



Wie Samsung, Toyota, Omega und Edeka ihre Marken bei den Olympischen Sommerspielen 2024 in Paris aktivierten

# Nachhaltigkeit und Messecatering?



Wie passt das zusammen: Nachhaltigkeit und Messecatering? Wir wollten es wissen und haben direkt drei Fragen bei den Spezialisten gestellt: Welche Bedeutung hat bei Ihnen das Thema Nachhaltigkeit beim Messecatering? Haben Ihre Auftraggeber spezielle Wünsche

und Anforderungen an ein nachhaltiges Messecatering? Wie wirkt sich das in der Praxis hinsichtlich Auswahl des Caterings, der Zutaten und der Abfallvermeidung aus? Ab Seite 6 in dieser Ausgabe haben wir die Antworten zusammengefasst.

Was wir angesichts der – mal vorsichtig ausgedrückt – häufig lieblos eingerichteten öffentlichen Snack- und Frittenbuden mit Plastikgeschirr in den Messehallen, in denen meist fetttriefendes, überbeuertes Fastfood über den Tresen geht, kaum erwartet hatten, ist das komplett andere Angebot an den Messeständen – unabhängig davon, ob es von der Unternehmenstochter einer Messegesellschaft oder einem Cateringanbieter von außerhalb des Geländes kommt.

Nachhaltigkeit ist reihum fest im Mindset verankert und wird von den Auftraggebern – also den Ausstellern – auch so eingefordert. Das reicht von biozertifiziertem Kaffee aus fairem Handel, Fleisch, Obst und Gemüse aus regionaler Herstellung, vegetarischen respektive veganen Angeboten und saisonalen Speisen bis zur Beachtung von Tierwohl, dem Einsatz von Mehrweggeschirr, Kreislaufwirtschaft, Abfallvermeidung beziehungsweise Waste Management und ethischem Einkauf.

Bei einer Umfrage mit Fokus auf Meetings und Events haben wir kürzlich ähnliche Antworten bekommen. Insofern: Nachhaltigkeit und Messecatering? Ja, das passt.

Herzlichst

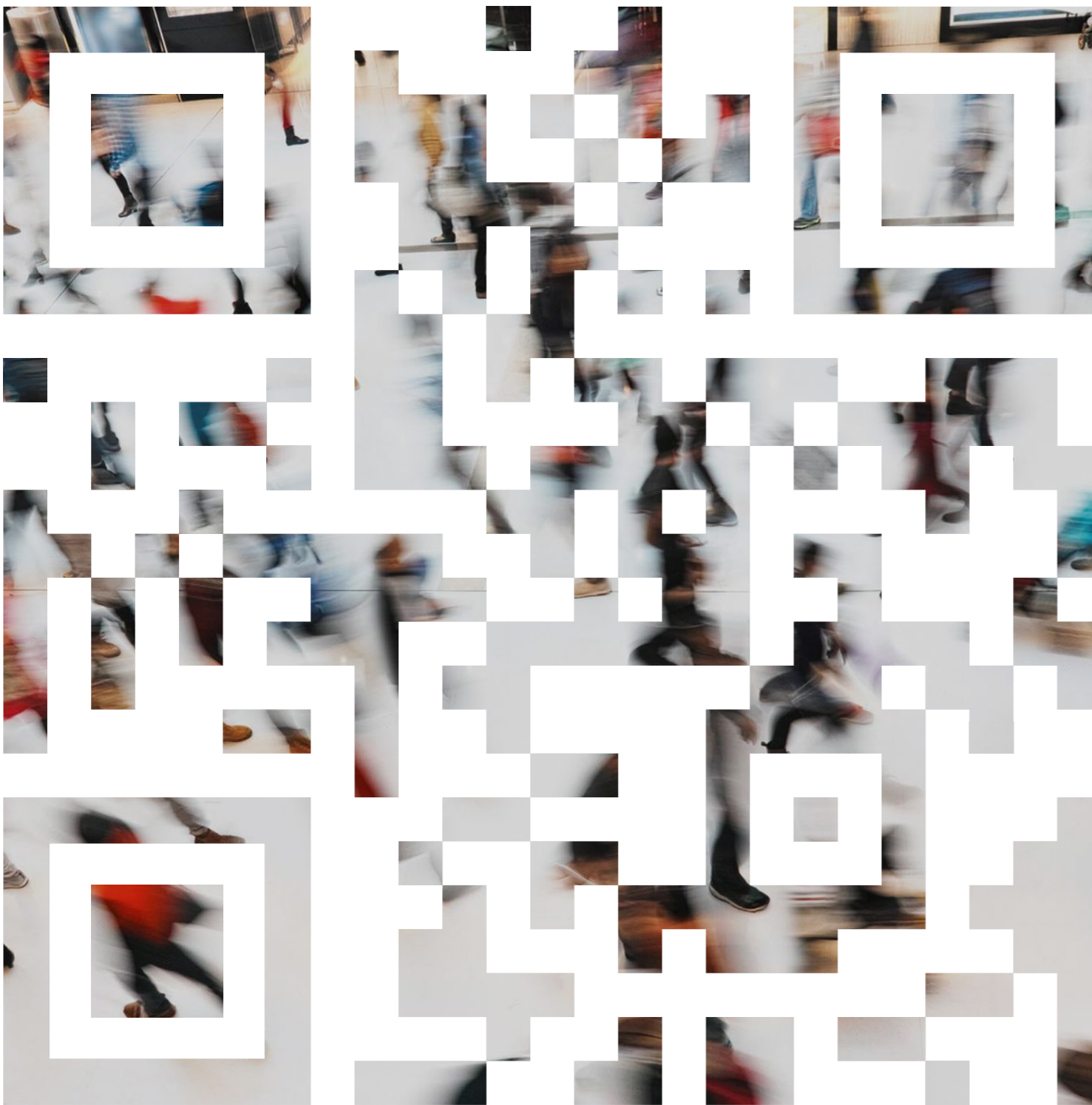
Ihr Peter Blach

## inhalt

- 4 BUSINESS BrandEx Award qualifizierte Jury-Mitglieder
- 6 MESSECATERING Nachhaltigkeit in der Branche
- 8 BUSINESS Summits in Rhein-Main und NRW
- 9 BUSINESS Passepartout zieht Halbjahresbilanz
- 10 WORK LGBTQIA+ in der Cupra City Garage Berlin
- 11 WORK Räumlich erlebbare DFB-Markenwerte

Titelfoto: Paris 2024 Opening Ceremony (Foto: IOC/Greg Martin)

- 12 SERVICES Leipziger Messe und Fairnet ziehen EM-Fazit
- 14 OUTDOOR-EVENTS Paris 2024
- 16 PEOPLE Jobs + Karriere
- 17 MARKETING-SERVICES Lieferantenverzeichnis
- 26 BACKSTAGE Lukas Pfaff
- 26 IMPRESSUM



# 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.



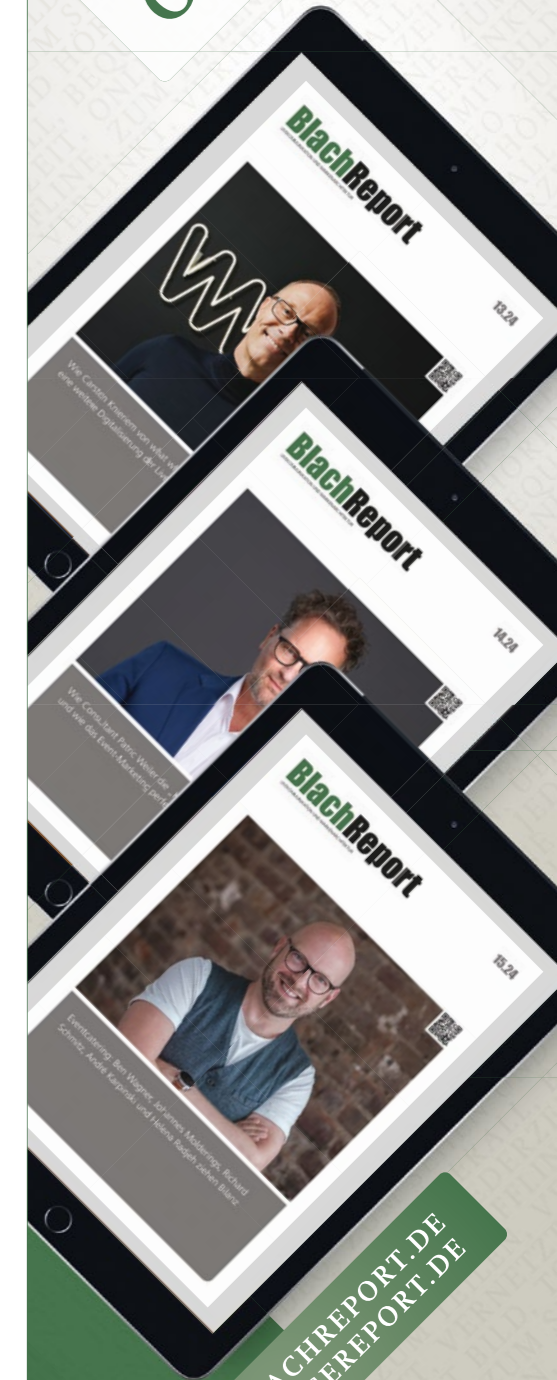
Alle Infos zum Award und zur Einreichung auf [www.brand-ex.org](http://www.brand-ex.org)  
Einreichungsschluss: **31. August 2024**  
(BrandEx Fresh: **15. November 2024**)

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

MEDIA BOARD

OUT NOW!



WWW.BLACHREPORT.DE  
WWW.STAGEREPORT.DE



Öffentliche Jurysitzung beim BrandEx Award 2024  
(Foto: Oliver Wachenfeld)

BrandEx Award freut sich über qualifizierte Jury-Mitglieder

## Juroren für „Event“ und „Architecture“ stehen fest

Das Einreichungsprozedere für den BrandEx Award 2025 läuft auf Hochtouren. Noch bis zum 31. August sind Anmeldungen möglich. Nun stehen auch die Juroren in den Hauptsegmenten „Event“ und „Architecture“ fest. Sie setzen sich aus Spezialisten unterschiedlicher Fachrichtungen und Marktsegmenten der Veranstaltungsbranche für jede Kategorie zusammen.

In der Kategorie „Event“ setzt sich die Jury aus einer Vielzahl hochkarätiger Experten zusammen. Patric Schmidt von satis&fy und Kate Addas, selbständige Regisseurin, bringen ihre umfassende Erfahrung ein. Detlef Wintzen, Präsentationstrainer, ergänzt das Team durch seine Expertise. Rachid Boulannouar von der französischen DMC Raising Stones Events und Anja Lang von der BMW Group bereichern die Jury mit ihrer Fachkenntnis. Carsten Knieriem von what when why und Anja Osswald von Phocus Brand Contact tragen ebenfalls zur Bewertung bei. Weiterhin gehören Berndt Sander von Beko Technologies und Jörg Willhauck von CropEnergies zum Jurorenteam. Michael Veidt

von Federfrei und Edgars Kuzmans von 3K Management runden die hochkarätige Jury ab.

In der Kategorie „Architecture“ bringt die Jury ihr umfassendes Fachwissen in den Bewertungsprozess ein. Daniel Naegele von We-cause und Timo Schröder von Jazzunique sind Experten in ihren Bereichen. Christian Münch von planworx und Pit Kho von Voss+Fischer tragen mit ihrer Kreativkompetenz zur Jury bei. Marco Hückel von facts and fiction sowie Christian Gottwald von Avantgarde ergänzen das Team durch profunde Fachkenntnisse. Weiterhin bereichern Stefan Trieb von mac. brand spaces und Mareike Schmitt von Atelier Markgraph die Jury. Andreas Krämer von der Agentur für Markenträume und Christian de Clerque von Miele & Cie. bringen wertvolle Perspektiven ein. Simon Stahl von marbet rundet die hochkarätige Jury ab.

Das „Event“-Segment besteht aus den Kategorien „Best Brand Activation“, „Best Live PR“, „Best Motivation/Employee Event“, „Best Corporate Event“, „Best Conference“, „Best Digital“, „Best Execution“ und „Best Formats“.

„Architecture“ unterteilt sich in „Best Stand“, „Best Stand Smart“, „Best Brand Architecture“, „Best Thematic Exhibition“, „Best Store Concept“, „Best Digital“, „Best Execution“ und „Best Formats“. Entsprechend der Projektgröße können Teilnehmende im Bereich „Best Stand“ ihre Beiträge in den Formaten „S“, „M“ und „L“ einreichen.

Erstmals wird im Segment „Architecture“ die neue Kategorie „Best Stand Smart“ bewertet. Sie würdigt Messestandkonzepte, die auf intelligente und innovative Art eine Lösung finden und Aufmerksamkeit erzeugen, unabhängig von der Größe. Was zählt, sind die Idee und der kreative Umgang mit Problemstellungen.

Die Auszeichnung der Preisträger beim BrandEx Award findet am 15. Januar 2025 im Rahmen der BOE-Messe in Dortmund statt. Die Jury wird dafür live vor Ort diskutieren und die finale Bewertung vornehmen.

Die Juryzusammensetzung für den Nachwuchs-Award „Fresh“ folgt anderen Kriterien und wird zu einem späteren Zeitpunkt kommuniziert.

what when why setzt verstärkt auf Kreislaufwirtschaft

## Circular Economy

Die Kreativagentur what when why (www) geht einen weiteren Schritt in Richtung größerer Nachhaltigkeit bei Events. In Zusammenarbeit mit den Spezialisten von Trash Galore soll künftig verstärkt die Kreislaufwirtschaft in die Planung und Umsetzung von Veranstaltungen integriert werden. Ziel ist es, bereits im Vorfeld zu klären, welche Materialien nach den Events zur weiteren Verwendung möglichst umfassend wieder in den Wirtschaftskreislauf zurückgeführt werden können.

Nachhaltigkeit ist seit jeher ein zentraler Bestandteil des www-Teams. Aufgrund aktu-

eller gesetzlicher Vorgaben, die für alle Unternehmen verpflichtend sind, gewinnt die Umsetzung von Nachhaltigkeitszielen weiter an Bedeutung.

Zukünftig wird verstärkt auf die Kreislaufwirtschaft gesetzt, obwohl dies laut Geschäftsführer Carsten Knieriem ein konsequentes Umdenken erfordert, da die praktische Umsetzung mit zusätzlichen Kosten verbunden ist. Knieriem: „Diese Kosten müssen die Kunden tragen wollen“.

Auftraggeber, die durchgängig nachhaltige Veranstaltungen wünschen, sind in der Agenturpraxis noch selten, doch das Thema be-



Carsten Knieriem (Foto: what when why)

kommt kontinuierlich eine größere Relevanz und spielt mittlerweile auch bei Gesprächen mit neuen Mitarbeitern eine wichtige Rolle. Bewerber fragen immer häufiger nach der Bedeutung von Nachhaltigkeit im Unternehmen und bei der Umsetzung von Projekten.

Carsten Knieriem ist überzeugt, dass diese Entwicklung unumkehrbar ist: „Um Events zum Erlebnis werden zu lassen, ist ein gewisser Aufwand erforderlich. Das muss aber künftig in Einklang mit ökologischer Nachhaltigkeit gebracht werden. Die Kreislaufwirtschaft bietet dafür gute Möglichkeiten.“

VATERBLUT GEWINNT PITCH BEIM MARKENVERBAND

Die Berliner Agentur Vaterblut hat sich im Pitch durchsetzen können und ist erneut für den Markenverband tätig. Damit plant, konzipiert und organisiert Vaterblut seit fast zwei Jahrzehnten die Jahrestagung des Markenverbandes. In diesem Jahr findet die Veranstaltung am 10. Oktober 2024 mit circa 500 Gästen aus Politik, Wirtschaft und Medien in der Eventlocation Axica in Berlin statt.

Unter dem Motto „Marke: mehr Wert! Für Menschen. Gesellschaft. Unternehmen“ disku-

tieren hochrangige Protagonisten und liefern Impulse. Dr. Robert Habeck und Christian Lindner sowie Generalsekretär Dr. Carsten Linne-mann zeigen auf, worauf es in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft ankommt, damit die Transformation in Deutschland und in Europa gelingen kann. Highlight am Abend ist der anschließende MarkenTreff mit Gelegenheit zum Austausch und Netzwerken. Moderiert wird die Veranstaltung von TV-Moderatorin Linda Zervakis.

Auch von der Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM) bekam Vaterblut wieder das Mandat für die Konzeption, Planung und Realisation des diesjährigen OWM Summit, der Anfang November in Berlin stattfindet. Auf dem von Wolfram M. Kons moderierten OWM Summit trifft sich das Who's Who aus Wirtschaft und Medien und kann sich von hochkarätigen Speakern sowie spannenden Cases und Masterclasses inspirieren lassen.

Kontaktieren Sie unser Convention Service Team für kostenlose Tipps und Offerten! Wir helfen Ihnen gerne weiter.  
✉ [mice@engadin.ch](mailto:mice@engadin.ch)

Wer seinen Mitarbeitern etwas Gutes tun will, der findet in St. Moritz & im Engadin viele Gelegenheiten dazu. Denn mit seiner einzigartigen Ausstrahlung und dem endlosen Angebot an Sommer- und Winteraktivitäten ist es der ideale Ort, um ein Team zu begeistern und zu motivieren.

St. Moritz  
TOP OF THE WORLD



Messecatering mit Floris Catering (Foto: Floris Catering)



accente setzt auf frische, saisonale Produkte aus der Region (Foto: accente)



Bio-Kaffee von fairgourmet (Quelle: Leipziger Messe)

## Nachhaltigkeit und Messecatering

# Wie passt das zusammen?

WIE PASST DAS ZUSAMMEN: NACHHALTIGKEIT UND MESSECATERING? WIR WOLLTEN ES WISSEN UND HABEN DIREKT DREI FRAGEN BEI DEN SPEZIALISTEN GESTELLT: WELCHE BEDEUTUNG HAT BEI IHNEN DAS THEMA NACHHALTIGKEIT BEIM MESSECATERING? HABEN IHRE AUFTRAGGEBER SPEZIELLE WÜNSCHE UND ANFORDERUNGEN AN EIN NACHHALTIGES MESSECATERING? WIE WIRKT SICH DAS IN DER PRAXIS HINSICHTLICH AUSWAHL DES CATERINGS, DER ZUTATEN UND DER ABFALLVERMEIDUNG AUS? NACHFOLGEND DIE ANTWORTEN.

### Detlef Knaack, Geschäftsführender Direktor bei fairgourmet/Leipziger Messe

Nachhaltigkeit in der Gastronomie für Messen, Kongresse und Events auf der Leipziger Messe ist wichtiger Aspekt des nachhaltigen Engagements der Leipziger Messe Unternehmensgruppe und der fairgourmet-Unternehmensphilosophie. Bereits seit 2001 werden über die komplette Wertschöpfungskette kontinuierlich neue Maßnahmen entwickelt. Das heißt, Einkauf und Logistik spielen genauso eine Rolle wie Ressourcenschonung und Recycling, Geschäftsbeziehungen und soziales Engagement.

Das zunehmende Bewusstsein für Nachhaltigkeit ist bei Messen und Kongressen spürbar und Veranstalter nehmen unsere Angebote gern an. Sei es biozertifizierter Kaffee aus fairem Handel, Produkte wie Fleisch, Obst und Gemüse aus regionaler Herstellung, fleischlose Alternativen beim Buffett, saisonale Speisen und einiges mehr. Das sind mittlerweile bereits Standards, mit denen wir uns Veranstaltern empfehlen. Auch spezielle Wünsche wie ein komplett vegetarisches Speisenangebot können wir problemlos und vor allem kulinarisch kreativ umsetzen.

Wir betrachten Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette, was diese Bereiche immer einschließt. Über Jahre haben wir beispielsweise enge Kooperationen mit Herstellern in der Region aufgebaut, so dass wir für unsere Anforderungen auch große Mengen von Obst, Gemüse und Fleisch regional einkaufen können.

Es gibt viele Ansätze zur Müllreduzierung: Grundsätzlich verwendet fairgourmet bei Messen und Kongressen Mehrweggeschirr (Porzellan) und -besteck (Edelstahl). Sofern praktikabel, setzen wir Wasserkaraffen sowie Dispenser für Milch und Kaffeesahne bereit. Im Getränkesorti-

ment hat fairgourmet PET-Flaschen weitestgehend durch Glasflaschen ersetzt. Zudem verzichtet fairgourmet konsequent auf Aluminiumfolie in der Küche, ebenso auf Kaffeekapseln aus Aluminium bei der Vermietung von Kaffeemaschinen.

Für den Service an Messeständen wurden Einweg-Aluminiumplatten durch bepfandete Mehrwegplatten ersetzt. Bei Public Events gibt es für Bier & Co. ausschließlich Mehrweg-Pfandbecher, um den Plastikabfall zu reduzieren. Diese können mehrfach gespült und weiterverwendet werden – ein wichtiger Beitrag, um Plastikabfall maßgeblich zu reduzieren.

Um das Wegwerfen von vorproduzierten Angeboten wie belegten Brötchen, Wraps und Brezeln zu reduzieren, werden diese an Einrichtungen wie die Leipziger Tafel, den Verein Leipziger Straßenkinder oder die Bahnmissionsmission vermittelt. Entsprechende Kontakte gibt es seit vielen Jahren und mit einem kurzen Telefonat werden der aktuelle Bedarf und der Transport abgestimmt. Bei Messen gibt es zudem eine Happy Hour. Dann werden zu viel produzierte, frisch zubereitete Speisen an den Imbissen zum halben Preis verkauft.

### Holger Schuster, Geschäftsführer accente/Messe Frankfurt

Uns bei accente ist Nachhaltigkeit sehr wichtig. Deshalb haben wir bereits 2013 die Nachhaltigkeitsinitiative Green Catering ins Leben gerufen und sind seit November 2023 EMAS zertifiziert. Wir verwenden frische, saisonale Produkte aus der Region möglichst in Bio-Qualität, vermeiden unnötiges Verpackungsmaterial und nutzen Elektrofahrzeuge für den Transport. Auch unser Strom besteht aus Solar- und Windstrom mit zusätzlichen eigenen Photovoltaik-Anlagen auf dem Messegelände. Unser nachhaltiges Agieren zieht sich bis zu den Arbeitsplätzen unserer Mitarbeitenden, die zum Beispiel durch Förderungen zum Fahrradfahren und der Nutzung des öffentlichen Verkehrs motiviert werden.

Vielen Auftraggebern ist die Nachhaltigkeit beim Messecatering sehr wichtig. Mit jedem Kunden erarbeiten wir nach dessen Anspruch das optimale Angebot aus. Unsere Kunden haben ganz unterschiedliche Vorstellungen und Wünsche, um auf die Umwelt zu achten. Die einen vermeiden rotes Fleisch, die anderen möchten eine größere Auswahl an veganen Speisen oder verzichten ganz auf Fleisch. Die meisten Kunden

legen auch Wert auf wiederverwendbares Porzellan-Geschirr. Auf diese Wünsche gehen wir natürlich immer gerne ein, um auf das Nachhaltigkeitskonto einzuzahlen.

Da wir selbst bereits frische, saisonale Produkte aus der Region verwenden, wie beispielsweise Obst und Gemüse aus dem Frankfurter Stadtteil Oberrad oder Fleisch der Firma Karl Eidmann aus Bruchköbel, ist es für uns ein Leichtes, den Ansprüchen der Kunden gerecht zu werden. Was für uns ein klarer Vorteil bezüglich der Abfallvermeidung ist – unser Sitz befindet sich direkt auf dem Messegelände. Somit kochen wir jeden Tag vor Ort und können, durch die kurzen Wege, auf unnötiges Verpackungsmaterial verzichten und die gewünschten Mengen effizient und schnell anpassen. Wenn die Hygienevorgaben Porzellan, Glas und Metallbesteck verbieten, nutzen wir nachhaltige Produkte aus Recyclingmaterial, nachwachsenden Rohstoffen oder kompostierbaren Materialien.

### Carla Stockheim, Head of Brand, Stockheim Catering

Nachhaltigkeit im Messecatering ist für uns ein wesentlicher Bestandteil unseres Handelns.

Mit unserem Mutterkonzern Aramark haben wir uns weltweit konsequent zu einem verantwortungsbewussten Handeln verpflichtet. Mit der unserer Nachhaltigkeitsstrategie ‚Be well. Do Well‘ folgen wir dabei einem ganz klaren Plan. Wir wollen unsere Auswirkungen auf den Menschen und den Planeten positiv beeinflussen.

Grundsätzlich fordern unsere Auftraggeber, dass wir Verantwortungsbewusst handeln. Besonders im Messegeschäft steht das Thema Nachhaltigkeit besonders im Fokus. Wir reduzieren Emissionen und Abfallmenge. Dazu gehört verantwortungsvoll einzukaufen, effizient zu produzieren, Lebensmittelabfälle zu minimieren und Verpackungsmüll zu reduzieren.

Wie sich das in der Praxis auswirkt? Zum Beispiel durch ethischen Einkauf, Tierwohl beziehungsweise Tierschutz, Pflanzenpower, verantwortungsvollen Einkauf, Kreislaufwirtschaft und aktives Waste Management: Bis zu 30 Prozent der jährlichen Ernte landen in der Tonne anstatt auf Tellern. Wir arbeiten mit Querfeld, um Lebensmittelverschwendung zu minimieren. Dabei kommt die gesamte Ernte der Bio-Erzeuger auf die Teller – auch was nicht der Norm von Obst und Gemüse entspricht. Wir meinen: Ob krumm, groß oder klein ist uns egal, Hauptsache frisch und lecker!

Aramark ist Gründungsmitglied der Global Coalition for Animal Welfare (GCAW), der weltweit ersten von der Lebensmittelindustrie geleiteten Initiative zur Förderung des globalen Tierschutzes. Außerdem sind wir Unterstützer der Europäischen Masthuhninitiative. Mehr Platz, bessere Ausstattung der Ställe und der Einsatz robusterer Hühnerrassen sind

die Fokusthemen der Initiative. Spätestens ab 2026 listen wir nur noch Lieferanten, die diese strengen Vorgaben zu 100 Prozent umsetzen.

Wir setzen auf einen bewussten Genuss von Fleisch. Bis 2030 wollen wir mit mehr und neuen pflanzenbasierten Gerichten und Konzepten das Einkaufsvolumen an Fleisch um insgesamt 30 Prozent gesenkt haben.

Als Unternehmen mit globaler Verantwortung ist es uns ein besonderes Anliegen, unsere Lieferketten nachhaltig und ethisch zu gestalten. Deshalb erwarten wir von unseren Lieferanten, dass sie die international anerkannten Menschenrechte in ihrer täglichen Arbeit ebenso achten und einhalten wie wir. Für uns ist es daher von Bedeutung, dass ein mögliches Fehlverhalten unserer Lieferanten und aller am Prozess beteiligten Mitarbeitenden gemeldet wird. Nur so können wir für eine nachhaltige Gewährleistung der Menschenrechte in unserer Lieferkette sorgen.

Wir führen Abfälle, insbesondere Altfett und Nassmüll, in die Kreislaufwirtschaft zurück. Dadurch werden Energie gewonnen und CO2-Emissionen eingespart.

Wir setzen hundertprozentig biologisch abbaubare Produkte ein und verwenden Dosiersysteme, um den geringsten Mengeneinsatz von Reinigungsmitteln zu gewährleisten.

Durch unsere auf eine frische Zubereitung ausgerichtete Küche und eine chargenweise Produktion, können wir grundsätzlich Lebensmittel verbrauchsorientiert einsetzen. Eine weitere Initiative, die wir mit unseren Kunden abstimmen: Vor Schließung des Restaurants das Angebot schrittweise zurückzufahren, um weitere Lebensmittelabfälle zu vermeiden.

Deutschlandweit kooperieren wir mit Anbietern für Mehrweglösungen wie ReCup/ReBowl und Vytal. Einwegverpackungen ersetzen wir teilweise auch durch attraktive Glasbehälter mit Pfand. Bis spätestens 2025 werden wir alle noch notwendigen Einweg-Verkaufsverpackungen zu 100 Prozent auf erneuerbare, biologisch abbaubare oder recycelte Materialien umstellen und setzen, wo immer es möglich ist, in unseren Restaurants und im Einkauf auf clevere Mehrweglösungen.

### Floris Vlasman, CEO Floris Catering

Unabhängig davon wo gecatered wird: Das Thema Nachhaltigkeit wird bei uns immer großgeschrieben – mit steigender Tendenz und ohne Unterschiede im Event- oder Messebereich. Unser Werkzeugkasten für Nachhaltigkeit beinhaltet auch für den Messebereich passende Module. Ob Klimazertifikat, die ‚Beste Reste Box‘ oder Live-Cooking am Messestand zur Verringerung der eingesetzten Rohwaren durch cooking on demand.

Die Anforderung unserer Kunden im Messebereich sind fast identisch zu denen anderer Bereiche. Anhand unserer Anfragen können wir ein zunehmendes Interesse an ‚nachhaltigem Catering‘ bestätigen. Unsere Kunden sind größtenteils in der EU ansässig oder haben entsprechende Sitze in der EU. Entsprechend der Vorgaben der Europäischen Kommission sind sämtliche CSR-Richtlinien bis Mitte des Jahres in nationales Recht umzusetzen. Im Umkehrschluss bedeutet das für die Cateringbranche, dass die Anforderung für ein nachhaltiges Catering zunehmend steigen. Die Crux des Caterings im Messebereich ist eher im Platzangebot am Messestand gegeben. Nicht immer lassen sich alle Kundenwünsche aus Gründen des Platzmangels realisieren.

Unser Cateringangebot ist stets auf Nachhaltigkeit ausgerichtet. Die Auswahl des Caterings, der Zutaten sowie der Abfallvermeidung steht in zweiter Linie in Abhängigkeit des vorhandenen Platzes am Messestand selbst. Weil wir es in 90 Prozent der Fälle mit extrem wenig Platz für die gewünschte Versorgung am Stand zu tun haben, sind wir ohnehin angehalten, mit Modulen zu punkten, die auf geringstem Platz zu realisieren sind. Dazu gehört auch immer eine hohe Achtsamkeit bei der Abfallvermeidung.



Meet Germany Summit Rhein-Main 2023 (Foto: Meet Germany)

Meet Germany lädt zu Summits in Rhein-Main und NRW

## MICE-Events

Das MICE-Network Meet Germany veranstaltet ihre nächsten Summits am 4./5. September in der Rhein-Main-Region und am 6./7. November in Nordrhein-Westfalen. Sie bieten Evententscheidern eine Plattform, um Geschäftskontakte zu knüpfen, Lösungen für aktuelle Herausforderungen zu finden und sich weiterzubilden.

Die Veranstaltung in der Rhein-Main-Region findet im Palais Frankfurt statt. Die Teilnehmer können sich auf eine Keynote von Zukunftsforscher Tristan Horx freuen. Er will über die „großen Transformationen unserer Zeit“ sprechen und aufzeigen, wie man Trends und Gegen Trends erkennen und für Events nutzen kann. Beim Meet Germany Summit zeigen außerdem Partner wie spaces mgt, FPS Catering, satis&fy, Gastronomie Institut, Fastlane, Invite People, Party.Rent Frankfurt, Trust Promotion und Solutions ihre Lösungen und Technologien.

Aussteller aus der Region und ganz Deutschland präsentieren dazu ihre News und Innovationen. Die Partnerlounge von Bayern Tourismus und die Thüringen Lounge bieten Gelegenheiten zum Netzwerken und Kennenlernen der regionalen Highlights. Auch überregionale Aussteller wie Convention Bureau Monaco, Genève Tourisme und Switzerland Convention & Incentive Bureau sind dabei.

Interessante Einblicke sollen die Daten der Event Performance Analyse Plattform knw bringen. Sie basieren auf aktuellen Messungen des Verhaltens während des Summits und sollen eine gezielte und effiziente Eventplanung ermöglichen.

In einer Podiumsdiskussion gehen Experten wie Barbara Hofsäss, Quirin Borgogno-Weber und Stefan Wirkus auf die gewonnenen Erkenntnisse ein und sprechen darüber, wie technologische Tools wie die Messung der Event-Performance, der Einsatz von KI und digitale Systeme im täglichen Geschäft angewendet werden können.

Interessante Begegnungen erwarten die Teilnehmer mit den Meet Germany Experten und Sport Speaker Pierre Littbarski und Florian Mennigen. Pierre „Litti“ Littbarski, Fußball-Weltmeister von 1990, wird über Themen wie Teamerfolg, Motivation und Führung sprechen. Florian Mennigen, Olympiasieger und dreifacher Weltmeister im Ruder-Achter, teilt seine Erfahrungen und Impulse zum Thema Veränderungsprozesse.

Erweitert wird der Summit durch die Meet Germany Touren am 4. und 5. September inklusive eines Besuchs der Leica Welt. Weitere Stopps beinhalten den neuen Hotspot NH Hotel Spin Tower in Frankfurt und die neu renovierte Rheingoldhalle in Mainz. Eine Weinverkostung im historischen Ingelheimer Winzerkeller rundet das Programm ab.

Am Abend des 4. September erwartet die Teilnehmer eine Veranstaltung in der brandneuen Upper East Site mit kulinarischen Highlights von Kuffler Catering und einer spektakulären Aussicht von der Dachterrasse mit 320°-Panorama-Blick über Frankfurt.

Das Programm der Meet Germany Veranstaltung am 6./7. November in Nordrhein-Westfalen soll demnächst veröffentlicht werden.

### CHRISTIAN BENDER UND RÉGIS FEDDERSEN STARTETEN PLANTC

In Heidelberg ist die Kommunikations- und Event-Agentur plantC gestartet. plantC konzentriert sich auf die drei Kernthemen Content, Creativity und Change, die im Namen symbolisiert werden. Das Team mit Timo Albrecht, Christian Bender, Carmen Dreiß, Régis Feddersen, Katrin Magin und Imara Österreicher will die Dynamik der Digital Natives mit der Erfahrung langjähriger Event-Spezialisten kombinieren und setzt dafür auf Schnelligkeit, Agilität und New Work.

Christian Bender und Régis Feddersen, die beiden Gründer, bringen jahrelange Erfahrung mit. Beide haben bereits in der Vergangenheit erfolgreich zusammengearbeitet und sehen in der Gründung von plantC keinen risikoreichen Schritt, sondern eine notwendige und mutige Antwort auf aktuelle Herausforderungen.

Das Team besteht aus Experten für Digital- und Livekommunikation, was ein breites, aber fokussiertes Leistungsportfolio ermöglicht.

Christian Bender war zuvor Mitinhaber der kuehlhaus AG in Mannheim und leitete dort den Bereich Customer Success. Er hat während der Corona-Pandemie auf die neuen Bedürfnisse der Kunden reagiert und Konzepte für Online-Erlebnisse entwickelt. Régis Feddersen, zuletzt Key Account Manager bei der kuehlhaus AG, bringt ebenfalls umfassende Erfahrung aus seiner Zeit bei der Event-Agentur Freiheitblau mit.

Passepartout zieht Halbjahresbilanz

## Hochgesteckte Ziele

Ende letzten Jahres startete die Eventagentur Passepartout ihre strategische Neuausrichtung – mit der Strategie „Passepartout 2.0“ unter der Führung von Tristan Kalmutzke. Dabei sollten Prozesse optimiert und das Team mit namhaften Branchengrößen verstärkt werden. So konnte man etwa den mehrfach ausgezeichneten Kreativen Michael Veidt als Creative Director gewinnen. Nach dem ersten Halbjahr kann die Agentur eine positive Bilanz ziehen und neue Rekordegebnisse vermelden.

„Ich freue mich sehr, dass unsere Neuausrichtung in so kurzer Zeit Früchte trägt und wir unsere hochgesteckten Ziele bereits heute um ein Vielfaches übertroffen haben. Vier große Jubiläumsveranstaltungen im ersten Halbjahr,

mit über 15.000 begeisterten Gästen, sind ein klarer Beweis dafür, dass wir uns auf dem richtigen Weg befinden“, berichtet Geschäftsführer Thorsten Kalmutzke.

Unter anderem inszenierte Passepartout das 75-jährige Jubiläum eines Medizingeräteherstellers für sämtliche Mitarbeitende des Innen- und Außendienstes. Der Tagungsteil wurde als lebendige und informative Talkshow von der Agentur gestaltet, bei der neben der Führungsmannschaft auch Patienten mit ihren Ärzten und ihren emotionalen Geschichten live zu Wort kamen. Anstatt der üblichen Präsentationen wurden Botschaften, Infos, Rück- und Ausblicke in dem von der Agentur konzipierten Format anhand von Big Pictures und haptischen Gegenständen aus der Geschich-



Thorsten und Tristan Kalmutzke (v. l., Foto: Passepartout)

te des Unternehmens auf die Bühne gebracht. Abends wurden 75 Jahre bis in die frühen Morgenstunden in der Eventresidenz bei Live Musik und Sterneküche gefeiert.

„Auch im zweiten Halbjahr wird die Eventagentur Passepartout ihrer Mission ‚Begegnen. Bewegen. Begeistern.‘ treu bleiben. Das Erfolgshoch hält an und spiegelt sich in unserem prall gefüllten Eventkalender, den Anfragen von Neukunden sowie dem bereits heute gut gebuchten Jahr 2025 wider“, so Prokurist Tristan Kalmutzke. Mit der Gewissheit zurück auf Erfolgskurs zu sein, könne die Eventagentur positiv in die Zukunft blicken und sich auf weitere Teamverstärkungen im Projektmanagement, sowie ein kurz vor dem Abschluss stehendes Neugeschäft freuen.

### FLORIS CATERING BERLIN FEIERT JUBILÄUM

Floris Catering in Berlin kann in diesem Jahr ein rundes Jubiläum feiern. Seit der Gründung 1994 als Anbieter im Bereich Filmcatering hat sich das Unternehmen als eine feste Größe für kulinarische Lösungen in der Hauptstadt etabliert. Geleitet wird das Unternehmen von den drei Geschäftsführern Kerstin Vlasman, Robin Siegeris und Floris Vlasman.

Bereits seit über 15 Jahren hat sich Floris Catering auf die Fahnen geschrieben, dass Green Catering und Nachhaltigkeit keine leeren Floskeln einer Modeerscheinung sind. Es gehört mehr zu nachhaltigem Catering, als die Gäste mit regionalen und saisonalen Produkten zu verwöhnen. Es geht hier auch um die gesellschaftliche und wirtschaftliche Verantwortung, die das Unternehmen gegenüber Kunden, Mitarbeitern und Lieferanten pflegt. Floris Catering war schon früh Vorreiter und gehörte zu einem der ersten Caterer Deutschlands, der sich zum „Green Catering“ bekannte.

Mit 30 Jahren Erfahrung im Rücken fühlt sich Floris Catering nun für die kommenden Anforderungen bestens gerüstet.

skyliner®

MEISTER UNTERM KREUZ

covering your event

photo / MEISTERFEIER 2024 BAYARENA LEVERKUSEN

qr code / skyliner.tv



Pride Ride in der Cupra City Garage Berlin (Foto: Frank R. Schröder)

## LGBTQIA+ Community in der Cupra City Garage Berlin

# Pride Ride

Zur Pride Week in Berlin steuerte Cupra ein eigenes Highlight bei: Zusammen mit der Designerplattform Platte.Berlin organisierte die Automobil-Brand in der Cupra City Garage eine Ballroom-Performance mit anschließender Party. Unter dem Motto „Pride Ride“ konnten die rund 200 Gäste verschiedene Performances erleben, sich untereinander austauschen und den Zusammenhalt der LGBTQIA+ Com-

munity stärken. „Die Ballroom-Culture ist Ausdruck von Kreativität, ein wichtiges Zeichen für Inklusion und tief in der LGBTQIA+ Community verankert“, erklärt dazu Giuseppe Fiordispina, Leiter Marketing bei Cupra in Deutschland. „Sie bricht mit Konventionen und rebelliert gegen Ausgrenzung. Ein starkes Zeichen, das wir als Challenger-Brand nicht nur teilen, sondern auch leben.“

Die Ballroom-Performance brachte das „Legendary Luxurious House of Louboutin“ auf die Bühne und sorgte für einen farbenfrohen Auftritt.

Die ausgelassene Atmosphäre ging auch anschließend mit DJ „Dream the Butch-queen“ weiter, der mit einprägsamen Beats die Aftershow-Party zu einem gelungenen Abschluss des Abends machte.

## kpm3 bringt Jägermeister Gigant auf Festivals zurück

# Monumentale Struktur

Die Festival-Saison 2024 läuft auf Hochtouren und bringt zahlreiche Erlebnisse für Musik- und Marken-Fans. Mit dabei ist auch wieder der legendäre „Gigant“ von Jägermeister, der in diesem Jahr schon beim Parookaville dabei war und nun auf seinen Einsatz beim San Hejmo Festival am 16. und 17. August wartet. Beide Festivals finden auf dem ehemaligen Flughafengelände in Weeze/Nordrhein-Westfalen statt.

kpm3 hat neben der Lagerlogistik auch den Auf- und Abbau sowie den technischen Betrieb des Giganten für Mast Jägermeister übernommen. Dafür wurde die gigantische Jägermeister-Flasche innerhalb weniger Tage aus ihrem Lager hervorgeholt und von kpm3 mit Unterstützung von Partnern auf dem Festivalgelände aufgebaut.

Die monumentale Struktur bietet auf drei Ebenen ein vielfältiges Erlebnis. Bars laden zum

Verweilen und Genießen ein, während Promotion-Flächen Platz für Aktivitäten bieten. Eine integrierte Bühne sorgt für coole Beats und heiße Performances, ein eigener Club im Inneren der Flasche schafft die gewünschte Erlebnis-Atmosphäre.

Nach den intensiven Tagen auf den Festivals verschwindet der Gigant dann wieder in seiner „Kiste“, um sorgfältig verstaut auf seinen nächsten Einsatz zu warten.



Räumliche Inszenierungen im DFB-Campus (Fotos: Atelier Markgraph/Kristof Lemp)

## Atelier Markgraph macht DFB-Markenwerte räumlich erlebbar

# Visuelles Erlebnis

Der DFB-Campus in Frankfurt am Main vereint Sport und Verwaltung des Deutschen Fußball-Bunds unter einem Dach. Atelier Markgraph wurde damit beauftragt, dort die Markenwerte des Verbands räumlich erlebbar zu machen. Die Experten für Kommunikation im Raum haben dafür gemeinsam mit dem DFB räumliche Inszenierungen, digitale Aktivierungen und das Campus-Leitsystem konzipiert, gestaltet und umgesetzt.

Im Juli 2022 wurde der Campus als neue Heimat des Verbandes eröffnet. Auf 15 Hektar entstand ein 307 Meter langer Gebäudekomplex mit rund 50.000 Quadratmetern Nutzfläche, der sämtliche Leistungen und Angebote des DFB unter einem Dach vereint. Der DFB präsentiert sich hier als Gastgeber des deutschen Fußballs sowie als Enabler von Vernetzung, Forschung und Ausbildung. Entsprechend hoch war die Erwartungshaltung für das gestalterische Konzept. Die vier Markenwerte des DFB – Leistung, Verantwortung, Vielfalt und Spielfreude – sollten sich optimal widerspiegeln und über den gesamten Campus räumlich und inhaltlich spürbar werden.

Die Kernbereiche gliedern sich in die Gebäudebereiche Sport und Taktik, in denen Akademie, Trainings-Zonen und Verwaltung sowie öffentliche Bereiche untergebracht sind. Der Campus präsentiert den Besuchenden zahlreiche Würdigungen aus der Welt des Fußballs. 23 verschiedene Inszenierungen und Exponate ziehen sich durch alle Bereiche. So werden beispielsweise auf der „Wappenwand“ alle Regional- und Landesverbände des DFB an zentraler Stelle auf goldener Oberfläche präsentiert. Die „Vielfaltswand“ visualisiert in 496 Bildern über drei Etagen hinweg die gesellschaftliche Relevanz und bunte Vielfalt des Fußballs. Die öffent-

lich zugängliche Mythos Galerie stellt bedeutende Sportmemorabilien aus, die den Mythos DFB und dessen Historie untermalen und die Fan-Hezen höherschlagen lassen.

Den zentral gelegenen Eingangsbereich hat Atelier Markgraph als Treffpunkt und Veranstaltungsbereich gestaltet. Medienwände und deren Inhalte veranschaulichen den Markenwert „Spielfreude“ und die damit verbundenen Emotionen. Ebenfalls digital visualisiert ist der Markenwert „Leistung“. Dieser findet sich in dem Expertenblick wieder, einer Installation aus gestaffelten Medienflächen, über die eine übergreifende Animation gelegt ist. Die Installation vermittelt unter anderem sportmedizinische Erkenntnisse und Trainings-Tipps. Der Markenwert „Verantwortung“ wird durch vier Exponate zu den Themen Gemeinschaft, Gesundheit, Umwelt und Good Governance repräsentiert.

Ein Wegeleitsystem mit 912 Positionen im Innen- und Außenbereich soll territoriale Identitäten schaffen und für klare Wege sorgen. Das grafische Konzept integriert Bewegung, Dynamik und Transformation in seine Gestaltung und reagiert gleichzeitig auf die architektonischen Gegebenheiten vor Ort. Dadurch wird das Leitsystem über seine reine Funktion hinaus zu einem integralen Bestandteil des räumlichen und visuellen Erlebnisses.

Markgraph Partner Prof. Lars Uwe Bleher: „Der DFB-Campus ist allein durch seine Bedeutung und die Architektur von KadaWittfeld ein beeindruckender Ort. Die räumliche Fülle mit inhaltlich-thematischem Leben, Emotionen, Wissen und Fan-Kultur aktivieren und beleben zu dürfen, war in seiner Vielschichtigkeit eine wunderbare Herausforderung. Im Projektteam gab es zahlreiche Kolleginnen und Kollegen,

die eine besondere Verbindung und unterschiedlichen Zugang zum Fußball haben. Das spürt man in der Detailliebe der Bereiche und Zonen, Wände und Exponate. Im Zusammenwirken unserer Disziplinen ist etwas Großes, sind territoriale Identitäten entstanden. Wir freuen uns, dass wir diesen DFB-Meilenstein in unserer Nachbarschaft mitgestalten durften.“

Der Sportbereich vermittelt eine konzentrierte Leistungsatmosphäre. Auf großflächigen, halbtransparenten Bannern werden Fußballer der verschiedenen deutschen Nationalmannschaften in Aktion abgebildet.

Nach dem Training können sich die Aktiven in die 33 Athletenzimmer zurückziehen. Für eine beruhigende, regenerative Atmosphäre haben Markgraph und der DFB in diesen Räumen auf zurückhaltende Wandgrafiken gesetzt. Jedes Zimmer ist individuell gestaltet und visualisiert legendäre Spielzüge, die zu entscheidenden Toren geführt haben. Ein Highlight sind die WM-Pokale der Männer, Frauen und Junioren – abstrahiert als meterhohe Wandgestaltung und zusammengesetzt aus 31.824 echten Alu-Schraubstollen.

Die detaillierten räumlichen Übersetzungen großer Fußballmomente setzt Atelier Markgraph konsequent fort – von Studios, Logen, Konferenzräumen und Showrooms bis hin zu den Teeküchen im Sport- und Taktik-Gebäude. Emotionale Siegesmomente werden grafisch interpretiert, Bewegungsabläufe als chronografische Wandgrafiken in einzelne Bilder zerlegt und Räume von den Trikots inspiriert, die Spieler in verschiedenen Dekaden trugen. Von Collagen über Typografie, Wegeleitsystem bis zu großflächigen Patterns soll die Marke DFB und die verbindende Leidenschaft Fußball in jedem noch so kleinen Detail erlebbar werden.

Leipziger Messe und Fairnet ziehen EM-Fazit

## UEFA Euro 2024

Nach dem Ende der UEFA Euro 2024 ziehen die Leipziger Messe und Fairnet nun Resümee. In der Host City Leipzig waren sie für Organisation, Infrastruktur und Umsetzung der Fan Zone Augustusplatz sowie des Fan Meeting Point auf dem Wilhelm-Leuschner-Platz verantwortlich.

Bis zum Finale am 14. Juli wurden auf der Fan Zone Augustusplatz mehr als 300.000 Besucher begrüßt. Vier Wochen lang gab es auf der Fan Zone Public Viewing, Mitmach-Angebote und ein Kulturprogramm mit mehr als 30 regionalen, nationalen und internationalen Künstlern. Gleich zum Auftakt mit der Band „Meute“ und dem Spiel Deutschland-Schottland erreichte die Fan Zone erstmals die zulässige Besucherzahl von 15.000 Menschen.

Auch die Tage mit wechselhaftem Wetter hätten die gute Planung und das verlässliche Zusammenspiel aller Beteiligten unter Beweis gestellt, wenn die Fan Zone aufgrund von Unwetter binnen kurzer Zeit geräumt und später wieder geöffnet werden konnte. Von der Pla-

nung und Vorbereitung bis hin zur Umsetzung habe das Großprojekt von der engen Zusammenarbeit mit der Stadt Leipzig, der Leipziger Gruppe mit den Leipziger Verkehrsbetrieben, der Stadtreinigung sowie allen Sicherheits- und Ordnungsbehörden profitiert, heißt es im Statement der Leipziger Messe.

Für die vier Leipzig-Spieltage wurde mit dem Fan Meeting Point Wilhelm-Leuschner-Platz ein zusätzlicher Platz mit Public Viewing und Gastronomie für die internationalen Fans eingerichtet. Von hier aus starteten die Fan Walks zum Stadion. An diesen Spieltagen gab es in der Innenstadt zudem vielfältiges Street Entertainment mit Walking Acts und einer Bühne mit musikalischen Acts auf dem Nikolaikirchhof als Einstimmung auf die Spiele. Stelen erleichterten den internationalen Fans zudem die Orientierung zwischen Hauptbahnhof, Fan Zone und Stadion.

Fairnet hat die Euro 2024 auch an weiteren Stellen im Stadtbild sichtbar gemacht: Am

Hauptbahnhof kamen die mit dem Zug anreisenden Fans durch ein symbolisches Stadttor in die Host City. Am Völkerschlachtdenkmal wurde ein so genanntes Spectacular für Erinnerungsfotos aufgestellt. Das Motiv auf dem riesigen Bilderrahmen entsprach dem offiziellen Host City Logo der Stadt Leipzig zur Fußball-EM, wobei das im Logo abgebildete Völkerschlachtdenkmal ausgespart wurde und – aus dem richtigen Winkel betrachtet – durch das echte Denkmal ersetzt wurde.

Mit dem Abbau der Fan Zone Augustusplatz wird zudem auch das Thema „Nachhaltigkeit“ in den Fokus gerückt. In Kooperation mit Trash Galore werden mehr als 5.000 Quadratmeter Banner vom Euro 2024 Festival zurück in den Kreislauf gegeben. Ein Teil des Materials wird von dem Start-up direkt an Projekte und Initiativen vermittelt, ein anderer Teil wird in Leipzigs zirkulärem Baumarkt „Materialbuffet“ an städtische Initiativen wie Kindergärten, Horten oder Bildungseinrichtungen ausgegeben.



Die Euro 2024 in der Host City Leipzig (Foto: Leipziger Messe/Fairnet)

Expo 2025

## Gastronomiekonzept für Österreich-Pavillon steht

Das Gastronomiekonzept für den Österreich-Pavillon bei der Expo 2025 in Osaka steht fest. Den Auftrag zur Betreuung des Gastronomiebereichs hat die Firma AWA Inc. erhalten. Geschäftsführer Norbert Tesch hat sich für die Umsetzung Michal Rabina als Küchenchef an Board geholt, der für seine Erfahrungen im groß angelegten Catering und als Betreiber des Restaurants „Die Alm“ in Eisenstadt bekannt ist.

Inmitten der Weltausstellung sollen die regionalen Themenwochen bei dem österreichischen Landesauftritt ein kulinarisches Highlight werden – mit wechselnden Angeboten, auch mit Klassikern wie Kaiserschmarrn und Schnitzel. Gemeinsam mit Gastköchen aus verschiede-

nen Regionen Österreichs will Michal Rabina in Japan die kulturelle Vielfalt und das Bewusstsein für österreichische Kultur und Kochkunst zum Leben erwecken. Die Themenwochen bieten den Bundesländern von Tirol bis zum Burgenland, sich zu präsentieren.

Auch die Umwelt soll von dem Konzept profitieren: am Österreich-Pavillon in Japan wird man auf recycelbare Behälter und Besteck setzen, in Lounge und Bar ausschließlich auf Keramikgeschirr und Gläser. Chef Michal Rabina und sein Team achten zudem auf nachhaltige Versorgung mit österreichischen Produkten.

AWA-Chef Norbert Tesch, ein gebürtiger Mittelburgenländer, der seit über 30 Jahren in Japan lebt, setzt sich dafür ein, dort ein au-

thentisches Bild von Österreich zu vermitteln. Als Pionier im österreichischen Weingeschäft begann er 1990 mit dem Import von österreichischem Wein nach Japan. 1994 gründete er seine eigene Firma und registrierte sie 2016 als Aktiengesellschaft AWA Inc. Sein Fokus lag von Anfang an darauf, österreichische Produkte auf den japanischen Markt zu bringen und Österreich bekannter zu machen. „Die Expo 2025 ist eine große Herausforderung, die wir mit Herz und Erfahrung meistern werden. Mit vereinten Kräften werden wir den internationalen Gästen Österreichs Köstlichkeiten auf eine Art vorstellen, wie sie es noch nicht gesehen haben“, erklärt Norbert Tesch seine Motivation für das Projekt.



Florian Nürnberger und Martin Hartmann-Schüler (v.l., Foto: N&M)

Bedeutender Schritt

## Neumann & Müller mit zwei neuen ISO-Zertifizierungen

Neumann & Müller Veranstaltungstechnik (N&M) ist in den Bereichen Umwelt- sowie Arbeits- und Gesundheitsschutz-Management nach den internationalen Standards ISO 14001 und 45001 zertifiziert worden. In der zurückliegenden Woche wurden die entsprechenden Urkunden übergeben.

Für das Unternehmen sind die so erfüllten Kriterien ein nächster Meilenstein bei der Umsetzung eines umfassenden Nachhaltigkeitskonzepts. Martin Hartmann-Schüler, Nachhaltigkeitsmanager bei N&M: „Die Zertifizierungen sind ein bedeutender Schritt für Neumann & Müller. Sie betonen unser Engagement für nachhaltiges Handeln und den Schutz unserer Mitarbeitenden. Sie sind aber auch Ansporn, unsere Bemühungen in diesen Bereichen kontinuierlich zu intensivieren und weiterzuentwickeln.“

Nachhaltige und ressourceneffiziente Beschaffung, eine optimierte Transportlogistik, regionale Crews und Lieferanten sowie die Reduzierung negativer Umweltauswirkungen – das sind nur einige der Punkte, die N&M auf der Agenda anführt, um die Umweltleistung zu verbessern und seine Umweltziele zu erreichen. Wichtig dabei sei es, das Bewusstsein hierfür bei Mitarbeitenden und auch Lieferanten zu schärfen und konsequent daran zu arbeiten, beim Umweltschutz stetig besser zu werden. Ein integriertes Managementsystem soll bei N&M die Wirksamkeit der ergriffenen Maßnahmen prüfen und die Auswirkungen des Handelns überwachen.

Das System soll auch dabei helfen, die Sicherheit und Gesundheit von Mitarbeitenden zu schützen. Es dient N&M dazu, arbeitsbedingte Risiken zu kontrollieren, den Schutz von Mit-

arbeitenden zu gewährleisten sowie Arbeitsunfällen, Verletzungen und Erkrankungen vorzubeugen. Von der verpflichtenden Verwendung von persönlichen Schutzausrüstungen auf Projekten bis zur Ergonomie am Arbeitsplatz reicht das präventive Maßnahmenpaket von N&M.

Auch hier gelte die Prämisse, fortlaufend besser zu werden: „Mit den neuen Zertifizierungen haben wir einen weiteren Meilenstein auf dem Weg zu einem nachhaltig agierenden Unternehmen erreicht“, so Florian Nürnberger, der als Entwicklungsleiter den Zertifizierungsprozess begleitet hat. „Unsere unternehmerische Verantwortung bedeutet für uns, über die bloßen ökonomischen Belange hinauszugehen und eine nachhaltige Zukunft zu gestalten, in der soziale Gerechtigkeit und ökologische Integrität gleichermaßen Priorität haben.“

RENT.GROUP WÄCHST WEITER: NEUER STANDORT IN FREIBURG ERÖFFNET

Die Rent.Group stärkt ihre Position als ein führender Anbieter von Mietmobiliar und Interior und eröffnet einen weiteren Standort in Süddeutschland. Die neue Niederlassung in Freiburg ist bereits der 29. Standort der Rent.Group. Geleitet wird Rent.Group Freiburg von Katharina Döring.

Mit ihren drei Divisionen Party.Rent, Fair.Rent und Office.Rent bietet die Unternehmensgruppe ein umfassendes Vermietportfolio und Dienstleistungen an. Von kleinen Feiern bis großen Veranstaltungen, über Messen bis hin zur Ausstattung von Büros hat die Rent.Group passendes Mietmobiliar im Angebot.

„Wir freuen uns, dass wir mit dem Standort in Freiburg unser Logistiknetzwerk weiter ausbauen können“, so Katharina Döring. „Durch die kurzen Wege reduzieren wir nicht nur den CO2-Austoß. Wir können den Kunden im Breisgau und Südwesten nun den Zugriff auf die komplette Produktpalette ermöglichen.“



Paris 2024 Opening Ceremony (Foto: IOC/Greg Martin)

Paris 2024

## Markenaktivierungen bei den Olympischen Sommerspielen

DIE OLYMPISCHEN SOMMERSPIELE 2024 FINDEN SEIT DEM 26. JULI UND NOCH BIS ZUM 11. AUGUST 2024 IN DER FRANZÖSISCHEN HAUPTSTADT PARIS STATT. WIE BEI JEDEM SPORTLICHEN GROSSEVENT NUTZEN AUCH BEI OLYMPIA GLOBALE MARKEN UND UNTERNEHMEN DIE POSITIV GELADENEN BILDER, DIE DERZEIT IN ALLEN KANÄLEN IN DIE GANZE WELT GETRAGEN WERDEN, FÜR IHRE GANZ EIGENEN INSZENIERUNGEN IM RAHMEN DER SPIELE. EINE AUSWAHL DER MARKETINGAKTIVITÄTEN UM DIE SOMMERSPIELE 2024 IN PARIS HABEN WIR HIER ZUSAMMENGESTELLT.

### Samsung

Gleich mit einer Vielzahl von unterschiedlichen Aktivierungen wartet der Olympische Partner Samsung auf. Herzstück der Maßnahmen ist Markenerlebnisfläche „Olympic Rendezvous @Samsung | Square Marigny“ im Zentrum von Paris. Der Pop-up-Space führt seine Gäste seit dem 27. Juli durch eine Reihe von immersiven

Erlebnissen: Von einer visuellen Reise durch das langjährige olympische Engagement von Samsung bis hin zu Erlebnisstationen mit den neuesten Samsung Galaxy Geräten.

Samsung hat für das Design der neuen Erlebnisfläche erneut mit dem preisgekrönten Architekten Jean Nouvel zusammengearbeitet, der auch die Fassade des bereits im Mai eröffneten Olympic Rendezvous @Samsung | Champs-Élysées 125 gestaltet hatte. Neben der auffälligen Glasfront gibt es an der Multimedia-Fas-



Team D-Sportler beim Selfie (Foto: Samsung)

sade Bilder von Sportlern aus der ganzen Welt zu sehen. Direkt nach Betreten der Erlebnisfläche erfahren Besucher dann mehr darüber, wie Samsung die Olympischen Spiele seit fast vier Jahrzehnten unterstützt hat. Einblicke hierzu zeigt unter anderem die Ausstellung aller Olympic Edition Telefone von Samsung, einschließlich der Samsung Galaxy Z Flip6 Olympic Edition für Paris 2024.

Der neue Standort am Square Marigny beherbergt außerdem das Openness Monument – eine kugelförmige Leinwand, die dem Planeten Erde ähnelt und das Zentrum der Fläche bildet. Innerhalb der Pop-up-Räumlichkeiten erschafft eine Wand aus 171 wiederverwendeten Galaxy Z Fold5 Geräten ein besonderes Erlebnis: Auf jedem Gerät werden Breaking-, Skateboard- und Surfvideos gezeigt.

Nur wenige Tage vor Beginn der Spiele in Paris 2024 erhielten die fast 17.000 Athleten sowie die Olympische Familie jeweils ein Smartphone in der Samsung Galaxy Z Flip6 Olympic Edition. Die Übergaben fanden in der

Olympic Rendezvous @Samsung Showcase im Olympischen und Paralympischen Dorf in Paris 2024 statt.

Als weiteres Highlight installierte Samsung bei der Eröffnungsfeier mehr als 200 Samsung Galaxy S24 Ultra Smartphones auf den 85 Booten der Athleten, die an der Feier teilnahmen. Der Event wurde per Livestream über ein privates 5G-Netz übertragen, das von Orange, dem offiziellen Mobilfunkanbieter der Olympischen Spiele in Paris 2024, betrieben wird. Fans, konnten die Eröffnungszeremonie so aus der Perspektive der Athleten erleben, die mit ihren Samsung Galaxy Z Flip6 Olympic Edition Smartphones eigene Szenen der Zeremonie teilten. Auch die Medaillengewinner können ihre Emotionen mit dem Samsung Galaxy Z Flip6 Olympic Edition auf dem Podium mit einem Sieges-Selfie festhalten.

### Toyota

Toyota ist als Olympia-Mobilitätspartner überall in der französischen Hauptstadt präsent. Das ganzheitliche Mobilitätskonzept des Un-



Toyota Mobility Park (Foto: Toyota)

ternehmens umfasst neben einer Flotte von 2.650 elektrifizierten Fahrzeugen und 700 elektrischen Mobilitätslösungen auch ein zentrales Toyota House sowie einen inklusiven Mobility Park in der Nähe des Eiffelturms.

Das Toyota House erstreckt sich über mehrere Ebenen und wird als zentraler Treffpunkt der Team Toyota Athleten, ihrer Familien und Freunde genutzt. Im Rahmen seiner „Start Your Impossible“ Kampagne unterstützt Toyota weltweit knapp 300 olympische und paralympische Athleten, davon mehr als 100 aus 23 europäischen Ländern. Neun kommen aus Deutschland und haben sich für die olympischen und paralympischen Spiele qualifiziert. Das Toyota House wird auch auf dem Programm von 150 Toyota Händlern und 110 Mitarbeitern aus Deutschland stehen. Auf zwei Etagen bietet es Ausstellungs- und Loungebereiche, eine Vortragsbühne, eine Sports Bar mit Live-Berichterstattung und die Möglich-

keit, sich interaktiv mit Team Toyota Athleten auszutauschen. Von der darüber liegenden Dachterrasse können die Besucher mit Blick auf Eiffelturm und Seine entspannen.



Toyota Mobility Park (Foto: Toyota)

Nur fünf Minuten zu Fuß sind es von dort zum heute bereits eröffneten Mobility Park. Toyota zeigt hier seine Mobilitätslösungen für die unterschiedlichsten Bedürfnisse, die teilweise auch in Kooperation mit Partnern entwickelt wurden. Der Mobility Park steht allen Toyota Gästen während des Zeitraums der Olympischen und Paralympischen Spiele offen und wird am 9. und 10. September 2024 auch öffentlich zugänglich sein.

### Omega

Omega, der Official Timekeeper der Spiele, begrüßt Besucher und Gäste im Omega-Pavillon mitten im Parc de Bercy in der Nähe der Bercy Arena. Eine Reihe von Installationen vermitteln hier Eindrücke zu den Aufgaben der Zeitnahme, die Omega bei Paris 2024 erfüllt. Der Pavillon beginnt mit einer Filmeinführung und lädt die Besucher dann ein, die speziellen Ausstellungsbereiche zu erkunden, die jeweils den Zeitnahmetechnologien und Sportereignissen bei den Olympischen Spielen gewidmet sind.



Omega-Pavillon (Foto: Omega Watches)

Dazu gehört das Haupterlebnis des Race of Champions, bei dem jeder Besucher seine Sprintfähigkeiten auf der 10-Meter-Laufbahn testen kann. Nachdem man sich in der Stadionsimulation in echte Startblöcke gestellt hat,

läuft man digital gegen echte olympische oder paralympische Athleten und kann seine Zeiten mit den Besten vergleichen. Anschließend wird ein Video des Rennens produziert, das in sozialen Medien geteilt werden kann. Natürlich werden auch einige der wichtigsten Zeitmessgeräte von Omega ausgestellt, von der elektronischen Startpistole bis hin zur neuen Foto-finish-Kamera Scan'O'Vision Ultimate.

Im Locker-Room können Besucher einen echten Schwimmstartblock ausprobieren und gleichzeitig die Türen der Fächer öffnen, um die Biografien der olympischen Botschafter von Omega zu lesen. Neben einem detaillierten Einblick in die Messung von Hürdenwettbewerben hat Omega auch einen Schwimmbadraum mit echten Unterwassereffekten entworfen.

### Edeka

Edeka begleitet das Team Deutschland während der Spiele in Frankreich. Als Premium Partner von Team D ist die Marke live vor Ort und unterstützt das leibliche Wohl von Sportlern und Gästen im Deutschen Haus sowie in der



Edeka begleitet Team Deutschland während der Olympischen Spiele (Foto: Edeka)

Fan Zone. Bei einem Gewinnspiel gibt es zudem Tickets für das Event „Sportler des Jahres 2024“ und Teile der offiziellen Team D Bekleidung von Adidas zu gewinnen.

Im Deutschen Haus gibt es nicht nur jede Menge Edeka Eigenmarken-Artikel, wie die Team D Produkte, mit denen sich die Athleten eindecken können. Auch beim Catering ist Edeka beteiligt und im Buffet neben Eigenmarken auch mit den Team D Erfolgsrezepten – also Gerichten, die von Edeka individuell für die Sportler entwickelt wurden – präsent. Auch Zuschauer können in der Fan Zone Edeka und seine Eigenmarken-Artikel erleben. Unter dem Dach „Fit & lecker in Bestform“ bündelt Edeka zudem zahlreiche weitere Kommunikationsmaßnahmen, die während der Spiele umgesetzt werden – darunter POS-Aktivierungen, Veröffentlichungen auf Website und in Newslettern, Specials in den Edeka-Magazinen und Präsenz auf externen Kommunikationskanälen.



Jobs + Karriere

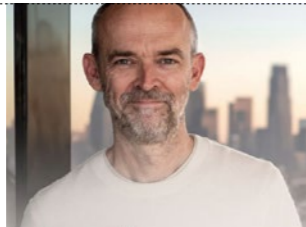
\_ Das Führungsteam von *Castenow Karma* wächst weiter: Die Münchner Agentur für Corporate Content holte **Michael Pfeiffer-Belli** als neuen Creative Director & New Business Director an Board. Zuvor war er als Head of Communication bei *KMS Team* in München tätig. Weitere Stationen seiner Karriere umfassen Agenturen wie *DDB*, *Jung von Matt*, *Leagas Delaney* und *Fallon London*.

\_ Neue Fachbereichsleiterin beim *ADAC Hessen-Thüringen* wurde **Andrea Schumacher** [47]. Sie kümmert sich in dieser Funktion um die Planung und Steuerung der internen und externen Kommunikation sowie die Leitung des Bereichs Tourismus. Verantwortlicher Pressesprecher und stellvertretender Fachbereichsleiter Unternehmenskommunikation ist jetzt **Oliver Reidegeld** [44]. Beide folgen in ihren Funktionen auf **Cornelius Blanke**, der sich nach fast 18 Jahren beim ADAC in den Ruhestand verabschiedet.

\_ *Seat S.A.* hat **Arantxa Alonso** zum Brand Officer ernannt. In dieser neu geschaffenen Position ist die Spanierin für den weiteren Erfolg der Marke verantwortlich. Alonso, derzeit Leiterin des Cupra Projektbüros bei *Volkswagen Anhui* in China, wird ihre neue Position am 1. September antreten und direkt an **Sven Schuwirth**, Vorstand für Vertrieb, Marketing und Aftersales bei *Seat S.A.*, berichten.



Jörg Schmidt  
(Foto: Messe Berlin)



Andreas Freitag  
(Foto: Mutabor)



Häcker, Splittthoff, Hasselbusch und Jäger  
(v.l., Foto: jaeger + haeckerhase)



Wagner, Haida, Ubenauf, Bauerfeind (v.l., Foto: Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft)

CORPORATE GOVERNANCE  
UNTER NEUER LEITUNG

**Jörg Schmidt** [60] hat zum 1. Mai 2024 die Leitung des Bereichs Corporate Governance bei der *Messe Berlin* übernommen. Er wechselte vom *DHL Hub Leipzig* nach Berlin, wo er sechs Jahre lang den Bereich Legal & Compliance geleitet hatte.

Aus seinen vorhergehenden Tätigkeiten bringt Jörg Schmidt neben einer umfangreichen Expertise im Bereich Governance auch weiterführende Auslandserfahrungen mit und war unter anderem für die *Deutsche Bahn* in London und Ankara tätig. In seiner neuen Position führt er künftig ein 14-köpfiges Team, das die Themen Compliance- und Richtlinienmanagement, Datenschutz sowie Risk & Audit für die Unternehmensgruppe Messe Berlin verantwortet.

NEUER MUTABOR-STANDORT IN  
LOS ANGELES

Die Agentur *Mutabor* hat eine neue Niederlassung in den USA gegründet. Die Leitung am Standort in Los Angeles übernimmt **Andreas Freitag**, ein US-Experte mit amerikanischer und deutscher Staatsbürgerschaft. Den US-Markteintritt stellt Mutabor unter das Motto „Made in Germany, developed by international specialists, serviced in the USA“. Vor allem bei Kunden, die sich im Rahmen des Inflation Reduction Acts derzeit Richtung USA umorientieren, stoße man derzeit auf eine positive Resonanz, teilt die Agentur mit.

Seit vielen Jahren ist Mutabor immer wieder mit Projekten in den USA aktiv. Neben dem Leuchtturm Retail-Projekt „Porsche Destination“ in Palm Springs begleitete man auch Messeauftritte für Unternehmen wie Audi auf der Design Miami und der CES in Las Vegas sowie BMW auf der Naïas Detroit. Dazu kommen weitere internationale Roll-outs von integrierten Markenkonzerten für Kunden wie Clariant, Volkswagen oder BSH.

PARTNER BEI JAEGER +  
HAECKERHASE

*jaeger + haeckerhase*, Düsseldorf, Agentur für Brand Experience und Security Awareness Maßnahmen, hat ihren Creative Director **Jannick Splittthoff** in den Gesellschafterkreis geholt. Jannick Splittthoff ist seit sieben Jahren bei *jaeger + haeckerhase* und hat in dieser Zeit maßgeblich zum Erfolg der Agentur beigetragen. Die Gründer des Unternehmens, **Markus Jäger**, **Denis Häcker** und **Michael Hasselbusch**, sehen diesen Schritt als wichtige Weichenstellung für die kommenden Jahre.

„Jannick Splittthoff ist Teil unserer DNA, teilt unseren hohen Qualitätsanspruch und freut sich vor allem auf die unternehmerische Verantwortung und die damit verbundenen Chancen“, betonen die Gründer. „Wir haben gemeinsam viel vor, werden unsere Kreation ausbauen, wachsen und die Profile unserer zwei Geschäftsbeiräte schärfen.“

FWD: WÄHLT NEUE LANDES-  
VERTRETUNG FÜR HESSEN

Im Juli 2024 fand in Wiesbaden der fünfte Live-Treff der Landesvertretung Hessen inklusive Mitgliederversammlung statt. Bei den regionalen Zusammenkünften der *fwd: Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft* können sich Branchenexperten über regionale Themen austauschen und aktiv in das Verbandsleben einbringen. Diesmal wurde auch turnusgemäß der neue Vorstand für die Landesvertretung Hessen gewählt.

Die Leitung übernehmen erneut der Vorstandsvorsitzende **Stephan Haida**, Inhaber von *Artlife*, und der stellvertretende Vorstandsvorsitzende **Frank Fischer**, Vorstandsvorsitzender bei *expopartner*. Den Fachvorstand bilden ab sofort **Nico Ubenauf**, Geschäftsführer bei *satis&fy*, **Tom Bauerfeind**, Geschäftsführer bei *Wisag Event Service* und **Benjamin Wagner**, Gesellschafter bei *Taste of Now*. **Silke Schulte**, Geschäftsführerin der *fwd: Servicegesellschaft*, wird nun auch in Hessen die Rolle des Finanzvorstands übernehmen.

MARKETING SERVICES

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

AUTOMOTIVE EVENT SERVICE / PREMIUM EVENT REINIGUNG



KIWI  
Event Services GmbH  
Kasinostrasse 19-21  
42103 Wuppertal  
T 0202 89015232  
M 0174 8822232  
info@kiwi-services.de  
www.kiwi-services.de

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

EVENT-AGENTUREN

fischerAppelt, live marketing

fischerAppelt,  
live marketing GmbH  
Widdersdorfer Str. 205  
D-50825 Köln  
T +49 (0)221 56938-0  
live@fischerappelt.de  
live.fischerappelt.de  
www.linkedin.com/company/fischerappelt  
Weitere Standorte:  
Hamburg +49 (0)40 899699-0  
Berlin +49 (0)30 726146-0  
München +49 (0)89 747466-0

Wir schaffen einzigartige Markenerlebnisse. Innovativ, interaktiv und immersiv. Ob singuläres Event oder holistische Brand Experience – als Spezialist:innen für Experience Marketing kreieren wir Begegnungsräume, die Menschen emotional involvieren. Strategisch fundiert, kreativ inszeniert und begeistert realisiert!



**MEDIA BOARD**

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



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

EVENT-AGENTUREN



HAGEN INVENT GmbH & Co. KG    Adlerstraße 74    T 0211 67935-0  
\_ Catherine Hoffmann    40211 Düsseldorf    F 0211 67935-19  
info@hagen-invent.de  
www.hagen-invent.de

Bei unserer Gründung im Jahr 1979 waren wir Pioniere, heute sind wir eine der stärksten deutschen Eventmarketing-Agenturen. Mit unserer Verbindung aus Kreativität, Erfahrung und Leidenschaft bespielen wir seit 45 Jahren die gesamte Klaviatur der Live-Kommunikation. Unseren Pioniergeist haben wir uns stets bewahrt: Ob live, hybrid oder digital – für unsere Kunden entwickeln wir passgenaue Konzepte für Events und Incentives, die begeistern.



JOKE Event AG    Herbststraße 31    T 0421 37888-0  
Creating Memories    28215 Bremen    F 0421 37888-88

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

JOKE inszeniert Marken, schafft Erlebnisse, begeistert Menschen. Live, hybrid oder digital – aber vor allem nachhaltig. Für das große Ganze und die bleibende Erinnerung. Und das seit über 30 Jahren. 140 Kommunikations- und Event-Spezialisten betreuen Projekte von der Kreation bis zur Umsetzung für große und kleine Marken – quer durch alle Formate und Branchen. Eine eigene Produktion, Eventlocations sowie ein integriertes Teilnehmer- und Destinationsmanagement gehören zu unseren Kompetenzen. In Deutschland, Europa und weltweit.



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

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



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

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

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

EVENT-AGENTUREN



Connecting people, brands and markets.

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

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



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

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

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



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

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



Syndicate Five GmbH    Strelitzer Str. 2    T +49 172 1910 482  
10115 Berlin    berlin@syndicate-five.com  
www.syndicate-five.com

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

AKTUELLES IM INTERNET \_ WWW.BLACHREPORT.DE

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

EVENT-AGENTUREN



trendhouse  
event marketing GmbH      Innsbrucker Ring 15  
81673 in München      T 089 368498-0  
hello@trendhouse.de  
www.trendhouse.de

Seit 1994 bringen wir Geschichten auf die große Bühne. Live, digital und hybrid, in Deutschland und im internationalen Ausland. Neben der professionellen Umsetzung anspruchsvoller Events sind wir besonders stark in der Inszenierung und Emotionalisierung Ihrer Botschaften. Wir sehen uns als strategischer Berater auf Augenhöhe und tauchen tief mit in Ihre Welt ein. Für unsere kreativen, innovativen und wirkungsstarken Events wurden wir bereits mehrfach ausgezeichnet.

Unser Vision Statement: We create lifetime memories by moving the new. We bring your stories to life by breaking the impossible. No matter what!



Uniplan Köln	Schanzenstraße 39 a/b 51063 Köln	T +49 221 845 69 0 hello@uniplan.com uniplan.com
Uniplan Frankfurt/Main	Speicherstraße 59 60327 Frankfurt/Main	T +49 69 478 625 59 600 frankfurt@uniplan.com
Uniplan 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

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



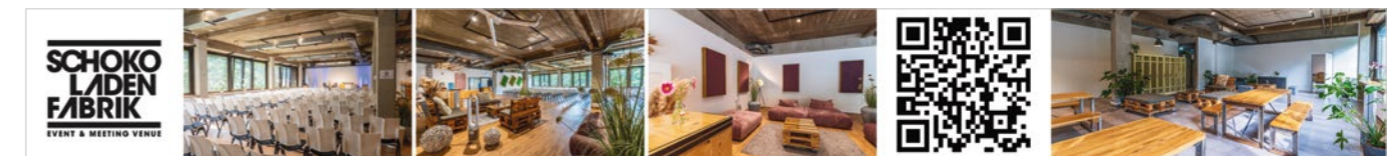
BOE INTERNATIONAL  
Internationale Fachmesse  
für Erlebnismarketing  
15. – 16. Januar 2025  
Dortmund

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

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

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

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

MEDIEN- / LED-WÄNDE



**ACETEC** EVENT- & MEDIEN- / LED-WÄNDE  
 ACETEC GmbH Rostocker Straße 17 T +49 611 9879296  
 Ihr Ansprechpartner: 65191 Wiesbaden mail@acetec.de  
 Michael Lenkeit www.acetec.de  
 ACETEC vermietet Medientechnik und LED-Wände für Veranstaltungen und Messeauftritte in Deutschland und Europa. Unser Firmensitz ist in Wiesbaden, von wo aus das Frankfurter Messegelände, das RheinMain CongressCenter (RMCC) sowie das Kurhaus innerhalb weniger Minuten erreichbar sind.

MESSE- / EVENTBAU



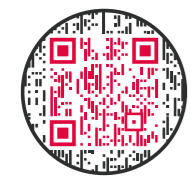
**AMECKO** THE INSPIRING PEOPLE  
 AMECKO GmbH Zum Steigerhaus 1 T +49 (0)208 810959-0  
 46117 Oberhausen F +49 (0)208 810959-59  
 info@amecko.com  
 www.amecko.com  
 instagram.com/amecko\_theinspiringpeople  
 Wir konzipieren, realisieren und betreuen kreative Erlebnisräume auf Messen, auf Kongressen, im Innenausbau und für Events. Bei uns erhalten Sie das Komplettpaket für Ihren Markenauftritt unkompliziert aus einer Hand. Ob Ihre Produkte oder Dienstleistungen für sich sprechen sollen, ob interaktives Infotainment, eine spannende Architektur oder eine hochkomplexe, bauliche Umsetzung im Fokus ihrer Aufgabenstellung stehen – AMECKO schafft Erlebnisse mit dem Netzwerk der Besten, national und international.



**artlife** messe events specials  
 Artlife GmbH Hessenstraße 6 T +49 (0)6122 504-0  
 \_ Stephan Haida 65719 Hofheim info@artlife.eu  
 www.artlife.eu  
 Konzeption und Konstruktion, Planung und Produktion individueller Ausstattungen und Spezialbauten für alle Arten räumlicher Markenarchitektur wie Messen, Events, Roadshows, Bühnen- und Themen-Sets. Artlife ist nach DIN ISO 14001 Umweltmanagement zertifiziert.



**CG Creative Gestaltung.** MESSEBAU ° EVENTS ° WERBETECHNIK ° BRANDING ° DIGITAL DESIGN ° APPS & WEB °  
 Creative Gestaltung GmbH Heiningen Straße 70 T: +49 71 61-606 89-0  
 73037 Göppingen info@creative-gestaltung.de  
 T: +49 71 61-606 89-0 www.creative-gestaltung.de  
 Seit über 30 Jahren bringt CG Kreativität und Kompetenz aus Göppingen in alle Welt. Wir gestalten und produzieren „Brand Spaces“ in der digitalen und analogen Welt. Dadurch machen wir Ihre Marke greif- und erlebbar - ob auf Messen, Veranstaltungen, im Laden oder Internet.  
 Bei uns trifft hochwertiges Design und Werbetechnik auf makellose Ausführung und professionelles Projekt- und Logistikmanagement.



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

MESSE- / EVENTBAU



**DEKO SERVICE** BUILDING VISIONS  
 DEKO-Service Lenzen GmbH Standort Lohmar (b. Köln): Standort Berlin:  
 www.deko-service.net Im Rohnweiher 47 Zur Alten Börse 79  
 53797 Lohmar 12681 Berlin  
 T +49 (0)2205 9060 T +49 (0)30 54709770  
 F +49 (0)2205 90630 F +49 (0)30 54709772  
 main@deko-service.net nl-berlin@deko-service.net  
 Ob Bühnenbild, Großveranstaltung, Messe oder individuelle Markenerlebnisse – wir realisieren Ihre Visionen in jedem Bereich der Live-Kommunikation. Von der Planung bis zur Einlagerung bieten wir maximale Flexibilität durch vielfältige Inhouse-Abteilungen der Bereiche Design & Digitaldruck, Holz- & Metallverarbeitung sowie Textil- & Elektrowerkstätten. Große Lagerflächen und eine Vielfalt an Mietartikeln bieten die individuell passende Lösung für jeden Bedarf.



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



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

MIETMÖBEL / EVENTLOGISTIK / SONDERBAU / EVENTCATERING



**wisag**  
 WISAG Event Service Isarstrasse 1 T +49 (0)6142 83555-0  
 GmbH & Co. KG 65451 Kelsterbach F +49 (0)6142 83555-199  
 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 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.



<p>2bdifferent GmbH &amp; Co. KG _ Jürgen May _ Clemens Arnold</p>	<p>Roßmarktstraße 29 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

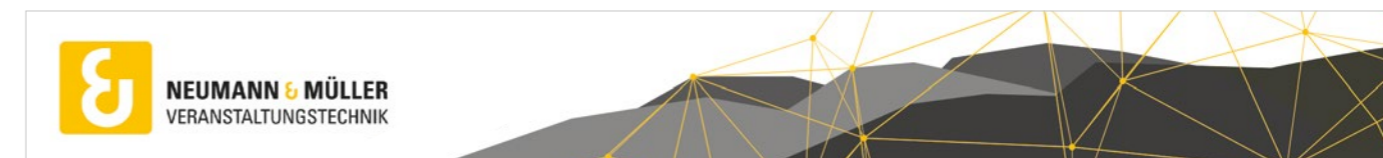
VERANSTALTUNGSTECHNIK

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

# Lukas Pfaff



Lukas Pfaff (Foto: ctc events)

LUKAS PFAFF IST PROJECT MANAGER BEI CTC EVENTS UND LEITET DIE AUSSENSTELLE IN PARIS.

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

Die Möglichkeit, mit Menschen zusammenzuarbeiten und positive Erfahrungen zu kreieren. Am Ende geht es für mich darum, dass sich Menschen wohlfühlen, herrliche Momente erleben und unvergessliche Erinnerungen schaffen.

#### Was wäre die Alternative zu ihrer jetzigen Tätigkeit?

Definitiv kann ich mir auch eine Tätigkeit im sozialen Bereich sehr gut vorstellen.

#### Welchen Traum wollen Sie sich noch erfüllen?

Ein längerer Segeltörn auf einem kleinen Schiff.

#### Was macht Sie glücklich?

Meine Familie und Freunde!

#### Welche Entscheidung haben Sie bereut?

Latein in der Schule gewählt zu haben.

#### Was machen Sie gegen Stress?

Livemusik in jeglicher Form genießen und Zeit mit meinen Liebsten verbringen.

#### Was bisher ihre größte Herausforderung?

Knapp 24 Stunden vor Beginn unseres Galaabends auf dem Rasen eines Fußballstadions hat uns der geplante Top-Act aus gesundheitlichen Gründen abgesagt. Wir mussten innerhalb dieser kurzen Zeit einen gleichwertigen Top-Act samt entsprechendem Set-up organisieren. Schlussendlich ist uns das dann auch gelungen!

#### Wen möchten Sie gern einmal kennenlernen?

Elton John.

#### Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?

„Wahrer Wandel: Eine Rückkehr zum Ursprung im Hirtenland“ von Gabi Martínez.

#### Was sollen wir hören: ihr aktueller Musiktipp?

Die kalifornische Indie Punk Band Joyce Manor.

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

Harry Styles Final Show in Reggio Emilia, Italien.

#### Nennen Sie uns ihr Lieblingsrestaurant?

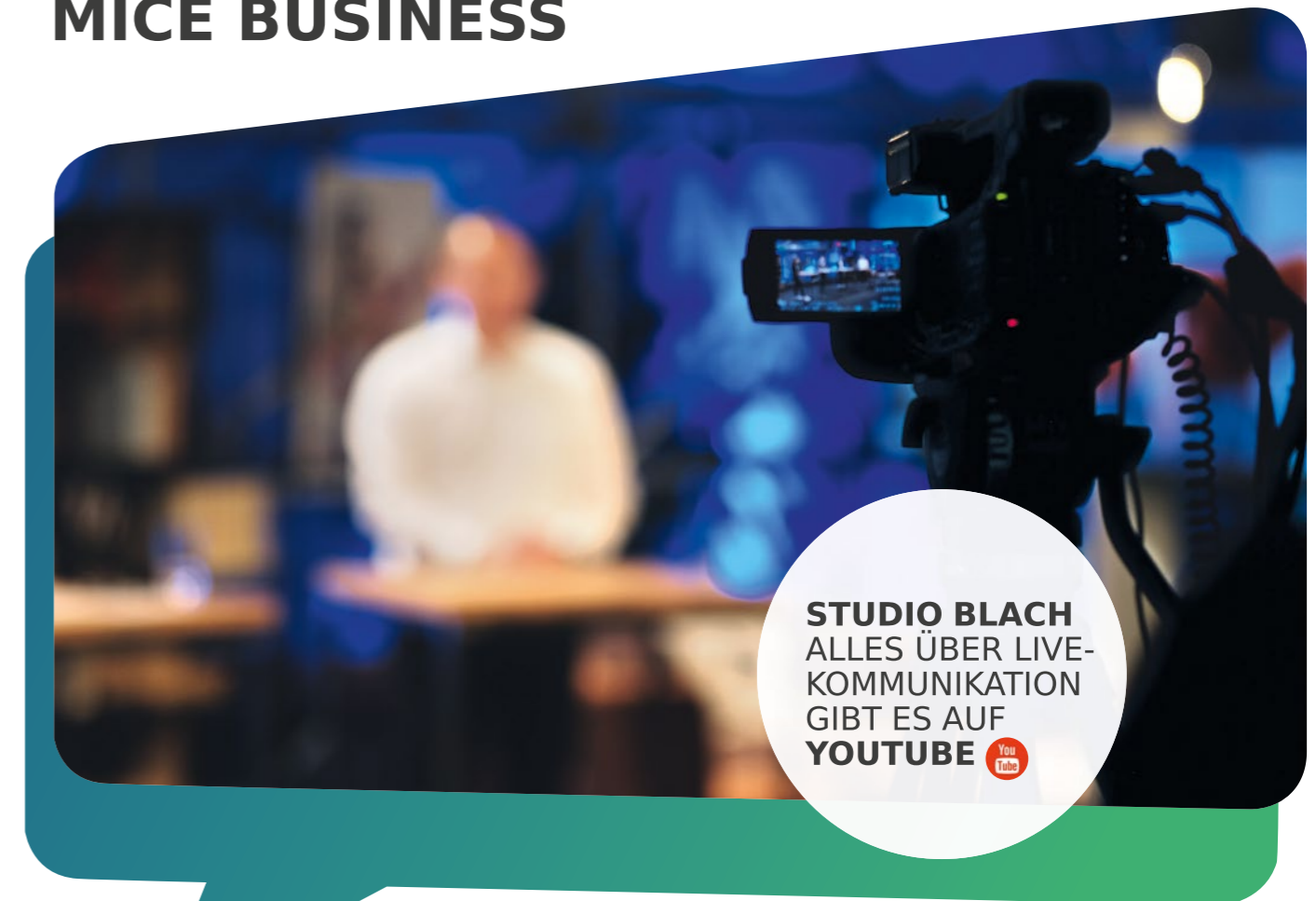
Das israelische Restaurant „Chiche“ in Paris.

# STUDIO BLACH

Alles über Live-Kommunikation



## REPORTAGEN UND TALKS FÜR INSIDER AUS DEM MICE BUSINESS



### 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 gstolte@blachreport.de / Elke Bartels ebartels@blachreport.de / Marco Raupach mraupach@blachreport.de \_ ANZEIGENMARKETING Medienmarketing Sanders, Ulf-Gundo Sanders / Tel 07203 502727-0 / Fax 07203 502727-18 / eMail gsanders@aktivmedia.biz \_ PRODUKTION Sandra Fink sf@betriebsbuero.com \_ DRUCK Druckpunkt Langer / Uetze \_ GERICHTSSTAND Burgdorf >> Der BlachReport ist eine Business-to-business-Publikation über Event-Marketing, Promotions und Sponsoring. Sie erscheint zweiwöchentlich. Der jährliche Bezugspreis beträgt 93 Euro beim Digitalabo und 290 Euro beim Printabo (jeweils zzgl. MwSt.). Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein Jahr, wenn es nicht sechs Wochen vor Ablauf schriftlich gekündigt ist. Keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte. (Preise jeweils inkl. Versandkosten)

ISSN 1611-9308

BLACHREPORT 16/24

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

# newslounge

PRESSEPORTAL FÜR DIE  
MICE BRANCHE NATIONAL  
UND INTERNATIONAL

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



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