



Eventcatering: Ben Wagner, Johannes Molderings, Richard Schmitz, André Karpinski und Helena Radjeh ziehen Bilanz



Neu ab
2024*



* Im Kleingedruckten steht meist unerfreuliches. Hier nicht. Wir freuen uns wirklich sehr, dass wir Ihnen ab 2024 – neben unserem über 30 Jahre etablierten Angebot Party.Rent – nun auch Vermietmaterial für Messen (Fair.Rent) sowie für Arbeitsplätze und Homeoffices (Office.Rent) liefern können. Dieses Wachstum vollziehen wir übrigens aus eigener Kraft. Ohne Hedgefonds oder so. Wir bleiben Ihr reaktionsfähiges Familienunternehmen. Wir, die Rent.Group, sind Treiber des Wandels hin zu einer zirkularen Sharing-Gesellschaft. Deshalb wollen wir international führend sein, immer wenn es um das effiziente Bereitstellen und Teilen von Interieur für ästhetische und wirkungsvolle Atmosphäre geht. Denn temporäres Teilen erlaubt permanenten Nutzen. Und warum sind unsere Produkte erfolgreich? Ganz klar: Wählen Sie flexibel aus einer großen Vielfalt an Stücken. Sie sind bezahlbar und schön, haltbar und nachhaltig. Gut für unsere Kunden, deren Gäste und den Planeten.

Eventcatering in der Halbzeitbilanz



Eigentlich wollten wir mit unserer Eventcatering-Umfrage die aktuellen Entwicklungen und Erwartungen in diesem Marktsegment in einem Stimmungsbild wiedergeben. So einfach war das dann aber nicht. Gefragt hatten wir, wie sich das Eventcatering-Geschäft in der ersten Jahreshälfte entwickelte, welche Erwartungen an die zweite Jahreshälfte bestehen und was die aktuellen Trends sind.

Tendenziell hat sich demnach die geschäftliche Entwicklung der Eventcaterer in 2024 überwiegend im Krebsgang entwickelt. Gleichen oder leicht erhöhten Umsätzen standen Kostensteigerungen entgegen. Die Fußball-Europameisterschaft brachte kaum Effekte – mit einer Ausnahme. Bei FR Catering freut man sich über einen Umsatzzuwachs in der Größenordnung von 15 Prozent und verweist dabei auf das Sportereignis.

Nun ist unsere Umfrage nicht repräsentativ, entsprechend vorsichtig muss man mit den gemeldeten Ergebnissen umgehen. André Karpinski von der Kaiserschote spricht aber davon, dass das „Geschäft mit den B2B-Stammkunden zufriedenstellend“ verlief, „jedoch waren die Entscheidungsprozesse für oder gegen Veranstaltungen der Live-Kommunikation von Kurzfristigkeit geprägt. Insgesamt war es ein herausforderndes Halbjahr.“ Das wird so oder ähnlich auch aus anderen Leistungsbereichen der Livekommunikation berichtet. Krebsgang überall?

Die Hoffnung stirbt aber zuletzt. So meldeten fast alle befragten Eventcaterer, dass sie sehr positive Erwartungen an die zweite Jahreshälfte haben und sich insbesondere der September bei dem einen oder anderen Anbieter als sehr vielversprechend herauskristallisiert. Auch das Weihnachtsgeschäft wird aufgrund der Buchungslage schon jetzt als sehr erfreulich bewertet.

Bei unserer Frage nach den Trends gab es im Vergleich zu den Vorjahren kaum Veränderungen: Vegetarisch, vegan, regional, authentisch, gesund, ehrlich, pur und nachhaltig lauteten die Stichworte. Ben Wagner von Taste of Now verweist außerdem auf „interessante alkoholfreie Getränkealternativen“. Das entspricht wohl dem Zeitgeist und den aktuellen gesellschaftlichen Veränderungen.

Hauptsache, es schmeckt.

Herzlichst

Ihr Peter Blach

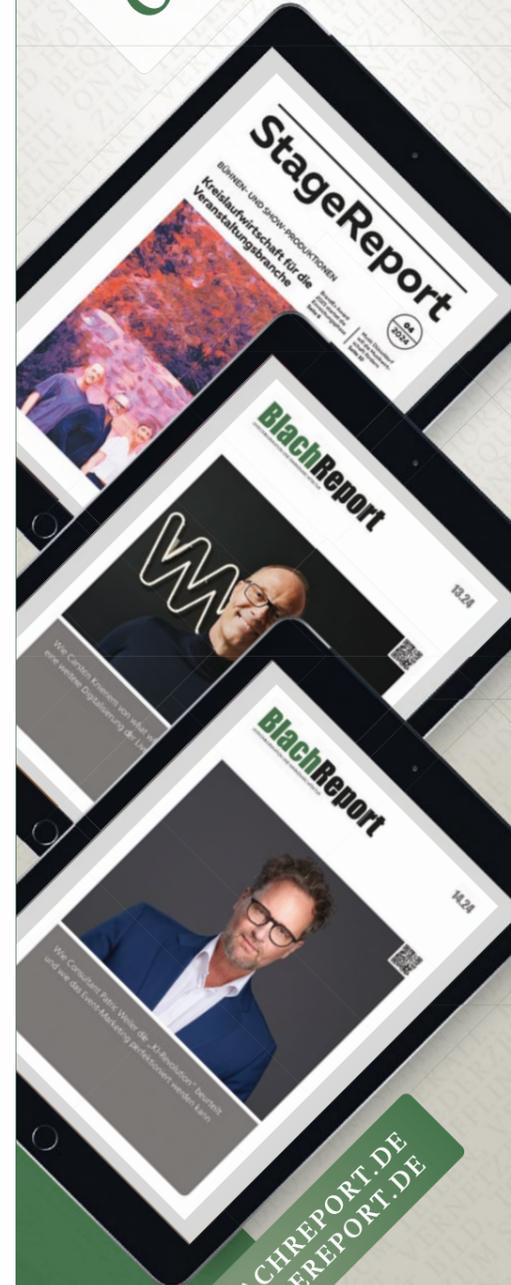
inhalt

- | | |
|--|--|
| 4 BUSINESS George P. Johnson ISO20121-zertifiziert | 12 EXHIBITION DESIGN Pavillons bei der Weltausstellung |
| 5 BUSINESS FAMA Bilanz zur DACH-Messefachtagung | 14 VENUES Das München Marriott Hotel City West |
| 6 EVENTCATERING Halbjahresbilanz | 16 PEOPLE Jobs + Karriere |
| 8 BUSINESS These Guys Top-Platzierung in USA-Ranking | 17 MARKETING-SERVICES Lieferantenverzeichnis |
| 9 BUSINESS „Nachhaltige Veranstaltungswirtschaft“ | 26 BACKSTAGE Nils Jakoby |
| 10 DIGITAL Gibt es die ideale Eventplattform? | 26 IMPRESSUM |

Titelfoto: Ben Wagner (Foto: Taste of Now)

MEDIA BOARD

OUT NOW!



WWW.BLACHREPORT.DE
WWW.STAGERREPORT.DE



GPJ-Team in Stuttgart (Foto: GPJ)

GPJ erhält ISO 20121 Zertifizierung für nachhaltiges Veranstaltungsmanagement

George P. Johnson ist jetzt ISO 20121-zertifiziert

Die Experience-Marketing-Agentur George P. Johnson (GPJ) Deutschland mit Sitz in Stuttgart erreicht einen weiteren Meilenstein in ihrer Nachhaltigkeitstransformation und hat erfolgreich die Zertifizierung nach ISO 20121, der internationalen Norm für nachhaltiges Veranstaltungsmanagement, abgeschlossen. Diese Zertifizierung ist ein wichtiger Schritt im Bestreben, Nachhaltigkeit und unternehmerische Verantwortung in der Eventbranche zu verankern.

Die Zertifizierung des Managementsystems ist ein Erfolg für das gesamte Team und ein klares Versprechen an Kunden, Partner und

Stakeholder. GPJ unterstützt dabei, die individuellen Nachhaltigkeitsziele in der Unternehmens- und Eventmarketing-Strategie zu erreichen und stetig zu verbessern. Der Fokus liegt darauf, die wichtigsten Projektbeteiligten und Handlungsfelder zu identifizieren, um dort, wo der Einfluss am größten ist, negative Auswirkungen zu reduzieren und positive Effekte zu erzielen.

Oliver Ehmke, Geschäftsführer George P. Johnson Germany & Middle East, betont: „Wir haben ambitionierte Pläne für GPJ und möchten mit einem strategisch-innovativen und nachhaltigen Angebot unser Kundenportfolio

und unsere Position im nationalen und internationalen Markt ausbauen. Die ISO 20121-Zertifizierung ist ein wichtiger Schritt, um zu unserer Vision einer nachhaltigen Eventbranche beizutragen.“

„Wir haben damit international anerkannte Standards für ökologische, soziale und wirtschaftliche Nachhaltigkeit in unseren Prozessen integriert und garantieren somit Beratung, Strategie und Umsetzung von verantwortungsvollen Projekten und Veranstaltungen auf höchstem Niveau“, ergänzt Jens Arnegger, Vice President Client Services & Business Development.

wtf24 mit 24-stündigem Nonstop-Programm für die Branche Ideen-Marathon in Essen

Die fwd: Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft ruft ein neues Format ins Leben. Vom 21. bis 22. August soll in der Grand Hall Zollverein die Veranstaltung „wtf24 – we transform future“ stattfinden. Geplant sind mehr als 20 Programmpunkte auf zwei Etagen in einem 24-stündigen Nonstop-Programm. Im Fokus stehen gesellschaftliche, wirtschaftliche, technologische, nachhaltige und kulturelle Themen der Welt von morgen.

Der fwd: will mit wtf24 einen Ort für einen weitreichenden Austausch innerhalb der Veranstaltungswirtschaft schaffen – als inspi-

rierende Netzwerkplattform mit mehrwertbringenden Vorträgen sowie interaktiven und kreativen Sessions. Diese gliedern sich entsprechend der Fokusbereiche des Verbands in „People“, „Sustainability“, „Politics“, „Business“ und „Forward“. Weiterhin sollen die aktuellen Herausforderungen des Marktsegments gemeinsam diskutiert werden.

Anja Osswald und Vera Viehöfer engagieren sich als Teil des fwd: Vorstands für das neue Format und arbeiten dabei aktiv zusammen mit der Geschäftsstelle und jungen Talenten an einem außergewöhnlichen neuen Konzept.

Anja Osswald: „Durch die Zusammenarbeit mit den jungen Talenten unserer Branche ist es uns gelungen, neue und spannende Ansätze zu entwickeln“. Vera Viehöfer ergänzt: „Mit dem neuen Format wtf24 setzen wir neue Impulse für die Livekommunikation, sei es für unsere Branche oder für die Marken und Produkte unserer Auftraggeber“.

Musik, Catering sowie Zonen zum Entspannen sollen dafür sorgen, dass es nicht bei einer Informationsflut bleibt, sondern dass auch die ganze Nacht kommuniziert, vernetzt und gefeiert wird – ganz nach Belieben.

FAMA zieht Bilanz zur DACH-Messefachtagung

Branchentreff im Dreiländereck

These Guys aka Schachzug hat es auf eine Top-Platzierung im MUSE-Agenturenranking in den USA geschafft und konnte sich auf dem achten Platz platzieren. Die endgültige MUSE-Gewinnerliste wird demnächst zusammen mit der Bekanntgabe der Ergebnisse der zweiten Staffel der MUSE Creative Awards veröffentlicht.

Vom 23. bis 25. Juni 2024 trafen sich 160 Messeprofis zur 2. DACH-Messefachtagung bei der Messe Dornbirn im österreichischen Vorarlberg. Gemeinsam mit der Swiss LiveCom Association Expo Event und der Arbeitsgemeinschaft Messen Austria bot der Fachverband Messen und Ausstellungen FAMA ein breites Programm mit inhaltlichen Impulsen zu Digitalem Marketing, Resilienz und Future Talents, abgerundet durch Keynotes von Wolf Lotter über Einzigartigkeit und Colin Fernando zur Markenführung im Messebusiness.

Im Dreiländereck am Bodensee hatten die Organisatoren zunächst zum Welcome-Abend auf den Dornbirner Hausberg Karren geladen, wo ein Sonnenuntergang den EM-Schlagabtausch zwischen der Schweiz und Deutschland begleitete.

Am ersten Veranstaltungstag übernahm Carolin Durst, Professorin für Digitalmarketing an der Hochschule Ansbach, nach der Begrüßung durch die Verbände mit ihrer Vision-Note über Digitales Marketing und KI den Einstieg ins Fachprogramm. Zum Bonmot der Tagung wurde ihre Analyse, dass Veränderungen bei Menschen ab 34 gegen die natürliche Ordnung der Dinge verstoßen. Auf ihren Vortrag folgte Antoinette Wenk vom Resilienz Zentrum Schweiz, die dem Plenum mit Atem- und Gedankenübungen und zahlreichen Impulsen Werkzeuge zur Verbesserung der Resilienz als Individuen, Führungskräfte und im Team mit auf den Weg gab. Zum Abschluss der Vision-Notes gewährte Marleen Wendland von der Deutschen Messe AG Einblicke in die Erkenntnisse aus ihrer Masterarbeit zum Thema Onboarding von Future Talents. Alle drei Vision-Notes wurden in moderierten Deep Dives mit Messeprofis auf den Podien und dem Publikum in intensivem Austausch vertieft.

Den Schlusspunkt unter das Fachprogramm des ersten Tages setzte der Publizist und Buchautor Wolf Lotter. Mit seinem Vortrag über Echtes und Einzigartiges analysierte er die Schwierigkeiten des satten Westens bei der Transformation von der Industrie- in die Wissensgesellschaft. Den Anwesenden sprach er

Mut zu und ermahnte sie zugleich, bei der Schaffung einzigartiger Erlebnisse und Begegnungen nicht nachzulassen. Die anschließende Bootsfahrt auf dem Bodensee bot bei strahlendem Sonnenschein einen weiteren Anlass für den intensiven Austausch unter den Teilnehmenden.

Den traditionellen Icebreaker und Einstieg in den zweiten Tag boten die mittlerweile Podcast-erprobten Rechtspraktiker Martin Glöckner und Thilo Könicke mit anschaulichen Beispielen aus der betrieblichen Praxis. Daran schlossen sich nahtlos die Best-Case-Circles zu den Themenfeldern B2C-Messen, B2B-Messen, Veranstaltungsleitung/Organisation, Geländeeigner, sowie Kulturwandel/Diversity an. Hierfür hatte die Messe Dornbirn ein kreatives Setting in ihrer größten Messehalle 11 gewählt. Die Breakout-Räume für Deep Dives und die Best-Case-Circles wurden kurzerhand in die Ecken der Messehalle platziert und farblich markiert gestaltet.



Bernhard Erler, Sabine Tichy-Treimel, Henning Könicke und Roman Amgrüth (v. l., Foto: FAMA/Alexandra Serra)

Den Schlusspunkt unter die Tagung setzte Colin Fernando von den Markenstrategen der Firma Brand Trust aus Nürnberg. Er richtete die Aufmerksamkeit der Teilnehmenden auf den Kontext und das, was sich in Sachen Markenführung unter der Oberfläche abspielt. In der abschließenden Pressekonferenz betonten die Vertretenden der Verbände Sabine Tichy-Treimel (Österreich), Roman Imgrüth (Schweiz) und Henning Könicke (Deutschland), dass sich die DACH-Messefachtagung offensichtlich bereits mit ihrer zweiten Durchführung als Fixpunkt etabliert habe. Auch der Mehrwert des grenzüberschreitenden Austauschs wurde von allen betont.

Henning Könicke zeigte sich bezüglich der Selbstwahrnehmung der Messewirtschaft als Leuchtturm der Resilienz selbstkritisch und rief

die Messewelt dazu auf, in ihrem Bemühen um Flexibilität, Kundenzentrierung und Serviceorientierung nicht nachzulassen, um für zukünftige Herausforderungen gerüstet zu sein. Roman Imgrüth ergänzte, dass sich eine substantielle Erholung der Branche fortsetze, diese aber vorerst noch keine Pause in den Transformationsbemühungen erlaube. Sabine Tichy-Treimel zeigte sich erfreut über eine auch im Feld der Teilnehmenden sichtbare Vielfalt. Insbesondere die Tatsache, dass Entwicklung vermehrt von Jüngeren und Frauen vorangetrieben werde, stimme sie zuversichtlich.

Könicke kommentierte das Selbstverständnis Deutschlands als Erfinder der Messen und Marktführer in Sachen Weltleitmessens dahingehend kritisch, dass dies nicht dazu führen dürfe, wichtige Binnenmärkte aus dem Blick zu verlieren. Er sieht für die Zukunft Formate im Fokus, die global unabhängig funktionieren und vor allem vielfältige Kundenbedürfnisse stärker in den Fokus nehmen, indem Relevanz durch maßgeschneiderten Mehrwert gerade für knappe Zeitbudgets von Besuchenden geschaffen wird. Tichy-Treimel betonte den unterschiedlichen Charakter des österreichischen Messemarktes, der viel stärker regional orientiert sei. Trotz größerer Kundennähe und Flexibilität und einem eindeutig positiven Trend sei der Markt noch nicht wieder ganz dort angekommen, wo ihn die österreichischen Messeplätze gerne hätten. Imgrüth beklagte mit der Aufgabe des Schweizer Automobilsalons den Verlust eines weiteren internationalen Aushängeschildes. Ansonsten sei man auf dem Weg, das Niveau von 2019 bald wieder zu erreichen und er betonte, dass dies ja für die Branche ein absoluter Rekordwert sei. Der Transformation von Formaten und Geschäftsmodellen räumt Imgrüth hohe Priorität ein.

Alle drei zeigten sich über den spürbaren Enthusiasmus unter den Teilnehmenden während der drei Tage am Bodensee erfreut, den sie als Indikator für eine nachhaltig positive Entwicklung werteten. Eine zukunftsfeste Chance liege in dem begründet, was Wolf Lotter unserer Wirtschaft als Ganzes ins Stammbuch schrieb: Mehrwert durch Authentizität schaffen, dafür seien Messen in ihrer Wahrhaftigkeit und Unmittelbarkeit geschaffen. Wenn sie das mit einer einfachen und erlebnisreichen Customer Journey und einer guten Anbindung an digitale Kanäle sicherstellen, stehe Fach- wie Publikumsmessen eine rosige Zukunft bevor.

Halbzeitbilanz

Nachgefragt im Eventcatering

ZUR JAHRESMITTE HABEN WIR BEI EINIGEN EVENTCATERERN UM EIN STATEMENT GEBETEN, UM DIE AKTUELLEN ENTWICKLUNGEN UND ERWARTUNGEN IN DIESEM MARKTSEGMENT IN EINEM STIMMUNGS-BILD WIEDERGEBEN ZU KÖNNEN.

Gefragt haben wir, wie sich das Eventcatering-Geschäft in der ersten Jahreshälfte entwickelte, welche Erwartungen an die zweite Jahreshälfte bestehen und was die aktuellen Trends sind. Nachfolgend die Antworten.

Ben Wagner, Taste of Now

Umsatzmäßig liegen wir leicht über dem Niveau von 2023. Eine Herausforderung stellen weiterhin die hohen Kosten dar. Auch für die zweite Jahreshälfte erwarten wir eine ähnliche Entwicklung wie 2023.

Nachhaltigkeit ist kein Trend, aber hat sich als Standard etabliert, was sich unter anderem in der Nachfrage nach veganen und regionalen Konzepten zeigt.

Bei Getränken beobachten wir einen steigenden Bedarf an interessanten alkoholfreien Alternativen – hier tut sich gerade wirklich einiges.



Ben Wagner
(Foto: Taste of Now)

Spannend sind auch Entwicklungen im Bereich Küchenroboter, wobei wir deren Einsatz eher in der stationären Gastronomie sehen.

Johannes Molderings, lemonpie Eventcatering

Das Eventcatering-Geschäft lief auf jeden Fall sehr zufriedenstellend. Glücklicherweise. Es fanden vornehmlich viele wiederkehrende



Johannes Molderings
(Foto: lemonpie Eventcatering)

Veranstaltungen statt, was für unsere langjährigen Kundenbeziehungen spricht. Ein besonderer Fokus lag im ersten Halbjahr zudem auf den zahlreichen Tagungen und Kongresse, die wir in unterschiedlichsten Locations und Varianten durchgeführt haben.

Eine weiterhin gute Erwartung haben wir an die zweite Jahreshälfte 2024, weil wir ein sehr motiviertes Vertriebsteam haben! Der September ist ein starker Monat für große Firmenfeiern, luxuriöse Shop-Eröffnungen und natürlich auch Veranstaltungen unter freiem Himmel. Im November und Dezember haben wir dann wieder sensationelle Aussichten im Hinblick auf die vielen Weihnachtsfeiern. Es bleibt abwechslungsreich.

Trends im Eventcatering? Gesetze Dinner sind wieder sehr gefragt. Das klassische 3-Gang-Menü aus saisonalen, qualitativ hochwertigen Produkten ist der Trend 2024. Und natürlich nach wie vor die urbanen Street-food-Konzepte. Hier setzen wir unser Zero-Waste-Konzept ein, indem wir Einmalgeschirr nutzen, das nicht nur biologisch abbaubar und recyclebar ist, sondern auch dem Wertstoffkreislauf zurückgeführt wird und damit im Einklang mit einer zukunftsorientierten Kreislaufwirtschaft steht. Für uns ist das ein ganz wichtiger Trend, der mit der Symbiose von smarten Prozessen im Bereich Einmalgeschirr und hochwertigem Catering eine neue Ära der Nachhaltigkeit einläutet.

Richard Schmitz, Kuffler Catering

Das Jahr 2024 lag im Catering bisher ungefähr in unseren Erwartungen. Im standardmäßig schwierigen ersten Quartal waren wir sogar

leicht besser als geplant. Leider konnten wir diesen Trend nicht ins zweite Quartal ziehen – die erhofften, positiven Auswirkungen der EM im eigenen Land blieben für uns, zumindest im Cateringbereich, leider aus. Somit liegen wir in Summe mehr oder weniger im Plan.

Die zweite Jahreshälfte ist für uns aktuell weder Fisch noch Fleisch, da sich der sonst sehr starke September noch etwas bitten lässt. Da muss noch einiges passieren, dass wir uns da in die richtige Richtung entwickeln. Das vierte Quartal bis zum Jahresende allerdings entwickelt sich ganz hervorragend und wird sehr stark werden – das wissen wir jetzt schon.

Nach wie vor sehr stark im Trend liegt bei unseren Kunden Regionalität und Nachhaltigkeit der Produkte, verbunden mit einer sehr hohen



Richard Schmitz
(Foto: Kuffler Catering)

Nachfrage nach kreativen, vegetarischen und insbesondere auch veganen Konzepten. Die Lebensmittel sollen eine Geschichte haben, die sich gut erzählen lässt und die glaubwürdig ist. Die Authentizität im Storytelling ist wichtiger denn je, besonders wenn doch noch tierische Produkte zum Einsatz kommen sollen.

André Karpinski, Kaiserschote

Eine „uneinheitliche Entwicklung im Eventcatering-Geschäft“ beschreibt die Lage treffend. Der Post-Corona-Nachholeffekt aus 2023 hat sich gelegt, und dies kombiniert mit einer Konjunkturschwäche und ungünstigem Sommer-Event-Wetter. Im Privatkundenmarkt verzeichneten wir einen deutlichen Umsatzrückgang. Die Erhöhung der Mehrwertsteuer von sieben Prozent auf 19 Prozent und die allgemeine Konsumzurückhaltung führten trotz annä-



André Karpinski
(Foto: Kaiserschote)

hernd gleicher Anfragezahlen zu weniger Buchungen und kleineren Hochzeitsgesellschaften. Das Geschäft mit unseren B2B-Stammkunden verlief zufriedenstellend, jedoch waren die Entscheidungsprozesse für oder gegen Veranstaltungen der Livekommunikation von Kurzfristigkeit geprägt. Insgesamt war es ein herausforderndes Halbjahr.

Wir freuen uns dennoch über die erfolgreichen Ergebnisse unserer Location-Partnerschaften und Eigenveranstaltungen, wie die Events im Seepavillon zu den „Fine Food Days“. Auch unsere Akquise- und Sales-Aktivitäten haben sich bewährt. Wenn der Kuchen kleiner wird, müssen wir uns ein größeres Stück davon sichern.

Eine sehr positive Entwicklung erwarten wir für die zweite Jahreshälfte 2024. Der September wird alle Rekorde brechen, und das Weihnachtsgeschäft ist in diesem Jahr bereits

außergewöhnlich gut gebucht. Insgesamt sind wir sehr zuversichtlich, da wir uns mit kostenoptimierten Konzepten wie „Zero-Foodwaste“ und „PUR“ frühzeitig auf die Preissensibilität des Marktes und den gleichzeitigen Wunsch nach Nachhaltigkeit eingestellt haben.

Trend? Mit der Zeit zu gehen, ist immer schon unser Lieblingstrend gewesen. Food-Konzepte müssen aktuelle Bezüge haben, statt olle Kamellen aufzuwärmen. Genau das spiegelt unser Catering-Rezept wider: „Reduce to the max“ bei vollem Genuss.

Die letzten Jahre haben für rapide Änderungen in der Catering-Branche gesorgt: Planungsunsicherheiten, fehlendes Personal, steigende Kosten bei Zutaten und Energie und nahezu täglich Nachrichten, die die Welt bewegen. Unsere Reaktion auf diese Herausforderungen war keine Preiserhöhung, sondern die Suche nach Lösungen.

Dafür fokussieren wir uns auf das Wesentliche: Nachhaltige Produkte kombiniert mit genuinsvoller Individualisierung an der Station treffen das gewachsene Bedürfnis unserer Kunden nach Klarheit. Zudem ist es für uns gut planbar, und diesen Preisvorteil geben wir dann gerne an unsere Kunden weiter.

Unser Motto dabei lautet: Erst wenn man nichts mehr weglassen kann, ist es perfekt. Gleichzeitig gilt es die Top-Themen Nachhaltigkeit und Individualisierung zu integrieren.

Helena Radjeh, FR Catering

Wir haben in den ersten sechs Monaten im Vergleich zum Vorjahr eine Umsatzsteigerung von 15,3 Prozent erreicht. Diese ist auch auf die EM 2024 zurückzuführen, da wir sechs Wochen

in Herzogenaurach bei adidas mit der kompletten Betreuung eines Sponsors, des DFB Presseentrums und der Medientechniker beauftragt wurden und parallel den Megaevent „75 Jahre adidas“ und einige zusätzliche Events auf dem Campus im Bereich Catering durchgeführt haben.

Stand heute wird sich das zweite Halbjahr mindestens genauso erfreulich entwickeln, Gründe dafür sind die Ausweitung unseres Locationportfolios als Preferred Partner in wichtigen deutschen Destinationen und unsere Aktivitäten im Bereich Automotive.



Helena Radjeh
(Foto: FR Catering)

Trends im Eventcatering sind unverändert Nachhaltigkeit, Regionalität, Fokus auf Dienstleistung und als Darbietungskonzept Family-Style. Allerdings sind wir kein Trendsetter in unserer Branche, sondern als Konzeptcaterer nah am Umsetzungsauftrag unseres Kunden.

skyliner®

Bild & Link: GRX -> Mit Toyota unterwegs am Nürburgring

skyliner.tv

Die Eventüberdachung



MUSE veröffentlichte seine „Leading Agencies of the Year 2024“
(Illustration: MUSE Creative Awards)

These Guys erreicht Top 10 Platzierung in USA-Ranking

MUSE wählte Top Ten Agencies of the Year aus

These Guys aka Schachzug hat es auf eine Top-Platzierung im MUSE-Agenturenranking in den USA geschafft und konnte sich auf dem achten Platz platzieren. Die endgültige MUSE-Gewinnerliste wird demnächst zusammen mit der Bekanntgabe der Ergebnisse der zweiten Staffel der MUSE Creative Awards veröffentlicht.

Unter dem Namen These Guys firmiert der Ableger der Kreativagentur Schachzug seit Anfang 2023 in den USA. These Guys ist ein Experiential Lab mit dem Schwerpunkt auf agile Softwareentwicklung und strategische Beratung. Das Kerngeschäft ist die fortschrittliche Event-Analytik und -Messung. Mit den Produkten „Flow“, „Neural“ und dem xKPI

Ecosystem will These Guys Erlebnismarketing von meinungsgetrieben zu datengetrieben transformieren.

Jedes Jahr wählt MUSE zehn herausragende Agenturen aus, die in den meisten Kategorien an den MUSE Creative Awards teilgenommen und gewonnen haben – basierend auf den Kriterien der International Awards Associate (IAA). Diese zehn Agenturen und Unternehmen zeichnen sich durch Kreativität, Strategie und Fachwissen sowie durch ihr Verständnis von Marken-Insights aus. Die kuratierte Liste repräsentiert Disziplinen und Akteure, darunter Branchenführer, traditionelle Agenturen, unabhängige Kreativprofis, Digitalspe-

zialisten, PR- und Kommunikationsfirmen sowie Storyteller.

Die Agentur Schachzug aka These Guys erhielt bei den MUSE Creative Awards 2023 nicht weniger als 18 Auszeichnungen. Sie gewann bei diesem Wettbewerb allein sieben Platin-Awards, zehn Gold-Awards und einen Silber-Award. Die MUSE Creative Awards umfassen eine Vielzahl von Kategorien und zeichnen die besten Leistungen in den Bereichen Werbung, digitale Medien, Marketingstrategien und PR-Kommunikation aus. Teilnehmer aus allen Teilen der Welt präsentieren kreative Werbung, Design und Kampagnen, die die Branche inspirieren und neue Maßstäbe setzen sollen.

RX DEUTSCHLAND GEWINNT UFI MARKETING AWARD 2024

Die UFI hat RX Deutschland zum Gewinner des UFI Marketing Award 2024 ernannt. Mit dem Award zeichnet der Weltmesseverband seit 2001 vorbildliche Marketinginitiativen aus. Das Thema des Awards 2024 lautete „Data-driven revenue: The secret ingredient for Venues and Event Organisers“.

Dorota Wallusch, Vorsitzende der UFI-Arbeitsgruppe für Marketing: „Datenverarbeitung und -analyse sind seit vielen Jahren Gesprächsthemen. Als Veranstalter und Betreiber von Veranstaltungsorten sammeln und verarbeiten wir unglaublich große Datenmengen aus Quellen wie Anmeldeformularen, Ticket-

plattformen, Online-Verhaltensverfolgung, Veranstaltungsort-Zugangssystemen, Umfragen und vielem mehr. Da die Digitalisierung fast jeden Aspekt des Marketings übernimmt, ist es an der Zeit zu fragen, wie unser Geschäft von den umgebenden Daten profitiert und wie wir das, was wir haben, monetarisieren können – und die beste und effektivste Erfolgsgeschichte auszuzeichnen. RX Deutschland nutzte im Fall der FIBO-Messe die gesammelten Daten, indem es eine sehr zielgerichtete/personenorientierte Marketingstrategie initiierte, mit Marketing-Automatisierungstools arbeitete und die gesammelten Informationen folg-

lich monetarisierte. Die Jury war von der Umwandlung von Daten in Geschäftsideen beeindruckt und entschied sich daher, RX Deutschland den diesjährigen UFI Marketing Award zu verleihen.“

Die Jury würdigte auch die Finalisten für die Qualität ihrer Projekte: das Informa Markets & Iiris MQL Dashboard und Taitra (Taiwan External Trade Development Council) für die Computex 2023. Der Beitrag des Gewinners kann auf der UFI-Website eingesehen werden. Die Gewinner des UFI Award 2024 werden ihre Projekte auf dem 91. UFI Global Congress vom 20. bis 23. November 2024 in Köln vorstellen.



darmstadtium (Foto: darmstadtium)

Initiative Nachhaltige Veranstaltungswirtschaft

Kick-off im darmstadtium

Der Kick-off am 27. September bildet den Auftakt zu der langfristig angelegten Initiative „Nachhaltige Veranstaltungswirtschaft“, die B.A.U.M. i. V. in Kooperation mit der Nachhaltigkeitsberatung von 2bdifferent ins Leben ruft. Viele der 820 B.A.U.M.-Mitglieder nutzen Messen und Events als wirksames Instrument der Marketingkommunikation. Eine Transformation im Sinne des Green Deal und im Rahmen der Umsetzungsprozesse der Corporate Sustainable Responsibility Directive (CSRD) beinhaltet daher zwingend die Beachtung Nachhaltigkeitsaspekte bei der Planung und Umsetzung im Messe- und Eventmanagement.

Mit der Initiative knüpft B.A.U.M. an die elf unter dem Dach von „Wirtschaft pro Klima“ durchgeführten Transformationsdialoge „Nachhaltige Veranstaltungswirtschaft“ an, die in den Jahren 2022/23 stattfanden und regen Zulauf erfuhren. B.A.U.M. und 2bdifferent installieren für die Initiative einen professionellen organisatorischen Rahmen, der einen direkten, fairen und projektunabhängigen Aus-

tausch zwischen den Akteuren der Branche ermöglicht. Dies soll entscheidende Impulse für die nachhaltige Transformation der Veranstaltungswirtschaft setzen.

Die Initiative will eine Plattform für die Kooperation zwischen Dienstleistern und Auftraggebern der Eventbranche schaffen. Zudem ist sie wissenschaftlich vernetzt. Geplant ist eine enge und direkte Zusammenarbeit mit lehrenden und forschenden Institutionen, um auch den Nachwuchs bereits mit Beginn der Ausbildung zu sensibilisieren. So sollen unabhängige Forschungsaufträge ermöglicht werden, deren Ergebnisse und Erkenntnisse allen Akteuren der Initiative zur Verfügung stehen.

Darüber hinaus haben sich B.A.U.M. und 2bdifferent regelmäßige Austauschformate zum Ziel gesetzt. Vorgesehen ist es, jährlich drei bis vier Dialogveranstaltungen zu organisieren, darunter ein Präsenztreffen.

Zusätzlich gibt es fachbezogene Weiterbildungs- und Diskussionsformate zwischen

Dienstleistern und Auftraggebern der Eventwirtschaft, um das Wissen und die Kompetenzen innerhalb der Branche zu stärken. Die Themenauswahl orientiert sich an den aktuellen Anforderungen der Transformation hin zu einer nachhaltigen Veranstaltungswirtschaft. Dazu gehören Kreislaufwirtschaft, nachhaltige Beschaffung, Klimaneutralität, SDGs, Ressourceneffizienz und Kostenreduktion, Greenwashing, Arbeitsbedingungen und faire Löhne, Gesundheit und Sicherheit, Gleichberechtigung und Inklusion und Zertifizierungen wie die ISO 20121 Zertifizierung für nachhaltiges Eventmanagement.

Gastgeber der Auftaktveranstaltung am 27. September 2024 ist das darmstadtium in Darmstadt. Das Kongresszentrum hat Vorbildcharakter, weil es sich Nachhaltigkeit schon lange auf die Fahnen geschrieben hat und sich als Ort positioniert hat, um voneinander und miteinander zu lernen und gemeinsam Lösungen für die Veränderungen in der Eventbranche zu erarbeiten.



Lisbeth Hanses
(Foto: Proske)



Conny Lobert
(Foto: ctc)



Eventplattform
(Symbolbild,
Illustration: BlachReport)

Lisbeth Hanses/magnid und Conny Lobert/ctc im Talk mit dem BlachReport

Expertinnengespräch: Gibt es die ideale Eventplattform?

DIE ENTWICKLUNGEN DER LETZTEN JAHRE INKLUSIVE DER PANDEMIE HABEN DIE EVENTBRANCHE VOR VIELE HERAUSFORDERUNGEN GESTELLT. DIGITALE UND HYBRIDE VERANSTALTUNGSFORMATE HABEN AN BEDEUTUNG GEWONNEN.

In diesem Interview diskutieren Conny Lobert von ctc events und Lisbeth Hanses von magnid mit dem BlachReport die aktuellen Trends bei den Event-Plattformen, die heute von einer Vielzahl von Unternehmen und Organisationen genutzt werden.

BlachReport: ctc events hat sich intensiv mit den Möglichkeiten von Event-Plattformen beschäftigt. Warum?

Conny Lobert: Während der Covid-Pandemie waren wir gezwungen, uns intensiv mit Event-Plattformen auseinanderzusetzen, da es sonst wenig Möglichkeiten gegeben hätte, Veranstaltungen über einen längeren Zeitraum hinweg durchzuführen. Inzwischen ist die Pandemie Geschichte, aber die Nachfrage unserer Kunden nach diesen Lösungen trotzdem gestiegen. Gleichzeitig hat sich das Angebot an Event-Platt-

formen seit dem Ende der Pandemie erweitert, was die Auswahlmöglichkeiten und Nutzungsmöglichkeiten vergrößert hat. Als Agentur für Markenkommunikation sehen wir es als unsere Verantwortung, unsere Kunden in diesem Bereich kompetent zu beraten und umfassenden Support anzubieten. Dies führt unweigerlich zu der häufig gestellten Frage: Welche Plattform ist die richtige und die beste? Aus unserer Sicht ist diese Frage jedoch nicht einfach zu beantworten, da es von vielen Faktoren abhängt.

BlachReport: Du hast nach geeigneten Event-Plattformen recherchiert. Hast du die ideale Plattform gefunden?

Conny Lobert: Nein, eine ideale Plattform, die für alle Anforderungen und Eventformate gleichermaßen geeignet ist, gibt es meines Erachtens nicht. Die Wahl der passenden Plattform hängt immer von den spezifischen Zielen und dem jeweiligen Eventformat ab. Verschiedene Veranstaltungen haben unterschiedliche Anforderungen, weshalb die Frage nach der idealen Plattform nicht pauschal beantwortet werden kann. Es gibt Plattformen, die für bestimmte Eventtypen hervorragend geeignet sind,

während andere Plattformen besser für andere Formate passen. Daher ist es entscheidend, die Anforderungen jeder einzelnen Veranstaltung genau zu analysieren, bevor eine Entscheidung getroffen wird.

BlachReport: Gibt es aus Anbietersicht eine ideale Plattform?

Lisbeth Hanses: Ich stimme Conny Lobert zu. Natürlich würde ich gerne sagen, dass magnid die ideale Plattform ist, aber die Realität ist komplexer. Jede Veranstaltung hat individuelle Anforderungen. Es gibt Events, die gut mit einer Plattform wie magnid funktionieren, während andere eine voll immersive Erlebniswelt benötigen. Die Funktionen und Anforderungen an die Plattform können daher stark variieren. Die Suche nach der ‚eierlegenden Wollmilchsau‘ ist daher oft vergeblich. Viele Plattformen vereinen verschiedene Veranstaltungsformate und -orte, aber es ist wichtig, die spezifischen Bedürfnisse der Veranstaltung und des Kunden zu berücksichtigen, um die richtige Wahl zu treffen.

BlachReport: Während der Pandemie waren Event-Plattformen essenziell. Wer nutzt sie heute?

Lisbeth Hanses: Heute nutzen eine Vielzahl von Unternehmen und Organisationen Event-Plattformen. Die Anforderungen und Erwartungen haben sich weiterentwickelt, und die Integration von digitalen und virtuellen Elementen in das Veranstaltungsportfolio ist mittlerweile ein ‚Muss‘. Es ist wichtig, eine Plattform zu wählen, die mit den Marktentwicklungen Schritt halten kann. Themen wie Nachhaltigkeit und Inklusion sind ebenfalls bedeutend, da virtuelle Events eine größere Reichweite ermöglichen und oft kosteneffizienter sind. Unternehmen nutzen virtuelle Plattformen, um eine globale Präsenz zu sichern und gleichzeitig nachhaltige und inklusive Veranstaltungen zu ermöglichen.

Conny Lobert: In unserem Kundenkreis sehen wir, dass international aufgestellte Unternehmen vermehrt Event-Plattformen nutzen. Die Vorteile liegen klar auf der Hand, besonders bei komplexen Themen oder größeren Events wie Konferenzen oder Festivals. Die Akzeptanz auf Kundenseite und die Bereitschaft, für diese Lösungen zu zahlen, ist unserer Erfahrung nach gestiegen.

BlachReport: Was muss eine Event-Plattform heute können?

Conny Lobert: Das hängt stark von den Zielen und dem Format der Veranstaltung ab. Aus Sicht einer Agentur ist es am wichtigsten, dass eine Event-Plattform als Lösungsanbieter fungiert. Das bedeutet, dass wir einen Partner an unserer Seite haben, mit dem wir gemeinsam die Nutzungsanforderungen entwickeln und erweitern können. Flexibilität ist hier der Schlüssel. Eine Plattform muss über zahlreiche Schnittstellen verfügen, um zusätzliche Tools integrieren zu können, da keine Plattform alle Bedürfnisse vollständig abdecken kann. Ein guter Support und ein Ansprechpartner sind ebenfalls entscheidend, um die Anforderungen der Agentur und des Kunden effizient umzusetzen.

Lisbeth Hanses: Ergänzend möchte ich auf die Themen Datensicherheit und Barrierefreiheit eingehen. Eine Plattform muss nach den höchsten Sicherheitsstandards funktionieren und DSGVO-konform sein. Dies wird oft als selbstverständlich angesehen, ist jedoch nicht immer gewährleistet. Außerdem sollte die Plattform Technologien wie Screenreader unterstützen, um eine breite Teilhabe zu ermöglichen. Nachhaltigkeit und Inklusion sind wichtige Themen, die eine Plattform heute ebenfalls berücksichtigen muss.

BlachReport: Muss eine Event-Plattform mobil nutzbar sein?

Conny Lobert: Ja, auf jeden Fall. Eine Event-Plattform, die nicht mobil nutzbar ist, ist in der heutigen Zeit praktisch unbrauchbar. Die Erwartung

der Nutzer ist, dass sie von überall und jederzeit auf die Plattform zugreifen können. Mobilität ist zu einer Selbstverständlichkeit geworden und ohne diese Funktionalität verliert eine Plattform erheblich an Relevanz.

BlachReport: Welche Entwicklungsmöglichkeiten haben Event-Plattformen? Was wird noch gebraucht?

Lisbeth Hanses: Die Entwicklungsmöglichkeiten sind vielfältig. Interaktion ist ein zentrales Thema, bei dem es darum geht, die Teilnehmer aktiv in virtuelle Veranstaltungen einzubinden. Funktionen wie Umfragen, Polling Sessions und Matchmaking sind hierbei sehr hilfreich. Gamification kann ebenfalls dazu beitragen, das Engagement der Teilnehmer zu erhöhen. Ein weiteres wichtiges Thema ist die globale Reichweite, die durch Event-Plattformen ermöglicht wird. Datenanalyse ist ebenfalls entscheidend, um Einblicke in das Teilnehmerverhalten zu gewinnen und zukünftige Veranstaltungen zu optimieren. Bei magnid arbeiten wir beispielsweise an KI-gestützten Zusammenfassungen von On-Demand-Inhalten, um die Relevanz und Nutzerfreundlichkeit weiter zu steigern.

BlachReport: Wie funktioniert diese KI-Zusammenfassung?

Lisbeth Hanses: Unser Produkt kann aus On-Demand Inhalten Zusammenfassungen in Textform erstellen. Zusätzlich analysiert die KI, mit welchen Inhalten die Nutzer interagiert haben und erstellt daraus personalisierte Vorschläge. Diese Funktion ermöglicht es, relevante Inhalte besser zugänglich zu machen und den Teilnehmern eine effiziente Möglichkeit zu bieten, sich mit den wichtigsten Informationen auseinanderzusetzen. Veranstalter können so sicherstellen, dass die Inhalte gezielt und effektiv vermittelt werden.

BlachReport: Werden Eventplattformen gekauft oder gemietet?

Was sind die Kosten?

Conny Lobert: Die Entscheidung, ob eine Event-Plattform gekauft oder gemietet wird, hängt von den spezifischen Anforderungen und der Nutzungshäufigkeit ab. Für wiederkehrende, gleichartige Veranstaltungen kann der Kauf sinnvoll sein. Bei vielfältigen und wechselnden Eventformaten empfehlen wir jedoch die Miete, um flexibel zu bleiben und die Plattform immer den aktuellen Anforderungen anpassen zu können. Die Kosten variieren je nach Umfang und Individualisierung der Plattform.

Lisbeth Hanses: Bei magnid bieten wir flexible Lizenzmodelle an. Diese reichen von kurzfristigen Nutzungen für einzelne Veranstaltungen bis hin zu langfristigen Lizenzen über ein Jahr oder mehr. Die Kosten hängen von der Nutzungsdauer, dem Individualisierungsgrad und dem spezifischen Nutzen der Plattform ab. Langfristige Nutzung kann kosteneffizienter sein, insbesondere wenn eine strategische, langfristige Planung zugrunde liegt.

BlachReport: Wie informieren Anbieter ihre Kunden über die Features und Möglichkeiten ihrer Plattformen?

Lisbeth Hanses: Kommunikation ist hier der Schlüssel. Wir nutzen eine Mischung aus allgemeinen Kommunikationskanälen wie Social Media und Newslettern sowie direkten Gesprächen mit Kunden. Es ist wichtig, die Kunden auf ihrem jeweiligen Wissensstand abzuholen und ihnen die Plattform benutzerfreundlich zu erklären. Wir bieten individuelle Beratungen und Schulungen an, um sicherzustellen, dass die Plattform optimal genutzt wird. Unterstützende Materialien und ein effektiver Support sind ebenfalls entscheidend, um Fragen zu beantworten und einen reibungslosen Einsatz zu gewährleisten.

BlachReport: Vielen Dank für die Antworten.



Französischer Pavillon
(Foto: Coldefy/CRA-Carlo Ratti Associati)

Australischer Pavillon
(Foto: Buchan)

USA-Pavillon bei der Expo 2025
(Foto: Trahan Architects)

Geplante Länderpavillons bei der Weltausstellung

Designentwürfe für die Expo Osaka

„DESIGNING FUTURE SOCIETY FOR OUR LIVES“ – UNTER DIESEM MOTTO TREFFEN SICH DIE LÄNDER DIESER WELT VOM 13. APRIL BIS 13. OKTOBER 2025 IM JAPANISCHEN OSAKA ZU DER EXPO 2025.

Mit Anmeldestand vom 18. Juni 2024 haben nach Angaben der Veranstalter 161 Länder und Regionen sowie neun internationale Organisationen ihre Teilnahme an der Weltausstellung zugesagt. Für den deutschen Auftritt verantwortet erneut die Koelnmesse GmbH Organisation und Betrieb – das Design des German Pavilion stammt von LAVA Architects. Ein paar Beispiele dessen, was Besucher von den Präsenzen anderer Länder zu erwarten haben, haben wir nachfolgend zusammengetragen.

USA SETZT AUF TRAHAN ARCHITECTS

Der USA-Pavillon stammt aus der Feder von Trahan Architects und will die Besucher in ein lebendiges Erlebnis der Vereinigten Staaten einladen, mit Panoramablick auf das Land und Ausstellungen zu Nachhaltigkeit, Weltraumforschung, Bildung und Unternehmertum. Der USA-Pavillon wird als offenes, minimalistisches Gebäude über einen weitläufigen Platz verfügen, der von Panorama-LED-Bildschirmen eingerahmt ist. Bilder typischer amerikanischer Stadt- und Naturlandschaften werden dort zu sehen sein.

Im Zentrum des USA-Pavillons, der die beiden Flügel des Gebäudes verbindet, wird sich ein hell erleuchteter, durchscheinender Würfel befinden, der über dem Gebäude hängt. Im Inneren des „Canyons“ tauchen die Besucher vollständig in Ausblicke auf die Vereinigten Staaten ein, die mit der verspiegelten Oberfläche des über dem Gebäude hängenden Würfels kontrastiert werden.

Im Inneren bringen immersive Ausstellungen und Geschichten die Besucher in städtische und natürliche Orte in den gesamten Vereinigten Staaten und in den Weltraum, wo sie den Mond und andere Galaxien erkunden können.

COLDEFY UND CRA FÜR FRANKREICH

Das französische Architekturstudio Coldefy und das italienische Architekturbüro CRA-Carlo Ratti Associati realisieren den französischen Pavillon mit dem Titel „Theatrum Naturae“. Der Vorschlag spricht sowohl natürliche als auch künstliche Lebensräume an und soll veranschaulichen, wie Design menschliche und nicht-menschliche Welten verbinden kann. Auch soll Frankreichs Beitrag zu Kultur und natürliche Umwelt demonstriert werden. In der Ausstellung werden die Besucher eingeladen, Frankreichs vielfältige Ökosysteme zu erkunden und eine Verbindung zur Natur wiederzuentdecken.

Der Besucherweg durch den Pavillon ist in drei Akte unterteilt: Aufstieg, Entdeckung der Natur und Rückkehr auf den Boden. Eine Wendeltreppe erhebt sich vom Boden und lädt die Besucher ein, den Innenraum des Gebäudes zu betreten und führt sie schließlich auf die Dachterrasse. Hier präsentiert ein angelegter Garten Ausschnitte der Natur aus verschiedenen Gegenden Frankreichs, von den Bergen bis zur Küste. Das Projekt ist eine Antwort auf das übergreifende Thema der Weltausstellung 2025 in Osaka, „Empowering Life“.

AUSTRALISCHER PAVILLON MIT BUCHAN

Die Entwürfe für den australischen Pavillon auf der Expo 2025 stammen vom Architekturbüro Buchan und würdigen die natürliche Schönheit Australiens. Unter dem Motto „Chasing the Sun“ ist der Pavillon auf das übergeordnete Thema der Expo ausgerichtet. Im Wesentlichen soll das Thema den zuversichtlichen Optimismus der Nation einfangen und zu kreativen Lösungen und internationaler Zusammenarbeit inspirieren.

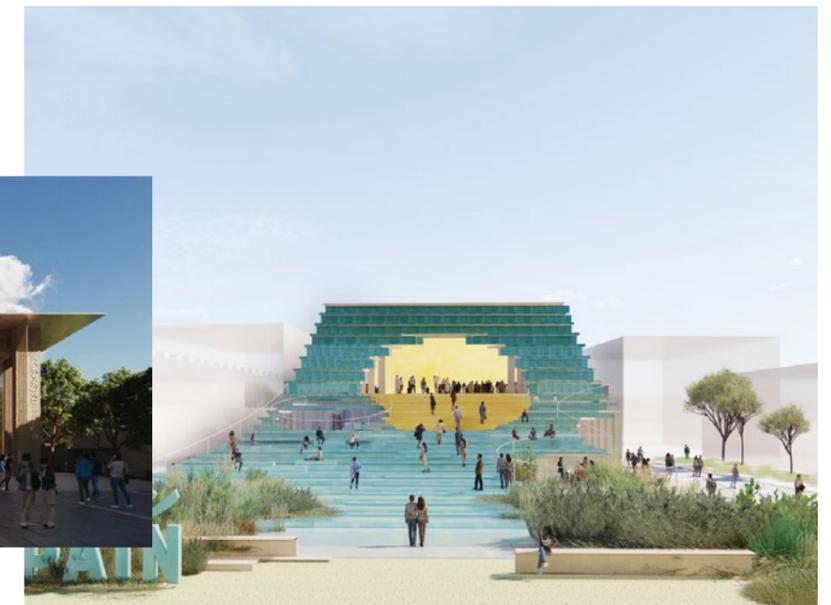
Die immersive Ausstellung soll die Besucher auf eine Reise von Tag zu Nacht und zwischen Realität und Surrealem führen. Das Konzept will die Besucher ermutigen, die physische Schönheit Australiens zu erleben und gleichzeitig etwas über seine Kultur und Errungenschaften zu erfahren.



Singapurs
„Dream Sphere“
(Foto: Singapore Pavilion)



Italien Pavillon
(Foto: Mario Cucinella Architects)



Spanischer Pavillon „The Kuroshio Current“
(Foto: Acción Cultural Española AC/E)

Der Pavillon ist inspiriert von den vielfältigen Formen und Farben der typischen Eukalyptusbäume Australiens, die die Lebendigkeit und Vielfalt des Landes symbolisieren sollen. Die Besucher begeben sich im Pavillon auf eine Reise und verfolgen den Weg der Sonne durch Australien in einem immersiven Erlebnis.

MARIO CUCINELLA ARCHITECTS FÜR ITALIEN

Von Mario Cucinella Architects stammt der Entwurf des italienischen Pavillons für die Expo Osaka 2025. Der Pavillon will Wissen und Innovation durch das Zusammenspiel verschiedener Generationen und Kulturen fördern. Die Ausstellung ist um Italiens kulturelle Schätze herum gestaltet und soll diese hervorheben, dekonstruieren und dann auf moderne Weise neu interpretieren.

Der architektonische Stil des Pavillons soll sich nahtlos in die natürliche Umgebung einfügen und das Licht vom Himmel und vom Meer das Gebäude durchfluten lassen. Die Hauptfront des Pavillons ist offen gestaltet, mit hohen Säulen, die den Pfad für die Gäste einrahmen. Der Rundgang ermutigt die Besucher, sich auf ein kreatives Abenteuer zu begeben und nach und nach in den Geist Italiens einzutauchen. Dazu gehören die lebendigen Farben, die Proportionen und das Gemeinschaftsgefühl, das in Renaissance-Gemälden zu finden ist. Tatsächlich wurde das Erlebnis in drei separate „Akte“ unterteilt, von denen jeder in Orten und Ereignissen verwurzelt ist, in denen Italien eine wesentliche Rolle gespielt hat.

Im Theater wird Italiens Erbe der darstellenden Künste ausgestellt. In einem immersiven, multisensorischen Raum ergeben sich dem Betrachter hier visuelle Suggestionen, Klänge, Bewegungen und Farben, während sich ihm mögliche Zukunftsszenarien präsentieren.

SINGAPUR MIT DP ARCHITECTS

Die DP Architects Group entwarf in Zusammenarbeit mit Kingsmen Exhibits den Singapur-Pavillon „Dream Sphere“ für die Expo. Das Konzept dreht sich um den Slogan „Where dreams take shape“ und soll einen Einblick in die Kultur und die Innovationen des Landes bieten. Der Pavillon kommt in Form einer 17 Meter hohen Kugel daher und enthält eine multisensorische Ausstellung, die Aktionen und Innovationen für eine nachhaltigere Zukunft präsentiert.

Im Inneren sind die Exponate auf drei Ebenen angeordnet und bieten den Besuchern eine immersive Ausstellung interaktiver Multimedia-Kunstinstallationen von singapurischen Künstlern. Die Ausstellung soll auch eine Einführung in die kulinarischen Traditionen Singapurs bieten.

Die „Dream Sphere“ ist mit Tausenden von Dream Disks in leuchtenden Rottönen verkleidet. Diese aus recycelten Materialien gefertigten Elemente sollen den kollektiven Geist Singapurs repräsentieren. Die Form der Installation soll auch die guten diplomatischen Beziehungen zwischen Singapur und Japan darstellen.

ENORME STUDIO, NÉSTOR MONTENEGRO UND SMART AND GREEN FÜR SPANIEN

Die Architektur- und Designbüros Néstor Montenegro, Enorme Studio und Smart and Green Design zeichnen für die Gestaltung des spanischen Pavillons auf der Expo Osaka 2025 verantwortlich. Der Auftritt mit dem Namen „The Kuroshio Current“ soll eine Hommage an eines der „Geheimnisse“ der spanischen Schifffahrt sein.

Diese Strömung (Kuroshio Current) hat eine wertvolle kulturelle und kommerzielle Verbindung zwischen den Kontinenten geschaffen und dient hier als Inspiration für ein Spanien und Japan vereines Erlebnis. Wie der Ozean zeichnet sich der Pavillon durch sein Kreislaufansatz, bei dem natürliche, nachhaltige und umweltverträgliche Materialien verwendet werden.



Yannick van Huissteden
(Foto: BlachReport)

Fragen an Yannick van Huissteden vom neuen München Marriott Hotel City West

Premium-Location für Veranstaltungsplaner

DAS NEUE MÜNCHEN MARRIOTT HOTEL CITY WEST WILL INSBESONDERE MIT DEN MÖGLICHKEITEN UND SEINER AUSSTATTUNG IM VERANSTALTUNGSBEREICH PUNKTEN.

Bei einem Workshop zum Thema Event-Evaluation und -analyse, Sprecher war Ron Schneider von Schachzug aka These Guys, mit Gästen aus Unternehmen und Agenturen hat der BlachReport das Hotel ausprobieren können und mit Yannick van Huissteden, Director of Sales & Distribution im München Marriott Hotel City West, über das Haus und die Ideen von Marriott für diesen Neubau sprechen können.

BlachReport: Warum hat Marriott für sein neues Haus in München einen starken Fokus auf das MICE-Geschäft gelegt?

Yannick van Huissteden: Weil wir einen Bedarf dafür gesehen haben. München bietet eine hervorragende Ausgangssituation, da hier eine starke MICE-Nachfrage besteht. Einige der bestehenden Häuser in München wurden

lediglich renoviert. Es gab also Raum und Bedarf für ein neues, modernes Veranstaltungshotel. Unser als Tagungshotel und Eventlocation konzipiertes Hotel verfügt über 398 Zimmer und Suiten und punktet insbesondere mit seinen vielfältigen Möglichkeiten, der Ausstattung im Veranstaltungsbereich und der guten Verkehrsanbindung.

BlachReport: Wie ist die Abgrenzung zu anderen Marken von Marriott – insbesondere zu W und Edition?

Yannick van Huissteden: W und Edition sind Lifestyle-Marken im Luxussegment. Hier steht das Design im Hotel im Vordergrund. Auch wir im München Marriott Hotel City West setzen, wenn auch etwas untypisch für die Marke Marriott Hotels, auf Design. Unsere Design-Story besteht aus drei Säulen. ‚Ultralokal‘ mit dem Münchner Westend, wo man auf die Vergangenheit des Viertels setzt, wie die Backsteine, deren Interpretation die große Brauerei in der Landsberger Straße ist, oder viel Metall, wo die Inspiration von der Hackerbrücke kommt.

Die zweite Säule bezieht das Alpenvorland ein. Hier hat unser Innenarchitekt Jörn Siebke auf das Material Holz gesetzt, das im Hotel von oben nach unten immer dunkler wird und Berghütten symbolisieren soll. Grün ist die Kontrastfarbe im Hotel, das soll die Bergwiesen der Alpen darstellen. Die dritte Säule ist das königliche Erbe Münchens. Gerade in den Zimmern setzen wir hier auf das Schloss Nymphenburg mit viel Weiß und Gold. In jedem unserer Zimmer befinden sich vier Löwenköpfe, die man von der Münchner Residenz kennt.

BlachReport: Das neue München Marriott Hotel City West mit seiner Fokussierung auf Veranstalteranforderungen hat auch Marriott-intern viel Beachtung gefunden. Ist das Haus nun ein Muster für andere Neueröffnungen?

Yannick van Huissteden: Es ist sowohl ein Test, ob der MICE-Markt diese Fokussierung annimmt, als auch ein Muster für Marriott. Natürlich warten wir jetzt erstmal die Marktresonanz ab, die bisher aber schon sehr positiv war. Es wird aber trotzdem Zeit brauchen, dieses



München Marriott Hotel City West
(Fotos: Marriott)

Angebot mit seinen Möglichkeiten so im Markt zu kommunizieren, dass es für Kunden und Interessenten ‚gelernt‘ und im Mindset verankert ist. Bei der Gestaltung haben wir die Marriott Guidelines berücksichtigt, aber mit lokalem Touch erweitert, was unser Management explizit gewünscht hat. Ob es tatsächlich als ‚Muster‘ genutzt wird, müssen wir noch abwarten.

BlachReport: Wie sind die Reaktionen vom Markt beziehungsweise Ihren Kunden?

Yannick van Huissteden: Bisher sehr positiv. Insbesondere die Möglichkeiten für die Flexibilität der Veranstaltungen werden dabei hervorgehoben, aber auch der Mix aus einer modernen Gestaltung mit lokalen Details. Weitere Hinweise wird uns wahrscheinlich unser Marriott Event Satisfaction Survey liefern, ein Marriott-internes Event-Zufriedenheitsportal, mit dem wir eine prozentuale Gästebefragung durchführen.

BlachReport: Welche Leistungen können Sie für Events erbringen?

Yannick van Huissteden: Unsere Services beginnen bereits auf der Website mit der 3D-Visualisierung des Hotels und seinen Möglichkeiten. Weiterhin gibt es Auflistungen für alle Raumkapazitäten, Vorschläge für Bestuhlungspläne und Renderings. Für Details stehen unsere Spezialisten zur Verfügung, die sich als Berater und nicht als Verkäufer sehen, um für Veranstaltungen wirklich ein Optimum an Leistungen und Support zur Verfügung zu stellen. Vor allem die Flexibilität der Räume, wie frei diese genutzt werden können, wird in unserem Hotel sehr geschätzt.

BlachReport: Welche Räume bieten Sie für Events?

Yannick van Huissteden: Das München Marriott Hotel City West verfügt auf 2.440 qm Tagungs- und Veranstaltungsfläche mit 20 Eventbereichen unterschiedlichster Kapazitäten. Zu unseren Highlights zählt eine fast 470

Quadratmeter große Dachterrasse mit Panoramablick über die Stadt bis hin zu den Alpen, die auch exklusiv für Veranstaltungen buchbar ist und Platz für bis zu 300 Personen bietet.

Herzstück des Veranstaltungsbereichs ist der 904 qm große Ballsaal – einer der größten in München. Der Ballsaal hat eine Kapazität für mehr als 600 Personen und eine Deckenhöhe von 5,50 Meter, lässt sich flexibel in vier Abschnitte unterteilen und hat 240 individuell einstellbare Beleuchtungselemente sowie eine zwölf Meter große Leinwand. Tageslicht aus großen Fenstern, ein externer Zugang, die säulenlose Raumgestaltung und eine hydraulische Hebebühne im Format 6 x 5,5 Meter zählen zu den Highlights des Saales. Die Hebebühne ist direkt mit der großen Tiefgarage des Hotels verbunden und kann damit perfekt für jede Art für Produkt-Präsentationen genutzt werden. Der Ballroom sowie fünf weitere Konferenzräumlichkeiten und zwei Event Offices im Untergeschoss lassen sich flexibel verbinden.

Zum Raumangebot zählen auch Räumlichkeiten für Speaker, in die eine nahtlose Live-Übertragung aus dem Ballsaal möglich ist. Eine separate Bankettküche mit Hightech-Ausstattung, die speziell für die Ausrichtung von Großveranstaltungen wie Gala-Dinner geeignet ist, rundet das Feinkonzept der Veranstaltungsebene ab.

Einen Rückzugsort für intimere Business-Meetings, kleinere Veranstaltungen, Networking-Abende und Private Dinings bieten die sieben Studios im ersten Stock des Hotels. Sie sind verbunden durch unseren Studio Hub, einem Foyer im eleganten Wohnzimmer-Stil. Weiterhin gibt es eine offene Küche mit angedeuteter ‚Wohnzimmeratmosphäre‘.

BlachReport: Welche technische Ausstattung gibt es in den Veranstaltungsräumen?

Yannick van Huissteden: Die ist tatsächlich sehr umfangreich. Zur technischen Ausstattung gehören unter anderem hochauflösende TFT-Bildschirme, Projektoren, professionelle

Audiosysteme und positionierbare Videokonferenzkameras mit Zoomfunktion. Jeder Eventbereich verfügt über ein an der Wand angebrachtes Touchpanel, um die Beleuchtung, Hintergrundmusik, Raumtemperatur, Vorhänge und Bildschirme an die individuellen Bedürfnisse anzupassen. Digitale Flipcharts und eine digitale Beschilderung mit mehreren Aufstellorten und -vorrichtungen ermöglichen darüber hinaus eine maximale Individualisierung der Veranstaltung.

BlachReport: Noch eine grundsätzliche Frage: Wie schätzt Marriott die weitere Entwicklung des MICE-Marktes ein – weltweit und bezogen auf Deutschland?

Yannick van Huissteden: Ich kann natürlich nicht für Marriott insgesamt sprechen, aber Deutschland wird für weltweite Veranstaltungen gerne von Veranstaltern angefragt. Es gibt allerdings viele Städte in Europa, die auch oft zusammen mit München oder Frankfurt angefragt werden wie natürlich London, Paris, Barcelona und Amsterdam, aber auch immer mehr Prag, Madrid und Lissabon. Wir merken, dass die Veranstalter wieder eingesehen haben, dass nicht alle Veranstaltungen nur online durchgeführt werden können. Der persönliche Kontakt ist extrem wichtig, und neben den Vorträgen geht es auch um die Verbindungen und Gespräche, die während der Kaffeepausen gemacht werden. Das bieten wir als Marriott Hotels, und vor allem das Munich Marriott City West mit dem Fokus auf Design, auch im Foyer-Bereich. Nach der Pandemie haben wir festgestellt, dass Veranstaltungen weniger oft im Jahr durchgeführt werden – und wenn, dann sind sie kürzer, also mit weniger Veranstaltungstagen. Unsere Hoffnung ist natürlich, dass sich das wieder verändert. Aber ob das der Fall sein wird oder dies die neue Realität ist, wird die Zukunft zeigen.

BlachReport: Vielen Dank für die Beantwortung unserer Fragen.

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



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

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

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	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 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 Dubai	Dubai Hills Estate Dubai - Vereinigte Arabische Emirate	T +971 503 439 326 hello@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	1st 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.
Uniplan GmbH & Co. KG

Digitale Ausgaben unter:
www.blachreport.de

anbieter
_ansprechpartner anschrift telefon . fax . email . internet anbot

EVENT-AGENTUREN



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

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

EVENT-FACHMESSEN



BOE INTERNATIONAL
Internationale Fachmesse
für Erlebnismarketing
15. – 16. Januar 2025
Dortmund Messe Westfalenhallen
Dortmund GmbH
Strobelallee 45
44139 Dortmund T +49 (0)231 1204-521
F +49 (0)231 1204-678
info@boe-messe.de
www.boe-messe.de

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

EVENT-LOCATIONS



Schokoladenfabrik
Event und Meeting Venue
owned by format:c live
communication GmbH Stollwerckstraße 27-31
51149 Köln T 0162-4596001
T 0176-23177122
hello@schokoladen-fabrik.com
www.schokoladen-fabrik.com
Ihre Ansprechpartner:
_ Natalie Driesnack
_ Tobias Weber

Kölns neueste Location bietet 900m² in Design-Räumen, zwei Außenbereiche mit 1000m², 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

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

MEDIEN- / LED-WÄNDE



ACETEC
EVENT- & MEDIEN-TECHNIK

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

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

MESSE- / EVENTBAU



AMECKO
MESSEN KONGRESSE AUSSTELLUNGEN EVENTS INNENAUSBAU

THE INSPIRING PEOPLE

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

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



artlife
messe events specials

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

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



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

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

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

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



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

MESSE- / EVENTBAU



DEKO SERVICE
BUILDING VISIONS

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

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



NA+1
DER PLUS-FAKTOR

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



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

MIETMÖBEL / EVENTLOGISTIK / SONDERBAU / EVENTCATERING



wisag

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



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

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



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

Gießhübelstraße 3
D-67346 Speyer

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

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

TECHNISCHES PLANUNGSBÜRO



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

Schlesische Straße 28
10997 Berlin

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

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

TEILNEHMERMANAGEMENT



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

Riedstraße 25
73760 Ostfildern

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

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

VERANSTALTUNGSTECHNIK

Aventem

HÖREN · SEHEN · STAUNEN

Aventem GmbH
Audiovisuelle Dienstleistungen

Düsseldorf
Herderstraße 70
40721 Hilden
Berlin
Rohrdamm 24b
13629 Berlin

T +49 2103 25230-0
T +49 30 367005-70
info@aventem.de
www.aventem.de

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

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

VERANSTALTUNGSTECHNIK

Live.Digital.On-site

btl next GmbH

Berlin • Düsseldorf
Frankfurt • Hannover
München • Poznań

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

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



epicto GmbH

Flößerstraße 4
68535 Edingen-Neckarhausen

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

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

NEUMANN & MÜLLER
VERANSTALTUNGSTECHNIK

Neumann & Müller GmbH & Co. KG

Unsere Standorte:
Augsburg | Berlin | Bochum
Dresden | Düsseldorf
Erfurt | Frankfurt | Hamburg
Hannover | Köln | Leipzig
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 begeisterte, individuelle Lösungen zu bieten – mit kreativem Design, detailgenauer Planung und intelligenten Services.

VIDEO

Screen Visions GmbH
Waldburgstraße 17/19
70563 Stuttgart

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

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

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.BLACHREPORT.DE

INSIDE

Nils Jakoby



Nils Jakoby (Foto: Filderhalle)

NILS JAKOBY IST GESCHÄFTSFÜHRER DER FILDERHALLE CONVENTION & EVENT CENTER IN LEINFELDEN-ECHTERDINGEN.

Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?

Ich habe als junger Mensch die Branche als Veranstaltungstechniker kennen und lieben gelernt. Damals dachte ich an die Dinge, welche ich besser machen wollte, wenn ich in der Zukunft die Möglichkeiten dafür hätte. Heute durfte ich die Dinge umsetzen, welche ich damals gedacht habe.

Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?

Archäologe.

Welchen Traum wollen Sie sich noch erfüllen?

Ein Haus in Griechenland.

Was macht Sie glücklich?

In einer milden Sommernacht die Sterne beobachten.

Was war bisher Ihre größte Herausforderung?

Mein Ego zu überwinden.

Welche Entscheidungen haben Sie bereut?

Ich habe als Kind aus Bescheidenheit mal ein Eis von den Eltern eines Freundes abgelehnt. Das habe ich sofort bereut!

Was machen Sie gegen Stress?

Innehalten und tief durchatmen.

Wen möchten Sie gern einmal kennenlernen?

Veit Lindau.

Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?

„Briefe an Lucius“ von Seneca.

Was sollen wir hören: Ihr aktueller Musiktipp?

Caramba: Habba Habba Zoot Zoot.

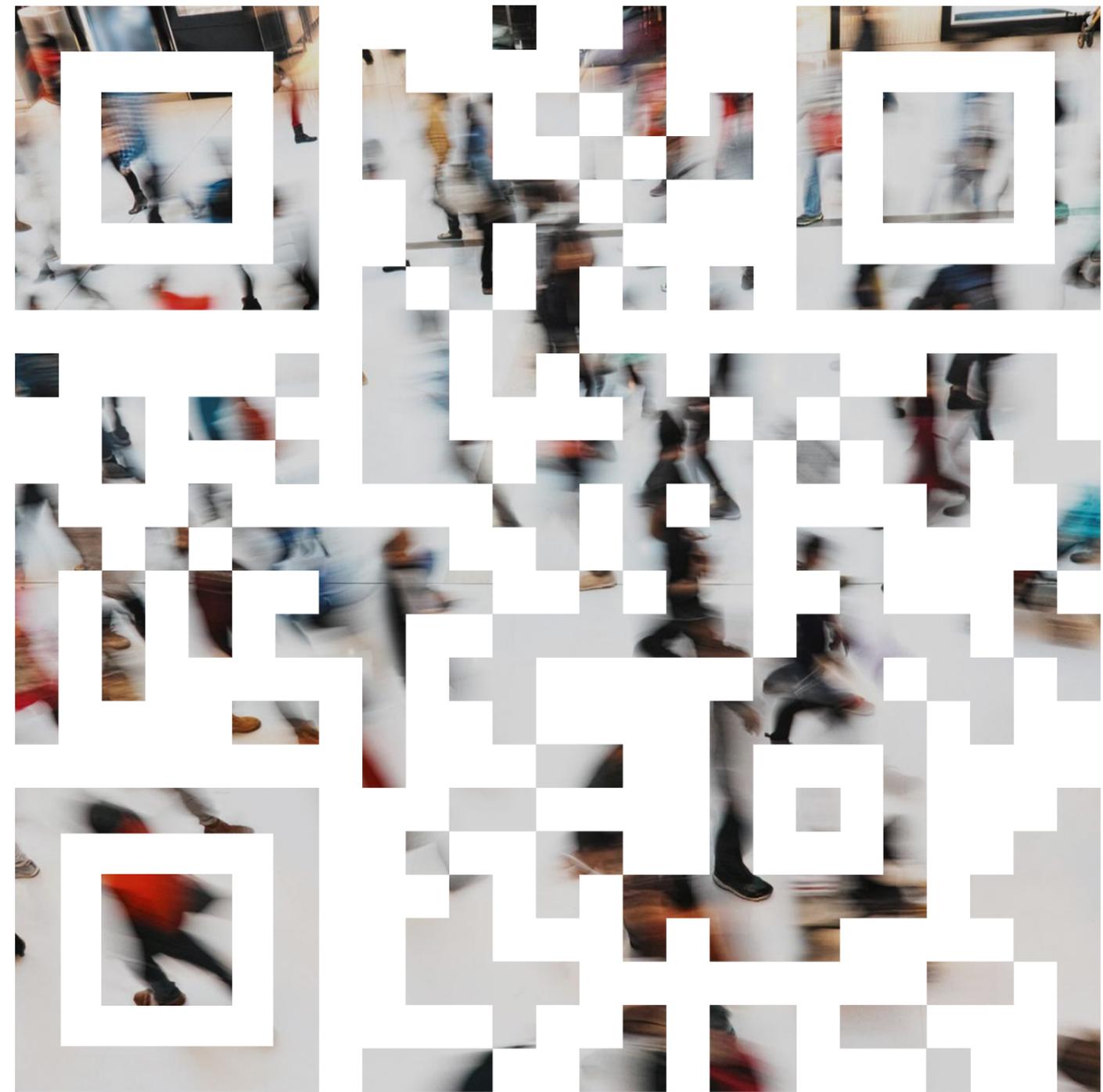
Welches Live-Ereignis hat Sie bisher am meisten beeindruckt?

Immer wieder vieles. Zuletzt der größte Showlaser der Welt von Trumpf im Sommer 2023.

Auf die Gefahr hin, dass Sie dort nie wieder allein sind:

Nennen Sie uns Ihr Lieblingsrestaurant?

Momentan „Büffel und Koi“ in Stuttgart Vaihingen. Ist eh immer voll.



JETZT EINREICHEN FÜR DEN BRANDEX AWARD 2025!

EVENT • ARCHITECTURE • NACHWUCHS-AWARD „FRESH“

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

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

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.

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