



Wie Consultant Patric Weiler die „KI-Revolution“ beurteilt und wie das Event-Marketing perfektioniert werden kann

## Confex

Das neue Conference- und Exhibition-Center in Köln

Jetzt anfragen!





... für Heidelberger  
 ... für nationale und internationale Gäste  
 ... für Kongressbesucher  
 ... für die Kultur

## EIN HEIDELBERG FÜR ALLE!

Ihr Kontakt zur  
 Heidelberger Kultur- und  
 Kongressgesellschaft mbH



www.heidelberg-congress.com

## KI-Revolution?



Einer der erfolgreichsten Beiträge der letzten Wochen auf BlachReport online kam von Patric Weiler, der für uns einen Text mit dem Titel „KI-Revolution: Wie das Event-Marketing perfektioniert wird“ verfasst hat. Wir haben

den Beitrag „online first“ veröffentlicht, was wir bei längeren Texten und Autorenbeiträgen eher selten machen und waren selbst überrascht, welche Resonanz Patric Weiler hervorgerufen hat.

Gleichzeitig hat er thematisiert, was wir selbst schon eine ganze Weile dachten: Ist die „KI-Revolution im Event-Marketing“ vorbei, ehe sie richtig begonnen hat, weil sich ihre Nutzung auf Texterstellung und -korrektur reduziert? Nein, ist sie nicht. Es gibt mittlerweile viele Möglichkeiten der Nutzung, was Patric Weiler unter „Anwendungsfelder und Use Cases“ auch beschreibt.

KI-Nutzung ist im Alltag angekommen. Samsung experimentiert mittlerweile mit der Integration von KI in Waschmaschinen und anderen Haushaltsgeräten, Volkswagen hat KI in das User-Interface seiner ID-Modelle implementiert und vieles mehr. KI kam mit der Vorstellung allgemeintauglicher generativer KI quasi über Nacht – um zu bleiben. Natürlich hat der eine oder andere Nutzer zunächst mit den Möglichkeiten „gefremdelt“, was aber nicht lange anhielt. Auch die durchaus berechtigten „Ur-Ängste“, dass etwas „intelligenter“ sein könnte (oder wird) als wir selbst, sind – zunächst – in den Hintergrund gerückt.

Um aber zur thematisierten „KI-Revolution im Event-Marketing“ zu kommen, müssen jetzt die nächsten Schritte erfolgen – und zwar in Richtung hochspezialisierter KI-Anwendungen, die Abläufe verbessern, Reichweiten verlängern, neue Nutzungen ermöglichen und vor allem Ergebnisse optimieren. Patric Weiler hat einige dieser Anwendungen recherchiert und beschrieben.

KI hat uns bei der Ankunft im Daily Business geflasht, aber die Revolution wird erst noch kommen.

Herzlichst

Ihr Peter Blach

### inhalt

Titelfoto: Patric Weiler (Foto: Thomas Wieland)

- |  |  |
|--|--|
| 4 BUSINESS AUMA-Trends 2024/2025                     | 14 VENUES Rom                                |
| 5 BUSINESS Convention Bureau Tirol neu aufgestellt   | 15 VENUES Koelnmesse feierte Jubiläum        |
| 6 DIGITAL KI im Event-Marketing                      | 16 PEOPLE Jobs + Karriere                    |
| 9 DIGITAL Der Motion Cube von blowUP media           | 17 MARKETING-SERVICES Lieferantenverzeichnis |
| 11 WORK Setbau für Vorwerk International Award Night | 26 BACKSTAGE Floris Vlskamp                  |
| 12 WORK didacta-Auftritt                             | 26 IMPRESSUM                                 |

MEDIA BOARD

OUT NOW!



WWW.BLACHREPORT.DE  
 WWW.STAGEREPORT.DE



Cover der AUMA-Trends 2024/2025 (Foto: AUMA)

## AUMA-Trends 2024/2025

# Jahrespublikation für die Messewirtschaft in Deutschland

Allianzen machen stärker, Kooperationen unter Messemachern nehmen zu – laut der jetzt veröffentlichten Jahrespublikation „AUMA-Trends 2024/2025“ ist dies einer von acht aktuellen Trends der Messewirtschaft in Deutschland. Messeformate würden beispielsweise in neue Joint Ventures eingebracht, um deutsche Veranstalter und Messemarken gut aufzustellen für den heiß umkämpften Weltmarkt.

Der Trendbericht enthält auch ein Interview mit dem Ministerpräsidenten Hendrik Wüst, der über die Bedeutung von Messen spricht. Wie in keinem anderen Bundesland hebt die Landesregierung von Nordrhein-Westfalen in ihrem Koalitionsvertrag die enorme Bedeutung der Messewirtschaft hervor. Wüst erklärt im Gespräch, wieso Messen in-

tegraler Bestandteil der wirtschaftspolitischen Strategie sind.

Die Jahrespublikation gibt außerdem einen Rundumblick über die Themen der Branche im Spannungsfeld zwischen Herausforderungen, Umbrüchen und Möglichkeiten. Aus Befragungen, Beobachtungen und Gesprächen hat das AUMA-Team Erkenntnisse destilliert, die Trends der deutschen Messewirtschaft.

AUMA-Chef Jörn Holtmeier: „Gerade die jüngsten geopolitischen Krisen und Konflikte erfordern neue Ideen für Handel und Wirtschaft. Die Messewirtschaft bietet in beeindruckender Schnelligkeit neue Marktplätze. Messeformate entwickeln sich weiter, adressieren neue Zielgruppen und haben den Markt im Blick. Wandel ist seit jeher und bleibt ständiger

Begleiter der Messewirtschaft.“ In Interviews berichten Persönlichkeiten aus veranstaltenden und ausstellenden Unternehmen über erfolgreiche Projekte und Pilotversuche, um neue Erwartungen der Kunden zu bedienen und den Einsatz von künstlicher Intelligenz auszuloten. Sarah Hunke, Absolventin der Dualen Hochschule Baden-Württemberg in Ravensburg, erläutert beispielsweise die Wünsche und Bedürfnisse der jungen, digital-affinen Generation an Messen.

Mit Zahlen und Fakten illustriert der Messeverband dann die Entwicklung der deutschen Messewirtschaft. Gegeben wird auch ein Update zur nachhaltigen Transformation der Branche. Den Abschluss bildet ein Beitrag über die Modernisierung des Verbandes.

## Marketingclub Stuttgart-Heilbronn feiert Jubiläum im urbanharbour Innovationsfestival

Der Marketingclub Region Stuttgart-Heilbronn feiert sein 70-jähriges Bestehen mit einem Innovationsfestival am 19. Juli im urbanharbour Ludwigsburg. Geplant ist nur eine Plattform für Gedankenaustausch, Networking und Diskussionen in einem inspirierenden Umfeld.

Die Veranstaltung bespielt mehrere „Bühnen“ des 200.000 Quadratmeter großen Stadtquartiers, das die maxmaier businessgroup in den vergangenen Jahrzehnten zu einem spannenden Ökosystem entwickelte.

Prof. Dr. Maximilian Lude wird in seiner Keynote den Mittelstand mit einem Appell für mehr Zukunftslust inspirieren. Auf dem Podium diskutieren hochkarätige Gäste wie Jürgen Herrmann, CEO der Mövenpick Holding, Rieber-Gesellschafterin Madlen Maier und Robin Jörg, Gründer des Start-ups urbanfarmup, über gelungene Transformationen in ihren Unternehmen.

Am Nachmittag öffnen Innovations-Hubs wie die grow platform von Bosch, urbanfarmup, das Porsche Testlabor und die Porsche Life-

style Group ihre Türen und geben Einblicke in ihre Praxis. Diese Impulse sollen den Teilnehmern weitere Inspirationen vermitteln.

Darüber hinaus wird in einer weiteren Diskussion, moderiert von Kerstin Köder von SAP, Hendric Mostert von der Deutschen Bahn, Dr. Maximilian Lude und Psychologe Joachim Wiemers, das Thema „Zusammenarbeit neu denken“ beleuchtet.

Den Abschluss des Tages bildet ein BBQ inklusive Konzert der Soul Diamonds.



Theresa Müssiggang (Foto: Tirol Werbung/Die Fotografen)

## Convention Bureau Tirol hat sich neu aufgestellt

## Budget deutlich erhöht

Mit Theresa Müssiggang hat das Convention Bureau Tirol (CBT) eine neue Leitung bekommen. Die gebürtige Schwedin ist Veronika Schumann nachgefolgt, die bei Tirol Werbung das CBT neun Jahre lang geführt hatte.

„Theresa Müssiggang verfügt über umfassende internationale Erfahrung im Bereich Businessmeetings und -tourismus. Sie soll Tirol als erste Adresse für Kongresse, Tagungen und Veranstaltungen im Alpenraum etablieren“, erläutert Tirol Werbung-Geschäftsführerin Karin Seiler. Schließlich trage der MICE-Bereich überdurchschnittlich zur touristischen Wertschöpfung in Tirol bei, da Kongress- und Tagungsgäste im Schnitt um einiges mehr ausgeben als klassische Urlaubsgäste. „Um diese attrak-

tive Zielgruppe noch besser anzusprechen, haben wir das Budget für das Convention Bureau Tirol deutlich erhöht“, so Seiler.

Auch strukturell hat sich das CBT neu aufgestellt. Es ist innerhalb der Tirol Werbung nunmehr im Bereich Nachhaltigkeit und Partnerschaften angesiedelt. „Dadurch ist es möglich, direkt auf die gesammelten Kompetenzen und Ressourcen zuzugreifen – von der Datenanalyse und dem Marketing bis zum Partnernetzwerk. Außerdem spielt das Thema Nachhaltigkeit eine immer größere Rolle für die Branche. So hat sich 2023 allein die Zahl der Green Meetings in Tirol gegenüber dem Jahr zuvor mehr als verdoppelt“, verdeutlicht Julia Steiner, die Leiterin des Bereiches Nachhaltigkeit und Partnerschaften.

Für Theresa Müssiggang ist die Zusammenarbeit innerhalb der Branche wesentlich: „Die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit den Tiroler Tagungsbetrieben ist mir ein besonderes Anliegen, denn unsere Ziele erreichen wir nur zusammen“, so Müssiggang. Ende Mai fand eine erste gemeinsame Veranstaltung statt, bei der unter anderem die neue Strategie des CBT diskutiert wurde. Davon abgeleitete, konkrete Maßnahmen sind ein Relaunch der Website convention.tirol sowie eine Kampagne für das Tagungsland Tirol. „Damit wollen wir die Sichtbarkeit Tirols als MICE-Destination weiter erhöhen“, so Müssiggang. Zudem werde man sich auf den wesentlichen Branchenmesen präsentieren.

## Nachwuchsmoderatoren-Wettbewerb geht in die nächste Runde

## Nawumo 2025 gestartet

Ab sofort sucht der Nachwuchsmoderatoren-Wettbewerb Nawumo wieder das beste junge Moderationstalent. Bewerbungsvideos können bis Mitte November eingereicht werden. Der Contest findet bereits zum zwölften Mal statt und wird vom BlachReport und dem Studieninstitut für Kommunikation veranstaltet.

Interessierte Nachwuchstalente können sich ab sofort auf der offiziellen Webseite bewerben. Erforderlich sind ein Vorstellungsvideo oder eine Probemoderation, die über das Upload-Tool einzureichen sind. Nach einer Vorauswahl durch die Jury werden die Top-Kandi-

daten am 10. Dezember 2024 zum finalen Casting nach Düsseldorf eingeladen.

Hier bewertet die Jury die Moderationsleistung und das Improvisationstalent der eingeladenen Teilnehmenden und gibt wertvolles Feedback. Die Nawumo-Jury besteht aus erfahrenen Medien-, Moderations- und Bildungsprofis: Aljoscha Höhn, Moderator, Studieninstitut-Geschäftsführer Michael Hosang und Peter Blach, Chefredakteur vom BlachReport. Weiteres Jurymitglied ist Benny Ge, der den Nachwuchswettbewerb im letzten Jahr für sich entscheiden konnte.

Benny Ge: „Der Nawumo ist ein super Einstieg in die Karriere! Man vernetzt sich mit anderen Nachwuchs-Moderatoren und Moderatorinnen und erhält von Experten aus der Branche Feedback zu den eigenen Moderations-Skills. Und wer den Nawumo gewinnt, steht am 15. Januar 2025 im Scheinwerferlicht der großen BrandEx Bühne und moderiert die Kategorie Fresh. Für mich ist dadurch ein Traum wahr geworden.“

Einreichungen zur Teilnahme sind bis 15. November 2024 möglich. Details gibt es auf der Website vom Studieninstitut.



Patric Weiler (Foto: Thomas Wieland)

Wie das Event-Marketing perfektioniert wird

## KI-Revolution

IN EINER ZUNEHMEND DIGITALEN WELT, IN DER VIRTUELLE INTERAKTIONEN DOMINIEREN, BLEIBT DIE KRAFT PERSÖNLICHER BEGEGNUNGEN UNVERGLEICHLICH. WISSENSCHAFTLICHE STUDIEN BELEGEN EINDRUCKSVOLL, DASS EVENTS NICHT NUR FLÜCHTIGE MOMENTE SCHAFFEN, SONDERN TIEF IN UNSER GEDÄCHTNIS EINGRAVIERT WERDEN UND LANGFRISTIGE VERBINDUNGEN KNÜPFEN. DIE GEHIRNFORSCHUNG ZEIGT,

DASS EMOTIONALE BOTSCHAFTEN BIS ZU 80 PROZENT BESSER AUFGENOMMEN WERDEN ALS REIN INFORMATIVE INHALTE, DA SIE DIREKT DAS LIMBISCHE SYSTEM ANSPRECHEN – JENES ZENTRUM IM GEHIRN, DAS FÜR EMOTIONEN UND ERINNERUNGEN VERANTWORTLICH IST. DIES MACHT EVENTS ZU EINEM UNSCHÄTZBAR WERTVOLLEN INSTRUMENT IM MARKETING-MIX.

Erlebnisse, die mit starken Emotionen verknüpft sind, werden nicht nur besser erinnert, sondern beeinflussen auch das Kaufverhalten positiv. Neueste Untersuchungen zeigen, dass Konsumenten, die ein Produkt in einem emotionalen Kontext erleben, um 70 Prozent eher zum Kauf bereit sind als solche, die das Produkt nur gesehen haben. Dies liegt daran, dass emotionale Erlebnisse eine tiefere Identifikation mit der Marke schaffen und die Kundenbindung erheblich verlängern können. Tatsächlich steigt die Kaufbereitschaft durch emotionale Bindung um bis zu 30 Prozent, während der Customer Lifecycle um bis zu 25 Prozent verlängert wird.

### Die perfekte Symbiose

Künstliche Intelligenz, oft als kühl und unpersönlich wahrgenommen, scheint auf den ersten Blick ein Widerspruch zu den menschlichen, emotionalen Erlebnissen zu sein, die wir bei Events so sehr schätzen. Doch genau hier liegt die Chance. Mit Hilfe von KI können die zuvor genannten wissenschaftlich fundierten Vorteile noch einmal erheblich verbessert werden. Die Eventbranche hat die Möglichkeit, sich als eine noch bedeutendere Disziplin im Marketing-Mix zu etablieren. Derzeit machen Events etwa 20 Prozent des gesamten Marketingbudgets großer Unternehmen aus. Experten prognostizieren, dass dieser Anteil in den nächsten fünf Jahren auf bis zu 30 Prozent steigen könnte, wenn die Vorteile der KI konsequent genutzt werden.

Die Bandbreite der konkreten Use Cases und Anwendungsfelder kann zu diesem Zeitpunkt nur einen kleinen Ausschnitt dessen wiedergeben, was bereits in der nahen Zukunft möglich ist, denn die Entwicklung der Künstlichen Intelligenz, sowie der korrespondierenden Hardware läuft in Lichtgeschwindigkeit. Doch nähern wir uns dem, was bereits heute möglich ist.

### Personalisierung auf höchstem Niveau

Stellen Sie sich vor, Sie betreten ein Event und alles scheint perfekt auf Sie abgestimmt zu sein. Die Informationen, die Sie erhalten, sind genau das, was Sie interessiert. Die Gespräche, die Sie führen, sind tiefgehend und relevant. Die gesamte Erfahrung fühlt sich maßgeschneidert und durchdacht an. Dies ist keine ferne Zukunftsvision – dies ist das Potenzial der Künstlichen Intelligenz im Eventbereich.

Mit KI können Veranstalter eine 100-prozentig bedürfnisorientierte Eventerfahrung schaffen, die maximale Relevanz und minimale Streuverluste bietet. Durch die Analyse riesiger Datenmengen in Echtzeit lassen sich Vorlieben und Verhaltensmuster der Teilnehmer genau verstehen und berücksichtigen. Eine solche personalisierte Ansprache kann die Wirkung eines Events um bis zu 40 Prozent steigern, wie aktuelle Studien belegen. Dies bedeutet, dass jeder Aspekt des Events – von der Begrüßung bis zur Abschlussrede – individuell auf den Teilnehmer abgestimmt ist, wodurch eine tiefere Bindung und ein unvergessliches Erlebnis geschaffen werden.

### Die Kraft der Daten

In einer Welt, in der Aufmerksamkeitsspannen immer kürzer werden – laut einer Studie von Microsoft beträgt die durchschnittliche Aufmerksamkeitsspanne eines Menschen heute nur noch acht Sekunden – ist es entscheidend, zur richtigen Zeit am richtigen Ort die richtigen Informationen zu liefern. Hier kommt die KI ins Spiel. Durch die Analyse von Standortdaten, Zeitplänen und persönlichen Vorlieben kann KI relevante Informationen in Echtzeit bereitstellen. So entstehen maßgeschneiderte Zeitpläne, personalisierte Empfehlungen und interaktive Erlebnisse, die die Teilnehmer auf eine neue Weise einbinden.

Die Macht der Datenanalyse endet jedoch nicht bei der Personalisierung. KI kann auch dazu beitragen, die Effizienz und Effektivität der gesamten Event-Planung und -Durchführung zu steigern. Laut einer Studie der Event Management Association (EMA) kann die Implementierung von KI-Technologien die Effizienz um bis zu 30 Prozent steigern und die Kosten um bis zu 20 Prozent senken. Dies umfasst die Logistiko Optimierung, die präzise Ressourcenverwaltung und die Verbesserung der Teilnehmerzufriedenheit durch datengestützte Entscheidungen.

### Erfolgsmessung durch datengetriebene Analysen

Eine der größten Herausforderungen im Event-Management ist die Messung des Erfolgs. Wie kann man den tatsächlichen Impact eines Events quantifizieren? Hier bietet KI ebenfalls eine Lösung. Durch die Auswertung von Bewegungsmustern, Engagement-Raten und Stimmungsanalysen können detaillierte Einblicke gewonnen werden. Diese Daten ermöglichen es, den Erfolg eines Events in Echtzeit zu messen und Anpassungen vorzunehmen. Eine Umfrage von EventMB zeigt, dass 56 Prozent der Eventplaner die Fähigkeit zur Erfolgsmessung als einen der größten Vorteile von KI ansehen. Die Professionalität des Eventbereichs wird durch ein umfassendes KPI-Management zur Kundenseite deutlich erhöht.

### Nachhaltigkeit und Effizienz durch Prozessautomatisierung

Die Einhaltung von Nachhaltigkeitsvorgaben wird zunehmend wichtiger. KI kann hier unterstützend wirken, indem sie die Effizienz steigert und Ressourcen spart. Durch die Optimierung von Logistikprozessen und die präzise Planung des Ressourcenbedarfs können sowohl die Umweltbelastung reduziert als auch Kosten gesenkt werden. Laut dem Global Event Sustainability Report 2023 lassen sich durch den Einsatz von KI die CO2-Emissionen von Events um bis zu 25 Prozent reduzieren. Dies führt nicht nur zu einer nachhaltigeren Eventgestaltung, sondern verschafft Agenturen auch einen Wettbewerbsvorteil.

### Wettbewerbsvorteil durch Innovation

Die Eventbranche muss erkennen, dass Events nicht isoliert, sondern als integraler Bestandteil einer umfassenden Marketingstrategie betrachtet werden müssen. Der Großteil der Eventbudgets stammt aus den Marketingbudgets der Unternehmen. Nur durch die Integration von Events in die Marketingstrategie und die Nutzung modernster KI-Technologien können Agenturen und Unternehmen ihre Ziele erreichen und ihre Wettbewerbsposition stärken. Laut der Marketing Tech Monitor 2024-Studie prognostizieren mehr als ein Drittel der Marketing-Executives eine Verdopplung der Ausgaben für Marketingtechnologien bis 2026.

Diejenigen, die sich frühzeitig der Herausforderung stellen und die Möglichkeiten der KI nutzen, werden nicht nur in der Lage sein, effizienter und effektiver zu arbeiten, sondern auch innovativere und beeindruckendere Erlebnisse zu schaffen. Diese Unternehmen werden die Vorreiter einer neuen Ära der Eventgestaltung sein und sich als führende Akteure im dynamischen Markt positionieren.

### Ein ermutigender Appell

Die Künstliche Intelligenz wird die Eventbranche nicht ersetzen, sondern sie transformieren und bereichern. Sie wird die menschlichen Interaktionen verstärken, die Effizienz steigern und die Möglichkeiten zur Personalisierung und Inklusion erweitern. Dies ist eine aufregende Zeit für alle, die in der Eventbranche tätig sind. Diejenigen, die bereit sind, sich

auf die Reise der digitalen Transformation zu begeben, werden feststellen, dass KI nicht der Feind, sondern der beste Verbündete für die Schaffung unvergesslicher Erlebnisse ist.

Nutzen Sie die Chance und gestalten Sie die Zukunft der Eventkommunikation mit den nahezu grenzenlosen Möglichkeiten Künstlicher Intelligenz.

## Teil 2: Rationale Betrachtung – Anwendungsfelder und Use Cases

Um die Thematik in die umsetzungsrelevante Dimension zu überführen, möchte ich an dieser Stelle nicht enden, sondern konkrete Use Cases für den Event Bereich aufzeigen. Da die Umsetzung der wirklich machtvollen KI-Applikationen auch in diesem Einsatzfeld nicht trivial sind, soll vor einer zu optimistischen Erwartungshaltung gewarnt werden. KI ist weder Zauberstab noch Kristallkugel, sondern komplex, zeitaufwändig und ressourcenintensiv. Doch wie so häufig im Leben – wer sich seine Claims hier absticht, wird sich einen Wettbewerbsvorteil sichern und auch in Zukunft klar auf der Seite der tonangebenden Player positionieren können.

Here we go:

Einsatzfeld: Strategische Zielgruppenansprache und Targeting

- Zielgruppenanalyse und Personalisierte Marketingkampagnen: KI analysiert umfangreiche Datenmengen, um präzise Zielgruppenprofile zu erstellen und personalisierte Marketingkampagnen zu entwickeln. Dies erhöht die Relevanz und Effektivität der Kommunikation und kann die Conversion-Raten um bis zu 20 Prozent steigern. >>> Exemplarische Tools: HubSpot, Salesforce Einstein
- Automatisierte Lead-Generierung: KI-gestützte Chatbots interagieren mit Website-Besuchern, beantworten Fragen und sammeln Informationen zur Identifikation und Qualifikation potenzieller Leads. Echtzeit-Datenerfassung und -analyse optimieren den Akquiseprozess. >>> Exemplarische Tools: Drift, Intercom  
Einsatzfeld: Effiziente Planung und Logistik
- Logistikoftware: KI analysiert logistische Daten, um die effizientesten Transportwege und -zeiten zu planen. Dies reduziert Kosten und minimiert Verzögerungen. >>> Exemplarische Tools: ClearMetal, Shipwell
- Ressourcenmanagement: Durch maschinelles Lernen können die benötigten Ressourcen für ein Event präzise prognostiziert

und verwaltet werden, was den Ressourcenverbrauch um bis zu 30 Prozent reduzieren kann.

>>> Exemplarische Tools: Allocadia, EventGeek

Einsatzfeld: Kreative Konzeption und Content-Erstellung

- Ideenfindung und Simulationen: KI-basierte Tools generieren kreative Konzepte und Themenvorschläge, unterstützen die Entwicklung innovativer Konzepte und ermöglichen virtuelle Modelle von Event-Layouts. >>> Exemplarische Tools: IBM Watson, GPT-4
- Automatisierte Content-Generierung und Bild-/Videobearbeitung: KI-Algorithmen erstellen hochwertige Inhalte und optimieren visuelle Materialien effizient. >>> Exemplarische Tools: Jasper, Adobe Sensei  
Einsatzfeld: Besucher-Engagement und Personalisierung vor Ort
- Matching-Algorithmen und Chatbots: KI empfiehlt maßgeschneiderte Inhalte und Aktivitäten für Event-Besucher basierend auf deren Interessen und Verhalten, bietet Echtzeit-Unterstützung und personalisierte Empfehlungen. >>> Exemplarische Tools: Grip, Attendify
- Interaktive Technologien: Gesichtserkennung und AR/VR-Tools verbessern die Registrierung und Zugangskontrolle und bieten immersive Erlebnisse. >>> Exemplarische Tools: Face++, ZapWorks  
Einsatzfeld: Erfolgsmessung und Leistungsanalyse
- Bewegungs- und Verhaltensanalyse: Kameras und Sensoren analysieren Bewegungsmuster der Teilnehmer, erstellen Heatmaps und visualisieren die Attraktivität und Effektivität von Event-Elementen. >>> Exemplarische Tools: Density, Hitachi Smart Spaces und die Tools der Agentur Schachzug/These Guys. Flow und Neutral machen hier einen prima Job und punkten mit einem Full-Service-Angebot.
- Engagement- und Interaktionsplattformen: KI-Tools analysieren Social-Media-Daten und erfassen das Engagement und die Resonanz der Teilnehmer. >>> Exemplarische Tools: Brandwatch, CrowdConnected
- Sentimentanalyse: Feedback und Kommentare der Teilnehmer werden analysiert, um die allgemeine Stimmung und Zufriedenheit zu bewerten. Echtzeit-Feedback-Plattformen ermöglichen sofortige Rückmeldungen. >>> Exemplarische Tools: Lexalytics, Slido

... to be continued!

## AUTORENINFORMATION

Patric Weiler ist seit Mitte der 1990er Jahre eine prägende Persönlichkeit in der internationalen Eventbranche. Als Vorreiter in der Digitalisierung gründete er 7th Sense, eine der ersten crossmedialen Agenturen, die Event- und Online-Marketing kombinierten. Zuvor war er Führungskraft bei der Media!AG und später Strategiedirektor und Stellvertretender Leiter für Zentraleuropa bei American Express Meetings & Events. Für Prose brachte er die KI gesteuerte virtuelle SaaS Eventplattform magnid an den internationalen Markt und entwickelte mit der niederländischen Innovationsagentur

Bluefield KI und datengetriebene Marketingkampagnen und -Maßnahmen. Seit 2005 ist er zudem als Dozent, Führungskräftetrainer und Coach tätig, mit einem Schwerpunkt auf die transformative Kraft der Künstlichen Intelligenz in Kommunikation, Marketing und Vertrieb.

Heute unterstützt er mit der pwbc – Patric Weiler Business Consulting – Unternehmen verschiedenster Branchen und Segmente dabei, sich erfolgreicher im digitalen Marktfeld zu positionieren und deckt hierbei die gesamte Wertschöpfungskette, von Strategie über Marketing & Sales bis Digitalisierung und KI ab.

Weiler besitzt einen International MBA in Management & Communications, ist zertifizierter KI-Manager (IHK) und Anwendungsberater für Künstliche Intelligenz. Zu seinen Kunden zählen renommierte globale Unternehmen und Organisationen wie das Bundesgesundheitsministerium, das Goethe-Institut, BMW, Mercedes, Siemens, Bristol Myers Squibb, Merck Sharp & Dohme, Sony Pictures, Versace, OBI, Aigner, Intersport, MTV, 20th Century Fox sowie diverse Mittelständler, KMUs und Start-ups.



Motion Cube im Einsatz (Foto: blowUP media)

## Motion Cube von blowUP media

# Neue Digital-Lösung

Die Ströer-Tochter blowUP media ist seit dem Frühjahr 2024 mit einer neuen Digital-Lösung für 360°-Branding am Start. Im April wurde mit dem Motion Cube eine nahtlos bespielbare DOOH-Brandingplattform mitten im Shopping Center gelauncht. Der Cube eignet sich dabei vor allem auch für die Umsetzung von 3D-Content.

Der Motion Cube ist ein digitaler Würfel, der für Marken live vor Ort mehr Raum und Tiefe für eine besondere Brand Experience schafft. Platziert im Einkaufszentrum soll die Branding-

plattform eine Zielgruppe in Shoppinglaune ansprechen. Das blowUP media-Portfolio umfasst zurzeit drei Motion Cubes in den Einkaufszentren MyZeil in Frankfurt, dem Alstertal Einkaufszentrum (AEZ) in Hamburg sowie dem pep Einkaufszentrum Neuperlach in München.

Technisch bietet der Motion Cube eine nahtlose Content-Darstellung: Dank seiner abgerundeten Ecken können sich 360°-Inhalte um den kompletten Motion Cube herum bewegen. Zusätzlich kann immersiver

3D-Content gezeigt werden, der den Betrachter quasi in das Motiv hineinziehen und ihn nach dem dargestellten Produkt greifen lassen soll. Auf den vier Seiten können zudem auch vier verschiedene Motive gleichzeitig gezeigt werden. Dadurch lässt sich Multi-Product Advertising realisieren. Auch ist es möglich, das gleiche Motiv auf allen vier Seiten auszuspielen. Das Motiv kann auch in einen Rahmen auf dem Screen eingebettet werden, um einen bestimmten Aspekt der Markenbotschaft zu highlighten.

## NIYU Event Production

# Neue Website online

NIYU Event Production hat seinen neuen Webauftritt gelauncht. Das Leistungsportfolio des Unternehmens bietet vollen Service von der Ideen- und Konzeptionsphase über die Entwicklung von Design und Kreation sowie Event Engineering bis zur Organisation und Umsetzung von Events vor Ort. NIYU Event Production verspricht dem Kunden, für ihn die Fäden in der Hand zu halten und bietet ihm einen Ansprechpartner für die Gesamtumsetzung. Dieser Mehrwert soll nun auch auf der neuen Website der Eventprofis aus Berlin und Stutt-

gart stärker in den Fokus gerückt werden. Ab sofort ist die neue Seite online und präsentiert im neuen Look and Feel das gesamte Portfolio auf einen Blick.

Gut ins Konzept der international agierenden Teams von NIYU Event Production passt die Partnerschaft mit 360 Degree Collective. Das Netzwerk von multidisziplinären Experten vereint unter seinem Dach Dienstleistungen aus den Bereichen Design, Creative, Audio sowie Produktion. „Diese Partnerschaft ist Spiegel unserer generellen Arbeitsweise. Denn im

Sinne unseres maßgeschneiderten Projektangebotes bestehen unsere Teams heute schon aus internen Experten und externen Netzwerkpartnern, die wir unabhängig von Herstellern und Dienstleistern zusammenstellen“, erklärt Oliver Ohrndorf, der als Managing Director auch das Marketing verantwortet.

„Als Teil von 360 Degree Collective haben wir Zugriff auf die Besten der Besten aus der internationalen Branche und bieten unseren Kunden so unvergleichbare Eventproduktionen auf höchstem Niveau“, so Ohrndorf weiter.



Haupteingang der Messe München (Foto: Messe München)

## Rekordmarke beim Konzernumsatz

# Starkes Portfolio der Messe München

Für das Jahr 2023 meldet die Messe München in ihrem nun vorgelegten Konzernergebnis mit 441 Millionen Euro den höchsten bisher erzielten Umsatz in einem Jahr ohne das Flaggschiff-Format bauma. Bestmarken habe man zudem im In- und Ausland verzeichnen können. Der positive Trend soll sich in München auch 2024 fortsetzen: „Messen werden in den kommenden Jahren als Plattform für die globale Wirtschaft, innovative Lösungen und für den Wissenstransfer eine noch zentralere Rolle spielen“, sind die beiden Messechefs Reinhard Pfeiffer und Stefan Rummel überzeugt.

Nur im bauma-Jahr 2019 war der Umsatz mit 474 Millionen Euro etwas höher, als die nun gemeldeten 441 Millionen Euro. Das ist somit auch das zweitbeste Konzernergebnis in der 60-jährigen Unternehmensgeschichte überhaupt. Insgesamt wurde ein Konzern-Ebitda von 91 Millionen Euro erreicht. Ein erheb-

licher Anteil des Konzernumsatzes kommt mit rund 100 Millionen Euro von den MMG-Auslandstöchtern, und hier vor allem aus China. Zum Münchner Erfolgsrezept gehört somit ein starkes Messeportfolio mit zwölf Weltleitmesen, die auch im Ausland sehr stark gefragt sind, so Pfeiffer und Rummel.

Am Standort in München lieferte man mit 354 Millionen Euro Umsatz fast 50 Millionen Euro mehr als geplant. Hier gab es 19 eigene Messen und Kooperationen sowie 93 Gastveranstaltungen. Diese zogen 32.400 Aussteller und zwei Millionen Besucher an, deutlich mehr, als kalkuliert worden war. Hinzu kommen 40 Eigenveranstaltungen und Kooperationen im Ausland. Besucherrekorde gab es bei der Reise- und Freizeitmesse f.re.e mit 163.000 Besuchern, einen Ausstellerrekord bei der BAU, und die transport logistic verbuchte Rekorde bei Ausstellern, Besuchern und Internationalität.

Bei den Gastveranstaltungen hat sich beispielsweise die The Smarter E Europe/Intersolar gut entwickelt. Sie belegt inzwischen alle 18 Hallen, das Internationale Congress Center und auch einen Teil des Freigeländes. Im Ausland war die electronica China die größte Messe in 2023, die Umwelttechnologiemesse IE expo China füllte alle 17 Hallen des SNIEC in Shanghai, und die analytica India verkaufte 68 Prozent mehr Fläche.

Das internationale Publikum trägt zum Erfolg des Messeplatzes München bei: Fast 60 Prozent der Aussteller kamen 2023 aus dem Ausland sowie 35 Prozent der Besucher. Den höchsten Anteil ausländischer Aussteller hatten die transport logistic (60 Prozent), Lopece (62 Prozent), Laser world of Photonics (65 Prozent) und ISPO mit 93 Prozent. All diese Messen liegen auch beim Anteil der Besucher aus dem Ausland über 50 Prozent.

## Sustainable Exhibitor Award für Messebausystem woodi

### Kreislaufsystem

Der Bundesverband Neue Energiewirtschaft (bne) hat den Sustainable Exhibitor Award von STEP – Sustainable Trade Events Partnership für einen Messestand erhalten, der mit dem Kreislaufsystem woodi von meplan aus München gebaut wurde. Der von EUPD Research initiierte Award zeichnet Unternehmen aus, die sich für mehr Nachhaltigkeit auf ihren Messeständen und in ihrem Betrieb einsetzen.

Das Messebausystem woodi besteht aus Elementen, die mehrfach auf- und abbaubar sind. Am Ende der Nutzungszeit wird eine weitere

Nutzung geplant, beispielsweise als Tischplatte oder durch komplettes Recycling. Neben Bauteilen spielen Möblierung, Technik und Dekoration eine entscheidende Rolle für die Kreislaufwirtschaft mit woodi.

Mit woodi will meplan einen Beitrag für mehr Nachhaltigkeit auf Messen leisten. Konzepte von Loungen über Foren bis hin zu Hubs können als Stand-Alone oder Add-on zu bestehenden Messeständen genutzt werden. woodi hat dafür Anfang des Jahres bereits das myclimate Impact-Label „Wirkt. Nachhaltig“ erhalten.

Zusammen mit myclimate wurde analysiert, welche Emissionen entlang des Lebenszyklus von woodi entstehen. Dazu gehören die Rohstoffgewinnung, Nutzung und Wiederverwertung. Basierend auf den berechneten Emissionen unterstützt meplan ein verifiziertes Klimaschutzprojekt. Bis 2028 sollen sämtliche Stoffströme zu 100 Prozent in den Kreislauf geführt werden. Durch Monitoring und Kontrolle will meplan seinen Carbon Footprint überwachen. Dies erfolgt über das Tool woodi.decarb, auditiert und verifiziert durch myclimate.

## Artlife lieferte Setbau für Vorwerk International Award Night

# Ausstattung für VIAN

Für die diesjährige Vorwerk International Award Night (VIAN) in Stockholm war Artlife im Auftrag der Agentur Pioneers Live für den gesamten Set- und Ausstattungsbau inklusive Logistik verantwortlich.

VIAN bildet den jährlichen Abschluss-Event eines internationalen Vertriebswettbewerbs und zeichnet die wichtigsten Vorwerk-Akteure aus 16 Ländern aus. Rund 2.000 Key Player der Marken Thermomix und Kobold reisten dafür an.

Herzstück des immersiven Konzepts unter dem Motto „Mission V“ war ein stilisiertes Schiff, durch dessen Fenster, dargestellt durch überdimensionale LED-Wände, die Gäste erste

Eindrücke der Unterwasserwelt Viantis erleben konnten. Die beeindruckende Kulisse bildete den Rahmen für die 280 qm große Bühne, auf der die Award-Verleihungen zelebriert wurde.

Nach der Prämierung öffnete sich die Bühnenrückwand und gab den Blick auf die eindrucksvolle Inszenierung der Viantis-Welt frei und ließ die Besucher „tief in die Unterwasserwelten eintauchen“. Die Dekoration der hohen und großen Hallen hierfür war dabei eine besondere Herausforderung. Hinter den imposanten Kulissen verbargen sich geheime Räume, die die Catering- und Entertainment Bereiche beherbergten. Auf der Showbühne im Inneren der Viantis-Welt begeisterte zu vorge-



Vorwerk International Award Night (Foto: Gustav Kaiser)

rückter Stunde ein internationaler Megastar die Besucher.

Für die bauliche Inszenierung setzte die Mainzer Agentur auf die Expertise und Erfahrung von Artlife bei der Umsetzung von Setbauten dieser Größenordnung und knappen Planungszeit.

Auf insgesamt 14.000 qm haben die Hofheimer Eventdienstleister die Voraussetzungen für das immersive Erlebnis geschaffen. Dazu gehörte der Dekorations-, Wand- und Stützbau sowie der Bühnen- und Kulissenbau. Das Gesamt-Setting umfasste neben der großzügigen Welcome- auch die Recognition-Area und die Viantis-Welt sowie die kronenförmige Awardbühne.

## format:c verantwortet deutschlandweite Roadshow für Brunel

### JobTOUR

Seit Ende Oktober 2023 ist Brunel mit der Kölner Agentur format:c live communication und dem JobTOUR-Mobil unterwegs, um sich an verschiedenen Stationen in der Republik als Arbeitgeber vorzustellen. Die JobTOUR wurde nun bis Ende Juli 2024 verlängert. Auf der deutschlandweiten Roadshow sind zahlreiche zusätzliche Standorte hinzugekommen.

Unter dem Kampagnenmotto #faceyourfuture erhalten Interessierte im Job-Mobil Informationen rund um die Unternehmenskul-

tur, Arbeitsweise und Karrieremöglichkeiten bei Brunel, dem international tätigen Dienstleistungsunternehmen, das auf den flexiblen Einsatz überwiegend technischer Fachkräfte in diversen Industriezweigen spezialisiert ist. Das Headquarter befindet sich in Amsterdam. Hauptsitz für die DACH-CZ-Region ist Bremen. Brunel verfügt über 40 Niederlassungen sowie Entwicklungszentren. Global sind Brunel Spezialisten an über 120 Standorten im Einsatz.

format:c live communication zeichnet sich verantwortlich für die Kreation, Planung, Gestaltung und Durchführung des JobTOUR-Mobils. Im Mittelpunkt steht neben einer Infografikwand auch ein Screen mit NFC-Chip-Würfeln, welche für die Tour entwickelt wurden und interaktive Informationen über Brunel bieten. In einer Lesecke können sich Besucher in Ausgaben des Unternehmensmagazins „Spezialist:in“ über Neuigkeiten aus den Bereichen Technologie und Management informieren.

## BECC AGENCY REALISIERTE OMR-AUFTRITT VON VODAFONE

Die BECC Agency hat den Auftritt von Vodafone als Hauptsponsor beim zweitägigen OMR Festival realisiert. Die Betreuung reichte von der Konzepterstellung über Kommunikation und Grafik bis zur Umsetzung und Betreuung vor Ort.

Unter dem Slogan „Let’s talk“ lud die Marke dazu ein, miteinander in Kontakt zu treten. Die einfachste und authentischste Aufforderung zum Austausch war Grundstein für das Kommunikationskonzept, das sich architektonisch

in der Idee einer urbanen, lebendigen Umgebung – der Vodafone City auf einer Fläche von 1.350 qm – niederschlug. Future Plaza, Business Square, Park Lane und Home District als Segmente der zweistöckigen Messepräsentation boten Raum für Entertainment, Markenerlebnis, Produktinfos, Life-Podcasts und mehr.

Besucherhighlights am Stand waren Aktivitäten wie der KI-Kicker, ein Digital Human oder der Surfsimulator. Als Entertainment at its best und absoluter Zuschauermagnet zog

das Beat Battle mit den Wolter Twins und prominenten Gästen wie Felix Lobrecht die Menschen an.

Innerhalb von wenigen Monaten realisierte die Münchner Markenagentur gemeinsam mit dem Kunden das Messeerlebnis, das sowohl der Rolle von Vodafone als einer der Großsponsoren gerecht wurde als auch den Erwartungen der Besucher an eine Messe entsprach, die gleichzeitig Networking- und Marketingplattform und Festival ist.

Lingner Marketing setzte Marke „takerspace“ in Szene

## didacta-Auftritt

Für ihren Kunden trend interior entwickelte die Kreativagentur Lingner Marketing eine Produktmarke für das Schulmöbelkonzept takerspace. Pünktlich zur Messe didacta wurde die Marke mit einer Landingpage und passenden Werbemitteln enthüllt.

Beim Schulmöbelkonzept takerspace des Innenausbau-Spezialisten trend interior aus Greding geht es darum, mit funktionalem Design Lernumgebungen zu schaffen, die eine verbesserte Lernkultur fördern sollen. Der Ansatz dahinter: Die Pädagogik bestimmt das Design des Möbels, nicht das Möbel die Pädagogik. So entwickelte das Unternehmen wabenförmige Module in verschiedenen Größen, die flexibel angeordnet werden können und viel Flexibilität bieten.

Um ein solch kreatives Konzept wirkungsvoll in Szene zu setzen, sollte für takerspace und trend interior eine kreative wie starke Produktmarke entwickelt werden. Die Kreativagentur Lingner Marketing aus Fürth nahm sich dieser Herausforderung an und erarbeitete auf Basis eines gemeinsamen Markenworkshops mit trend interior ein Markenprofil. Daraus entstand ein Logo, das durch Klammern einerseits grafisch die Verbindung zum Unternehmenslogo aufbaut und andererseits die geschickte Raumnutzung zeigt. Der neu entwickelte Claim „Für ALLE, die Bildung leben.“ soll die Brücke zur Zielgruppe herstellen.

Darauf aufbauend entwickelte die Agentur eine Landingpage, die rechtzeitig zur führen-

den Bildungsmesse didacta live ging und für den Markenlaunch die Bühne bot. Unter takerspace.org werden nicht nur die Vorteile sowie erste Pilotprojekte vorgestellt, sondern es findet sich dort auch der Link zur 3D Planungsapp. Sie ermöglicht, mit Hilfe von Augmented Reality die Module von takerspace in einem Raum zu simulieren. Passende Werbemittel, wie ein Messeflyer sowie professionelle Messekleidung rundeten das Gesamtbild ab. „Lingner Marketing hat uns zielführend beraten und uns genau die richtige Tool-Box an die Hand gegeben, damit wir unser Konzept takerspace als eine Innovation präsentieren können, die maximale Aufmerksamkeit verdient“, berichtet Christian Hilz, Geschäftsführer von trend interior.



takerspace bei der didacta (Foto: trend interior)

insglück begleitete Airbus beim ILA Auftakt

## One Night – One Europe – One Airbus

Für Airbus ist die jährliche ILA (Internationale Luft- und Raumfahrtausstellung) mit der Auftaktveranstaltung „ILA Reception“ ein jährliches Highlight. Zur Einstimmung auf die diesjährige ILA verwandelte insglück die „Alte Münze“ in Berlin-Mitte für einen Abend in einen internationalen Networking-Hotspot für Branchen-Experten und Entscheidungsträger der Luft- und Raumfahrtbranche. Unter dem Motto „One

Night – One Europe – One Airbus“ begrüßten Claudia Oeking, HO Public Affairs Germany, und CEO Guillaume Faury ihre Gäste, die anschließend auf eine kulinarisch-musikalische Reise durch die Airbus Standorte gingen. Mit Grafiken aus den Airbus Standorten, die in ganz Europa verteilt sind, und unterschiedlichsten Buffet-Stationen wurde der Innenhof der Location in ein europäisches Airbus Hub transformiert.

Die ILA in Berlin bot als führende Luftfahrtmesse in Europa eine Plattform für Unternehmen, Fachleute und Enthusiasten der Branche, um neueste Technologien, Innovationen und Trends zu präsentieren und zu diskutieren. Unter dem ILA Leitmotiv „Treffen Sie die Pioniere der Luft- und Raumfahrt“, präsentierte sich Airbus auf dem Messegelände Berlin ExpoCenter Airport.

LAUNCH-INSZENIERUNG IN DER AUTOSTADT

Eine besondere Aktion gab es Anfang Juni in Wolfsburg zum Start der neuen Lucasfilm-Serie „Star Wars: The Acolyte“ auf Disney+. Vom 5. bis zum 9. Juni 2024 wurden dabei die vier 125 Meter hohen Schornsteine des Volkswagen Kraftwerks als überdimensionale Lichtschwer-

ter inszeniert. Besucher, die am Samstag in der Autostadt waren, konnten zudem um 18 Uhr die ersten beiden Folgen von „Star Wars: The Acolyte“ im Themenkino des KonzernForums sehen, bei freiem Eintritt. Lucasfilm und Volkswagen sind schon seit einigen Jahren und über

drei Marketingpartnerschaften hinweg miteinander verbunden. In der Vergangenheit gab es die Kampagnen Star Wars I Obi-Wan Kenobi x Volkswagen ID.Buzz (2022), Star Wars I Andor x Volkswagen ID.4 (2023) und Star Wars I Mandalorian x Volkswagen ID.Family (2024).



Rossmann bei der IdeenExpo 2024 (Fotos: Rossmann/Nikolaj Georgiew)

Rossmann mit Demodern bei der IdeenExpo

## Gamification-Konzept

Die Drogeriemarktkette Rossmann machte bei der IdeenExpo in Hannover auf die Bedeutung eines sorgsamem Umgangs mit Plastik aufmerksam. Um gerade Schülern nahezubringen, dass Plastik ein wertvoller Rohstoff ist, setzte man dabei erstmals auf ein Gamification-Konzept. Dafür wurde ein Recycling-Spiel in Zusammenarbeit mit der Technikagentur Demodern entwickelt. Im Wettlauf gegen die Zeit galt es, Müll korrekt zu trennen und Plastik in Form eines neuen Rossmann-Produkts ein zweites Leben zu schenken.

Ausschlaggebend für Raoul Roßmann ist die Selbstwirksamkeit, die die Besucher dabei erfahren. „Der Klimawandel bewegt junge Menschen, kann aber auch überfordern.

Gerade deshalb ist es inspirierend zu sehen, wie die nächste Generation sich engagiert“, sagt der Sprecher der Geschäftsführung. Korrektes Mülltrennen bewies Rossmann auch live auf der Bühne, gemeinsam mit dem aus „Wetten, dass...“ bekannten Terrier Uno. Ob Seifenspende, Weichspüler, Zahnbürste, Zeitungspapier: Uno ordnete vor Publikum den Abfall den richtigen Behältern zu.

Ein weiteres Element der Rossmann-Gaming-Area war die Robotik. Besucher mussten per Programmierung mehrere Roboter durch eine mit Lego nachgebaute Miniatur-Filiale manövrieren. Durch die direkte Interaktion mit den Maschinenwesen wurden Schüler ange-regt, sich mit den Möglichkeiten der Techno-

logie – im Dienste der Nachhaltigkeit – auseinanderzusetzen. Die Entwicklung der insgesamt 13 Roboter haben IT-Auszubildende bei Rossmann verantwortet.

„Die Event-Messe bot eine ideale Plattform, um die Werte und Ziele von Rossmann einem breiten Publikum näher zu bringen und gleichzeitig zu verdeutlichen, dass Technologie und Innovation entscheidende Faktoren auf dem Weg zu einer nachhaltigeren Zukunft sind“, fasst Raoul Roßmann zusammen. Vom 8. bis zum 16. Juni zog der Messeauftritt täglich schätzungsweise bis zu 1.000 Besucher an. Durchschnittlich nahmen 200 Menschen täglich an dem interaktiven Erlebnis teil.

format:c und Asmodee setzen Partnerschaft fort

## Leadagentur für „Spiel“-Auftritt

format:c live communication setzt ihre Partnerschaft mit Asmodee, dem weltweit größten Spieleverlag, fort. Das Unternehmen verkaufte 2022 über 50 Millionen Spiele weltweit. format:c wird erneut als Leadagentur den Messeauftritt von Asmodee auf der Spiel in Essen planen und realisieren.

Asmodee ist der größte Aussteller auf der B-to-C-Veranstaltung Spiel und belegt eine Standfläche von rund 3.000 Quadratmetern. Für den B-to-B-Bereich gibt es eine 1.200 Quadratmeter große Business-Lounge im Congress

Center East der Messe Essen. Die Spiel ist erstmals komplett ausverkauft und belegt eine Fläche von insgesamt 68.528 Quadratmetern.

format:c ist seit Jahren international für Asmodee tätig. 2022 verantwortete das Team den größten Messestand der Star Wars Celebration in Anaheim, Kalifornien. Mehr als 70.000 Star Wars Fans erlebten auf über 500 Quadratmetern die Bandbreite der Lizenzspiele. Durch gezielte Besucheraktivierung und LED-Promoter-Tools erreichte format:c für den Kunden eine 80-prozentige Umsatzsteigerung.

Asmodee GmbH, eine Tochter der französischen Asmodee SAS, ist ein deutscher Vertrieb und Verlag für Gesellschaftsspiele mit über 30 internationalen Studios. Zu den Lizenzspielen gehören Star Wars, Der Herr der Ringe, Harry Potter, Marvel und Arkham Horror. Asmodee, mit Hauptsitz in Frankreich, hat über 2.500 Mitarbeiter und ist Teil der Embraer Group AB.

Die Spiel Essen 2024 findet vom 3. bis 6. Oktober statt und erwartet rund 200.000 Besucher sowie 1.000 Aussteller aus 60 Ländern.

MICE-Destination Rom

# Angesagte Locations in der italienischen Metropole

FÜR DIE MICE-DESTINATION ROM HAT DAS JAHR 2024 IM ZEICHEN DER KONSOLIDIERUNG UND DES WACHSTUMS BEGONNEN.

Das Rome and Lazio Convention Bureau verkündete im Januar einen ambitionierten dreijährigen Entwicklungsplan und den Beitritt von gleich zehn neuen Mitgliedern zu seinem Netzwerk. Eine kleine Auswahl an angesagten Rom-Locations stellen wir nachfolgend vor.

## BORGO DELLA MISTICA

Mit seinen typisch roten Wänden und der Innenausstattung aus verzinktem Metall liegt das Hotel Borgo della Mistica zwischen den Hügeln und Olivenbäumen der römischen Landschaft, begrenzt durch das Alessandria-Aquädukt. Mit dem von viel Grün umgebenen Schwimmbad, dem Hotel mit 148 Zimmern und seinem Veranstaltungsraum bietet das Borgo della Mistica ländliches Flair in direkter Nähe zur Metropole Rom.

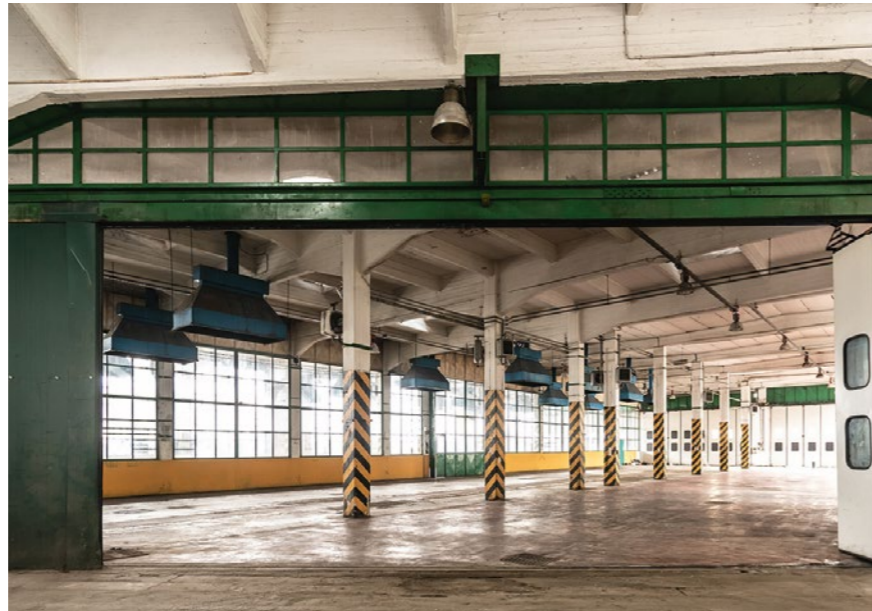


Borgo della Mistica  
(Foto: Fresia Hotels & Resorts)

Die Bauernhäuser des Borgo verfügen über vier Tagungsräume, alle mit Tageslicht und modernster technischer Ausstattung, die sich für die Organisation privater oder geschäftlicher Veranstaltungen, Incentives, Teambuildings und Konferenzen eignen.

## OFFICINE FARNETO

Officine Farneto ist eine postindustrielle Tagungs-Location in Rom mit Platz für bis zu 400 Personen. Das Flächenangebot kann dabei auf unterschiedliche und originelle Weise angeordnet, moduliert oder verkleinert werden.



Prati Bus District (Foto: Prati Bus District)

Hinzu kommt eine natürliche Szenografie der historischen Location. Qualifiziertes Personal unterstützt bei der optimalen Gestaltung eines Events hinsichtlich der zu erwartenden Teilnehmerzahl, Bestuhlungsart und Aufbau. Ein Loft von über 1.200 qm auf zwei Ebenen, verbunden mit Außenbereichen, ermöglicht es, Veranstaltungen in mehreren Phasen zu strukturieren – vom Konferenzteil mit einem servierten Mittagessen bis hin zum abschließenden Cocktailbuffet.

Spazio Cargo die hier neueste Ergänzung im Raumangebot. Die im Jahr 2023 renovierte ehemalige offene mechanische Werkstatt verfügt über einen Raum von über 120 qm für ein Publikum von bis zu 80 Personen. Spazio Car-



Officine Farneto, Spazio Cargo  
(Foto: Cegic srl)

go bietet die Möglichkeit, eine 270°-Projektion von rund 130 qm mit Audiosystem und Beleuchtung für Präsentationen zu erstellen.

## PRATI BUS DISTRICT UND RAGUSA OFF

Urban Value, eine Unit der Agentur NinetyNine, hat zwei neue Räume Eventräume in Rom reaktiviert, die für Produkteinführungen, Konferenzen, Ausstellungen, Fashion Shows und viele andere Veranstaltungen genutzt werden können.

Prati Bus District ist eine neue Industrielocation in Rom, die sich über 5.000 qm des ehemaligen ATAC Vittoria-Depots erstreckt und aus vier verschiedenen unabhängigen Räumen unterschiedlicher Größe, Außenbereichen und einem überdachten Foyer besteht, das alle Haupträume bedient.

Ragusa Off ist eine Fläche von über 11.000 qm, die durch die Sanierung eines der wertvollsten ATAC-Anwesen, der ehemaligen Garage an der Piazza Ragusa, entstanden ist. Die Location besteht aus einem einzigen 6.000 qm großen Raum und einem 5.000 qm großen Untergeschoss, was im Zentrum Roms eine echte Rarität darstellt.



NRW-Ministerpräsident Hendrik Wüst sprach beim Koelnmesse-Jubiläum und gratulierte zur Confex-Eröffnung (Foto: Koelnmesse)

Festakt

# Koelnmesse feierte Jubiläum und Confex-Eröffnung

In ihrem 100. Jubiläumsjahr – die Grundsteinlegung erfolgte 1924 durch Konrad Adenauer – eröffnet die Koelnmesse mit einem großen Festakt eines der modernsten Event- und Kongresszentrum Europas: das Confex. Der technisch und in Sachen Nachhaltigkeit zukunftsweisende Neubau soll neue Möglichkeiten für unterschiedlichste Veranstaltungsformate bieten. Nach knapp dreijähriger Bauzeit geht damit planmäßig ein Kernstück des milliarden-schweren Investitionsprogramms Koelnmesse 3.0 an den Start.

„Mit der Fertigstellung des neuen Confex entsteht ein Messe-, Kongress- und Eventstandort, der die Koelnmesse entscheidend bei der Positionierung ihrer Veranstaltungen in der zukünftigen Messewelt unterstützt“, sagt Gerald Böse, Vorsitzender der Koelnmesse Geschäftsführung.

Herzstück des insgesamt 20.500 Quadratmeter großen Confex-Gebäudes ist die dreifach teilbare Confexhall mit Platz für 4.300

Personen. Hinzu kommen zwei Konferenzebenen mit 22 Räumen, die sich dank ihrer Größenstaffelung von 27 bis 205 Quadratmetern für eine Vielzahl von Veranstaltungsformaten eignen. Die umlaufenden Zu- und Eingänge der Confexhall schließen direkt an das lichtdurchflutete Foyer an, das Platz für Empfänge, Pausen sowie Präsentationen und Side-Events bietet und direkt auf die 5.600 Quadratmeter messende Open-Air-Terrasse, der Confex Plaza, führt. Als Teil eines der weltweit größten Messestandorte ist das Confex mit weiteren, funktional flexiblen Raumkapazitäten verbunden, sodass sich bei Bedarf zusätzliche Flächen aktivieren lassen.

Der dreigeschossige Neubau entstand nach den Plänen des Architekturbüros JSWD und fügt sich nahtlos in das Ensemble der bestehenden Messebauten ein. Zusammen mit der neuen Halle 1 bildet das Confex den baulichen Abschluss des innerstädtischen Messeareals zum westlich gelegenen Rheinpark hin.

Am Markt kommt das Angebot gleich vom Start weg an: Koelncongress, Vermarkter des Confex und Tochterunternehmen der Koelnmesse, liegen bereits Buchungen und Anfragen bis Ende 2029 vor. „Bereits im Sommer 2024 starten die ersten Events im Confex. Unter den Veranstaltern sind viele, die erstmals nach Köln kommen“, erklärt Koelncongress-Geschäftsführer Ralf Nüsser. Ab Herbst fänden auch mehrtägige Großveranstaltungen im Confex statt, darunter im November 2024 der UFI Global Congress des Messeweltverbands.

Mit dem Neubau kommt die Koelnmesse zudem dem eigenen Anspruch an die nachhaltige, ressourcen- und klimaschonende Gestaltung ihres Standorts und ihrer Prozesse nach. So erhielt das Confex schon während der Bauphase die Vorzertifizierung in Platin der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB). Neben dem zentralen Thema Nachhaltigkeit stand vor allem die digitale Vernetzung der Funktionsbereiche im Fokus.

## BLUE DAYS 2024 MIT DIGITALER KI-CO-MODERATION

Die diesjährigen Drees & Sommer Blue Days stellten unter anderem das Thema Innovation in den Mittelpunkt – und das nicht nur inhaltlich, sondern auch in der Umsetzung. Die digitale KI-Co-Moderation sorgte nicht nur bei den Zuschauern für Begeisterung.

Das Gate22 in Filderstadt bot hierfür die geeignete Bühne. Mit der Moderatorin Yasmine

Blair wagten die Firmenvorstände einen Blick ins Jahr 2030 und präsentierten die zukünftige Unternehmensstrategie.

Die autonom positionierbare LED-Wand von Aumovis, ein Highlight der Show, kam für die Präsentation der Zukunftsvision zum Einsatz. Aumovis übernahm die Rolle einer KI-Co-Moderation, zudem kam sie auch für eine der drei

Live-Zuschaltungen zum Einsatz, um die Bühnenpräsenz des Sprechers mit dynamischen Bewegungen zu verstärken. Rund 5.000 Zuschauende verfolgten den digitalen Event in kleinen Public Viewings an ihren Standorten. Nach dem zweisprachigen Livestream folgten weltweit Abendveranstaltungen, um gemeinsam den Abend ausklingen zu lassen.





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

EVENT-AGENTUREN



HAGEN INVENT GmbH & Co. KG  
\_ Catherine Hoffmann

Adlerstraße 74  
40211 Düsseldorf  
T 0211 67935-0  
F 0211 67935-19  
info@hagen-invent.de  
www.hagen-invent.de

Bei unserer Gründung im Jahr 1979 waren wir Pioniere, heute sind wir eine der stärksten deutschen Eventmarketing-Agenturen. Mit unserer Verbindung aus Kreativität, Erfahrung und Leidenschaft bespielen wir seit 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  
28215 Bremen  
  
Hamburg  
Berlin  
Frankfurt/Main  
Stuttgart  
München

T 0421 37888-0  
F 0421 37888-88  
kontakt@joke-event.de  
www.joke-event.de

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  
\_ Ole Ternes  
Geschäftsführer

Berliner Str. 133  
33330 Gütersloh  
T +49 (0) 5241 21090-0  
info@livewelt.de  
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](http://www.livewelt.de)



marbet  
Marion & Bettina  
Würth GmbH & Co. KG  
Agentur für  
Live-Kommunikation

Karl-Kurz-Straße 44  
74523 Schwäbisch Hall  
T +49 791 49380-100  
info@marbet.com  
marbet.com

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](http://WWW.AUTOMOBIL-EVENTS.DE)

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

EVENT-AGENTUREN



Connecting people, brands and markets.

ottomisu  
communication GmbH

Im Klingenhühl 1  
69123 Heidelberg

T +49 (0)6221 73902-0  
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 LIVE GmbH steht für Live Kommunikation, strategische - und Personallösungen und hat sich zum Ziel gesetzt, Ihre Marke im Rahmen von Events, Messen oder am POS emotional erlebbar zu machen... live, digital oder hybrid! Für einzigartig nachhaltige Erlebnisse verbinden wir strategische Beratung und Konzeption mit einem effizienten Projekt- und Personalmanagement.

PP Köln

Patrick Birkenfeld  
M 0173 919 80 85  
p.birkenfeld@pp-live.com



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  
10115 Berlin

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

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

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

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

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

EVENT-AGENTUREN



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

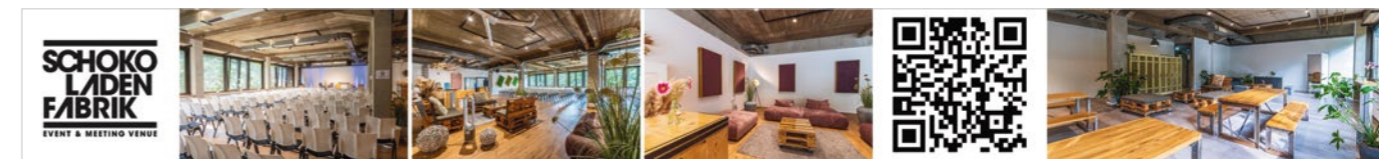
what when why – Erlebnisorientierte B2B-Kommunikation mit langfristiger Wirkung. Unsere Emotion Engineers verschmelzen die faktische mit der emotionalen Dimension. Für nachhaltig erlebniszentrierte Kommunikations-Konzepte. Live-Communication ist unsere DNA. Und wir denken weiter. In vollständigen Kommunikationskampagnen. 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** GmbH  
 Ihr Ansprechpartner:  
 Michael Lenkeit

Rostocker Straße 17  
 65191 Wiesbaden

T +49 611 9879296  
 mail@acetec.de  
 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  
 46117 Oberhausen

T +49 (0)208 810959-0  
 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  
 \_ Stephan Haida

Hessenstraße 6  
 65719 Hofheim

T +49 (0)6122 504-0  
 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.

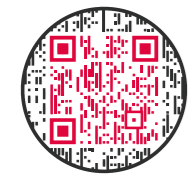


**CG Creative Gestaltung**  
 MESSEBAU • EVENTS • WERBETECHNIK • BRANDING • DIGITAL DESIGN • APPS & WEB

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

DEKO-Service Lenzen GmbH  
 www.deko-service.net

**Standort Lohmar (b. Köln):**  
 Im Rohnweiher 47  
 53797 Lohmar  
 T +49 (0)2205 9060  
 F +49 (0)2205 90630  
 main@deko-service.net

**Standort Berlin:**  
 Zur Alten Börse 79  
 12681 Berlin  
 T +49 (0)30 54709770  
 F +49 (0)30 54709772  
 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  
 LIMBURG  
 BERLIN  
 SARDINIEN

NA+1  
 Gunnar Zessel e. K.  
 Jahnstraße 10  
 65549 Limburg

Limburg  
 T 06431 26290-20  
 M 0176 12629022  
 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 GmbH & Co. KG  
 Isarstrasse 1  
 65451 Kelsterbach

T +49 (0)6142 83555-0  
 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

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

Louisa Schlang  
 MODERATION

Hoxbergstraße 29  
 66822 Lebach

T 0174 7959893  
 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

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



<p>2bdifferent GmbH &amp; Co. KG _ Jürgen May _ Clemens Arnold</p>	<p>Gießhübelstraße 3 D-67346 Speyer</p>	<p>T +49 (0)6232 68 33 90 info@2bdifferent.de www.2bdifferent.de</p>	<p>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.</p>
--	---	--	--

TECHNISCHES PLANUNGSBÜRO



<p>PRODUCTION OFFICE GbR Ingenieurbüro für Entertainment _ Dipl. Ing. Joachim Koppe _ Dipl. Ing. Ralf Schafstall</p>	<p>Schlesische Straße 28 10997 Berlin</p>	<p>T 030 616716-0 F 030 616716-29 www.production-office.de info@production-office.de</p>	<p>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- &amp; Genehmigungsverfahren. Hygiene- &amp; Sicherheitskonzepte, Hygienebeauftragte.</p>
--	---	--	---

TEILNEHMERMANAGEMENT



<p>EMENDO Event + Congress GmbH &amp; Co. KG _ Philipp Sautter Managing Partner</p>	<p>Riedstraße 25 73760 Ostfildern</p>	<p>T 0711 4605376-0 post@emendo-events.de www.emendo-events.de</p>	<p>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.</p>
---	---	--	--

VERANSTALTUNGSTECHNIK

# Aventem

HÖREN · SEHEN · STAUNEN

<p>Aventem GmbH Audiovisuelle Dienstleistungen</p>	<p>Düsseldorf Herderstraße 70 40721 Hilden Berlin Rohrdamm 24b 13629 Berlin</p>	<p>T +49 2103 25230-0  T +49 30 367005-70 info@aventem.de www.aventem.de</p>	<p>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.</p>
--	---	--	--

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

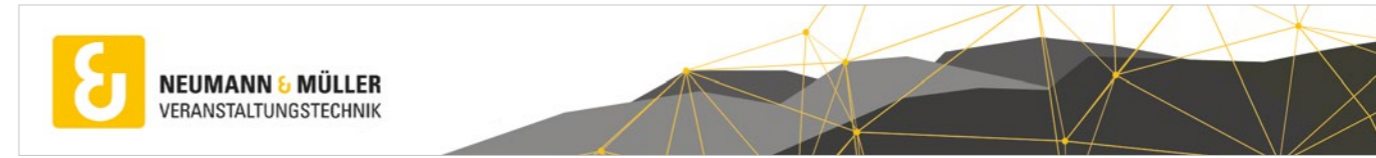
VERANSTALTUNGSTECHNIK

Live.Digital.On-site

<p>btl next GmbH</p>	<p>Berlin • Düsseldorf Frankfurt • Hannover München • Poznań</p>	<p>T +49 (0)211 90449-0 F +49 (0)211 90449-444 contact@btl-x.de www.btl-x.de</p>	<p>Bei uns sind Event-Spezialisten für deine Themen wie <b>Content, Kreativität</b> und neue Eventformate im Einsatz. Wir entwickeln <b>Streaming-, Hybrid- und Live-Events</b> und liefern dabei u. a. eigens konzipierte <b>Websites</b> und maßgeschneiderte <b>Hygienekonzepte</b> für dein Event* aus einer Hand.</p>
----------------------	--	--	--



<p>epicto GmbH</p>	<p>Flößerstraße 4 68535 Edingen-Neckarhausen</p>	<p>T +49 (0)6203 4046-0 info@epicto.de www.epicto.de</p>	<p>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.</p>
--------------------	--	--	--



<p>Neumann &amp; Müller GmbH &amp; Co. KG</p>	<p>Unsere Standorte: Augsburg   Berlin   Bochum Dresden   Düsseldorf Erfurt   Frankfurt   Hamburg Hannover   Köln   Leipzig München   Nürnberg Stuttgart</p>	<p>info@neumannmueller.com www.neumannmueller.com</p>	<p><b>Neumann &amp; Müller Veranstaltungstechnik</b> 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 begeisterte, individuelle Lösungen zu bieten – mit kreativem Design, detailgenauer Planung und intelligenten Services.</p>
---	--	---	---

VIDEO



<p>Screen Visions GmbH Waldburgstraße 17/19 70563 Stuttgart</p>	<p>T +49 711-21414-140 mail@screenvisions.com www.screenvisions.com</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• LED-Videowände</li> <li>• Mobile &amp; modulare Lösungen</li> <li>• Sonderkonstruktionen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• On-Screen-Vermarktung</li> <li>• Digitale Promotionmodule</li> <li>• Beratung für Festinstallationen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kameras</li> <li>• Medienserver</li> <li>• technische Planung</li> </ul>
---	---	--	--	---

AKTUELLES IM INTERNET \_ WWW.BLACHREPORT.DE

INSIDE

# Floris Vlasman



Floris Vlasman (Foto: Floris Catering)

FLORIS VLASMAN IST GESCHÄFTSFÜHRER BEI FLORIS CATERING IN BERLIN.

#### Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?

An erster Stelle: Weil ich sehr gerne gut esse. Ferner: Stets bunt, neu, vielfältig, einfallsreich, zukunftsorientiert, nachhaltig – manchmal ein wenig mühsam, aber der Aufwand lohnt jedes Mal wieder um unsere Gäste zu begeistern.

#### Was macht Sie glücklich?

Vieles, fast alles. Besonders gutes Essen. Gesellige Gespräche. Nach vorne zu schauen und nicht stehen zu bleiben. In alle Richtungen Ausschau zu halten. Wenn unser eigener Wein ein besonders gutes Jahr erlebt. So vieles und noch viel mehr.

#### Was war bisher Ihre größte Herausforderung?

Prinzipiell sehen wir jede Herausforderung als die größte. Einige Zeit her – 3.500 Pax – Indoor/Outdoor – Grilling – 60 Zelte in geschützter Parkanlage – nur befahrbar mit Golfcaddy – eine Tonne Grillfleisch: wie kühlen, dispatchen, grillen et cetera. Wir sind gespannt auf die nächsten Herausforderungen, um sie zu meistern.

#### Welche Entscheidungen haben Sie bereut?

Da gibt es einige. Man trifft im Vorfeld eine Entscheidung – erst nachher weiß man, es war nicht die Richtige. Aufstehen, erneut angehen – auf andere Weise, bis sich zeigt, dass es die richtige Entscheidung war.

#### Was sollen wir hören: Ihr aktueller Musiktip?

Diverses von Jacob Collier.

#### Was machen Sie gegen Stress?

Rudern. Nein – nicht auf dem Wasser. Im Keller – dafür, wenn es klappt, fünfmal die Woche. Das ist das Ziel. Es klappt nicht immer, soviel sei verraten. Es gibt ein altes Rettungsboot. Das liegt im Wasser und begrüßt mich vor Antritt der Fahrt auf Berliner Gewässern. Sehr beruhigend. Wirkt stets wie ein Kurzurlaub.

#### Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?

„Herr Sonneborn geht nach Brüssel“ von Martin Sonneborn.

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

Als Tischnachbar von Gaston Lenôte (+) im Grand Palais de Champs Élysées in Paris zu sitzen und das 5-Gang-Menü mit ihm im Back Office zu genießen, welches für 300 Top-VIPs im Rahmen der Lancierung einen neuen Channel Dufts serviert wurde. Es war nicht nur beeindruckend – es war kulinarisch sensationell und somit in ewiger Erinnerung.

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

Ich habe viele – sie wechseln permanent. Aktuell ploppen fantastische Restaurants in Berlin Neukölln auf. Ich bezeichne es just als das neue Food-Mekka. Es gibt ein Stammrestaurant, wo man mich einmal wöchentlich antrifft. Häufig um späte Zeit. Es liegt in Berlin-Mitte auf der Auguststraße. Der Eigentümer ist der bisher beste Gastgeber, den ich jemals kennenlernen durfte. So viel sei verraten.

# STUDIO BLACH

Alles über Live-Kommunikation



## REPORTAGEN UND TALKS FÜR INSIDER AUS DEM MICE BUSINESS



STUDIO BLACH  
ALLES ÜBER LIVE-  
KOMMUNIKATION  
GIBT ES AUF  
YOUTUBE 

### AKTUELLE VERÖFFENTLICHUNGEN:

KAI ORKISZ VON  
MUTABOR ÜBER DIE BMW  
MOTORRAD WELT

VON VORN GEDACHT:  
KREISLAUFWIRTSCHAFT  
BEI EVENTS

THE ENTRIES:  
WIR DOKUMENTIEREN  
EINREICHUNGEN BEI  
EVENT-AWARDS

DATENBASIERTE EVENT-  
ERFOLGSKONTROLLE MIT KNW.

#### Impressum

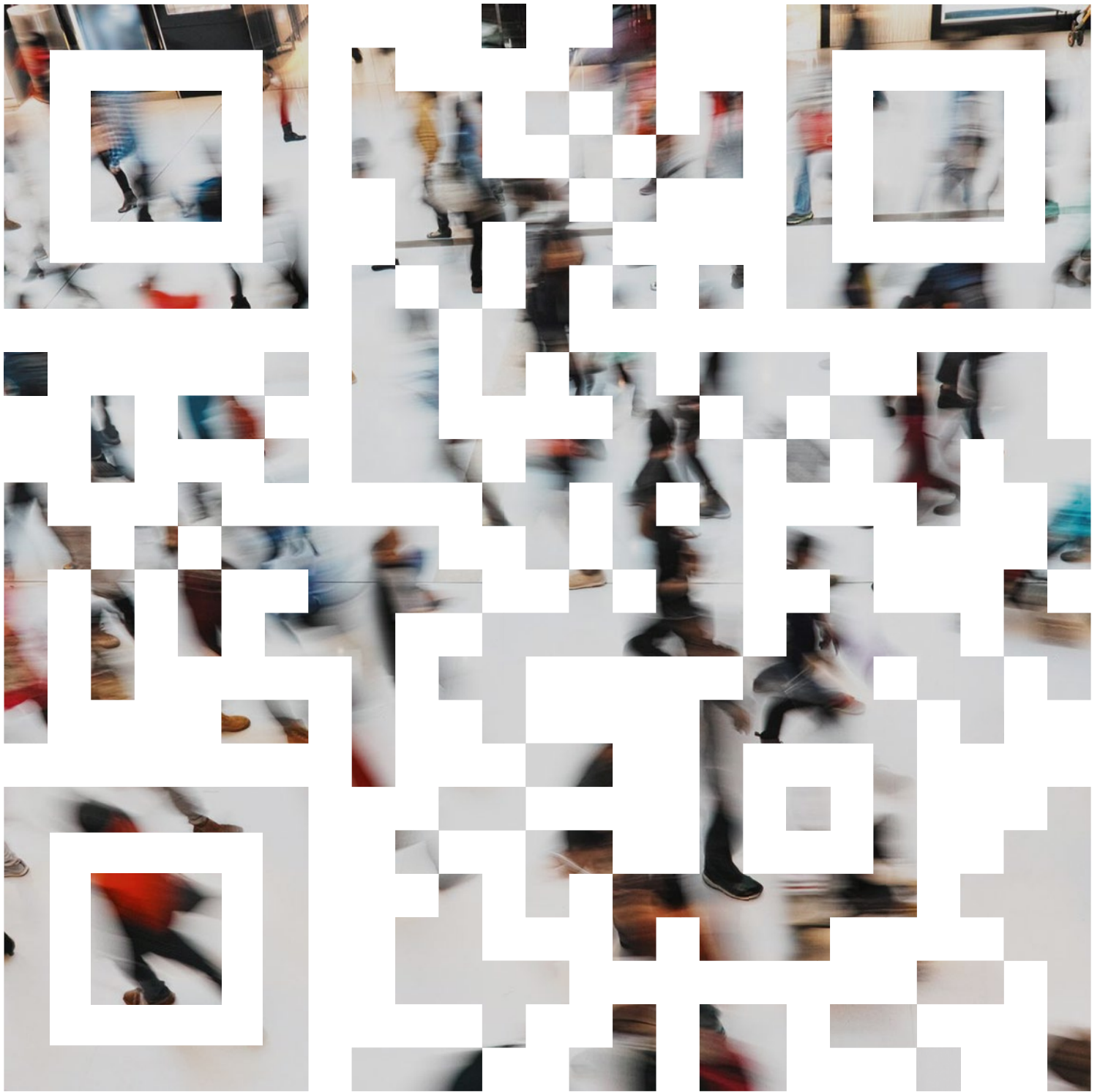
26. Jahrgang \_ VERLAG AktivMedia GmbH / Zum Bahnhof 10 / 31311 Uetze - Dedenhausen // Tel 05173 9827-0 / Fax 05173 9827-39 / eMail info@blachreport.de / www.blachreport.de \_ CHEFREDAKTION Peter Blach pblach@blachreport.de \_ REDAKTION Gabriele Stolte gstoelte@blachreport.de / Elke Bartels ebartels@blachreport.de / 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

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

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

**BlachReport**



# 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](http://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