Analyse sei notwendig. Die Bundeskonferenz fordert, die Rolle der Branche im Pandemiegeschehen zu evaluieren.

Eine Enquete-Kommission erscheint als der geeignete Rahmen, besetzt mit Experten aus allen relevanten Bereichen. Die Erfahrungen

der Veranstaltungswirtschaft müssen berücksichtigt werden. Die Bundeskonferenz steht hierfür bereit.

Die Corona-Pandemie hat das Gesundheitssystem, die Politik, die Wirtschaft, den Sport, die Kultur und die Gesellschaft insgesamt unvorbereitet getroffen. Zwischen Frühjahr 2020 und Frühjahr 2023 wurden tiefgreifende, teils nicht wissenschaftlich fundierte Maßnahmen ergriffen. Besonders die Veranstaltungswirtschaft litt unter den Versammlungs- und Ausgangsbeschränkungen.

Die Veranstaltungswirtschaft war eine der ersten Branchen, die massiv eingeschränkt wurde, und die letzte, die zur Normalität zurückkehren durfte. Das kulturelle und gesellschaftliche

Leben kam weitgehend zum Stillstand, die Folgen sind noch heute spürbar.

Die Enquete-Kommission muss die Maßnahmen der Vergangenheit wissenschaftlich und fair überprüfen, besonders hinsichtlich der Einschränkungen der wirtschaftlichen Tätigkeiten der Veranstaltungsbranche. Dazu gehört die Wirksamkeit der 2G- und 3G-Regelungen, Kapazitätsbeschränkungen, Abstandsregelungen, Testkonzepte und die Einschränkung von Veranstaltungen im Freien.

Sollte die Kommission feststellen, dass viele Einschränkungen verhältnismäßig waren, fordert die Bundeskonferenz eine verbindliche Schadensersatzregelung für betroffene Betriebe und Soloselbstständige.

KI, Nachhaltigkeit und der Dialog der Generationen

GCB-Mitgliederversammlung

Die strategische Auseinandersetzung mit Künstlicher Intelligenz, die doppelte Transformation aus Nachhaltigkeit und Digitalisierung sowie der Dialog zwischen den Generationen in der Arbeitswelt waren zentrale Themen der GCB-Mitgliederversammlung 2024. Am 6. Juni kamen dazu im Radisson Blu Hotel in Frankfurt am Main rund 80 Gäste zusammen. Zur Wahl standen auch wieder die Vertreter der GCB-Gremien Verwaltungsrat und Marketingausschuss.

Die GCB-Mitgliederversammlung 2024 fand dabei zu einem Zeitpunkt statt, als mehrere Marktanalysen gerade erneut die Spitzenposition des Geschäftsreiseseziels und Tagungsstandorts Deutschlands bestätigt hatten. Von den 117 Millionen Auslandsgeschäftsreisen, die 2023 weltweit unternommen wurden, führten laut IPK International 13,5 Millionen nach Deutschland – ein Marktanteil von zwölf Prozent. MICE-Reisen haben dabei mit 57 Prozent den größten Anteil. Auch das jüngste Meeting- & EventBarometer hatte bereits den konsequenten Aufwärtstrend der letzten Jahre unterstrichen. „Das Geschäftsreisesegment hat für den deutschen Incoming-Tourismus eine besonders hohe Relevanz – und hier sehen wir durchweg positive Signale: Die internationalen Quellmärkte geben deutliche Wachstumsimpulse, die digitale Transformation prägt immer stärker die Wertschöpfungskette und insbesondere Nachhaltigkeit wird zunehmend zum Erfolgsfaktor“, so Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. (DZT) und Vorsitzende des GCB Verwaltungsrates.

Aus diesem Grund setzte das GCB Themen wie Künstliche Intelligenz (KI) und seine dazugehörige Strategie in den inhaltlichen Fokus seiner diesjährigen Mitgliederversammlung. Bereits seit einem knappen Jahr beschäftigt sich das Team intensiv mit entsprechenden Handlungsfeldern und will diese nun in ein konsoli-

diertes Strategiepapier überführen, das gleichzeitig als praktische Roadmap dienen kann. „KI-gestützte Anwendungen bieten enorme Potenziale und sind einer der vielversprechendsten Treiber in der Vermarktung von Business Events“, so Matthias Schultze, Geschäftsführer des GCB. „Mit unserer KI-Strategie wollen wir nicht nur das GCB als Data-Driven Company weiterentwickeln und unser Team zukunftsfähig aufstellen: Gepaart mit Initiativen wie dem Open-Data-MICE-Projekt ist es unser vornehmstes Ziel, die Wettbewerbsfähigkeit des Tagungsstandorts Deutschland im Feld der Twin Transformation von Digitalisierung und Nachhaltigkeit signifikant zu stärken.“

Weiteres Schwerpunktthema war der generationenübergreifende Dialog. Das GCB hatte seine Mitglieder eingeladen, einen jungen Nachwuchskollegen der Gen Z aus dem eigenen Unternehmen zur Veranstaltung mitzubringen und so die Perspektiven im Ökosystem des GCB zu erweitern. Dieser Baustein des „Plus Eins“ war eines der Event-Elemente, das im Innovationsverbund Future Meeting Space unter dem Forschungsthema „Creating Meaningful Events“ jüngst als Erfolgsfaktor für das „Gap Bridging“ identifiziert wurde: Ziel ist es, eine positive Verbindung zwischen unterschiedlichen Gruppen – beispielsweise Generationen – herzustellen und eine gemeinsame Plattform für einen konstruktiven Austausch zu schaffen.

Im Sinne dieser Plattform gehörten zum Programm der Mitgliederversammlung in diesem Jahr daher auch insgesamt vier inhaltliche Sessions zu zentralen Themen und Projekten aus dem GCB-Universum. Von evidenzbasierter Marktbearbeitung und Sustainable Events bis zu KI-Marketing und strategischer Innovation boten die Sessions den Teilnehmern die Möglichkeit, nicht nur mehr zu diesen Themen zu erfahren, sondern auch, deren Relevanz für

das eigene Leistungsportfolio zu reflektieren.

Die inhaltlich-strategische Weichenstellung für die Zukunft wird durch die Vertreter in den GCB-Gremien Verwaltungsrat und Marketingausschuss gestaltet und unterstützt, die bei der Veranstaltung im Radisson Blu Hotel Frankfurt gewählt wurden.

In den GCB-Verwaltungsrat wiedergewählt wurden Andrea Bisping (Messe München), Roland Elter (maritim Hotelgesellschaft), Larissa Steinbäcker (Proske), Sabine Thiele (Regensburg Tourismus), Silke Weerts (MCI Deutschland) und André Wiehe (Radisson Hotels Deutschland). Als Vertreter der drei strategischen Partner und Gründer im VWR des GCB sind auch weiterhin aktiv: Petra Hedorfer (DZT), Jan-Wolf Baake (DB Vertrieb) und Kay Wichmann (Deutsche Lufthansa). Als Vorsitzende des Verwaltungsrates wurde Petra Hedorfer bestätigt.

Für den Marketingausschuss bestellt wurden erneut Bastian Fiedler (m:con – mannheim:congress) und Katrin Suchi (CPO Hanser) in der Sparte Eventagenturen / PCOs / Digital Services / Verkehrsträger; Stephanie Kleine Klausung (Köln Tourismus) und Ronald Kötteritzsch (Congress Center Leipzig) in der Sparte städtische oder kommunale Marketingorganisationen und Kongresszentren/Locations; Rob Oudshoorn (H World International) und Angela Haug (IHG Hotels & Resorts) in der Sparte Kongress- und Tagungshotels / Hotelketten. Als Vertreter der drei strategischen Partner und Gründer im Marketingausschuss des GCB sind auch künftig aktiv: Julia Grundmann (DZT), Michael Birk (DB Vertrieb) und Claudia Wilhelm (Deutsche Lufthansa).

Als Rechnungsprüfer wurden ebenfalls die beiden bisherigen Amtsinhaber bestätigt: Michael Biwer (Messe Frankfurt Venues) und Udo Schäfer (Tourismus & Congress Region Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler).



Petra Hedorfer und Matthias Schultze bei der GCB-Mitgliederversammlung am 6. Juni 2024 (Foto: GCB/F. Dörsching)



Neue Partnerschaft: Lukas Binner /Trash Galore, Jürgen May/2bdifferent, Anne-Sophie Müller /Trash Galore, Fabian Höffner /Trash Galore, Clemens Arnold/2bdifferent (v.l., Foto: 2bdifferent)

2bdifferent und Trash Galore beschließen Kooperation

Kreislaufwirtschaft: Sustainability von vorn gedacht

DIE NACHHALTIGKEITSBERATUNG 2BDIFFERENT BAUT DAS PARTNERNETZWERK WEITER AUS UND HAT EINE VERTRAGLICHE PARTNERSCHAFT MIT TRASH GALORE GESCHLOSSEN, UM NACHHALTIGE LÖSUNGEN IN DER EVENT- UND MESSEBRANCHE ZU FÖRDERN UND ZU ERWEITERN.

Die Geschäftsführer der beiden Unternehmen, Jürgen May, Clemens Arnold und Fabian Höffner, haben im Gespräch erläutert, wie sie ihre Stärken bündeln, um eine umfassende Kreislaufwirtschaft zu etablieren. Dabei werden ökologische und sozial-ökonomische Aspekte berücksichtigt, um Ressourcen zu schonen und Kosten zu sparen.

Die Messe- und Eventbranche gehört traditionell nicht zu den nachhaltigsten Wirtschaftszweigen. Der hohe Ressourcenverbrauch, insbesondere von Materialien, die oft nur kurzzeitig genutzt und anschließend entsorgt werden, stellt ein erhebliches Problem dar. Darüber hinaus trägt die Mobilität der Teilnehmer, mit oft langen Anreisen und hohem CO₂-Ausstoß, zur negativen Umweltbilanz bei.

2bdifferent und Trash Galore setzen hier an und bieten Lösungen, um diese Herausforderungen zu meistern. Sie zeigen, wie durch frühzeitige Planung und die Einbindung nachhaltiger Praktiken der Ressourcenverbrauch minimiert und der CO₂-Fußabdruck reduziert werden kann. Gemeinsam streben sie danach, die Event- und Messebranche nachhaltiger zu gestalten und einen positiven Wandel zu bewirken.

BlachReport: 2bdifferent und Trash Galore haben gemeinsame Pläne. Welche?

Jürgen May: Unsere Kooperation ist entstanden, um nachhaltige Lösungen noch besser umzusetzen, zu erweitern und zu erschließen. Wir möchten unsere jeweiligen Stärken in einem gemeinsamen Angebot bündeln und so unseren Kunden in der Praxis noch mehr nachhaltige Lösungen anbieten.

Clemens Arnold: Es hat sich im Laufe der Zeit herausgestellt, dass wir bei vielen gemeinsamen Kunden unabhängig voneinander tätig waren. Aus dieser Erkenntnis haben wir beschlossen, unsere Schritte in der Wertschöpfungskette zu koordinieren und uns gegenseitig zu ergänzen.

Fabian Höffner: Normalerweise kommen wir erst am Ende der Wertschöpfungskette mit unserer Materialvermittlung ins Spiel. Jetzt haben wir die Möglichkeit, dank der Zusammenarbeit mit 2bdifferent, schon frühzeitig in den Planungsprozess eines Events eingebunden zu werden. Dadurch können wir von Anfang bis Ende eine ganzheitliche und praktische Lösung anbieten.

BlachReport: Der Fokus verschiebt sich von der Entsorgung zur Kreislaufwirtschaft. Warum ist das so?

Fabian Höffner: Aus ökologischer Sicht macht das Sinn. Bisher enden viele Materialien nach kurzer Nutzung im Müll. Trash Galore sorgt dafür, dass diese Materialien wieder in den Kreislauf zurückgeführt werden. Für eine ideale Kreislaufwirtschaft müssen wir bereits bei der Planung daran denken, wie die Materialien später zurück in den Kreislauf geführt werden können. Das bedeutet auch, umweltverträgliche Produkte zu nutzen, die am Ende ihres Lebenszyklus keine Schadstoffe freisetzen. Auch die Bauweisen und das Design von Messeständen müssen so gestaltet sein, dass die Bauteile einfach wiederverwendbar sind. Kreislaufwirtschaft ist aus unserer Perspektive die Zukunft.

Jürgen May: Unsere Kunden profitieren davon, dass wir sowohl ökologische als auch sozial-ökonomische Aspekte von Anfang an berücksichtigen. Wir wissen bereits in der Planungsphase, was mit den übrigbleibenden Materialien geschehen wird. In einem aktuellen Projekt haben wir den Abfall eines Messestandes auf ein Prozent reduziert und planen, die Materialien wieder in den Kreislauf zurückzuführen. Das spart nicht nur Ressourcen, sondern auch Kosten für unsere Kunden.

Clemens Arnold: Unser Slogan ‚Von vorne gedacht‘ bedeutet, dass wir bereits in der Planungsphase wissen, was später mit den Materialien geschehen wird – sprich, wie sie in den Kreislauf zurückgeführt werden können. Das bisherige häufige Vorgehen, wo zum Beispiel eine 100 Meter lange Plane, die nicht weitergenutzt werden kann, zu Notebooktaschen umgearbeitet wird, soll es mit unserem Prozessansatz zukünftig nicht mehr geben.

BlachReport: Gibt es noch weitere Vorteile der Kooperation für die Kunden?

Jürgen May: Ja, unsere ganzheitliche Beratung berücksichtigt auch regulatorische Anforderungen, wie die EU-Taxonomie und Green Deal. Wir helfen unseren Kunden, diese Vorgaben in ihre Eventplanungen zu integrieren, was wirtschaftliche Vorteile und eine bessere Nachhaltigkeitsbilanz mit sich bringt.

Clemens Arnold: Die EU-Taxonomie umfasst unter anderem die Kreislaufwirtschaft als Ziel. Unsere Kooperation bietet daher einen erheblichen Mehrwert, insbesondere für die Event- und Marketingabteilungen großer Unternehmen.

BlachReport: Gibt es finanzielle Vorteile? Können Teile eines Messestandes verkauft werden?

Fabian Höffner: Verkaufen ist nicht unser primäres Ziel. Wichtiger ist es, Produkte so zu gestalten, dass sie mehrfach genutzt werden können oder den unnötigen Einsatz von Materialien zu vermeiden, um Kosten und Ressourcen zu sparen. Ein Beispiel ist der Verzicht auf Doppelböden im Messebau, was eine erhebliche Material- und Kostenersparnis bringt. Kreativität ist gefragt, um nachhaltige Lösungen zu entwickeln, die dennoch attraktiv und funktional sind.

Clemens Arnold: Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft bieten eine große Chance für Kreativität. Ein Messestand kann über mehrere Jahre genutzt und buchhalterisch abgeschrieben werden, was die ökologischen und ökonomischen Vorteile erhöht.

BlachReport: 2bdifferent, die Messearchitekten imb troschke und die Fachpublikation tw tagungswirtschaft haben sich zu einem Pilotprojekt zusammengetan, das auf den Zeitraum 2023 bis 2026 angelegt ist. Gemeinsam planen, bauen und nutzen sie für die IMEX 2024 in Frankfurt den Stand von tw tagungswirtschaft nach den Prinzipien und mit den Mitteln der Kreislaufwirtschaft. Was passiert mit diesem Messestand nun nach der IMEX?

Jürgen May: Der Stand wird eingelagert und überprüft, welche Teile repariert oder ersetzt werden müssen. Neue Materialien werden auf ihre Kreislauffähigkeit geprüft. In diesem Jahr haben wir beispielsweise auf Teppichböden verzichtet, um Abfall zu reduzieren.

Fabian Höffner: Es geht darum, vorhandene Materialien kreativ neu zu nutzen. Viele Unternehmen haben einen Fundus an Materialien, die in neuen Designs wiederverwendet werden können. Es erfordert Mut, neue Wege zu gehen, aber es bietet spannende Möglichkeiten.

BlachReport: Können Schulen oder soziale Einrichtungen von übrig gebliebenen Messematerialien profitieren?

Fabian Höffner: Ja, das ist unser Steckenpferd. Auf unserer Webseite können sich Initiativen für Materialbedarf anmelden. Wir vermitteln die Materialien, die nach Veranstaltungen übrigbleiben, an gemeinnützige Projekte. Diese Vermittlung erfordert Flexibilität, da die Materialverfügbarkeit oft kurzfristig feststeht.

BlachReport: Welche gemeinsamen Ziele haben 2bdifferent und Trash Galore?

Jürgen May: Kurzfristig beraten wir Unternehmen von der Planungsphase bis zur Produktion eines Events. Langfristig wollen wir als gemeinsame Einheit auftreten und unseren Kunden umfassende nachhaltige Lösungen bieten. Wir haben bereits mit der Umsetzung begonnen und führen erste Gespräche mit Kunden.

Clemens Arnold: Unsere gemeinsame Strategie ist individualisiert auf die Bedürfnisse unserer Kunden ausgerichtet. Dabei berücksichtigen wir die dynamischen Entwicklungen in der Materialität und in anderen relevanten Themen zur Nachhaltigkeit.

Jürgen May: Nachhaltigkeit wird am schnellsten umgesetzt, wenn Auftraggeber sie verpflichtend machen. Daher richten wir unsere Strategie auf die Auftraggebenden Unternehmen aus.

BlachReport: Gibt es schon gemeinsame Projekte?

Jürgen May: Ja, es gibt bereits zwei Projekte bei Konzernen, die wir betreuen. Weitere Details können wir aber erst in den nächsten Monaten bekanntgeben.

Neue Förderung und Höchstwert in 2023

Tagungsmetropole Wien

Mit einem Höchstwert von rund 6.500 Kongressen und Firmenveranstaltungen meldete sich die Tagungsmetropole Wien im Jahr 2023 zurück. Um weitere internationale Veranstaltungen nach Wien zu holen, investiert die Stadt Wien mit dem Vienna Meeting Fund 2025-2028 neuerlich vier Millionen Euro. Die Neuauflage zielt darauf ab, die Zahl von Green Meetings oder Öko-Events zu steigern und Tagungen in nachfrageschwächeren Monaten zu fördern.

Mit insgesamt 6.454 Kongressen und Firmenveranstaltungen in 2023 – ein Plus von 49 Prozent gegenüber 2022 – zählte Wien rund ein Fünftel mehr Tagungen als 2019, jenem Jahr mit dem bisher stärksten Aufkommen. Auch bei der Anzahl der Tagungsgäste wurde ein neuer Bestwert erreicht: 633.000 Teilnehmer (plus 40 Prozent zu 2022) weisen ein Plus von vier Prozent zu 2019 auf. In Summe sorgten Kongresse und Firmenveranstaltungen 2023 für 1.591.000 Nächtigungen. Der Anteil der tagungsbezogenen Übernachtungen an Wiens Gesamtnächtigungen im Vorjahr – diese machten 17,3 Millionen aus – liegt damit bei neun Prozent.

Wirtschaftsstadtrat Peter Hanke: „2023 hat gezeigt, dass Wien als Meetingmetropole mit einem neuen Höchstwert an Kongressen und Firmmentagungen seine Position an der Weltspitze festigen konnte. Tagungen erbringen Wertschöpfung und Arbeitsplätze weit über die Tourismusbranche hinaus, weswegen wir Wiens globale Führungsrolle in diesem Bereich weiter ausbauen und fördern wollen: Mit der Neuauflage des Vienna Meeting Fund investiert die Stadt bis 2028 neuerlich vier Millionen Euro über den WienTourismus, der mit seinem Vienna Convention Bureau weitere internationale Tagungen anziehen und an die Destination binden soll. Einen deutlichen Schwerpunkt setzen wir dabei, Nachhaltigkeit und Klimaschutz zu fördern und das Aufkommen gezielt in nachfrageschwächeren Monaten zu erhöhen.“

Anita Paic, Leiterin B2B Management/Vienna Convention Bureau im WienTourismus: „Das Vienna Convention Bureau im WienTourismus hat aktuell mehr als 200 Bewerbungen für internationale Kongresse und Corporate Events am Laufen – bis ins Jahr 2032. Heuer bringen über 50 Meetings, die die Anzahl von 1.000 Teilnehmern überschreiten, und sechs Großveranstaltungen über der Marke von 10.000 Personen beste Voraussetzungen, um nahtlos an das erfolgreiche Jahr 2023 anzuschließen.“

Internationale Kongresse stellten auch 2023 das bedeutendste Segment für Wiens Visitor Economy dar: Mit 732 Veranstaltungen beträgt ihr Anteil am Gesamtaufkommen zwar nur elf Prozent, sie erbrachten mit 38 Prozent allerdings mehr als ein Drittel aller Teilnehmer (237.000) und mit 67 Prozent sogar mehr als zwei Drittel aller Nächtigungen (1.072.000). Die Zahl der internationalen Firmenveranstaltungen lag 2023 bei 1.962. Nationale Kongresse wurden 1.422 gezählt, nationale Firmenveranstaltungen 2.338. Deutlicher Beleg dafür, dass Präsenzveranstaltungen im Tagungsbereich wieder gefragt sind, ist der Anteil hybrider Meetings – also jener Tagungen, die zusätzlich zur Präsenz vor Ort auch virtuell übertragen wurden. Anders als in den Corona-Jahren machte ihr Anteil am gesamten Tagungsgeschehen 2023 nur mehr acht Prozent aus – rund 92 Prozent aller gemeldeten Meetings fanden ausschließlich als Präsenzveranstaltung statt. Rein virtuelle Meetings fanden keinen Eingang in Wiens Tagungsstatistik.

Während der Themenbereich Humanmedizin im Kongress-Segment mit 35 Prozent der aus diesem Fachbereich resultierenden Nächtigungen dominierte (gefolgt von Bank- & Finanzwesen/Wirtschaft mit zwölf Prozent, Geisteswissenschaften mit elf Prozent und UN-Kongressen mit zehn Prozent), war bei den Firmmentagungen der Bereich Bank- & Finanzwesen/Wirtschaft (31 Prozent der resultierenden Nächtigungen) bestimmender Fak-



Tagungsmetropole Wien (Foto: Stadt Wien)

tor, gefolgt von Technologie mit 24 und Humanmedizin mit 13 Prozent.

Kongresse und Firmmentagungen in Wien sorgen jährlich für bis zu eine Milliarde Euro an Wertschöpfung und sichern Tausende Ganzjahresarbeitsplätze. 2021 rief die Stadt Wien den Vienna Meeting Fund ins Leben. In den Jahren 2021 bis 2024 wurden in Summe acht Millionen Euro bereitgestellt – im Rahmen der Neuauflage wird der „Vienna Meeting Fund 2025-2028“ nun um weitere vier Jahre verlängert: die zusätzlichen vier Millionen Euro sollen weiterhin die Akquise von internationalen Kongressen und Corporate Events erleichtern.

Die maximale Fördersumme aus dem Vienna Meeting Fund beträgt 60.000 Euro pro Veranstaltung. Gefördert werden auch ab 2025 ausschließlich mehrtägige, internationale Verbandskongresse oder Firmenveranstaltungen, die Nächtigungen in der Destination generieren – wobei künftig mindestens die Hälfte der Teilnehmer aus dem Ausland kommen muss. Rein nationale Veranstaltungen werden bereits seit 2024 nicht mehr gefördert. Um ab dem kommenden Jahr den vollen Förderbetrag ausschöpfen zu können, ist die Durchführung der Veranstaltung als Green Meeting oder ÖkoEvent verpflichtend. Ansonsten beträgt die maximale Fördersumme 48.000 Euro. Außerdem werden nur jene Veranstaltungen gefördert, die außerhalb der Monate Mai, Juni, September oder Oktober – der Hauptzeit für Meetings – stattfinden. Nachfrageschwächere Monate sollen so gezielt gefördert, das damit in Verbindung stehende Nächtigungsaufkommen entzerrt, sprich besser auf das gesamte Jahr verteilt werden.

Bis Ende des ersten Quartals 2024 wurden (beginnend mit Mai 2021) über 1.000 Förderanträge eingereicht und vom Vienna Convention Bureau bearbeitet. Rund 700 Veranstaltungen erhielten eine Förderzusage. Für den Zeitraum 2025 bis 2028 stehen dann weitere vier Millionen aus der Neuauflage des Vienna Meeting Fund zur Verfügung.



Christoph Hinte und Thomas Mur (von links, Foto: Hinte Expo & Conference GmbH)

Hinte Expo & Conference bringt die Klimahouse nach Deutschland

Kooperationsvertrag

Seit mehr als zwanzig Jahren findet in Bozen die Fachmesse Klimahouse statt. Das italienische Format integriert die Sektoren und Anbieter rund um energieeffizientes Bauen und Renovieren. Sie richtet sich an Architekten, Bauträger sowie Entscheider aus dem Handwerk.

Zukünftig wird es mit der Klimahouse Deutschland eine Schwesterveranstaltung für den deutschen Markt geben. Einen entsprechenden Kooperationsvertrag schlossen die Hinte Expo & Conference und die Messe Bozen. Premiere für Klimahouse Deutschland soll vom 12. bis 14. November 2025 bei der Messe Karlsruhe sein.

Thomas Mur, Geschäftsführer der Messe Bozen: „Wir freuen uns außerordentlich, die Klimahouse gemeinsam mit einem starken Partner nach Deutschland zu bringen. Es ist eine wunderbare Gelegenheit, das erfolgreiche Format, das in Italien auf große Resonanz stößt, auch hier zu etablieren und dieses wichtige Thema europäisch zu verankern.“ Christoph Hinte, Hinte Expo & Conference: „Mit der Klimahouse bringen wir ein neues Format nach Deutschland. Hier zeigen nicht nur kuratierte Innovationsführer aus dem Bereich Bau-, Baurenewerung und Ausbau zukunftsweisende Lösungen, Produkte und Materialien. Durch ein hochwertiges Vortragsprogramm und ganzjäh-

rigen Qualitätscontent trägt diese Plattform zur intensiven Vernetzung der Leistungsträger bei und fördert eine praxisorientierte Öffentlichkeit für ein zentrales Thema.“

Die Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) soll als Kompetenzpartner der Klimahouse Deutschland eine zentrale Rolle bei der Programmgestaltung und strategischen Ausrichtung der Veranstaltung spielen. Dr. Christine Lemaitre, Geschäftsführender Vorstand der DGNB: „Der internationale Ansatz sowie der Fokus auf kuratierte Aussteller und Inhalte machen Klimahouse für uns zu einem spannenden Format, das wir als DGNB gerne unterstützen.“

MESSE FRANKFURT BAUT PRÄSENZ IM ASIATISCHEN EVENT- UND UNTERHALTUNGSSEKTOR AUS

Mit dem Start der Premium Audio Shanghai (PAS) baut die Messe Frankfurt ihre Präsenz im asiatischen Event- und Unterhaltungssektor aus. Die PAS, die vom 13. bis 15. September 2024 im Shanghai Exhibition Centre (SEC) stattfindet, soll als hochspezialisierte Plattform für Highend-Audiosysteme positioniert werden.

Die von der Messe Frankfurt (Shanghai) Co Ltd und der Shanghai Computer Music Association (SCMA) organisierte PAS soll Besuchern

außer den neuesten Premium-Audiogeräten ein umfangreiches Programm mit technischen Sessions, Workshops und Sonderveranstaltungen präsentieren. „Speziell in China haben wir mit der Music China in Shanghai und der Prolight + Sound Guangzhou große Erfolge erzielt. Beide gehören zu den führenden Messen ihrer Branche in Asien“, sagt Wolfgang Marzin, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Frankfurt. „Insbesondere Shanghai hat eine lange Tradition im Bereich der Musik und

ist damit der ideale Standort für den Start unserer neuen Plattform für High-End-Sound.“

Die Premiere der PAS soll eine Musik-Plattform mit mehr als 250 Marken werden, die auf einer Ausstellungsfläche von 7.500 Quadratmetern ihre Audio- und HiFi-Systeme präsentieren. Der dreitägige Event ist sowohl für Fachbesucher als auch für das allgemeine Publikum (für letzteres am zweiten und dritten Veranstaltungstag) gedacht. Ergänzt wird die Plattform durch ein Konferenzprogramm.



Carsten Knieriem
(Foto: what when why)

Was geht: Effizienzsteigerung, Reichweitenverlängerung, Prozessoptimierung . . .

Digitalisierung in der Livekommunikation

WIR HABEN BEI CARSTEN KNIERIEM VON DER AGENTUR WHAT WHEN WHY IN LUDWIGSBURG NACH VOR- UND NACHTEILEN FÜR DIE DIGITALISIERUNG IN DER LIVEKOMMUNIKATION GEFRAGT.

BlachReport: Welche Möglichkeiten bietet die Digitalisierung für eine Effizienzsteigerung in der Livekommunikation?

Carsten Knieriem: Die Digitalisierung bietet zahlreiche Möglichkeiten zur Effizienzsteigerung in der Livekommunikation. Und das sowohl im Kreativprozess, inklusive der Analysephase, als auch im Projektmanagementprozess. Und wenn ich nach innen in die Agentur schaue, dann bietet KI &

Co. jede Menge ‚Effizienzsteigerungs-Potential‘. Ein tolles Wort. Stichworte sind Automatisierung von Routineaufgaben, wie die Registrierung und Verwaltung von Teilnehmerdaten, Event-Management-Software, CRM-Systeme oder auch Chatbots. Sie helfen, Prozesse zu beschleunigen, Fehler zu minimieren, das Team zu entlasten und auch den Kundenservice in Teilbereichen zu verbessern. KI-Tools sind in allen Phasen des Prozesses – nach innen und nach außen – bereits liebgewonnene Helferlein.

BlachReport: Lässt sich durch digitale Tools die Reichweite von Veranstaltungen erhöhen?

Carsten Knieriem: Absolut. Ganz klar! Reichweite ist der unschlagbare Vorteil digitaler Events. So werden Veranstaltungen einem globalen Publikum zugänglich gemacht. Ich sage immer, dass wir während der Pandemie das interaktive Fernsehen neu erfunden und zur Perfektion geführt haben. Beispielsweise konnten wir bei Veranstaltungen wie dem Dürr Open House 2021, hierfür haben wir den BrandEX Award in Gold für den besten Digital Event gewonnen, und dem Trumpf Jubiläumszyklus im letzten Jahr erfolgreich digitale und hybride Formate einsetzen, um eine viel größere Reichweite zu erzielen. Diese Formate bieten Teilnehmern, die nicht physisch anwesend sein können, die Möglichkeit, dennoch live dabei zu sein und aktiv teilzunehmen.

In meinem Buch ‚Smarte Events‘, welches ich zusammen mit Prof. Stefan Luppold verfasst habe, haben wir schon frühzeitig die vielfältigen Möglichkeiten der Reichweiten- und Wirkungsverlängerung durch Digitalisierung von Events diskutiert. Bei all‘ diesen enormen Möglichkeiten muss aber auch klar sein, dass die Wirksamkeit der realen Begegnung durch nichts zu ersetzen ist. Es kommt bei der Wahl der Mittel also ganz auf die Kommunikationsziele der jeweiligen Events an.

BlachReport: Kann die Teilnehmer-Interaktion auf Events durch digitale Tools optimiert werden?

Carsten Knieriem: Ja, digitale Tools können die Teilnehmer-Interaktion erheblich verbessern, wenn sie gut integriert sind. Event-Apps ermöglichen es den Teilnehmern, sich zu vernetzen, an Umfragen teilzunehmen, Fragen zu stellen und Feedback zu geben. Auch der Einsatz von KI-Tools sowie VR und AR schafft immersive Erlebnisse, die die Interaktion und das Engagement der Teilnehmer fördern. Diese Technologien haben wir erfolgreich in verschiedenen Projekten integriert, um die Teilnehmer aktiv einzubinden und ihnen ein einzigartiges Erlebnis zu bieten. Geschickt integriert können solche Technologien genutzt werden, um tiefe, bedeutungsvolle und nachhaltige Interaktionen im Gesamtkontext zu schaffen.

BlachReport: Welche Möglichkeiten zur Nachbearbeitung von Veranstaltungen gibt es durch eine Digitalisierung?

Carsten Knieriem: Spannendes Thema. Mit Hilfe von Datenanalysen können das Verhalten und die Präferenzen der Teilnehmer ausgewertet werden. Wir experimentieren hier bereits und ich weiß von Marktbegleitern, dass diese bereits eigene Tools entwickelt haben. Auch das immer wiederkehrende Thema der Evaluation von Events gewinnt hier mit digitalen Feedback-Tools neue Ansätze. Super interessant wird es beim Entwurf und der Distribution von Vor- und Nachkommunikation. Hier bieten KI-Tools sehr effiziente Hilfestellungen und Ansätze.

BlachReport: Ermöglicht die Digitalisierung neue Veranstaltungsformate, die über Live, Hybrid oder Digital hinausgehen?

Carsten Knieriem: Das ist sehr gut denkbar. Und ein lohnendes Gedankenexperiment. Stellen Sie sich vor, dass wir Formate entwickeln, die darauf ausgelegt sind, vollständig personalisierte, immersive und interaktive Erlebnisse für jeden Teilnehmer zu schaffen. Formate, denen

es gelingt, sich an die Bedürfnisse und Vorlieben der Teilnehmer anpassen zu lassen. Und wenn diese individuellen Erlebnisse dann noch auf die allgemeinen Kommunikationsziele des Absenders einzahlen – also noch die größere Bedeutungsdimension in Beziehung gesetzt wird – dann würde wohl der perfekte zeitgeistige Event entstehen.

BlachReport: Wie lassen sich mit Datensammlungen fundierte Entscheidungen über die Planung und Durchführung von Veranstaltungen treffen?

Carsten Knieriem: Beim Stichwort ‚Datensammlungen‘ gehen bei mir als allererstes alle Datenschutz-Warnlampen an! Aber ja, wenn die DSGVO hinreichend Berücksichtigung gefunden hat, spielen Daten eine entscheidende Rolle bei der Kreation, Planung und Durchführung von Veranstaltungen. Das fängt bei der Analyse unserer Kunden und der potentiellen Kunden an und geht weiter bei der Analyse potentieller Teilnehmerdaten und auch Rahmenbedingungen. Alles in allem können wir dadurch wichtige Einblicke, Go’s and No-go’s erkennen. Das beginnt schon mit der einfachen Frage: ‚Was veranlasst einen potentiellen Gast, Kunden, Multiplikator dazu, an einer bestimmten Veranstaltung teilnehmen zu wollen?‘ Die Analyseergebnisse lassen es zu, Veranstaltungen noch gezielter auf die Bedürfnisse der Teilnehmer auszurichten und wirksame Erlebnisse zu schaffen. Bei digitalen Events ermöglichen uns zudem Echtzeit-Datenanalysen, während der Veranstaltung Anpassungen vorzunehmen und den Erfolg in Echtzeit zu messen.

BlachReport: Welche Möglichkeiten gibt es für die Digitalisierung der Prozesse in einer Agentur?

Carsten Knieriem: Es gibt zahlreiche Möglichkeiten, die Prozesse in einer Agentur zu digitalisieren. Aber Achtung. Man sollte nicht jede Sau durchs Dorf treiben! Wichtig ist für mich vor allem die ‚Effizienzsteigerungs-Lupe‘! Dies umfasst die Automatisierung von Verwaltungsaufgaben, den Einsatz von Projektmanagement-Tools zur besseren Organisation und Zusammenarbeit sowie die Implementierung von digitalen Marketing- und Vertriebskanälen.

Wir arbeiten zum Beispiel intensiv daran, die Customer Journey bei what when why zu verbessern und zu standardisieren. Außerdem setzen wir auf KI-Tools, die Prozesse, aber auch Arbeitsvorgänge optimieren. Für uns ist klar: Es gibt bereits viele ‚Mega-KI-Tools‘. Jetzt geht es darum, die passenden Tools für den jeweiligen Zweck zu finden, auszuprobieren und zu implementieren. Das wird dann ein wirklich amtlicher Effizienz-Boost!

BlachReport: Welche Nachteile könnten daraus entstehen?

Carsten Knieriem: Ich sehe nur wenige Nachteile. Jedoch viele tolle Chancen für Veränderung. Für mich als Livekommunikations-Experte ist bei aller Digitalisierung – die übrigens in Deutschland viel zu langsam voran geht – eines völlig klar und herausragend wichtig: Gut gemachte Livekommunikation ist und bleibt die wirksamste Kommunikationsdisziplin überhaupt. Durch die Ergänzung von digitalen Tools, KI und Co. wird die Livekommunikation aber noch wirksamer werden.

BlachReport: Vielen Dank für die Beantwortung unserer Fragen.

Fragen an Ksenia Trofimova, Head of Marketing and Communication bei Techcast

Wie geht Interaktion bei Online-Events?

ÜBER DIE INTERAKTIONSMÖGLICHKEITEN IM RAHMEN VON ONLINE-EVENTS KONNTEN WIR EINIGE FRAGEN AN KSENIA TROFIMOVA, HEAD OF MARKETING AND COMMUNICATION BEI TECHCAST, STELLEN. TECHCAST IST EIN LIVESTREAM-DIENSTLEISTER AUS MÜNCHEN.



Ksenia Trofimova
(Foto: Techcast)

BlachReport: Wie erreicht man mehr Dynamik bei digitalen und hybriden Veranstaltungen?

Ksenia Trofimova: Es sind die kleinen Gespräche, die großen Emotionen und die gemeinsamen Erlebnisse, die uns verbinden und ein Gefühl von Zusammengehörigkeit schaffen – auch in der digitalen Welt. Auch bei digitalen Events.

BlachReport: Das hört sich sehr einfach an. Aber wie lassen sich diese Interaktionen gezielt entwickeln?

Ksenia Trofimova: Die Veranstaltungsbranche hat sich in den letzten Jahren stark verändert, vor allem durch den Aufstieg von Online-Events. Veranstaltende Unternehmen wollen das beste Event-Erlebnis ihrem Publikum anbieten. In diesem Kontext wurde die Interaktion bei digitalen und hybriden Veranstaltungen neu gedacht und weiterentwickelt: Online-Teilnehmende sollten noch mehr eingebunden werden. Durch diese Anforderungen stehen Event-Profis vor der Herausforderung, diese Interaktionen technisch zu ermöglichen und gleichzeitig sicherzustellen, dass sie reibungslos und effektiv ablaufen.

Umfragen und Chats, interaktive Whiteboards und Präsentationstools, Breakout- und Matchmaking-Rooms – die Event-Verantwortlichen bauen ihre kreativen Konzepte kontinuierlich aus. Trotz der Vielfalt an entstandenen Interaktionsmöglichkeiten sind vor allem die klassischen Q&A-Sessions nach wie vor sehr beliebt.

Diese Art von Interaktion spielt eine essenzielle Rolle für das Engagement bei Online-Events, da sie dazu beiträgt, eine persönliche Verbindung herzustellen und die Aufmerksamkeit der Zuschauenden zu erhöhen. Speaker wechseln aus ihrem Präsentationsmodus in einen Dialog, indem sie Fragen der Teilnehmenden beantworten. Dies schafft eine dynamische Atmosphäre und fördert bei dem Publikum das Gefühl, tatsächlich Teil des Events zu sein, anstatt nur passiv zuzuschauen.

BlachReport: Bleiben wir bei den Q&A-Sessions. Was ist möglich?

Ksenia Trofimova: Durch die Möglichkeit, in Echtzeit Fragen zu stellen oder Meinungen zu äußern, werden die Zuschauenden dazu motiviert, sich intensiver mit dem Thema auseinanderzusetzen und aktiv zu interagieren. Noch interaktiver wird es, wenn die Möglichkeit, während eines Broadcastings nahtlos zur Videokonferenz zu wechseln, genutzt wird, und Online-User live dazugeschaltet werden. So kann die schriftliche Kommunikation bei Q&A-Sessions durch Videokommunikation ersetzt oder ergänzt werden.

In der Vergangenheit standen Event-Verantwortliche vor der Wahl, entweder ein klassisches Broadcasting oder eine Videokonferenz für ihre digitalen oder hybriden Events zu veranstalten. Diese beiden Formate waren die gängigen Optionen, zwischen denen man sich entscheiden musste. Beim klassischen Broadcasting konnte man eine perfekte Bildqualität erzielen, während bei einer Videokonferenz, wie sie durch bekannte Webmeeting-Tools ermöglicht wird, viele Teilnehmende miteinander interagieren konnten. Letztere Option ging jedoch oft mit unzureichender Qualität, einer ungeordneten Ansicht und generell wenig Kontrolle seitens der Veranstalter einher.

BlachReport: Ist das immer noch so, dass sich Veranstalter zwischen Broadcasting oder Videoconferencing entscheiden müssen?

Ksenia Trofimova: Nein. Die Kombination beider Technologien bedeutet für Veranstalter, dass ihr Event wie gewohnt an ein beliebig großes Publikum gestreamt wird. Die Teilnehmenden folgen dem Livestream und haben die Möglichkeit, Fragen zu stellen – sowohl schriftlich als auch live mit Videobild. Nach einer eingegangenen Zuschaltungsanfrage holt ein Streaming Operator die Person in den Backstage-Bereich des virtuellen Studios, die Technik wird getestet und dann geht es direkt auf die Live-Bühne. Nach der Fragestellung wechselt die zugeschaltete Person wieder zum regulären Livestream.

Von Echtzeit-Video-Zuschaltungen profitieren sowohl Online-Teilnehmende als auch Veranstalter. Das Online-Publikum erhält die Gelegenheit, Fragen in persona zu stellen, direkt eine Antwort darauf zu bekommen und bei Bedarf nachzufragen. Die gesamte Interaktion wird dadurch lebendiger und natürlicher. Die Veranstaltung gewinnt an Dynamik und Abwechslung. Insbesondere bei hybriden Events bieten Veranstalter mit der Option auf Video-Zuschaltungen eine nachhaltige zeit- und kosteneffiziente Online-Teilnahme für alle, die sich aktiv beteiligen wollen, aber aus bestimmten Gründen nicht in Präsenz dabei sein können. Insgesamt ermöglicht die Echtzeit-Video-Zuschaltung eine zeitgemäße und zukunftsorientierte Gestaltung von Unternehmensevents, die den Anforderungen der modernen Geschäftswelt gerecht wird.

Die Interaktion ist und bleibt ein entscheidender Faktor für das Engagement bei Online-Events, da sie die Beziehung zwischen den Veranstaltern und dem Publikum stärkt, die Aufmerksamkeit steigert und die Aktivität der Zuschauenden fördert. Durch eine gezielte Integration von interaktiven Elementen und Tools tragen Event-Verantwortliche dazu bei, ein ansprechendes und einnehmendes Online-Erlebnis für die Teilnehmenden zu schaffen. Wie das funktioniert, werden wir in einer Live-Demo am 11. Juli um 11 Uhr zeigen. Gäste sind herzlich willkommen.

Locations in der Region Cadiz

Cadiz für Eventveranstalter

ANDALUSIEN UND HIER INSBESONDERE DIE GEGEND UM CADIZ ZÄHLT ZU DEN BELIEBTESTEN ZIELEN FÜR EVENTVERANSTALTER. GRÜNDE GIBT ES GENUG: WETTERSTABILITÄT, EINE GUT AUSGEBAUTE INFRASTRUKTUR, KLEINE UND GROSSE HOTELS SOWIE VIELE EVENTLOCATIONS.

Andalusien ist von den 17 autonomen Gemeinschaften Spaniens die südlichste, die auf dem Festland liegt. Andalusien grenzt im Norden an Kastilien-La Mancha und an die Extremadura und im Süden an das Mittelmeer und den Atlantik. Im Osten liegen Murcia und im Westen Portugal vor der Haustür.

Insbesondere die Region Cadiz wird von Event- und Incentive-Veranstaltern seit Jahren eifrig frequentiert. Nicht weniger interessant aber ist das „unbekannte“ Andalusien, zum Beispiel die Costa de la Luz („Küste des Lichts“), die sich an der Atlantikküste von der Mündung des Guadiana an der spanisch-portugiesischen Grenze bis nach Tarifa an der Straße von Gibraltar erstreckt.

An 360 Tagen im Jahr ist die Costa de la Luz wetterstabil. Frühlingshafte Temperaturen gibt es hier auch im Winter – nur rund 3,5 Flugstunden entfernt von Deutschland. Und perfekte Straßenverhältnisse, durchaus erwünscht für Automobil-Events, die hier häufig stattfinden. Das komplette Straßennetz wurde in den letzten Jahren kontinuierlich erneuert und ausgebaut. Für jeden Autotyp – ob 4-Wheel-Drive, Sportwagen, Limousine oder Nutzfahrzeuge und LKWs – gibt es die passenden Straßenverhältnisse: Serpentinaen, Straßen am Meer, Off-Road-Gelände und sogar eine Rennstrecke steht in der Region Cadiz zur Verfügung.

Über Schnellstraßen, Autobahnen und Landstraßen geht es durch eine unberührte Natur und unbebaute Landschaften, die sich aufgrund der strengen Behördenaufgaben kaum verändern werden. Kein Hotel darf höher als eine Palme gebaut werden, was ungefähr zwei Stockwerken entspricht. Zwischen jedem Hotel, zum Beispiel dem Valentin Sancti Petri in Novo Sancti Petri, und dem Meer ist generell ein Naturschutzgebiet.

Die Anreise in die Region Cadiz und an die Costa de la Luz kann über den Flughafen Jerez erfolgen. Nachfolgend eine Auswahl aktueller Locations. Bei der Zusammenstellung gab es Unterstützung von Ute Raschke von der DMC Team Andaluces in Novo Sancti Petri.

BARCELÓ ROYAL HIDEAWAY SANCTI PETRI

Das Barceló Royal Hideaway, ein 5-Sterne-Resort in Novo Sancti Petri bei Chiclana de la Frontera, bietet viele Möglichkeiten für Veranstaltungen. Das Resort verfügt über 196 Zimmer und 64 Apartments. Für Events stehen ein 300 qm großer Konferenzraum, sieben Breakout-Räume sowie ein 30.000 m² großer Garten, der als Ausstellungsfläche genutzt werden kann, zur Verfügung.



Barceló Novo Sancti Petri
(Foto: Barceló)

EL CUARTEL DEL MAR

Ein bisher weniger bekanntes Highlight ist El Cuartel del Mar – ein historisches, restauriertes Militärgebäude am Strand von La Barrosa in der Nähe des Barceló Royal Hideaway. Es bietet Veranstaltungsräume für bis zu 150 Personen, eine Terrasse für 100 Personen, einen exklusiven Dachbereich für 50 Personen und einen Innenhof für 200 Personen.

VALENTIN SANCTI PETRI

Das Valentin Sancti Petri ist das größte Konferenzhotel der Region und verfügt über 549 Zimmer. Das dazugehörige Kongresszentrum bietet rund 2.800 qm Veranstaltungsfläche und punktet mit einer Kapazität für bis zu 1.200 Teilnehmer im größten Raum. Zudem gibt es acht Tagungsräume unterschiedlicher Größe.

Q HOTEL CADIZ BAHIA

Das stylische Q Hotel Cadiz Bahia in Cadiz, das erste Konferenzhotel der Stadt, bietet eine Vielzahl von Veranstaltungsmöglichkeiten in unmittelbarer Strandlage. Mit 238 Zimmern und Suiten sowie verschiedenen Veranstaltungsräumen, darunter der Gran Salón

Bahia für 500 Personen, der Salón Andalucía für 200 Personen und der Salón Cadiz für 100 Personen, eignet sich das Hotel für Tagungen, Konferenzen und Präsentationen. Das Hotel, ausgestattet mit vielen Kunstinstallationen, wurde 2023 eröffnet und bietet eine moderne und elegante Umgebung für Veranstaltungen.

FAIRPLAY GOLF HOTEL

Das Fairplay Golf Hotel in Benalup verfügt über mehrere Veranstaltungsräume, die sich für Gruppen von zehn bis 50 Personen eignen, sowie ein Auditorium für bis zu 200 Personen. Die Terrasse des Hotels, die einen attraktiven Blick auf den Golfplatz bietet, kann für Empfänge und Cocktailpartys privatisiert werden. Insgesamt verfügt das Hotel über 136 Zimmer.

HACIENDA A CAMPO ABIERTO

Die Hacienda A Campo Abierto in Cádiz, die sich im Besitz der einflussreichen Familie Domecq befindet, bietet eine malerische und historische Umgebung für Incentives und Events. Mit weitläufigen Weiden, traditioneller andalusischer Architektur und großzügigen Innenräumen eignet sich die Hacienda für Aktivierungen, Workshops und Seminare.

ATENAS PLAYA

Atenas Playa am Strand von Sancti Petri bietet eine Vielzahl an Veranstaltungsmöglichkeiten in einer Strandkulisse. Die großzügigen Outdoor-Bereiche direkt am Meer sind ideal für Get-together und Aktivierungen. Die flexibel nutzbaren Innenräume bieten Platz für bis zu 200 Gäste. Derzeit ist Atenas Playa einer der angesagtesten Clubs in Andalusien und kann exklusiv angemietet werden.

DMC

Team Andaluces gehört zu den führenden DMCs in Spanien und feierte im April sein 20-jähriges Jubiläum. Mit Sitz in Chiclana/Cadiz ist die Agentur in ganz Andalusien tätig und organisiert Incentives, Events, Kongresse und Produktpräsentationen. Besonders im Automotiv-Sektor ist Team Andaluces erfolgreich tätig und hat seit Bestehen 41 Automobilveranstaltungen durchgeführt.



Le Grand Jardin
(Foto: Cannes Convention Bureau)

Cannes punktet mit vielen neuen MICE-Locations

Palm Beach, La Malmaison und mehr

IM RAHMEN DER DIESJÄHRIGEN FILMFESTSPIELE IN CANNES WURDEN MEHRERE NEUE VERANSTALTUNGSORTE EINGEWEIFT, DIE ENTWEDER IHRE PREMIERE FEIERTEN ODER NACH UMFANGREICHEN UMBAU- UND RENOVIERUNGSARBEITEN WIEDERERÖFFNET WURDEN.

Zu den Highlights zählt die Wiederbelebung des legendären Palm Beach – eines 1929 eröffneten Casinos, das 1963 im Film „Melodie im Untergrund“ mit Alain Delon und Jean Gabin unsterblich gemacht wurde. Nach fünfjähriger Bauzeit und einer privaten Investition von 250 Millionen Euro erstrahlt das ikonische Gebäude an der Pointe Croisette in neuem Glanz, insbesondere seine Art-Déco- und hispano-maurischen Architekturelemente. Mit der Restaurierung des Pools und der neuen Privatstrandanlage erstreckt sich das Palm Beach nun über 23.000 Quadratmeter. Ein besonderes Highlight ist der große Saal, der mit der Eröffnungsnacht des Filmfestivals eingeweiht wurde.

Mit Blick auf die Lérins-Inseln und die Bucht von Cannes bietet der 1.000 qm große Raum mit einer 600 qm großen Terrasse Platz für bis zu 1.000 Konferenz- und Cocktailgäste sowie für Dinner mit bis zu 650 Gästen. Ergänzt wird das Angebot des Palm Beach durch das Kaba-

rett Medusa mit einer Kapazität von 130 Personen bei Dinnerbestellung im Innenbereich und Cocktails für 230 Gäste auf der Terrasse. Zusätzlich gibt es ein Partouche-Kasino und mehrere Themenrestaurants international bekannter Marken, die verschiedene Räume auf der Terrasse für bis zu 300 Personen bieten.

CHÂTEAU DE LA CROIX DES GARDES UND MEHR

Das exklusive Veranstaltungsangebot von Cannes wird durch das Château de la Croix des Gardes ergänzt, das seit kurzem für Events zur Verfügung steht. Die Villa im florentinischen Stil aus dem Jahr 1919, die einst als Drehort für Alfred Hitchcocks Film „La main au colt“ („Die



Château de la Croix des Gardes
(Foto: Cannes Convention Bureau)

Hand im Nacken“) diente, wurde nach umfassenden Renovierungsarbeiten wiedereröffnet. Auf einem Areal von 3.000 Quadratmetern finden jährlich bis zu zehn Veranstaltungen statt. Der Garten bietet Platz für bis zu 2.000 Gäste, die Salons des Schlosses fassen 200 Personen bei einem Cocktail-Empfang und 20 Gäste bei exklusiven Dinners. Den Gästen stehen 16 Zimmer, der Garten und der Pool zur Verfügung.

Besonders bekannt ist die Villa für ihr verstecktes „Speakeasy“, das durch eine historische Tresortür aus Chicago betretbar ist. Es bietet neben einer typisch amerikanischen Bar auch eine Diskothek, einen Pokertisch, zwei Bowlingbahnen und einen Kinosaal mit 20 Plätzen, der sich auch für Präsentationen nutzen lässt.

NEUE UND RENOVIERTE LOCATIONS FÜR VERANSTALTUNGEN

Eine weitere Neuheit in Cannes ist das Anwesen Le Grand Jardin, das einzige private Anwesen im Herzen der Île Sainte-Marguerite. Diese „grüne Oase“ eignet sich ideal für exklusive Partys mit bis zu 80 Gästen oder für Incentives mit Übernachtungsmöglichkeiten für 22 Personen in zahlreichen Suiten. Das Anwesen bie-

tet zudem ein Schwimmbad, einen Wellnessbereich und thematische Highlights wie den Botanischen Garten und das Museum der eisernen Maske.

Auch andere historische Häuser in Cannes können privat genutzt werden, darunter die Villen Domergue und Rothschild. Erstere wurde der Stadt 1973 von dem berühmten Gesellschaftsmaler Jean-Gabriel Domergue geschenkt. Das imposante Art-Deco-Haus dominiert das Viertel La Californie und bietet bei Veranstaltungen einen großartigen Blick auf die Bucht. Genießen können ihn 80 Personen bei einem Abendessen und 200 Teilnehmer bei einer Cocktailparty. Auf den Außenterrassen



Hôtel Martinez
(Foto: Hôtel Martinez)

sind Veranstaltungen mit 250 beziehungsweise 800 Gästen möglich. Das zweite Haus, das im italienischen Renaissancestil erbaut wurde und heute die Mediathek Noailles beherbergt, dient mit seinem Lesesaal als Kulisse für Konferenzen (bis zu 150 Personen) oder für musikalische Abende im Park (1.000 Personen).

Anfang 2025 werden die MICE-Profis auch noch das aus dem 19. Jahrhundert stammende Kunstzentrum La Malmaison nutzen können, das sich an der Croisette zwischen den Hotels Mondrian und JW Marriott befindet. Im Rahmen der laufenden Renovierung konnten die Ausstellungsflächen auf 600 qm vergrößert werden. Zudem entstand ein kleiner multimodaler Saal mit 30 bis 40 Plätzen für Konferenzen und Filmvorführungen sowie ein Rooftop-Empfangsbereich für Veranstaltungen mit bis zu 200 Gästen.

HOTELS MACHEN SICH CHIC

Die Hotels Martinez, Carlton, Mondrian und Canopy by Hilton wurden in den letzten Jahren renoviert, wobei die beiden letztgenannten Brands erstmals an der Croisette eröffneten. Nach einer 33 Mio. Euro teuren Renovierung präsentiert sich das 129-Zimmer-Hotel Canopy by Hilton, das zuvor ein Sofitel und anschließend ein Radisson Blu war, in einem

Design- und Lifestyle-Look, in dem zeitgenössische Kunst eine wichtige Rolle übernimmt. Das Vier-Sterne-Haus mit Blick auf den Alten Hafen verfügt über eine neue Rezeption und ein Café im Erdgeschoss sowie zwölf Apartments von 40 bis 100 qm. Zwei dieser Apartments inklusive Terrassen können für Cocktailpartys für 15 bis 20 Personen gebucht werden. Attraktion des Hotels ist jedoch sein Rooftop, das für bis zu 300 Personen privatisiert werden kann und dessen Aussicht von den Lérins-Inseln bis zum Esterel-Massiv reicht. Der Meetingroom im Erdgeschoss – 200 Personen im Theaterformat und in drei Räume teilbar – ist der letzte Bauabschnitt, der in diesem Sommer renoviert wird.

Das Hotel Martinez mit seinen 410 Zimmern und Suiten stand gerade wegen einer Personalie im Rampenlicht der Öffentlichkeit. Anlass ist der neue Chefkoch Jean Imbert, der die gesamte Gastronomie des Hotels übernahm und das Restaurant La Palme d'Or anlässlich des Filmfestivals wiedereröffnete. Verfügbar sind im Martinez zwölf Veranstaltungsräume mit einer Fläche von 2.500 qm. Den größten seiner Salons, den Festival-Saal, hat das Haus mit einem Videomapping-System an den Wänden ausgestattet.

Das Angebot im Festival-Saal reicht von originellen Lichteffekten bis hin zu einem 360°-Erlebnis, bei dem die Nutzer aus einer Reihe von vordefinierten Designs wählen, einen maßgeschneiderten Look erstellen oder einfach ihr Logo in Szene setzen können, um die 1.000 Gäste bei einem Cocktail, 600 bei einer Kon-



Kunstzentrum La Malmaison
(Foto: Mairie de Cannes)

ferenz oder 330 bei einem Dinner zu beeindrucken. Zwei Panorama-Suiten inklusive Terrassen mit Blick auf die Bucht vervollständigen das Angebot an exklusiven Räumlichkeiten an dieser Adresse.

Das 2023 nach fünfjähriger Bauzeit und Investitionen in Höhe von 350 Mio. Euro wiedereröffnete Carlton der IHG-Luxusmarke Regent konnte bereits viel Lob erfahren. Es bietet für größere Events zwei Optionen: den unter

Denkmalschutz stehenden Grand Salon (250 Personen im Theater und 350 Personen im Bankett) und einen säulenfreien Saal mit 765 qm Fläche und einer Deckenhöhe von sechs Metern. Letzterer wurde anlässlich der Eröff-



Palm Beach
(Foto: Cannes Convention Bureau)

nung des Festivals im letzten Jahr eingeweiht und bietet Platz für 750 Personen im Theater-, 500 im Dinner- und 300 im Schulungsformat. Der unter dem neuen Garten geschaffene Konferenzbereich von 1.800 qm konnte erheblich dazu beitragen, dass Veranstaltungen eine 30-prozentige Auslastung der 332 Zimmer und 53 Suiten des Carlton im ersten Jahr nach dem Re-Opening sicherten. In seinem Angebot kann das MICE-Team auch auf das Penthouse mit seiner Dachterrasse (80 Personen bei einem Empfang), auf seine 37 neuen Apartments, die in Breakout-Räume verwandelt werden können, sowie auf seine beiden Privatstrände (bis zu 1.000 Personen beim Bankett und 3.000 beim Cocktail) zugreifen.

STRÄNDE UND KULINARISCHE HIGHLIGHTS

Im Rahmen der Umgestaltung von Cannes wurden sogar die Strände weitgehend erneuert. Dazu zählen der Martinez Beach im Yachting-Stil (300 Personen beim Cocktail oder Dinner), der Copal Beach mit einem südamerikanischen Thema oder auch La Môme (300 sitzende Gäste). Die gleichnamige Gruppe erweiterte zudem ihre Aktivitäten im Eventbereich mit ihren drei benachbarten Restaurants La Môme, Mido und Moca in der Rue Florian, die für Events die Wünsche nach Kapazitäten von 25 bis 450 Gästen erfüllen können.

Mit diesen neuen und renovierten Locations bietet Cannes noch mehr exklusive Möglichkeiten für Veranstaltungen und etabliert sich weiter als eine der führenden Destinationen für hochkarätige Events und Incentives in der Region.

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

EVENT-AGENTUREN



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 Herbststraße 31 T 0421 37888-0
Creating Memories 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 Karl-Kurz-Straße 44 Erleben Sie neue Servicestandards der Live-Kommunikation:
Marion & Bettina 74523 Schwäbisch Hall Wir machen Events, Live-Kampagnen und Markenerlebnisse, die
Würth GmbH & Co. KG T +49 791 49380-100 wirken und bleiben. Live. Digital. Hybrid.
Agentur für info@marbet.com Schwäbisch Hall . Düsseldorf . Frankfurt . Hamburg .
Live-Kommunikation marbet.com 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.

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 T 0162-4596001
T 0176-23177122
Ihre Ansprechpartner:
_ Natalie Driesnack
_ Tobias Weber hello@schokoladen-fabrik.com
www.schokoladen-fabrik.com

Kölns neueste Location bietet 900 m² in Design-Räumen, zwei Außenbereiche mit 1000 m², ein weißes Hohlkehlen-Studio. Top Veranstaltungstechnik, hochwertiges Catering und perfekte Begleitung garantieren reibungslose Events. Kostenfreie Parkplätze. ÖPNV-, Autobahn-, Flughafennähe.

Digitale Ausgaben unter:
www.blachreport.de

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.STAGEREPORT.DE

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

MEDIEN- / LED-WÄNDE



ACETEC EVENT- & MEDIEN- / LED-WÄNDE

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 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
www.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

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

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.MUSEUMSREPORT.DE

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

NACHHALTIGKEIT



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

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 anschrift telefon . fax . email . internet anbot
 _ ansprechpartner

VERANSTALTUNGSTECHNIK



btl x

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.



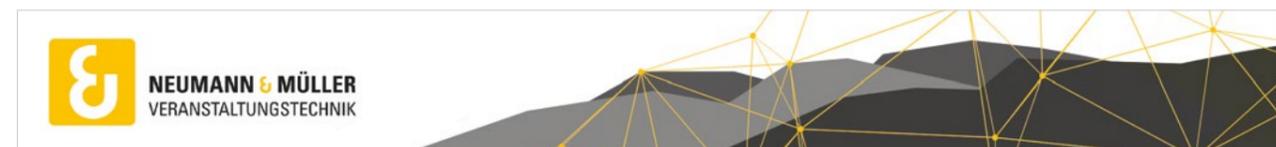
epicto LIVING EXPERIENCE

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 VERANSTALTUNGSTECHNIK

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

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

Dr. Bernd-Achim Stegmann

DR. BERND-ACHIM STEGMANN IST – GEMEINSAM MIT FRAUKE LANDSBERG – GESCHÄFTSFÜHRER BEI WELCOME GESELLSCHAFT FÜR EVENTMARKETING UND KOMMUNIKATION IN FRECHEN BEI KÖLN.



Dr. Bernd-Achim Stegmann (Foto: welcome)

Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?

Seit fast 30 Jahren sagen wir ‚welcome‘ zu Veranstaltungen und in der Branche. Da steckt Herzblut drin, ... weil kein Tag, kein Event so ist wie der vorherige. ... weil Du hier unglaublich tolle Menschen in großartigen Umgebungen, Locations und Destinationen treffen kannst. ... weil die Geburt einer Idee bis zur fertigen Umsetzung berauscht.

Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?

Irgendwas mit Büchern. Irgendwie lehrend und forschend. Irgendwo an einer Hochschule.

Welchen Traum wollen Sie sich noch erfüllen?

Ein Traum zum Anfassen und mit den Augen zu streicheln: Mercedes-Benz vom Anfang der 70iger Jahre. Nach den vielen Jahren der Kopfarbeit wird es bei mir Zeit für mehr Handarbeit. Ich liebäugle tatsächlich noch mit einer späten Ausbildung zum Automechaniker für Oldtimer.

Was war bisher Ihre größte Herausforderung?

Herausforderungen gehören zum Alltag. Größe beginnt im Kleinen. Paulo Coelho hat sicher recht: ‚Ein Schiff ist sicherer, wenn es im Hafen liegt. Aber dafür wurden Schiffe nicht gebaut‘.

Welche Entscheidungen haben Sie bereut?

Besser ist es nach vorn zu schauen. Kein ‚hätte‘. Kein ‚sollte‘, ‚würde‘ oder ‚könnte‘. Machen.

Was machen Sie gegen Stress?

Wandern. In der Eifel. Im Bergischen Land. Im Sauerland.

Wen möchten Sie gern einmal kennenlernen?

Desmond Tutu, Dalai Lama, Barak Obama. Zum Aufwärmen erst eine Runde Doppelkopf. Dann beim Gläschen Wein über das Leben parlieren.

Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?

James Kestrel ‚Fünf Winter‘. Amerikanischer Wahnsinns-Thriller. Episch. Cinemaskopisch. Nicht umsonst ‚Bester Krimi des Jahres‘ 2022 und 2023 in den USA und in Deutschland.

Was sollen wir hören: Ihr aktueller Musiktipp?

In Brasilien genießen sie Kultstatus: Caetano Veloso, Gilberto Gil, Ivete Sangalo. Das von TV Globo aufgezeichnete Konzert vom 27. April 2012 (youtube) berührt mich immer wieder. Dutzende Male schon gesehen. Aktuell wie dieser Tag.

Welches Live-Ereignis hat Sie bisher am meisten beeindruckt?

Die Geburten unserer beiden Söhne. Das Leben selbst ist das größte Event.

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

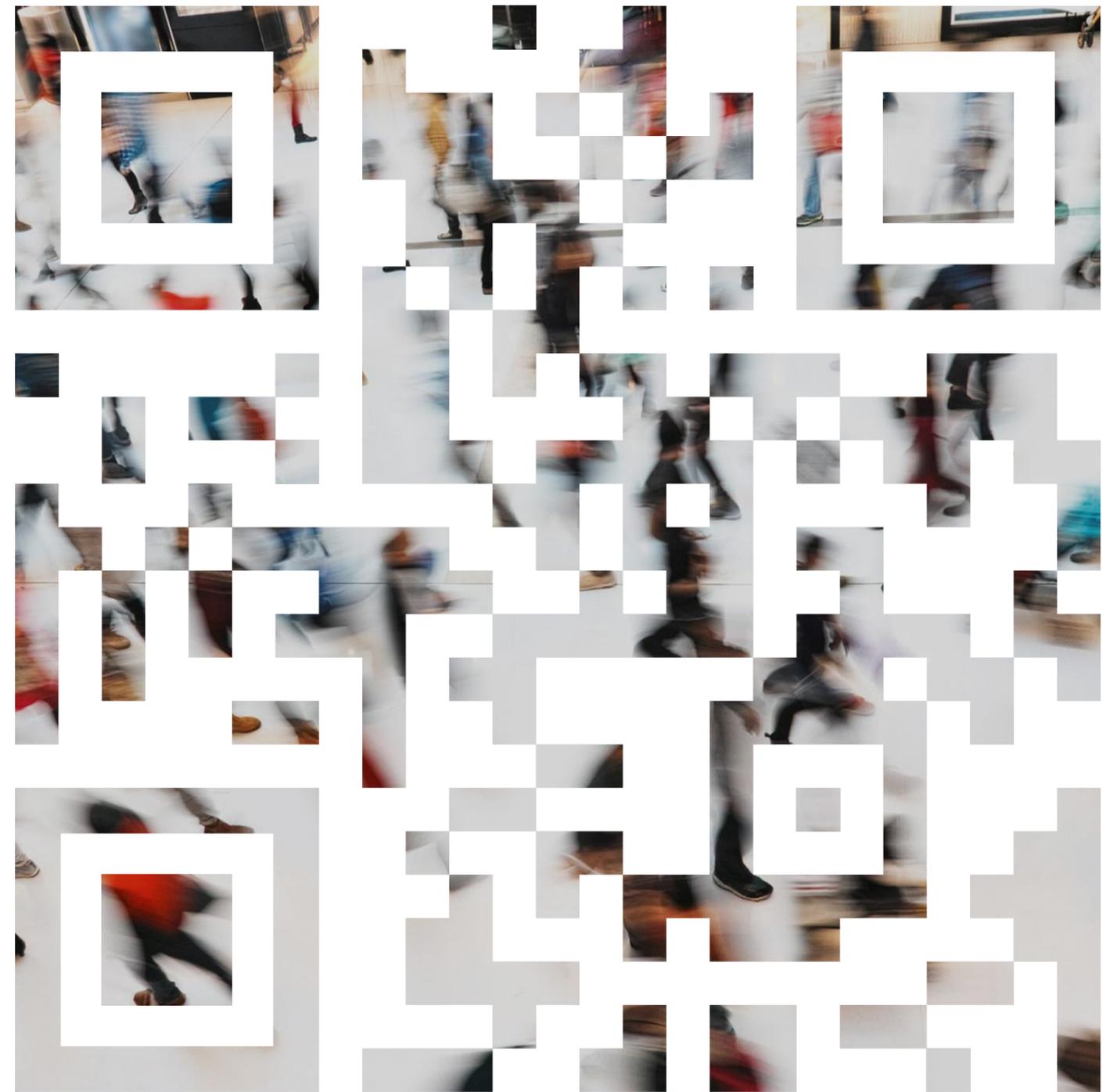
Meine Frau und ich lieben die überraschende Vielfalt an Restaurants in unserem Kölner Veedel zwischen Ehrenfeld und Lindenthal. Unkompliziertes, variantenreiches, leckeres Müffele + Süffele.

Impressum

26. Jahrgang _ VERLAG AktivMedia GmbH / Zum Bahnhof 10 / 31311 Uetze - Dedenhausen // Tel 05173 9827-0 / Fax 05173 9827-39 / eMail info@blachreport.de / www.blachreport.de _ CHEFREDAKTION Peter Blach pblach@blachreport.de _ REDAKTION Gabriele Stolte gstolte@blachreport.de / Elke Bartels ebartels@blachreport.de / Marco Raupach mraupach@blachreport.de _ ANZEIGENMARKETING Medienmarketing Sanders, Ulf-Gundo Sanders / Tel 07203 502727-0 / Fax 07203 502727-18 / eMail gsanders@aktivmedia.biz _ PRODUKTION Sandra Fink 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 13/24



JETZT EINREICHEN FÜR DEN BRANDEX AWARD 2025!

EVENT • ARCHITECTURE • NACHWUCHS-AWARD „FRESH“

Nutze jetzt die Chance, Deine Kreativität und Innovationskraft beim BrandEx Award 2025 zu zeigen. Präsentiere Deine erfolgreichen Projekte auf einer internationalen Bühne.



Alle Infos zum Award und zur Einreichung auf www.brand-ex.org
Einreichungsschluss: **31. August 2024**
(BrandEx Fresh: **15. November 2024**)

BEST BRAND ACTIVATION • BEST LIVE PR • BEST MOTIVATION/EMPLOYEE EVENT • BEST CORPORATE EVENT • BEST CONFERENCE • BEST DIGITAL • BEST EXECUTION • BEST FORMATS • BEST STAND • BEST STAND SMART • BEST BRAND ARCHITECTURE • BEST THEMATIC EXHIBITION • BEST STORE CONCEPT • BEST DIGITAL • BEST EXECUTION • BEST FORMATS

Der BrandEx Award wird verliehen von BlachReport/AktivMedia GmbH, fwd: Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft e.V., Westfalenhallen Unternehmensgruppe GmbH, Studieninstitut für Kommunikation GmbH

RAUM & FORMATE

Der Ort für erfolgreiche Tage

Ihre Veranstaltung im TurmQuartier Pforzheim



Ob Kongresse, Business-Meetings,
hybride Events, Galadinner oder private
Feiern – wir bieten den perfekten Raum für
Ihr Event. Das TurmQuartier in Pforzheim:
Die Mischung macht's!

Mehr Informationen unter
www.turmquartier.de

 **Turm
Quartier**