



Strategic Meeting Management Programme: Was sind die Chancen und Möglichkeiten für SMMP in USA und Europa?

SCHADE!

DIESE ANZEIGE IST OHNE TON.



NEUMANN & MÜLLER
VERANSTALTUNGSTECHNIK

→ CORPORATE EVENTS

Galas und Firmenjubiläen, Produktpräsentationen, Tagungen, Hauptversammlungen, Store Openings, Awards, Kongresse

→ PUBLIC EVENTS

Kultur, Sport, Musik, Ausstellungen, TV/Hörfunk

→ DIGITAL-LIVE ODER HYBRIDE EVENTS

NEUMANNMUELLER.COM

Blues



Die Eventbranche singt den Blues – wieder einmal seit 2020. Doch diesmal sind weder ein Virus noch ein irrer russischer Diktator die Ursache, sondern ein deutscher Finanzminister, der gerade auf dem besten Wege ist, die Wirtschaft der größten Volkswirtschaft in Europa fahrlässig abzuwürgen. Wie kann man in dieser Position und umgeben von Spezialisten nicht verstehen, dass Deutschland gerade ein massives Problem durch fehlende wirtschaftliche Anreize und eine falsch interpretierte Sparpolitik hat, die das Land über Jahre lähmen wird?

Deutschland braucht jetzt ein massives Investitionsprogramm und nicht wieder einen albernen Doppel-Wumms, um noch eine wirtschaftspolitische „Koryphäe“ ins Spiel zu bringen, die sich glücklicherweise aus allem raushält (wir haben aber noch einen Kanzler, oder?). Die Verkehrsinfrastruktur ist desolat, das Gesundheitswesen am Abgrund, öffentliche Investitionen bestenfalls „halbgar“, die Wirtschaftspolitik führt wegen der fehlgeleiteten Finanzpolitik geradewegs in die Sackgasse, die Bildung pfeift auf Digitalisierung künftige Anforderungen und ist mangels ausreichender finanzieller Ausstattung auf dem Weg zurück zur Schiefertafel mit Außentoilette auf dem Hof, der private Konsum wurde abgewürgt. Ach so, ja, Kulturpolitik hatten wir auch mal, aber das ist schon länger her.

Dabei kann es doch so einfach sein. Die deutsche Wirtschaft und das öffentliche Leben müssen mit einem massiv ausgestatteten Investitionsvolumen angekurbelt werden – die Betonung liegt auf „massiv“. Dann fließen auch Steuergelder und rechtfertigen die Ausgaben. Wobei „Ausgaben“ das falsche Wort ist, denn es geht um „Investitionen“. Lieber Herr Sparminister, Sie sind falsch abgebogen . . .

Zurück zur Eventbranche: Kreativität schlägt Champagner-Dinner und gute Events funktionieren auch in der Lüneburger Heide oder auf der Schwäbischen Alb. Machen Sie jetzt das Beste daraus.

Herzlichst

Ihr Peter Blach

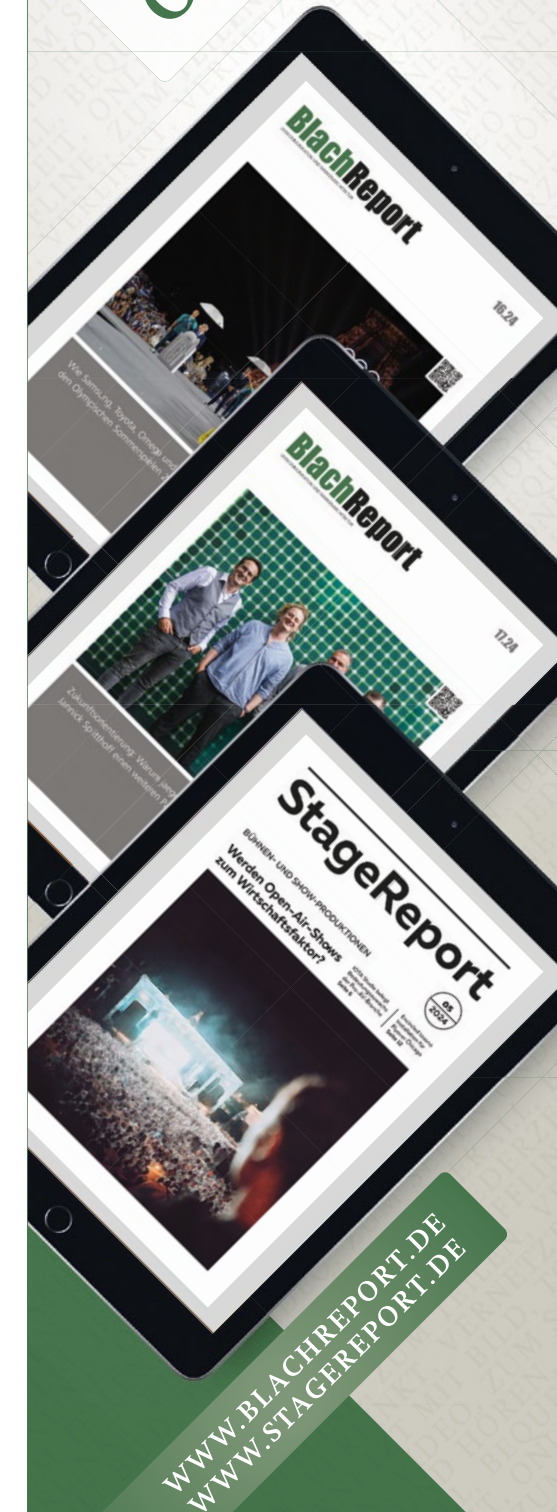
inhalt

Titelfoto: SMM Wheel (Grafik: Proske)

- | | |
|--|---|
| 4 BUSINESS Capable gegründet | 13 SERVICES Nachhaltigkeitsinitiative in Berlin |
| 5 BUSINESS heycater! mit neuer Sparte | 14 VENUES Cannes |
| 6 INTERVIEW SMMPs in Europa und den USA | 16 PEOPLE Jobs + Karriere |
| 8 BUSINESS Stuttgart-Tourismus Halbjahresbilanz | 17 MARKETING-SERVICES Lieferantenverzeichnis |
| 10 BUSINESS IST-Hochschule für Management Studie | 26 BACKSTAGE Lena Schlieper |
| 12 DIGITAL Guest-One und tal.de Partnerschaft | 26 IMPRESSUM |

MEDIA
BOARD

OUT NOW!



WWW.BLACHREPORT.DE
WWW.STAGEREPORT.DE



Florian Hensmann, Thomas Ziwes-Strack und Lena Schlieper (v. l., Foto: Capable)

capacity und APA Brands Events Solutions gründeten Capable

Capable freut sich über einen gelungenen Start

Bereits im Oktober 2023 ist die Agentur Capable in Köln-Ehrenfeld gestartet – gegründet von capacity und APA Brands Events Solutions. Das Management übernahmen Lena Schlieper, Florian Hensmann (beide Executive Manager) und Thomas Ziwes-Strack (CEO), die sich über Jahre hinweg einen Namen in der Event-Branche gemacht haben und für Kunden wie Mazda, Coca-Cola, MAN, Volkswagen, Rewe, Deutsche Bahn und AMG sowie Agenturen wie Vok Dams, Avantgarde und Fischer Appelt gearbeitet haben.

Thomas Ziwes-Strack: „Die Neugründung der Capable ist für mich das Ergebnis jahrelanger, vertrauensvoller Zusammenarbeit zweier Unternehmen, die gemeinsam voneinander profitieren können. Eine klassische Win-Win-Situation für unsere Kunden, Mitarbeiter und alle Projekte.“

Peter Adelfang, Gründer und Geschäftsführer von APA Brand Events Solutions und eine der treibenden Kräfte hinter der Gründung der Capable: „APA bringt 40 Jahre Erfahrung in Produktion, Logistik und Montage im Bran-

ding und Signage-Bereich ein, während capacity auf Personalvermittlung für Live Communication Konzepte spezialisiert ist“.

Co-Executive Manager Lena Schlieper: „Wir bieten unseren Kunden ein Team, das die Erfahrung aus großen Agenturen mitbringt, dem daraus resultierenden Kreativ- und Experten-Netzwerk und dem unschlagbaren Vorteil einer flexiblen Boutique-Agentur, die ihre Kraft in relevante Lösungen im Sinne des Kunden steckt und nicht immer dem nächsten großen Pitch hinterherläuft.“

EVVC: Vergabekriterien für neues Umweltzeichen sind veröffentlicht Blauer Engel

Der EVVC hat auf die Veröffentlichung der Vergabekriterien für das Umweltzeichen „Blauer Engel“ aufmerksam gemacht, das auf Initiative des EVVC entstand. Das neue Umweltzeichen für Veranstaltungen bietet Veranstaltungsorganisationen die Möglichkeit, ihre Konferenzen und Messen oder auch kulturelle Veranstaltungen wie Konzerte und Theaterfestivals mit dem Umweltzeichen zu bewerben, wenn sie ein hohes Umwelt- und Nachhaltigkeitsniveau einhalten.

Ob auf Produktverpackungen oder als Siegel für Dienstleistungen – der „Blaue Engel“ steht bereits seit 1978 für Umweltkriterien

und Glaubwürdigkeit. Mit dem Blauen Engel können zukünftig auch nachhaltige Veranstaltungen ausgezeichnet und vermarktet werden. Die Vergabekriterien für das Umweltzeichen wurden jetzt veröffentlicht. Für Veranstaltungshäuser, die die Kriterien erfüllen, wird die Antragstellung für die Nutzung des Blauen Engels ab Januar 2025 möglich sein.

Das neue Umweltzeichen geht auf eine Initiative des EVVC zurück: Im Frühjahr 2020 stellte der Verband einen Antrag beim „Blauen Engel“, um diesen in Zukunft auch auf nachhaltige Veranstaltungs-Centren anwenden zu können. Die Ausarbeitung der entspre-

chenden Richtlinie startete mit Unterstützung des EVVC im Sommer 2021 und entwickelte sich zu einem Siegel für nachhaltige Veranstaltungen. So waren Vertreter des Verbands auch maßgeblich an der Ausarbeitung der Vergabekriterien beteiligt und brachten mit ihrer praktischen Erfahrung in der Durchführung nachhaltiger Veranstaltungen eine wichtige Perspektive in den Prozess ein.

„Die Veröffentlichung der Kriterien ist ein wichtiger Schritt, denn den nachhaltigen Veranstaltungen gehört die Zukunft“, sagt Lars Wöhler, EVVC-Vorstandsmitglied für Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility.



heycater! erweitert sein Angebot um Agenturleistungen (Fotos: heycater!)

heycater! erweitert Angebot mit neuer Eventmanagement-Sparte

All-in-one-Lösung für Events

heycater!, einer der führenden Anbieter im B2B-Catering, hat sein Portfolio um heycater! Events erweitert und sein Portfolio um die Leistungen einer Eventagentur ergänzt. heycater! Events bietet Unternehmen deutschlandweit die Planung und Durchführung von Veranstaltungen aus einer Hand. Mit seinem Event-Team und maßgeschneiderten Service-Konzepten will heycater! Events nach eigenen Aussagen „neue Standards“ in der Eventbranche setzen und mit seiner etablierten Catering-Plattform kombinieren. Mit über 45.000 erfolgreich umgesetzten Catering-Aufträgen und mehr als einer Million servierter Mahlzeiten hat sich heycater! im Business-Catering fest etabliert.

Der Eventmanagement-Service ist nach Aussage von heycater!-CEO Michael Möglich

aber gar nicht mal so neu: „Das haben wir für Bestandskunden immer schon mal wieder gemacht. Jetzt wollen wir uns stärker in diesem Bereich positionieren und dabei auch gern mit anderen Agenturen zusammenarbeiten.“

Das Leistungsspektrum von heycater! Events reicht laut Aussage von Möglich von der ersten Idee bis zur erfolgreichen Umsetzung von Firmenevents jeder Art und Größe. Michael Möglich: „Ob Firmenjubiläen, Sommerfeste mit tausenden Gästen, festliche Weihnachtsfeiern oder exklusive Networking-Abende – mit heycater! Events übernehmen wir die komplette Organisation und sorgen für ein unvergessliches Erlebnis“.

Catering und Eventmanagement kommen dafür aus dem gleichen Unternehmen. Die Kom-

bination aus einer digitalen Plattform, die über das Online-Angebots- und Bestellmanagement eine einfache Planung und Verwaltung von Events ermöglicht, und dem exklusiven Zugang zu Partnern und Locations soll Unternehmen künftig besondere Vorteile bringen.

Auch das Thema Nachhaltigkeit ist ein zentraler Aspekt bei heycater! Events. Das Unternehmen legt großen Wert auf umweltfreundliche Konzepte und bietet eine Vielzahl an fleischlosen Menüoptionen an. Zudem wird der ökologische Fußabdruck durch die vollständige Kompensation der Treibhausgasemissionen minimiert. heycater! wurde 2015 mit dem Ziel gegründet, den B2B-Catering-Markt zu revolutionieren und die Organisation von Business-Caterings digital und unkompliziert zu gestalten.

LEIPZIGER MESSE IST AUF REKORDKURS

Die Leipziger Messe hat im Geschäftsjahr 2023 nach der Pandemie ihren Aufschwung fortgesetzt. Mit 178 Veranstaltungen, über 9.600 Ausstellern und 792.000 Besuchern erreichte sie einen Konzernumsatz von 80,1 Millionen Euro (2022: 75,2 Millionen Euro).

„Menschen wollen sich treffen. Unsere Messen, Kongresse und Events ziehen wieder zahlreiche Gäste aus aller Welt an“, sagt Geschäftsführer Martin Buhl-Wagner. Geschäftsführer Markus Geisenberger ergänzt: „Alle Geschäftsbereiche haben zum Umsatzwachstum beigetragen. Mit der Uefa Euro 2024 haben

wir unsere Stärke bei sportlichen Großveranstaltungen bewiesen.“

Das Messegelände beherbergte Institutionen wie das International Broadcast Center und den Video Assistance Referee (VAR) der Fußball-EM. Über 300.000 Besucher besuchten die Fan Zone und den Fan Meeting Point.

Für 2024 wird ein Umsatzsprung über die 100-Millionen-Euro-Marke erwartet. Buhl-Wagner: „Für das aktuelle Geschäftsjahr erwarten wir einen Rekordumsatz, der das bisher stärkste Jahr 2019 übertreffen wird.“ Der Aufschwung soll sich in den kommenden Jahren

dynamisch fortsetzen. „Langfristig ist es unser Ziel, uns fest in den Top 30 der Messeplätze weltweit zu etablieren“, sagt Geschäftsführer Markus Geisenberger. Dafür setzt die Leipziger Messe als größte Messe Ost- und Mitteldeutschlands auf ihre neu aufgelegte Strategie „MusterMesse 4.0.“

Das Neugeschäft und die Internationalisierung ihrer Veranstaltungen, der Fokus auf Service-Orientierung, Investitionen in die Modernisierung der Infrastruktur und in die Digitalisierung ihrer Nachhaltigkeitsstrategie sind zentrale, strategische Bestandteile.



SMM Wheel
(Fotos: Proske)

SMMP: Fragen an Toby Frowen, Eva-Maria Kunkelmann und Markus Struppler

Strategische Chancen für SMMPs in Europa und den USA

PROSKE HAT DIE PRÄSENZ AUF DEM US-MARKT ERWEITERT, UM INSBESONDERE IHR KERNGESCHÄFT FÜR STRATEGIC MEETING MANAGEMENT PROGRAMME (SMMP) IM MARKTSEGMENT MEETINGS & EVENTS NOCH WEITER AUSBAUEN ZU KÖNNEN.

SMMPs sind ein systematischer Ansatz zur Verwaltung von Meetings und Veranstaltungen, der auf organisatorische Effizienz, Kosteneinsparungen und Risikominderung abzielt. Es umfasst die strategische Planung, Beschaffung, Durchführung und Analyse aller Meetings und Veranstaltungen innerhalb eines Unternehmens. Durch standardisierte Prozesse und Technologien optimiert SMMP die Nutzung von Ressourcen und verbessert die Transparenz sowie die Kontrolle über das gesamte Veranstaltungsmanagement.

Wir wollten wissen, welche Chancen und Unterschiede es für SMMPs in Europa und den USA gibt und haben dafür Toby Frowen (Vice President, von Proske Inc. in New York), Eva-Maria Kunkelmann (Account Direktorin) und Markus Struppler (Co-CEO) von Proske in München befragt.

BlachReport: Proske ist schon seit einigen Jahre mit einer Niederlassung in den USA vertreten. Warum?

Markus Struppler: Wir sind seit 2015 mit einer eigenen Gesellschaft vertreten, um US-Kunden die Möglichkeit zu geben, mit einer amerikanischen Gesellschaft Verträge abzuschließen. Seit 2023 bauen wir die Präsenz mit US-Personal auf, um unsere Leistungen auch vor Ort zu erbringen. Warum? Weil die USA der größte Markt sind und unsere Kunden hier in der Regel ihre Hauptquartiere haben. Wir können hier

bessere Skaleneffekte erzielen und wissen aus langjähriger Erfahrung, dass unser Service-Portfolio für US-Kunden sehr interessant ist.

BlachReport: Wer sind die Kunden und Zielgruppen von Proske für SMMP in Europa und den USA?

Eva-Maria Kunkelmann: In erster Linie globale Konzerne mit einem Travel Management und/oder einem Meetings & Events Team. Aufgrund der zahlreichen komplexen Compliance-Vorschriften in der Pharmaindustrie hat Proske einen besonderen Fokus auf Gesundheitsunternehmen.

Toby Frowen: In den USA sind es dieselben Unternehmen wie in Europa, jedoch ist es hier oft schwieriger, Fuß zu fassen, da diese Unternehmen so groß sind. Daher möchten wir uns auch auf kleinere, agilere Unternehmen konzentrieren, die gerade erst SMMPs einführen und ihre Meeting-Programme modernisieren wollen.

BlachReport: Welche Bedeutung haben Strategic Meeting Management Programme in den USA?

Toby Frowen: SMMPs bringen Disziplin und Struktur in Meetings und Events. Das ist besonders hilfreich, wenn es um Daten und Berichte geht, und sie können Effizienzsteigerungen sowie Programmeinsparungen ermöglichen. Zudem zeigen sie den Stakeholdern den Wert auf. SMMPs dienen auch als Leitfaden für Unternehmen, die ein durchdekliniertes Programm für Meetings innerhalb ihrer Organisation aufbauen möchten. Es geht nicht immer nur um Einsparungen, sondern SMMPs helfen dabei, sich auf wichtige Aspekte wie betriebliche Exzellenz, Nachhaltigkeit und Lieferantenmanagement zu konzentrieren.

BlachReport: ... und in Europa?

Eva-Maria Kunkelmann: SMMPs sind in Europa von entscheidender Bedeutung, da sie helfen, die Abläufe zu optimieren. Wesentliche Aspekte des Meeting- und Event-Managements, die SMMPs unterstützen, sind Kosten- und Budgetkontrolle, regulatorische Compliance, Nachhaltigkeit, Risikomanagement, strategische Ausrichtung an Unternehmenszielen sowie Datenanalyse und -berichterstattung. Da sich die Geschäftswelt ständig weiterentwickelt, wird die Bedeutung von SMMPs in Europa weiter zunehmen und Unternehmen dabei unterstützen, globale Komplexitäten zu bewältigen und operative Exzellenz zu erreichen.

BlachReport: Gibt es valide Zahlen, welches Volumen das SMMP-Segment in den USA hat?

Toby Frowen: Nein, es gibt keine definitiven Zahlen. Healthcare-Unternehmen nutzen häufiger SMMPs aufgrund der regulatorischen und Compliance-Anforderungen, aber es ist schwer zu sagen, wie viele Unternehmen insgesamt SMMPs haben.

BlachReport: Müssen regionale oder kulturelle Unterschiede bei der Implementierung, der Vorgehensweise und den Inhalten bei SMMPs beachtet werden?

Eva-Maria Kunkelmann: Absolut, aber da würde ich Toby den Vortritt lassen.

Toby Frowen: Gibt es immer. Kulturelle und regionale Unterschiede sollten nie unterschätzt werden. Zudem sind die Service Level Agreements (SLAs) und Key Performance Indicators (KPIs) in den USA anders als außerhalb der USA. Letztlich muss die Unternehmenskultur des Kunden mehr berücksichtigt werden als alles andere, da sie unterschiedliche Ziele, Bedürfnisse, Budgets, Prozesse, Richtlinien, Technologien und so weiter haben kann, die das individuelle Programm und die Arbeitsweise beeinflussen.

BlachReport: Wer sind die Wettbewerber von Proske im SMMP-Bereich?

Eva-Maria Kunkelmann: Derzeit sind es hauptsächlich spezialisierte Softwareanbieter wie Cvent oder SAP Concur, die ähnliche Dienstleistungen mit ihren Technologie-Lösungen anbieten, oder große Travel Management Unternehmen wie BCD oder AMEX, die Meetings & Events in ihr Dienstleistungsangebot integriert haben. Wir kennen keinen Wettbewerber, der dieselbe Expertise bietet wie Proske, das Meetings & Events-Beratungskompetenzen im Kern seines Geschäfts hat, anstatt es als Zusatzangebot zu offerieren.

BlachReport: Bleibt Proske bei dieser Fokussierung auf Europa und USA oder sind weitere Regionen für die Expansion im Fokus?

Markus Struppler: Neben den Chancen sind auch die Herausforderungen groß: Zunächst muss die US-Gesellschaft erfolgreich implementiert sein, bevor wir weitere Schritte machen können. Wir werden aber auch in Zukunft versuchen, regional und kulturell nahe bei unseren Kunden zu sein und dort unsere Services anzubieten.

BlachReport: Was ist eigentlich das SMM Wheel?

Eva-Maria Kunkelmann: Dabei handelt es sich um eine grafische Darstellung der Inhalte von SMMP. Dieses Wheel wurde vor mehr als zehn Jahren von der GBTA (Global Business Travel Association) erstmalig vorgestellt. Seitdem haben sich die SMMP-Schlüsselbereiche weiterentwickelt und die grafische Darstellung wurde mehrfach angepasst. Die neueste Version des Wheels entwickelte das GBTA European Meetings & Events Committee, zu dem auch Proske gehört. Es wurde kürzlich auf der GBTA Convention in Atlanta der Öffentlichkeit vorgestellt.

BlachReport: Vielen Dank für die Beantwortung unserer Fragen.



Eva-Maria Kunkelmann



Toby Frowen



Markus Struppler



Stuttgarter Euro Fan Zone Schlossplatz
(Fotos: in.Stuttgart/ T. Niedermüller/Stuttgart-Marketing GmbH)

Halbjahresbilanz

Fußball-EM und starke Messen beflügeln Stuttgart-Tourismus

Die Stadt Stuttgart hat in diesen Tagen ihre touristische Halbjahresbilanz für das 2024 vorgelegt. Mit 2,21 Millionen Übernachtungen in Stuttgarter Beherbergungsbetrieben konnte in dem Zeitraum ein Plus von 18,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr erzielt werden. Die Landkreise in der Region erreichten gemeinsam mit der Landeshauptstadt 4,6 Millionen Übernachtungen und ein Plus von 11,3 Prozent. Die UEFA Euro 2024 sowie besucherstarke überregionale Messen bescherten dem Juni ein Rekordergebnis.

Alle sechs Monate des Jahres weisen demnach große Zuwächse auf und liegen nach Angaben des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg damit weit über den Ergebnissen 2023 und auch den 2019-Werten. Hervorzuheben ist der Februar, der mit den Messen IKA, Intergastra und nicht zuletzt der R&T ein hohes Übernachtungsvolumen (362.102) und eine enorme Steigerung von 40,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr erzielte.

Volumenstärkster Monat mit 413.554 Übernachtungen war der von der Uefa Euro 2024 und zahlreichen aussteller- und besucherstarken Messen – wie der Battery Show Europe, MedtecLive oder Surface Technology Germany – geprägte Juni. In diesem Monat verbuchten die Stuttgarter Beherbergungsbetriebe rund 20 Prozent mehr Gäste (Ankünfte in den Übernachtungsbetrieben) und 25 Prozent mehr Übernachtungen im Vergleich zum Vorjahres-

monat. Wachstumstreiber waren insbesondere die internationalen Übernachtungen (Plus 64 Prozent) – vor allem der Nationen, die bei der Europameisterschaft in Stuttgart spielten: allen voran Schottland, in der Statistik zu Großbritannien zählend (28.576 Übernachtungen), Dänemark (11.153 Übernachtungen), Ungarn (8.872 Übernachtungen), Belgien (5.503 Übernachtungen) und Slowenien (3.703 Übernachtungen), alle mit großen dreistelligen Zuwachsraten. Zahlreiche Ticketkäufer und Public Viewing Fans kamen aber auch aus der Nachbarnation Schweiz, sodass mehr als 10.000 Übernachtungen registriert werden konnten.

Vor allem an den Spieltagen der UEFA Euro 2024 in Stuttgart konnte die Hotellerie – nach Angaben von STR/Costargroup – hohe Zimmerpreise durchsetzen und hohe Belegungsraten erzielen. Das Spiel der deutschen Nationalmannschaft gegen Ungarn am 19. Juni gepaart mit wichtigen Messeveranstaltungen sowie das Spiel der Schotten gegen Ungarn am 23. Juni brachten den Betrieben Zimmer-Höchstauslastungen von fast 94 Prozent (berechnet von STR auf Basis von rund 2/3 aller Stuttgarter Betriebe).

Die durchschnittliche Bettenauslastung erreichte nach Angaben des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg im Monat Juni 56,2 Prozent bei einem Angebot von 24.529 Betten. Eine Größenordnung, die ansonsten in sehr guten Jahren den event- und geschäfts-

reisestarken Monaten September/Oktober vorbehalten ist.

Neben den wirtschaftlichen Auswirkungen haben Hotels und touristische Einrichtungen wie das Mercedes-Benz und das Porsche Museum, die Wilhelma oder der Fernsehturm auch die Stimmung hervorgehoben, die die Fußballfans in die Stadt und ihre Häuser brachten. Viele hatten sich intensiv auf die EM-Besucher vorbereitet und ihr Angebot entsprechend erweitert oder adaptiert. Zu weiteren positiven Effekten der UEFA Euro 2024 zählen die Stärkung des touristischen Netzwerkes und die Chance, das Image Stuttgarts zu verbessern. Das ergab eine Kurzbefragung von Stuttgart-Marketing.

„Die beeindruckende Halbjahresbilanz legt die Grundlage für das prognostizierte beste Tourismusjahr aller Zeiten“, sagt Armin Dellnitz, Geschäftsführer der Stuttgart-Marketing GmbH. „Die UEFA Euro 2024 hat maßgeblich zum touristischen Erfolg im ersten Halbjahr 2024 beigetragen. Entscheidend dabei ist: unsere Stadt hat sich international hervorragend präsentiert. Die positiven Imageeffekte durch die Begeisterung der EM-Gäste, die grandiose Stimmung sowie die starke Medienwirkung werden sicherlich nachhaltig wirken. Besucher der UEFA Euro 2024 im Juni werden zu den Wiederkehrern von morgen und die Bilder, die um die Welt gingen, werden weitere Touristen anziehen“, so Dellnitz.



iaf Messe für Fahrwegtechnik in Münster (Foto: Peter Grewer)

Fahrwegtechnikmesse iaf bleibt in Münster

Nächste iaf findet 2025 statt

Seit mehr als 20 Jahren findet alle vier Jahre die internationale Messe für Fahrwegtechnik in der Halle Münsterland statt. An drei Messtagen kommen über 12.000 Fachbesucher aus über 75 Ländern nach Münster. Jetzt ist der Vertrag für den Termin 2025 unter Dach und Fach. „Wir freuen uns sehr, auch 2025 die iaf in

Münster veranstalten zu können“, betont Constance Petzsch, Geschäftsführerin VDEI Service und verantwortlich für die Messe. „Die Infrastruktur des MCC Halle Münsterland ist hervorragend geeignet für Messen dieser Größenordnung. Neben den Messehallen stehen auch die Große Halle und zahlreiche modern ausgestat-

tete Seminarräume zur Verfügung.“ Die Messe vom Verband Deutscher Eisenbahn-Ingenieure (VDEI) ist die größte internationale Messe in Münster. Die ausgestellten Maschinen bauen und bearbeiten Gleise. Konsortien aus der ganzen Welt kommen nach Münster, um über den Kauf der Maschinen zu entscheiden.

Meet & Greet beim Convention Bureau Rheinland-Pfalz

KI in der Veranstaltungsbranche?

Das Convention Bureau Rheinland-Pfalz, das Sprachrohr der rheinland-pfälzischen MICE-Branche, lädt am 9. Oktober 2024 Eventplaner, Touristiker, Kunden, Partner und Interessierte zum diesjährigen Meet & Greet in der Rhein-Mosel-Halle Koblenz ein. Dieses Mal widmet sich das Kongressbüro dem Thema „KI in der Veranstaltungsbranche: Eine Welt der neuen Möglichkeiten?“.

Beginnend mit einer Keynote wird den Fragen nachgegangen, welche Prozesse mithilfe

von KI abgebildet werden können, welche Tools zur Verfügung stehen und wie man mittels KI eine Veranstaltung aufwerten kann. KI-Experte Alex Mirschel beleuchtet in seiner Keynote die tiefgreifenden Veränderungen, die durch Künstliche Intelligenz in der Veranstaltungsbranche ausgelöst werden. Er bietet einen praxisnahen Überblick über die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten dieser Technologie und illustriert den aktuellen Stand der Technik anhand zahlreicher Beispiele aus

der Praxis. Moderiert wird Meet & Greet von Catharina Fischer.

Der kostenlose Event richtet sich an Veranstaltungsplaner, Event-Agenturen, Location-Anbieter und touristische Leistungsträger und findet im Fishbowl-Format statt. Die Teilnehmenden sind eingeladen, sich an dem Gespräch beziehungsweise der Diskussion zu beteiligen. In der Praxiswerkstatt können die Teilnehmenden an fünf Stationen eigene Erfahrungen mit dem Einsatz von KI sammeln.

ERFOLGSFAKTOREN FÜR EVENTS

Stefan Luppold hat ein neues Fachbuch mit dem Titel „Erfolgsfaktoren für Events – Von Interaktion und Neugier bis Matchmaking und Moderation“ herausgegeben. Events werden in kreativen Prozessen entworfen – oftmals aber einfach von Termin zu Termin fortgeschrieben. Budget und Zeitdruck stehen im Vordergrund, sodass dabei eine klare Definiti-

on von Zielen und Zielgruppen sowie die Überprüfung des Ergebnisses zu kurz kommen. Dieses Buch will Faktoren beleuchten, die für den Erfolg von Events entscheidend sind.

Elf Autoren mit Erfahrung im Management von Veranstaltungen erläutern dort, wie die Wahl der richtigen Location, der verantwortungsvolle Umgang mit protokollarischen Auf-

gaben, der Einsatz von Technik oder ein ernsthafter Perspektivenwechsel wirken und was dabei zu beachten ist. Erfolgreiches Eventmanagement soll so nicht nur zu zufriedenen Teilnehmern und motivierter Teams führen, sondern auch zu gesteigerter Markenbekanntheit und einem verbesserten Image des Unternehmens. Mehr Informationen zur Publikation im Web.



Tom Naber und Prof. Dr. Matthias Johannes Bauer forschen und lehren zum Thema Festivalmanagement (v. l., Foto: IST-Hochschule)

IST-Hochschule für Management stellt Studie vor

Nachhaltigkeit für Festivalgäste egal?

Gästen ist das Thema Nachhaltigkeit auf Festivals möglicherweise „weitgehend egal“. Das soll eine großangelegte Studie der IST-Hochschule für Management belegen. Sie zeigt, dass die Mehrheit der Festivalbesucher dem Thema Nachhaltigkeit kaum Beachtung schenkt, was im Widerspruch zu globalen Umweltbewegungen und wachsendem Bewusstsein für Klimaschutz steht. Die überraschende Erkenntnis der Studie wirft Fragen auf und stellt die Veranstaltungsbranche vor neue Herausforderungen. Wie können Festivals dennoch nachhaltig gestaltet werden? Strategien wie Nudging könnten eine Antwort sein.

Für die Studie an der IST-Hochschule für Management wurden über 3.500 Festivalfans befragt. Von diesen gaben nur 9,6 Prozent an, dass ihnen Nachhaltigkeit auf Festivals wichtig sei. Diese Gleichgültigkeit zieht sich durch alle Altersgruppen, Geschlechter und sozialen Schichten. „Die Studie hat weitreichende Kon-

sequenzen für die Festivalindustrie“, sagt Prof. Dr. Matthias Johannes Bauer und verweist hierbei auf die Verantwortung von Veranstaltern, Sponsoren und Politik. Der Festivalprofessor hat mit seinem wissenschaftlichen Mitarbeiter Tom Naber und Absolventin Lea Michel die Befragung und Auswertung durchgeführt. Bauer und Naber lehren an der IST-Hochschule im Masterstudiengang Kommunikationsmanagement das Thema Festivalmanagement.

„Festivals dienen dem Eskapismus, also der Alltagsflucht. Und sie führen als liminale Räume, in denen alltägliche Normen und Verantwortungen aufgehoben sind, oft dazu, dass Nachhaltigkeitsthemen als störend empfunden werden“, erklärt Bauer. „Oder weniger akademisch gesagt: Die Leute wollen einfach eskalieren und dabei Alltagsorgen wie den Klimawandel einfach mal hinter sich lassen.“ Doch das hat weitreichende Konsequenzen: „Denn wenn Nachhaltigkeit den Fans nicht so wichtig

ist, sind die Veranstalter umso mehr gefragt“, so Bauer. Viele Veranstalter würden sich hier bereits in der Pflicht sehen und aktiv werden.

Die Studie unterstreicht folglich die Notwendigkeit, neue Strategien zu entwickeln, um Nachhaltigkeit auf Festivals zu fördern. „Ein innovativer Ansatz kann das so genannte Nudging sein“, so der Festivalprof. Nudging ist eine Strategie, die darauf abzielt, das Verhalten von Menschen in eine positive Richtung zu lenken, ohne dabei ihre Handlungsfreiheit einzuschränken. „Nudging kann nachhaltiges Verhalten fördern, indem es subtil und ohne Zwang wirkt. Vereinfacht gesagt fordert ein Basketballkorb über einem Müllimer die Menschen spielerisch auf, ihren Abfall richtig zu entsorgen“, erläutert Prof. Bauer weiter, der für solche Ansätze wirbt. „Nudging als nachhaltige Verhaltensstrategie hat großes Potenzial, um die Nachhaltigkeit auf Festivals zu fördern.“

Liganova Group startet neue Brand Activation Unit

Strategie, Kreation und Innovation

Die Liganova Group setzt auf eine nahtlose Verbindung von Strategie, Kreation und Innovation. In der neu gegründeten Brand Activation Unit will das Unternehmen die Synergien zwischen strategischer Beratung und kreativer Umsetzung stärken. Die Leitung übernimmt Karin Leiberg als Director Brand Activation & Strategy.

Die Brand Activation Unit soll Services wie Strategy, die Aktivierung von Räumen in allen Dimensionen von Pop-ups bis Brand Spaces, Communities, Retail- und Experience-Touchpoints und strategische Kooperationen um-

fassen. Ziel ist es, Traffic und Brand Awareness zu steigern und zukunftsorientierte Ansätze zu entwickeln, die die Relevanz im Markt und bei der Zielgruppe erhöhen.

Karin Leiberg ist seit 13 Jahren erfolgreich bei Liganova tätig und bringt für ihre neue Position umfassende Erfahrung in den Bereichen Trendforschung, Experience Marketing und strategische Markenkommunikation mit. Leiberg startete ihre Karriere im Trend Research & Business Development in den USA, bevor sie sich mit ihrem journalistischen Back-

ground als strategischer Content-Scout und Kuratorin etablierte.

Seit ihrem Eintritt bei Liganova im Jahr 2011 war sie maßgeblich an der Entwicklung neuer Formate sowohl für Liganova als Marke als auch für Kunden beteiligt. Unter anderem spielte sie eine zentrale Rolle bei der Entwicklung der Programmatic Brand Spaces, einem Ansatz für die Bespielung und Aktivierung von Markenräumen, der sowohl für Flagshipstores als auch für Pop-up-Formate maximal skalierbar ist.



Eingang zur Automechanika Shanghai (Foto: Messe Frankfurt)

Messe Frankfurt zieht Bilanz

Drei Jahrzehnte in Asien

Vor drei Jahrzehnten eröffnete die Messe Frankfurt ihre erste Niederlassung in Asien. Die Messe Frankfurt (HK) Ltd. begann 1994 mit einem kleinen Team und ist heute regionaler Hauptsitz der Region Greater China. Sie betreut ein Netzwerk von sieben Niederlassungen und beschäftigt über 600 engagierte Mitarbeitende. Heute organisiert das Unternehmen mehr als 60 Veranstaltungen in 13 Städten der Region und ist damit einer der bedeutendsten Messeveranstalter in China sowie ein aufstrebender Akteur am asiatischen Markt.

Von anfänglich einer einzigen Messe in Hongkong für die Textilindustrie im Jahr 1987 hat die Messe Frankfurt (HK) Ltd. ihre Präsenz inzwischen auf ganz Asien ausgeweitet und veranstaltet allein 45 Messen in der Region Greater China. Im vergangenen Jahr brachte dieses regionale Portfolio über 1,6 Millionen Fachbesucher aus aller Welt mit fast 40.000 internationalen Ausstellern zusammen.

Wolfgang Marzin, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Frankfurt: „Wir sind in der Textilindustrie gestartet und haben unse-

re Messeaktivitäten schrittweise auf elf dynamische Branchencluster in verschiedenen Regionen Chinas und Asiens ausgeweitet. Diese Expansion erforderte den Aufbau eines umfangreichen Niederlassungsnetzes, um unsere Kunden zu unterstützen und auch regionalen Ausstellern die Teilnahme an den weltweiten Veranstaltungen der Messe Frankfurt zu ermöglichen. Hongkong bot sich aufgrund seiner strategischen Lage, seines soliden Rechtssystems und internationalen Geschäftsumfelds als Ausgangsbasis an.“

In den Anfangsjahren veranstaltete die Messe Frankfurt eine Vielzahl internationaler Messen, darunter die bis heute bedeutenden Automechanika, Intertextile und ISH in China. Angesichts der Notwendigkeit, das Geschäft auf eine breitere Grundlage zu stellen, wurde 1995 die Niederlassung in Taiwan gegründet, um das Auslandsgeschäft zu unterstützen. 2002 folgte die Niederlassung in Shanghai als erste Basis auf dem chinesischen Festland.

Im Jahr 2024 betreibt die Messe Frankfurt in der Region Greater China sieben Niederlas-

sungen in Hongkong, Shanghai, Peking, Guangzhou, Shenzhen und Taipeh. Dieses Netzwerk organisiert einige der größten Fachmessen in der Region, darunter die Automechanika Shanghai, die Guangzhou International Lighting Exhibition, die Intertextile Shanghai Apparel Fabrics, die ISH China & CIHE, die Music China und die Prolight + Sound Guangzhou. Die Zahl der Mitarbeitenden in der Niederlassung in Shanghai hat sich von sechs bei der Eröffnung auf rund 170 erhöht, hierin eingeschlossen das Team der Niederlassung in Peking.

Im Jahr 2020 baute das Unternehmen auch die Geschäftstätigkeit seiner Tochtergesellschaft in Shenzhen weiter aus. Shenzhen liegt in der Greater Bay Area (GBA), wo das Unternehmen inzwischen 20 Messen durchführt. Das Asiengeschäft der Messe Frankfurt wächst auch an anderen Hotspots der Region, wobei die Niederlassung in Hongkong acht Veranstaltungen in Südostasien betreut. Darüber hinaus hat das Unternehmen begonnen, seine Präsenz auf dem zentralasiatischen Markt mit sieben Veranstaltungen in Usbekistan auszuweiten.

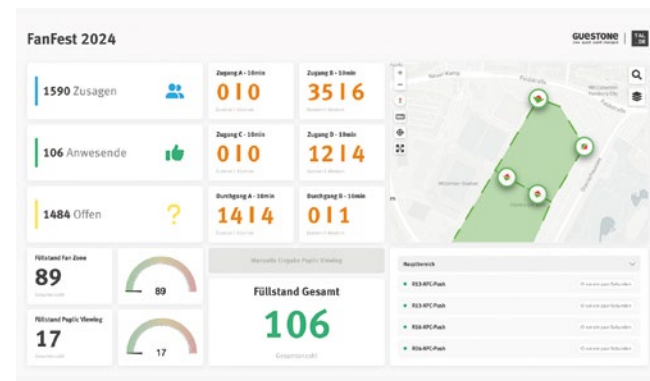
OPENERS GEWINNT ZWEI NEUE JOBS

Die Kommunikations- und Experience-Agentur Openers, seit 2013 von Kerstin Bock und Carolin Lessoued geführt, hat sich Aufträge der globalen Fitness-App Classpass für den DACH-Raum sowie den französischen Markt und die nordamerikanische B2B-Plattform Faire für DACH gesichert. „ClassPass und Faire gelten als Vorreiter im Einsatz von digitalen Techno-

logien und revolutionären Geschäftsmodellen und bieten ihren Kunden einen echten Mehrwert.“, erklärt Carolin Lessoued, Co-Gründerin und Geschäftsführerin von Openers.

Zusätzlich zum PR- und Kommunikationsbereich umfasst Openers ein internes Event-Team, das bereits erfolgreich Veranstaltungen für Auftraggeber wie Spotify, Zalando, Under

Armour, GetYourGuide und den von Skype-Gründer Niklas Zennström gegründeten VC Atomico realisiert hat. Kerstin Bock und Carolin Lessoued legen großen Wert darauf, Kommunikation ganzheitlich zu betrachten und durch gemeinsame Erlebnisse und Veranstaltungen eine tiefere Markenbindung zu schaffen.



Dashboard Fanzone Hamburg (Grafik: Guest-One)



Marcel Schettler und Oliver Görts (von links, Fotos: Guest-One)

Guest-One und tal.de vereinbaren strategische Partnerschaft

Teilnehmermanagement und Besucherzählung aus einer Hand

Die beiden Unternehmen Guest-One, Spezialist für Teilnehmer- und Crew-Management, sowie tal.de, Experte für digitale Besucherzählung, intensivieren ihre Zusammenarbeit. Beide Unternehmen sind durch den gemeinsamen Gesellschafter Riedel Communications schon seit einigen Jahren verbunden, haben bisher aber nur vereinzelt gemeinsame Projekte umgesetzt. Den Startschuss für eine engere Kooperation gab die Fanzone in Hamburg zur Fußball Europameisterschaft. Guest-One lieferte

hier die Crew-Akkreditierung, tal.de mit seiner Lösung „evocount“ die Besucherzählung an insgesamt vier Ein- und Ausgängen und für eine Fläche mit einem Fassungsvermögen von rund 50.000 Besuchern.

„Wir haben dieses Projekt zum Anlass genommen, nochmal unsere Services abzugleichen und zu schauen, wo Schnittmengen sind“, so Guest-One Geschäftsführer Marcel Schettler. Olivier Görts, Managing Director von tal.de, ergänzt: „Diese Kompetenzen wollen

wir künftig besser bündeln – mit klaren Synergien für die Veranstalter“.

Alle Informationen aus dem Guest-One System werden in die Live-Dashboards von tal.de beziehungsweise „evocount“ integriert, sodass die Leitstelle eine Echtzeitübersicht aller relevanten Daten auf einen Blick bekommt. Die IT- und Netzwerk-Infrastruktur kann bei Bedarf Riedel Communications zuliefern – durch die enge Verbindung und die räumliche Nähe sind auch hier kurze Wege garantiert.

transcribbyAI

Telekom realisiert KI-Übersetzung auf DLG-Messen

Durch die Transkription und Übersetzung mit „transcribbyAI“ der Deutschen Telekom MMS will die DLG (Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft) auf ihren Fachmessen ein noch größeres Publikum erreichen. Der KI-Simultanübersetzer der Telekom-Tochter kann Gesprochenes in Echtzeit aufnehmen, verarbeiten und in mehr als 100 Sprachen übersetzen und so die Inklusion von Menschen mit Höreinschränkungen fördern. Die DLG veranstaltet internationale Messen und Konferenzen zu Landtechnik, Pflanzenbau, Nutztierhaltung, Forst, Erneuerbare Energien und Lebensmittelproduktion. Um international mehr Personen Zugang zu den Informationen zu geben, suchte die DLG nach einem Weg, Vorträge simultan in Schriftform zu übertragen (Speech to Text). Durch Transkription und Übersetzung von Vorträgen und

Panels will die DLG die Reichweite ihrer Veranstaltungen erhöhen. Teilnehmende mit Höreinschränkungen sollen den Vortragenden barrierefrei folgen können.

Seine Premiere feierte transcribbyAI bei der Agritechnica. Die Telekom MMS stellte hier die erforderliche Applikation parallel an fünf Bühnen bereit. Für die Nutzung von transcribbyAI durch Veranstalter ist lediglich ein Rechner notwendig, der den Audiostream empfängt und die Anwendung im Browser aufruft. Für eine Verarbeitung der Audiodaten in Echtzeit wird das Mikrofon mit einem Standard-Audio-Kabel mit dem Rechner verbunden. Oder es wird eine aufgezeichnete Audiodatei eingespielt. transcribbyAI erkennt die Ausgangssprache automatisch und kann für jeden Nutzenden individuell in mehr als 100 Sprachen übersetzen.

Die Transkription erfolgt parallel zum gesprochenen Wort, wobei das Tool in Sprechpausen Korrekturen wie Groß-/Kleinschreibung und die Ergänzung von Satzzeichen vornimmt.

Das Tool differenziert Sprecher anhand der Stimmfarbe. Die Zahl der Zuhörer ist flexibel anpassbar. Der Text kann auf der Leinwand oder über QR-Code auf mobilen Endgeräten zugänglich gemacht werden. Er kann für eine Weiterverarbeitung exportiert werden. Eine Integration der Lösung in externe Systeme ist möglich, ebenso kundenspezifische Erweiterungen der Funktionalitäten. Das Design des Tools kann auf die jeweilige Marke abgestimmt werden.

Demnächst soll die Software mit der EuroTier erneut auf einer DLG-Messe in Hannover zum Einsatz kommen.



Die Ärzte-Konzert (Foto: Jörg Steinmetz)

Gastro Team Bremen sorgt für nachhaltige Die Ärzte-Konzerte

Nachhaltigkeitsinitiative in Berlin

Pommes mit einer kompostierbaren Gabel essen und dabei Livemusik hören, die zu 100 Prozent mit Öko-Feststrom produziert wird: Fans der Band Die Ärzte, die am 23., 24. und 25. August 2024 eines der Konzerte auf dem Tempelhofer Feld in Berlin besuchten, sollten eine Großveranstaltung erleben, die so nachhaltig wie möglich durchgeführt wird. Die Konzerte waren Teil einer Veranstaltungsserie, die von dem Projekt Labor Tempelhof organisiert wurde. Das gastronomische Konzept übernahm das Gastro Team Bremen, ein Tochterunternehmen des Catering-Spezialisten Aramark.

Hinter der Nachhaltigkeitsinitiative Labor Tempelhof, die besonders nachhaltige Großveranstaltungen auf dem Gelände des ehemaligen Flughafens Berlin-Tempelhof organisiert, stecken Loft Concerts, Kikis Kleiner Tourneeservice (KKT), Side by Side Eventsupport und die NGO Cradle to Cradle. Für die Konzerte engagierten sie Dienstleister, die ihren klima- und ressourcenschonenden Ansprüchen entsprechen – wie zum Beispiel das Gastro Team Bremen, kurz GTB, ein Spezialist für die gastronomische Betreuung von Großveranstaltungen. Genau wie Die Ärzte hat auch das GTB mehrere Jahrzehnte Berufserfahrung. Es entwickelt seit den

1990ern maßgeschneiderte gastronomische Lösungen für Konzerte. „Wir haben uns immer zum Maßstab gesetzt, Trends aufzuspüren und Qualität und Verlässlichkeit in den Fokus zu stellen“, sagt Geschäftsführer Sascha Marc Ebner. Mittlerweile arbeitet GTB mit zahlreichen Konzertveranstaltern und Festivals wie Rock am Ring zusammen, ist aber auch bei Corporate Events im Einsatz.

Beim Verpflegungsangebot der Konzerte auf dem Tempelhofer Feld bot GTB ausschließlich Vegetarisches und Veganer an. Zudem wurde an jedem Verpflegungsstand das Gericht mit dem geringsten CO₂-Fußabdruck ausgewiesen, um die Kaufentscheidung für umweltbewusste Konzertbesucher leichter zu machen. Die beauftragten Lebensmittellieferanten hierfür wurden nach nachhaltigen Gesichtspunkten ausgewählt. Die Vermeidung von Lebensmittelabfällen hat für GTB eine hohe Priorität, sollte aber doch etwas übrigbleiben, arbeiten sie mit Foodsharing e.V. zusammen, um das Essen zu spenden. Auch ihr verwendetes Geschirr ist so nachhaltig wie möglich: Zum Einsatz kommen überwiegend Mehrwegteller, -Becher und -Besteck. Selbst die unverzichtbare Pommes-Gabel ist

nicht wie üblich aus Plastik oder Holz, denn GTB beauftragte extra die Firma Traceless Materials, das kleine Esswerkzeug in limitierter Auflage aus biozirkulären Materialien herzustellen. Der Strom, den die Aramark-Tochter für ihre Verpflegungsstände benötigte, stammt laut GTB zu 100 Prozent aus ökologischen Quellen, so wie auch der gesamte Feststrom, den das Labor Tempelhof für die Konzerte verwendete.

2022 hatten Die Ärzte und Die Toten Hosen erstmals angeboten, ihre Sommerkonzerte auf dem Tempelhofer Feld als Versuchslabor für Cradle-to-Cradle-Prozesse und -produkte zu nutzen. Daraus ist das Kooperationsprojekt Labor Tempelhof entstanden. Seither verfolgt es das Ziel, mit bereits verfügbaren Lösungen eine Kreislaufwirtschaft zu kreieren, die einen ökonomischen, ökologischen und sozialen Mehrwert bietet. Darauf aufbauende Veranstaltungen wie die Ärzte-Konzerte sollen beweisen, dass es bereits möglich ist, Großveranstaltungen mit positiven Auswirkungen für Mensch und Umwelt auf die Beine zu stellen und zu standardisieren. Damit will das Labor Tempelhof weitere Veranstalter für klimabewusstes Handeln inspirieren.

PIXMOB SETZTE MOVING VISUAL TRANSMITTER FÜR OLYMPIA IN PARIS EIN

Für die Olympischen Spiele 2024 in Paris hat PixMob, ein weltweit führender Anbieter im Bereich der kabellosen Beleuchtungstechnik, ein aufsehenerregendes Fanerlebnis kreiert und dafür die immersive Beleuchtungstechnologie Moving Visual Transmitter eingesetzt. In Zusammenarbeit mit Leap Creative Studio holte die Technologie von PixMob 70.000 Fans im Stade de France bei der Abschlusszeremo-

nie in Paris direkt ins Geschehen. Alle Gäste sowie die Sportler im Stadion erhielten dafür leistungsstarke X4-LED-Armbänder. Mithilfe dieser leuchtenden LEDs stellte jede einzelne Person ein Pixel auf einem riesigen TV-Bildschirm dar. Auf diesen Bildschirm übertrug die Moving Visual-Technologie von PixMob animierte Effekte, die die Geschichte der Olympischen Spiele darstellten – von antiken

Wagenrennen bis hin zu einer modernen Animation der olympischen Ringe, die sich über das Publikum erstreckte.

Die MVT-Technologie ist mit einer integrierten Infrarotkamera ausgestattet und bietet so eine Visualisierung ohne zusätzliche Geräte. So können Lichtdesigner auf dem Publikum „malen“ und animierte Grafiken sowie Videoinhalte darstellen.



Palais des Festivals et des Congrès in Cannes
(Foto: Cannes Convention Bureau)

Palais des Festivals et des Congrès in Cannes erwartet ein Rekordjahr

Meetings und Events in bester Lage an der Côte d'Azur

SO BERÜHMT WIE DIE STARS AUF DEM ROTEN TEPPICH DER INTERNATIONALEN FILMFESTSPIELE IST DAS PALAIS DES FESTIVALS ET DES CONGRÈS IN CANNES. SEINE HISTORIE IST ENG MIT DER GESCHICHTE DER FILMFESTSPIELE VERBUNDEN, DIE 1946 BEGANNEN.

Für diese Veranstaltung wurde 1947 am Boulevard de la Croisette, dem Standort des heutigen JW Marriott Cannes, ein erstes Gebäude errichtet. Angesichts des wachsenden Erfolgs des Festivals und des aufkommenden Geschäftstourismus – insbesondere mit den ersten Ausgaben von MIPTV im Jahr 1963 – beschloss die Stadt Cannes 1979 den Bau eines neuen Palais an der Stelle des städtischen Casinos, das im Dezember 1982 eingeweiht wurde.

Das Palais des Festivals et des Congrès besticht in vielerlei Hinsicht, zum Beispiel durch seine hervorragende Lage direkt am Mittelmeer. Das gibt den Gästen die Gelegenheit, zwischen dem Palais und ihren Hotels zu flanieren und die Schönheit der Stadt und ih-

rer Bucht entlang der berühmten Croisette zu genießen. Die Location punktete zudem mit einer optimalen Verkehrsanbindung an die beiden Flughäfen, an die TVG-Station sowie an acht Autobahnanschlüsse in alle Richtungen.

Der Gebäudekomplex an der Croisette umfasst insgesamt 35.000 qm Ausstellungsfläche in verschiedenen Sälen und 50 Meeting-Räumen für alle Veranstaltungsformate. So sind zum Beispiel die fünf Säle für Kapazitäten von 150 bis 2.300 Gäste ausgerichtet.



Awardzeremonie im Palais des Festivals
(Foto: Palais des Festivals)

Im vergangenen Jahr war das Palais Austragungsort für 152 Events, darunter 72 Business-Veranstaltungen und 80 kulturelle Events. Es gilt unter anderem als ein exklusiver Veranstaltungsort für zahlreiche Award-Verleihungen. Dazu gehören die MIPIM Awards, mit denen innovative Immobilienprojekte ausgezeichnet werden. Der Wettbewerb „Cannes Lions“ vergibt die jährlich mit Spannung erwarteten Preise im Bereich der Werbung. Ebenso sind Cannes und das Palais in der Welt der Events fest verankert. Jedes Jahr werden hier prestigeträchtige Awards im Rahmen der Veranstaltung Heavent Meetings verliehen.

REKORDJAHR 2024

In diesem Jahr verbuchte das Palais eine Rekordzahl an Veranstaltungen. Damit trägt die Geschäftsstrategie ihre Früchte. Ein Grund für den Erfolg sind die Kongresse, Konferenzen und Messen, die für die Fachwelt organisiert werden. Sie machen rund die Hälfte der 150 jährlich stattfindenden Veranstaltungen vor

Ort aus. In den vergangenen Jahrzehnten ist Cannes so zu einem unverzichtbaren Treffpunkt für den Musikmarkt, für Werbung, Immobilien, Yachten, Fernsehserien und Produkte avanciert.

Zusätzlich erlebt das Palais des Festivals et des Congrès einen Boom der medizinischen und gemeinnützigen Konferenzen. Erst vor kurzem ist es gelungen, eine neue, für Cannes untypische Veranstaltungsart, zu akquirieren: medizinische Konferenzen wie die „Assises Face et Cou“, die 3.500 Personen versammelten, und den französischsprachigen Kongress über Brustkrebs und gynäkologische Krebserkrankungen. Die Handels- und Entwicklungsstrategie des Palais des Festivals et des Congrès konzentriert sich auch auf Inkubation. Hier geht es darum, vielversprechende Themen zu finden, die eng mit der Region verbunden sind.



Den wahrscheinlich berühmtesten roten Teppich vor einem Kongressgebäude gibt es wohl in Cannes (Foto: Heavent Awards)

Dank seines außergewöhnlichen Veranstaltungsprogramms ist das Palais ein zentraler und wichtiger Akteur in der lokalen und regionalen Wirtschaft. Er sorgte im Jahr 2023 allein für 46,5 Millionen Euro Umsatz und beschäftigt dauerhaft 190 Mitarbeitende. Das Palais des Festivals unterstützt kleine Gewerbetreibende, große Unternehmen sowie zahlreiche Subunternehmer, die fast 900 Millionen Euro an Umsatz und mehrere hunderttausend Übernachtungen in den Hotels von Cannes generieren.

Im Dezember 2022 wurde das Palais des Festivals et des Congrès in eine gemeinnützige Gesellschaft umgewandelt. Das staatliche Gütesiegel bestätigt und verstärkt die gesellschaftlichen Bemühungen, die seit Jahren an der Croisette unternommen werden. Das Palais hat sein gesellschaftliches Engagement durch die Ausarbeitung einer Ethik-Charta in Stein gemeißelt. Dieses Dokument verpflichtet alle Teams, sich kontinuierlich für wichtige Grundsätze wie die Achtung der Europäischen Menschenrechtskonvention und der Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation einzusetzen. Mit der Verabschiedung der Charta der

Vielfalt im Jahr 2008 zeigt das Palais des Festivals et des Congrès sein Engagement für kulturelle und ethnische Vielfalt.

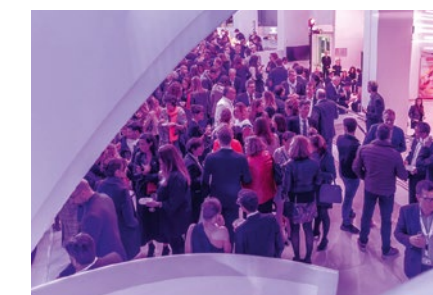
NACHHALTIGE HOSPITALITY

Gleichzeitig hat sich das Palais einer nachhaltigen Hospitality verschrieben. Eng damit korrespondiert die Ernennung Cannes zum „Innovativen nachhaltigen Reiseziel“ im Jahr 2023. Dabei handelt es sich um ein von France Congrès et Événements geschaffenes Gütesiegel, das durch die ISO 20121-Zertifizierung gestützt wird und sich mit den Herausforderungen verantwortungsvoller Veranstaltungen befasst. Es ermöglicht den Besuchern, während ihres gesamten Aufenthalts verantwortungsbewusste Entscheidungen im Sinne der Nachhaltigkeit zu treffen, sei es in Bezug auf Hotels, Gastronomie, Mobilität, Shopping oder kulturelle Aktivitäten. Dafür sind mehrere Partner in diesen Prozess eingebunden.

LIVE, HYBRID ODER VIRTUELL

Die Corona Pandemie hat die Planungs- und Handlungsweise in der Veranstaltungswelt verändert und neue Wege für die Organisation von Messen und Events eröffnet. Die Veranstaltungsplaner möchten zwischen Live-, Hybrid- und Digital-Veranstaltungen wählen. Um dem gerecht zu werden, hat das Palais des Festivals et des Congrès das Hi5 Studio für bis zu 350 Personen mit einer 120 qm großen Bühne ausgestattet.

WiFi 6 gehört zum technischen Standard im Palais des Festivals et des Congrès de Cannes, das WLAN-Netzwerk ist für Veranstalter und Teilnehmer gleichermaßen zugänglich. Diese Lösung kann Tausende von Nutzern mit allen Arten von Endgeräten verkraften und garan-



Palais des Festivals Cannes
(Foto: Cannes Convention Bureau)

tiert die Sicherheit der individuellen Authentifizierung auf dem Captive Portal und die Vertraulichkeit der Daten. Diese ist GDPR-zertifiziert – nur der Veranstalter verfügt über die Daten seiner Kunden.

HÖCHSTER SICHERHEITSSTANDARD

Im Palais des Festivals et des Congrès genießt Sicherheit hohe Priorität. Dafür wurden die entsprechenden Vorkehrungen getroffen. Dazu gehören sowohl ein sehr dichtes Netz von Kameras, deren Bilder in Echtzeit überwacht werden, als auch eine starke Präsenz von Security-Mitarbeitern. Strenge Zugangskontrollen geben zusätzliche Sicherheit. Für dieses Sicher-



Heavent-Awards im Palais des Festivals
(Foto: Heavent)

heitsmanagement ist das Palais mit der ISO-Norm 18788 ausgezeichnet worden. Sie umfasst die Fortführung und ständige Verbesserung aller Maßnahmen zur Gewährleistung eines sicheren Umfelds für alle Güter und Personen auf dem Gelände.

INVESTITIONEN IN DIE ZUKUNFT

Für die weitere Entwicklung investiert das Palais des Festivals et des Congrès kontinuierlich in die Zukunft – nicht nur in eine High-Tech-Ausrüstung, sondern auch in die Logistik und das Gebäude. Vorgesehen ist die Renovierung mehrerer Hallen zwischen 2024 und 2025. In den kommenden Monaten werden ergänzend fünf große Screens auf den Verkehrsflächen des Palais installiert. Ihre Kosten belaufen sich auf rund eine Million Euro. Diese neuen Geräte dienen den Veranstaltern für eine verbesserte Kommunikation mit den Konferenzteilnehmern. Geplant ist auch die Installation einer mobilen Beschilderung.

Das Team des Cannes Convention Bureau, dessen Büro sich im Palais des Festivals et des Congrès befindet, bietet maßgeschneiderte Lösungen für Veranstaltungen an. Es hilft bei der Herstellung von Kontakten mit Hotels und organisiert zum Beispiel die Kommunikation mit den Cateringdiensten, den Transport, den Empfang und die Registrierung von Fachbesuchern.

jobs + karriere

_ Dr. Gernot Gehrke, Professor im Studiengang Veranstaltungsmanagement, wurde zum 1. September Studiendekan an der Fakultät III – Medien, Information und Design, Abteilung Information und Kommunikation der Hochschule Hannover. Er folgt damit auf Prof. Dr. Karen Fromm. Dr. Gernot Gehrke ist seit 2014 Professor für Management und Marketing in der Veranstaltungswirtschaft im Studiengang Veranstaltungsmanagement der Hochschule Hannover. Aktuell forscht er zum Zusammenhang von Nachhaltigkeit und Ko-Kreation im Umfeld von B2B-Messen.

_ Am 1. September 2024 übernahm Robin Kaufmann die Geschäftsführung von Deutschlands größtem herstellerunabhängigen Anwenderverband Voice – Bundesverband der IT-Anwender. Sein Vorgänger Dr. Wolfgang Storck steht dem Verband weiterhin beratend zur Verfügung. Vorher leitete Kaufmann eine Studienfachbereichsgruppe der Universität der Bundeswehr München mit bis zu 210 angehenden Führungskräften der Bundeswehr.

_ Führungswechsel bei Seat Deutschland: Bernhard Bauer übergibt die Position des Geschäftsführers zum 1. Oktober an Alexander Buk, der in den vergangenen vier Jahren den Bereich Vertrieb im Unternehmen verantwortet hat. Bauer leitete Seat Deutschland seit zehn Jahren.



Neue Kolleginnen im Pure Perfection Pharma-Team (Foto: Pure Perfection)



J. Möller, Bereichsleiter Building Technologies Shows (Foto: Messe Frankfurt Exhibition)



fwd: Vorstandsmitglieder und Geschäftsführung bei der Jahreshauptversammlung (Foto: fwd:)



Alexander Freund (Foto: SAE Institute GmbH)

SECHS NEUE PHARMA-EXPERTINNEN BEI PURE PERFECTION

Pure Perfection hat sich weiter im Bereich Pharma-Veranstaltungen etabliert. Die sechs neuen Kolleginnen **Elke Van der Locht, Anna Zahn, Steffi Breternitz, Marisa Marks, Nele Großmann** und **Lisa-Marie Timmann** erweitern das nunmehr 22-köpfige Pharma-Team, das für ein internationales Pharmaunternehmen weltweit und national alle Eventformate vom Standort Wiesbaden umsetzt. Große Launch-Events mit bis zu 1.000 internationalen Teilnehmenden wechseln sich mit kleineren Expertenrunden oder Kongressen ab.

Das globale Team unter der Leitung von **Eray Canbulmus** besteht seit 2019, im Jahr 2022 kam das lokale Geschäft dazu; die Leitung des neuen Teams hat **Christine Petry** übernommen. Durch den Ausbau des Pharma-Geschäfts ist das Pure-Team nun auf insgesamt 84 Mitarbeitende gewachsen.

NEUE AUSRICHTUNG FÜR BUILDING TECHNOLOGIES MESSEN

Auf die dynamischen Anforderungen im Gebäudesektor reagiert die *Messe Frankfurt* im Bereich Building Technologies mit einem neu aufgestellten Führungsteam. **Johannes Möller**, der bisher die Verantwortung für die Light + Building trug, übernimmt ab sofort die neue Position des Bereichsleiters Building Technologies Shows. In den letzten vier Jahren führte er die Weltleitmesse für Licht und Gebäudetechnik erfolgreich durch herausfordernde Zeiten und erweiterte dabei zeitgleich ihr internationales Netzwerk. Seit August 2024 verantwortet er auf dieser Basis Light + Building, ISH und Intersec.

Er berichtet an **Iris Jeglitza-Moshage**, Senior Vice President Technology. Sie hatte die Leitung des Bereichs vor 14 Jahren in Personalunion übernommen und ist parallel in der Geschäftsleitung der Messe Frankfurt. Zukünftig kann sie sich nun verstärkt auf ihre Geschäftsleitungsaufgaben konzentrieren.

Die ISH bleibt unter der Leitung von **Stefan Seitz**. Den Kurs der Light + Building richtet **Steffen Larbig** aus.

JÖRG PRIES UND MARC MUNDSTOCK IM FWD VORSTAND

Bei der diesjährigen Mitgliederversammlung der *fwd: Bundesvereinigung* wurde das elfköpfige Vorstandsteam um zwei neue Fachvorstände erweitert. **Jörg Pries** (*Schenker Deutschland*) mit seiner Expertise im Bereich Logistik und **Marc Mundstock** (*Axica Eventlocation* und *Hoflieferanten Berlin Catering*) verstärken als neue Mitglieder den Fachvorstand. **Matthias Thoben** (*Engelmann Messe & Design*) und **Jörg Zeibig** (*Holtmann+*) wurden in ihren Ämtern bestätigt.

Gleiches gilt für die amtierenden Vorstandsmitglieder **Markus Illing** (Vorstandsvorsitzender, *Voss+Fischer*), **Vera Viehöfer** (stellvertretende Vorstandsvorsitzende (*geno kom Werbeagentur/ereignishaus Live-Marketing*)), **Andreas Weber** (Finanzvorstand, *Expopartner*) sowie den Fachvorständen **Christian Eichenberger** (*Rent Group*), **Tom Koperek** (*LK*), **Anja Osswald** (*Phocus Brand Contact*), **Sascha Poddey** (*Music4Friends*), **Burkhard Schmitz** (*Broich Catering*) und **Christian Seidenstücker** (*Joke Event*).

NEUER CAMPUS MANAGER AM SAE INSTITUTE BOCHUM

Alexander Freund ist neuer Campus Manager am *SAE Institute* in Bochum und übernimmt ab sofort die Verantwortung von derzeit rund 200 Studierenden. Der neue Schulleiter legte den Grundstein für seine Karriere einst als Student am *SAE Institute* Bochum und gab sein Wissen dort später auch als Dozent weiter.

Alexander Freund folgt auf den bisherigen Campus Manager **Christopher Seydholdt**, der als Business Analyst in das zentrale Team des *SAE Institute Deutschland* wechselt.

Freund studierte ab 2013 Audio Engineering und schloss mit einem Bachelor of Arts ab. Es folgten Stationen als selbstständiger Projektleiter, in der er sich als Veranstaltungs- und Tontechniker sowie als Webdesigner und Webdeveloper einen Namen machte. Am *SAE Institute* Bochum war der 35-jährige Allrounder seit 2015 Dozent in den Fächern Webprogramming, Beschallungstechnik, Livetechnik, AudioNetzwerke, Digitale Audiotechnik im Livebetrieb sowie Projektplanung und -leitung.

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	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!
	Weitere Standorte:		
	Hamburg	+49 (0)40 899699-0	
	Berlin	+49 (0)30 726146-0	
	München	+49 (0)89 747466-0	



MEDIA BOARD

Digitale Ausgaben unter:
www.blachreport.de



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

EVENT-AGENTUREN



HAGEN INVENT
 an mci group company

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

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



JOKE Event AG
 Creating Memories

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

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

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



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

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



marbet

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

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

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.AUTOMOBIL-EVENTS.DE

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

EVENT-AGENTUREN



Connecting people, brands and markets.

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

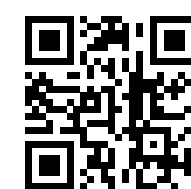
Unser Herz schlägt für echte LIVE-Kommunikation. Seit 1993. Als Full-Service-Agentur realisieren wir Events – offline, online und hybrid. Von der Marktanalyse über Strategie, Design, Konzeptentwicklung und Kommunikation bis hin zu Produktion und Umsetzung. Darüber hinaus begleiten wir unsere Kunden bei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



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

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

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



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

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



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

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

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.BLACHREPORT.DE

anbieter
_ansprechpartner anschrift telefon . fax . email . internet anbot

EVENT-AGENTUREN



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

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

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



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

Digitale Ausgaben unter:
www.blachreport.de

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.STAGEREPORT.DE

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

MEDIEN- / LED-WÄNDE



Acetec GmbH
 Ihr Ansprechpartner:
 Michael Lenkeit

Rostocker Straße 17
 65191 Wiesbaden

T +49 611 9879296
 mail@acetec.de
 www.acetec.de

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

MESSE- / EVENTBAU



AMECKO
 MESSEN
 KONGRESSE
 AUSSTELLUNGEN
 EVENTS
 INNENAUSBAU

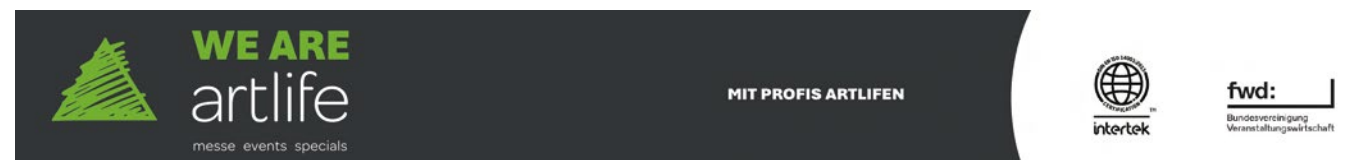
THE INSPIRING PEOPLE

AMECKO GmbH

Zum Steigerhaus 1
 46117 Oberhausen

T +49 (0)208 810959-0
 F +49 (0)208 810959-59
 info@amecko.com
 www.amecko.com
 instagram.com/
 amecko_theinspiringpeople

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

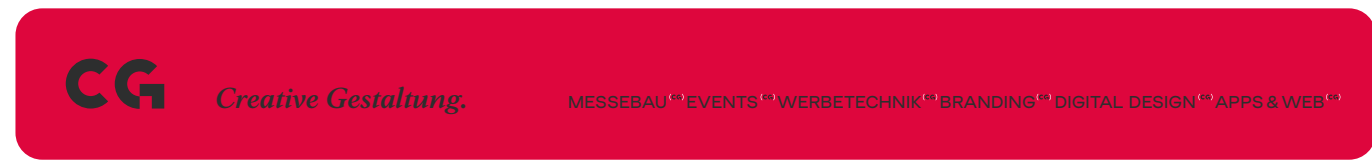


Artlife GmbH
 _ Stephan Haida
 _ Manfred Pütz

Hessenstraße 6
 65719 Hofheim

T +49 (0)6122 504-0
 info@artlife.eu
 www.artlife.eu

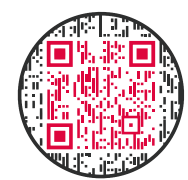
Konzeption und Konstruktion, Planung und Produktion individueller Ausstattungen und Spezialbauten für alle Arten räumlicher Markenarchitektur wie Messen, Events, Roadshows, Bühnen- und Themensets. Artlife ist nach DIN ISO 14001 Umweltmanagement zertifiziert.



Creative Gestaltung GmbH

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

Seit über 30 Jahren bringt CG Kreativität und Kompetenz aus Göppingen in alle Welt. Wir gestalten und produzieren „Brand Spaces“ in der digitalen und analogen Welt. Dadurch machen wir Ihre Marke greif- und erlebbar - ob auf Messen, Veranstaltungen, im Laden oder Internet. Bei uns trifft hochwertiges Design und Werbetechnik auf makellose Ausführung und professionelles Projekt- und Logistikmanagement.



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

MESSE- / EVENTBAU



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

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

Standort Berlin:
 Zur Alten Börse 79
 12681 Berlin
 T +49 (0)30 54709770
 F +49 (0)30 54709772
 nl-berlin@deko-service.net

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

NA+1
 DER PLUS-FAKTOR

DER PLUSFAKTOR

LIMBURG
 BERLIN
 SARDINIEN

NA+1

Gunnar Zessel e. K.
 Jahnstraße 10
 65549 Limburg

Limburg

T 06431 26290-20
 M 0176 12629022
 info@na1.de
 www.na1.de

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

MIETMÖBEL / EVENTLOGISTIK / SONDERBAU / EVENTCATERING

wisag

WISAG Event Service GmbH & Co. KG

Isarstrasse 1
 65451 Kelsterbach

T +49 (0)6142 83555-0
 F +49 (0)6142 83555-199
 wes.kelsterbach@wisag.de
 www.wisag.de
 www.event-services.shop

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

Hoxbergstraße 29
 66822 Lebach

T 0174 7959893
 info@louisaschlang.de

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

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.MUSEUMSREPORT.DE

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

NACHHALTIGKEIT

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



2bdifferent
GmbH & Co. KG
_ Jürgen May
_ Clemens Arnold
Roßmarktstraße 29
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

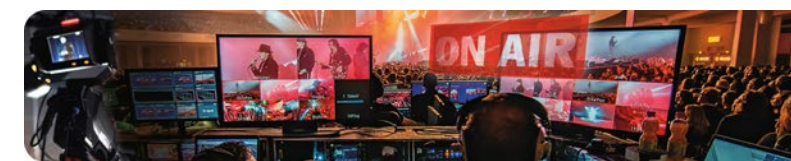


Live.Digital.On-site



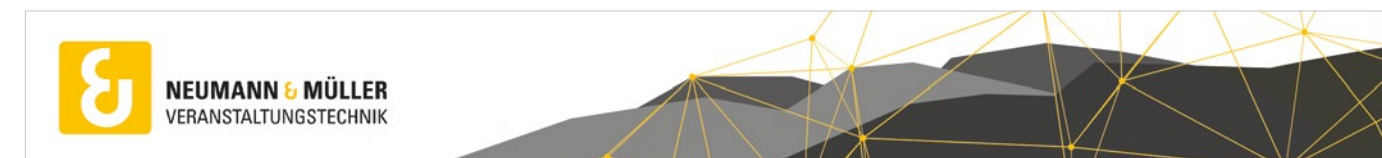
btl next GmbH
Berlin • Düsseldorf
Frankfurt • Hannover
München • Poznań
T +49 (0)211 90449-0
F +49 (0)211 90449-444
contact@btl-x.de
www.btl-x.de

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 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 begeisternde, individuelle Lösungen zu bieten – mit kreativem Design, detailgenauer Planung und intelligenten Services.

VIDEO



Screen Visions GmbH
Waldburgstraße 17/19
70563 Stuttgart
T +49 711-21414-140
mail@screenvisions.com
www.screenvisions.com
• LED-Videowände
• Mobile & modulare Lösungen
• Sonderkonstruktionen
• On-Screen-Vermarktung
• Digitale Promotionmodule
• Beratung für Festinstallationen
• Kameras
• Medienserver
• technische Planung

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.BLACHREPORT.DE

INSIDE

Lena Schlieper

LENA SCHLIEPER IST EXECUTIVE MANAGERIN BEI DER AGENTUR CAPABLE IN KÖLN.



Lena Schlieper (Foto: Capable)

Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?

Ich habe vor über 20 Jahren angefangen in dieser Branche zu arbeiten und mich daher naturgemäß immer wieder hinterfragt, ob das weiterhin das Richtige für mich ist. Ich konnte diese Frage in all' den Jahren immer und mit voller Überzeugung mit Ja beantworten. Es ist einfach schön, das zu machen, was man liebt.

Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?

Wenn ich nicht das tun würde, was ich gerade mache, hätte ich eine kleine Weinbar in Köln oder in Lissabon.

Welchen Traum wollen Sie sich noch erfüllen?

Polarlichter sehen. Das steht ganz oben auf meiner Bucket List.

Was macht Sie glücklich?

Gute Gespräche mit Menschen, die mir sehr nahe sind. Bestenfalls draußen an einem lauen Sommerabend und bei einem guten Glas Wein und am Meer.

Was war bisher Ihre größte Herausforderung?

Vermutlich befinde ich mich gerade mittendrin, mit der Gründung und dem Aufbau von Capable.

Welche Entscheidungen haben Sie bereut?

Bisher glücklicherweise keine, die lebensverändernd waren.

Was machen Sie gegen Stress?

Am liebsten reisen oder auf Kurztrips gehen, andere Länder und Menschen erleben, hilft sehr, um runterzukommen.

Wen möchten Sie gern einmal kennenlernen?

Michelle Obama und Maggie Smith.

Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?

„Nachmittage“ von Ferdinand von Schirach und „Was man von hier aus sehen kann“ von Mariana Leky.

Was sollen wir hören: Ihr aktueller Musiktipp?

Ich höre am liebsten meine wild zusammengestellte eigene Spotify Playlist. Insofern gibt es keinen konkreten Tipp.

Welches Live-Ereignis hat Sie bisher am meisten beeindruckt?

Als ich das erste Mal in Afrika freie Elefanten und Giraffen gesehen habe. Das hat mich tief beeindruckt und werde ich nie vergessen.

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

Nennen Sie uns Ihr Lieblingsrestaurant?

Caruso Pasta Bar im Kölner Agnesviertel.

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 1611-8308

BLACHREPORT 18/24

EINE STADT, DIE VIELFALT LEBT



NACHHALTIG prämiert



HISTORISCH einzigartig

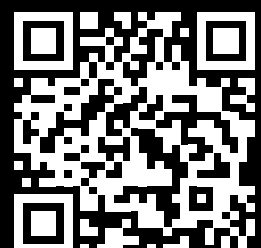


SPORTLICH begeistertnd

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

EIN HEIDELBERG FÜR ALLE!

Ihr Kontakt zur Heidelberg Kultur- und Kongressgesellschaft mbH



www.heidelberg-congress.com

ALPINER RAUM FÜR INSPIRATION

Hochmodern tagen im Gurgl Carat.



Summit - die Spitze, der Höhepunkt, das Gipfeltreffen:
Im Gurgl Carat, dem neuen, hochmodernen Kongress- und Event-Zentrum
auf 1.900 m. Gurgl setzt seine lange Tagungstradition konsequent fort und
bietet eine einzigartige Event-Location für Ihr „Gipfeltreffen“,
inmitten der Ötztaler Bergwelt.

Jetzt anfragen! gurgl-carat.com