



Initiative Nachhaltige Veranstaltungswirtschaft: Warum die B.A.U.M.-Vorsitzende Yvonne Zwick zum Dialog auffordert



Neu ab
2024*



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

Nextlive.Festival



Am 21. November 2024 findet das zweite Nextlive.Festival für Marketing- und Eventplaner in Wiesbaden unter dem Motto „Marke 4.0: Vom Jetzt in die Zukunft“ statt. Künstliche Intelligenz und Nachhaltigkeit als Treiber des

gesellschaftlichen Wandels nehmen dabei eine zentrale Rolle im Programm ein. Weitere Schwerpunkte des Festivals sind „Branded Entertainment“, „Sport & Eventmarketing“ und „Der große GEN-GAP: Events von und für die GenZ“.

Das Festival bietet auf über 3.000 qm Eventfläche eine Conference-Stage, eine Mainstage sowie vier themenbezogene Side-Stages. Zudem erwartet die Besucher eine „Learn From The Best“-Expo mit 15 international ausgezeichneten Showcases, eine Experience-Area und ein Founders-Corner für Start-ups.

Das Nextlive.Festival richtet sich an Marketing- und Eventplaner aus Unternehmen, öffentlichen Einrichtungen und Organisationen, die Live-Events und Experience-Marketing in ihrer Kommunikation einsetzen. Im Vordergrund stehen Wissensvermittlung, Inspiration und Networking. Internationale Veranstaltungsplaner aus mehreren Ländern haben ihre Teilnahme bereits zugesagt, und auch ein Side-Event sowie die Premiere einer Aftershow stehen auf dem Programm.

Entstanden ist das Nextlive.Festival auf Initiative von Hans Schriever, Sjoerd Weikamp und Robin van Leeuwen. Zusammen mit dem 2. Eventforum Rheinland, das am 24. Oktober 2024 in Siegburg stattfinden soll, ist es derzeit die einzige inhaltliche Auseinandersetzung mit Livekommunikation und Experiential Marketing in Deutschland mit überregionaler Ausrichtung – sieht man von den Versuchen einiger Messeveranstalter ab, ihre Ausstellungen inhaltlich anzureichern.

Insofern sind diese Initiativen natürlich sehr zu begrüßen, lenkt aber nicht von der Frage ab, warum diese Branche in Deutschland nicht mehr auf die Beine bringt. Sehr schade.

Herzlichst

Ihr Peter Blach

inhalt

- 4 BUSINESS *bvik-Studie*
- 5 BUSINESS *fischerAppelt mit Apollo18 und Apollo GG*
- 6 INTERVIEW *Nachhaltige Veranstaltungswirtschaft*
- 8 INTERVIEW *Stefan Trieb von mac. brand spaces*
- 10 BUSINESS *Hotel- und MICE-Pioniere gründen Meeta-X*
- 12 MARKENARCHITEKTUR *Frame Awards 2024*

Titelfoto: Yvonne Zwick (Foto: B.A.U.M./Die Hoffotografen)

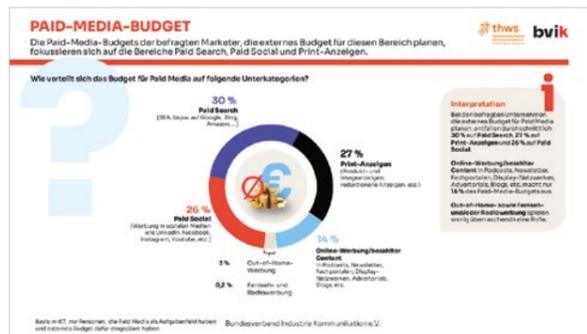
- 14 WORK *Beck's Club feiert erfolgreiche Festival-Saison*
- 15 WORK *Jumbo Hitster Summer Party Roadshow*
- 16 PEOPLE *Jobs + Karriere*
- 17 MARKETING-SERVICES *Lieferantenverzeichnis*
- 26 BACKSTAGE *Marc Baumüller*
- 26 IMPRESSUM

MEDIA BOARD

OUT NOW!



WWW.BLACHREPORT.DE
WWW.STAGEREPORT.DE



Deutsche B2B-Marketing-Budgets bleiben stabil

bvik-Studie

Der Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik) hat seine „B2B-Marketing-Budget-Studie 2024“ veröffentlicht. Die Ergebnisse der jährlichen Erhebung sollen wichtige Erkenntnisse für Marketingverantwortliche in einer wirtschaftlich herausfordernden Zeit liefern. Im Fokus stehen aktuelle Trends, Budgetentwicklungen und strategische Prioritäten für die kommenden Jahre.

Das durchschnittliche Marketing-Budget sowie die Anzahl der Mitarbeitenden im Marketingbereich haben sich laut bvik bei den befragten Unternehmen im Vergleich zu 2023 kaum verändert. Messen und Kundenevents bleiben der zentrale Budgetposten, gefolgt von Investitionen in Paid Media – bezahlten Werbeschaltungen.

Trotz der bestehenden Unsicherheiten erwarten die meisten der befragten Unternehmen eine Budget-Erhöhung oder zumindest eine Beibehaltung der aktuellen Budgets für die nächsten drei Jahre. „In Anbetracht der

massiven Preissteigerungen in allen Bereichen und der großen Dynamik bei Marketing-Kanälen und -Tools bedeutet dies im Endeffekt jedoch faktisch kaum Spielräume für einen Ausbau der Aktivitäten“, sagt Ramona Kaden, Geschäftsführerin des bvik. Leadgenerierung zur Neukundengewinnung, Website-Optimierung und Markenpositionierung stehen ganz oben auf der Prioritätenliste für 2024.

Neben der unbestrittenen Top-Position von Messen und Kundenevents im Präsenz-Format, zeigt die Studie im Bereich der bezahlten Werbeschaltungen einen klaren Trend zu digitalen Kanälen. Über die Hälfte des Werbeanzeigen-Budgets fließt in Suchmaschinenwerbung und „Paid Social“, also Anzeigen in sozialen Netzwerken wie beispielsweise LinkedIn. Aber auch Printanzeigen stehen mit 27 Prozent Budgetanteil nach wie vor im Werbeplan. Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen plant eine Erhöhung des Paid-Media-Budgets in den kommenden drei Jahren.

In der aktuellen Studie beleuchtet der bvik darüber hinaus übergeordnete strukturelle Themen. So betrachten 75 Prozent das Marketing als internen Dienstleister, beispielsweise für die Bereiche Vertrieb und HR. Für 68 Prozent der Befragten sind die Marketingabteilungen vor allem strategisch und operativ für Marke und Kommunikation verantwortlich.

„Marketing sollte in Unternehmen schnell und nachhaltig einen messbaren Beitrag zum Unternehmenserfolg leisten“, sagt Professor Hannes Huttelmaier von der Technischen Hochschule Würzburg-Schweinfurt. „Gerade in der aktuellen wirtschaftlich, geopolitisch und technologisch herausfordernden Zeit ist das keine leichte Aufgabe. Ein klarer Blick auf die strategischen Prioritäten und eine intelligente Ressourcenallokation sind hier von entscheidender Bedeutung.“ Er betont: „Die bvik-Studie unterstützt B2B-Marketingverantwortliche seit Jahren, indem sie ein Stimmungsbild zeichnet, Entwicklungen aufzeigt und Orientierung liefert.“

FORMAT:C LIVE COMMUNICATION BEZIEHT NEUE RÄUMLICHKEITEN

format:c live communication, Kreativagentur aus Köln, bezieht neue Räume im Neuer Weyerstraßerweg 135 in Zollstock im Süden der Domkapitale. Dort wird die Agentur für Livekommunikation und Medienproduktion Nachbar der Markenagentur PBL Milk, der Filmproduktion Camera Departement und den Raumgestaltern von Heikaus. „Die Kapazitäten am alten Standort reichten einfach nicht mehr aus“, so Natalie

Driesnack, die format:c gemeinsam mit Tobias Weber leitet. „Jetzt konnten wir für uns endlich ein passendes Office ‚mit Format‘ in einem neuen, kreativen Umfeld finden.“

„Zudem ist uns wichtig, weiter nachhaltig agieren zu können und auf CarSharing und gute Anbindung im ÖPNV und zur Bahn zu setzen. format:c hatte noch nie einen Firmenwagen und fährt seit zehn Jahren nachhal-

tig und flexibel mit Cambio CarSharing“, sagt Tobias Weber.

Der Umzug wird mit Übergangszeit gestaltet, so dass alles mit planbarem Aufwand geschehen kann und die laufenden Kundenprojekte – vor allem der rund 4.000 qm große Messestand von Asmodee auf der „Spiel“ in Essen im Oktober – reibungslos betreut werden können.

fischerAppelt mit Apollo18 und Apollo GG

Im Portfolio

Die fischerAppelt-Gruppe baut ihr integriertes Leistungsportfolio aus: Das Unternehmen beteiligt sich mehrheitlich an der auf Sportmarketing spezialisierten Agentur Apollo18 sowie an der dazugehörigen Gaming- und Esports-Agentur Apollo GG. „Wir sehen große Potenziale im Sportbereich. Apollo18 und Apollo GG verfügen über profunde Expertise im Sportmarketing, mit der wir das Leistungsportfolio der Agenturgruppe signifikant erweitern werden“, so Eugenia Lagemann, Vorständin fischerAppelt.

Apollo18 entwickelt als Sportmarketing-Agentur Content, Kommunikation sowie digitale Kampagnen und kreiert Erlebnisse mit dem Ziel, Menschen und Marken durch Sport zu verbinden. 2010 unter dem Namen Schillinger & Pankratz gegründet, umfassen die Agenturleistungen heute Social Media Storytelling, Strategieberatung, PR und Sponsoring-Aktivierung. Seit Gründung 2010 arbeitet die Agentur als Sportspezialist für internationale Marken aus den Bereichen Automotive, Finance, FMCG sowie Sportverbände und -vereine. Im Jahr 2022 erweiterte die Agentur mit Apollo GG ihr Portfolio um weitere Spezialdisziplinen: Gaming und Esports. Apollo GG arbeitet neben Brands auch für Publisher, Rechthehalter und Esports-Abteilungen von Sportvereinen. Die Agenturen sind in Stuttgart, Frankfurt und Berlin ansässig und umfassen aktuell rund 40 Mitarbeitende.

fischerAppelt übernimmt die Mehrheitsanteile an beiden Agenturen, die auch zukünftig unter den Marken Apollo18 und Apollo GG agieren werden. Die Führung der Agenturen bleibt in den Händen von Michael Schillinger, Malte Hedderich, Marvin Ronsdorf und Dennis Thaut, die als Management-Team und Gesellschafter langfristig die Entwicklung prägen werden.

fischerAppelt verfügt bereits über umfassende Expertise im Bereich Sport. Bei der EURO 2024 war fischerAppelt, live marketing im Lead für Planung, Organisation, Umsetzung, Betrieb und Abwicklung der EURO 2024 Fan Zone Berlin – im kreativen Sparring mit ihrem Auftraggeber, Kulturprojekte Berlin GmbH (KPB).

GLOBAL CONGRESS

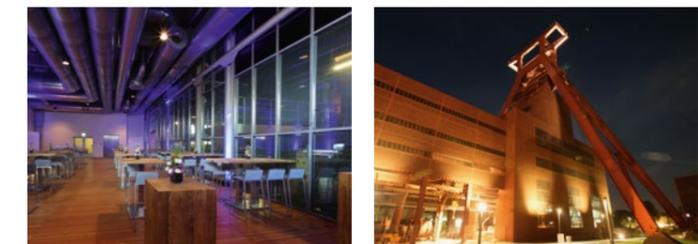
Der Weltmesseverband UFI hat das Thema für seine Flaggschiff-Veranstaltung, den Global Congress 2024, bekanntgegeben. Der UFI-Weltkongress wird vom 20. bis 23. November 2024 von der Koelnmesse ausgerichtet und steht unter dem Motto „Changes to Chances“. Gehen soll es um globale Veränderungen und darum, welche Chancen diese für die Messebranche bieten.

Zu den Highlights des 91. UFI Global Congress bei der Koelnmesse gehören eine Eröffnungs-Keynote, C-Level-Speaker von innerhalb und außerhalb der Branche sowie eine sich ständig weiterentwickelnde Mischung aus Sessions, die von kurzen Vorträgen bis hin zu exklusiven Sitzungen reichen. Zu diesen Sitzungen gehören das „Global Exhibition Industry Board Meeting“, die „Strategy Power Hour“, die Next Generation Leadership-Session und eine Sitzung mit Fokus auf den Gastgebermarkt Deutschland.

Angekündigte Speaker und das Programm gibt es auf der Website des UFI Global Congress.



Stiftung Zollverein.
Jede Menge Raum.
Unvergessliche Events.



www.zollverein.de/eventlocations-stiftung





Yvonne Zwick
(Foto: B.A.U.M./Die Hoffotografen)

Kick-off am 27. September im Darmstadttium

Initiative Nachhaltige Veranstaltungswirtschaft

EIN KICK-OFF AM 27. SEPTEMBER IM DARMSTADTTIUM IN DARMSTADT BILDET DEN AUFTAKT ZU DER LANGFRISTIG ANGELEGTEN „INITIATIVE NACHHALTIGE VERANSTALTUNGSWIRTSCHAFT“, DIE B.A.U.M. E.V. IN KOOPERATION MIT DEN NACHHALTIGKEITSSPEZIALISTEN VON 2BDIFFERENT INS LEBEN RUFT. ZIELGRUPPEN SIND SOWOHL VIELE DER 820 B.A.U.M.-MITGLIEDER, DIE MESSEN UND EVENTS ALS WIRKSAMES INSTRUMENT DER MARKETINGKOMMUNIKATION NUTZEN, ALSO AUCH NICHT-MITGLIEDER, DIE EBENSO BEI DER AUFTAKTVERANSTALTUNG WILLKOMMEN SIND.

Mit der Initiative knüpft B.A.U.M. an die elf unter dem Dach von „Wirtschaft pro Klima“ erfolgreich durchgeführten Transformationsdialoge „Nachhaltige Veranstaltungswirtschaft“ an, die in den Jahren 2022/23 stattfanden und starken Zulauf erfahren haben. B.A.U.M. und 2bdifferent wollen nun einen professionellen organisatorischen Rahmen installieren, der einen direkten, fairen und projektunabhängigen Austausch zwischen den Akteuren der Branche ermöglicht, um so Impulse für die nachhaltige Transformation der Veranstaltungswirtschaft zu setzen.

Geplant ist eine Plattform für die Kooperation zwischen Dienstleistern und Auftraggebern der Eventbranche – inklusive einer engen Zusammenarbeit mit lehrenden und forschenden Institutionen, um über unabhängige Forschungsaufträge wichtige Erkenntnisse zu gewinnen und allen Mitwirkenden der Initiative zur Verfügung zu stellen.

Darüber hinaus haben sich B.A.U.M. und 2bdifferent regelmäßige Treffen für den Austausch zum Ziel gesetzt.

Der BlachReport hat die B.A.U.M.-Vorsitzende Yvonne Zwick über die Initiative Nachhaltige Veranstaltungswirtschaft befragt.

BlachReport: Welche Erwartungen haben Sie an die Initiative Nachhaltige Veranstaltungswirtschaft und den Kick-off in Darmstadt? Was soll dort passieren?

Yvonne Zwick: Ich erwarte mir einen dynamischen Start und die Fortführung eines Dialogs, den wir in den letzten zwei Jahren experimentell geführt und aus Eigenmitteln finanziert haben. Mit der Unterstützung von 2bdifferent geht es nun in die Professionalisierung. Gemeinsam mit Jürgen May und Clemens Arnold möchten wir das Projekt so weiterführen, dass wir sowohl Veranstaltungsmanagerinnen und -managern als auch Locations und Dienstleistern helfen, nicht nur die Berichtspflichten zu erfüllen, sondern auch den steigenden Anforderungen im Bereich nachhaltiges Veranstaltungsmanagement gerecht zu werden. Der kollegiale Austausch hat sich dabei als sehr wertvoll erwiesen. Es ist wichtig, gemeinsam zu verstehen, was Kundinnen und Kunden erwarten und wie sich Anbieter gut positionieren können – nicht nur, um wettbewerbsfähig zu bleiben, sondern auch um Veranstaltungen nachhaltig zu gestalten und dabei die möglicherweise bestehenden Lücken zu den Anforderungen, die Auftraggeber erfüllen müssen, im besten Falle zu schließen.

Unsere Plattform soll einen offenen und fairen Dialog zwischen verschiedenen Akteuren ermöglichen. Dies fördert den Austausch von Best Practices, die Identifizierung gemeinsamer Herausforderungen und die Entwicklung von Lösungsansätzen, insbesondere in Bezug auf Nachhaltigkeit und die Erfüllung von regulatorischen Anforderungen wie dem Green Deal und der Corporate Sustainability Reporting Directive CSRD.

BlachReport: Welche Rolle übernimmt bei der Initiative die Organisation Wirtschaft pro Klima?

Yvonne Zwick: Wirtschaft pro Klima ist aus einem früheren Projekt hervorgegangen und wurde nach dem Ende der Förderung aus Bundesmitteln von uns eigenständig weitergeführt – weil wir gemerkt haben, dass diese praxisorientierten, lösungsorientierten Dialoge den Unternehmen helfen. Die Herausforderung bestand darin, ein nachhaltiges Finanzierungsmodell aufzubauen, das ohne staatliche Gelder funktioniert. Nun sind wir in der zweiten Phase und denken konkret an Teilnahmebeiträge, um die Angebote für Unternehmen attraktiv zu halten – auch ohne langfristige Mitgliedschaften. Wir beobachten, dass viele Unternehmen heute flexibler agieren möchten und sich von Jahr zu Jahr neu entscheiden, ob sie teilnehmen.

BlachReport: Was haben die B.A.U.M.-Mitglieder von der Initiative Nachhaltige Veranstaltungswirtschaft?

Yvonne Zwick: Die Mitglieder profitieren von einem regelmäßigen, strukturierten Austausch. Er zielt darauf ab, Synergien zu nutzen, gemeinsame Herausforderungen zu identifizieren und nachhaltige Lösungen zu entwickeln, insbesondere in Bezug auf Klimaschutz, Kreislaufwirtschaft und die Einhaltung regulatorischer Anforderungen. Diese Dialoge helfen, eine Community aufzubauen, in der Mitglieder und Nichtmitglieder gleichermaßen Netzwerke knüpfen und voneinander lernen. Aus diesen Treffen sollen verbandsübergreifend neue Kooperationen und Partnerschaften entstehen. Deswegen haben wir uns dafür entschieden, den Kick-off für alle Interessenten zu veranstalten – unabhängig von einer Mitgliedschaft.

Zielgruppen sind daher auf Veranstalterseite alle Unternehmen, Konzerne mit eigenen Event-Units, Institutionen, Organisationen und Verbände, die Veranstaltungen durchführen beziehungsweise die Planung und Durchführung beauftragen. Dazu kommen die Zielgruppen, die im Rahmen von Veranstaltungen ihre Dienstleistungen erbringen. Dazu zählen Agenturen, Messeveranstalter und Messebauunternehmen, Cateringbetriebe, Locations, Technikunternehmen, Mietmöbelunternehmen, Sicherheitsdienstleister, Logistik- und Transportdienstleister, Dienstleister für das Gästemanagement und andere Services.

BlachReport: Wie können CSRD und MICE – also Meetings, Incentives, Kongresse und Events – besser zusammenfinden?

Yvonne Zwick: Es wird zunehmend wichtiger, Veranstaltungen, Messen, Hauptversammlungen und andere Eventformate nachhaltig zu gestalten – von der Logistik bis hin zur Umsetzung. Es gibt da schon viele Ansätze, die in der Praxis funktionieren – auch zum Beispiel bei großen Messen wie der IFA in Berlin oder der Hannover Messe, wo Veranstalter und Aussteller Nachhaltigkeit in allen Bereichen pflegen – vom Standbau bis zum Catering.

Dienstleister und Auftraggeber müssen nun gemeinsame Wege finden, um Klimaschutz, Kreislaufwirtschaft und andere nachhaltige Praktiken bei der Planung und Umsetzung ihrer Veranstaltungen zu integrieren. Entscheidend dafür ist der gemeinsame Austausch, um voneinander zu hören und aus der Praxis für die Praxis zu lernen. Das läuft

am besten, wenn Unternehmen andere Unternehmen motivieren und erläutern, was bei ihnen funktioniert und sich als tragfähig herausgestellt hat. Das ist viel effektiver, als wenn es von außen in die Community reingetragen wird.

BlachReport: Die Veranstaltungsbranche stand früher oft für Überfluss. Wie kann die Initiative Nachhaltige Veranstaltungswirtschaft hier eine Veränderung bewirken?

Yvonne Zwick: Wir haben bereits Transformationsdialoge ohne Teilnahmegebühr organisiert, um zu testen, ob Interesse besteht. Die Resonanz war sehr positiv. Besonders geschätzt wurde das fachliche Wissen, das wir als Verband bieten, sowie die Offenheit der Dialoge. Teilnehmer konnten sich informieren, netzwerken und eigene Ideen einbringen, ohne sich verpflichtet zu fühlen. Dadurch ist eine offene Atmosphäre entstanden, die viele wiederholt angezogen hat. Das hat uns bis an die Kapazitätsgrenzen gebracht. Aufgrund des Erfolgs planen wir nun eine dauerhafte Fortführung mit einem tragfähigen Durchführungs- und Finanzierungs-konzept, um den Dialog langfristig zu sichern und Veränderungen sowohl in der Wahrnehmung als auch in der Umsetzung zu bewirken. Letztlich trägt die Plattform dazu bei, die Wettbewerbsfähigkeit der Dienstleister zu sichern, indem sie ihnen hilft, die gestiegenen Anforderungen zu erfüllen und ihre Nachhaltigkeitsstandards zu erhöhen.

BlachReport: Welche konkreten Vorteile haben die Teilnehmer durch die Initiative?

Yvonne Zwick: Die Teilnehmer erhalten praxisnahe Beispiele und Erfahrungen, die tatsächlich auch betriebswirtschaftlich funktionieren. Zum Beispiel zeigen Caterer, wie sie ihre Ökobilanz verbessern können, ohne die Kundenzufriedenheit zu beeinträchtigen. Solche Praxisberichte sind wertvoll, weil sie direkt umsetzbare Anregungen bieten. Besonders erfolgreich sind Dialoge, bei denen Unternehmen anderen Unternehmen ihre erfolgreichen Nachhaltigkeitsstrategien vorstellen und damit Motivation schaffen. Diese praxisorientierte Herangehensweise ist ein Schlüssel zum Erfolg.

Man darf nicht verkennen, dass Auftraggeber, die unter die CSRD fallen, verpflichtet sind, über die Nachhaltigkeit ihrer gesamten Lieferkette zu berichten. Das bedeutet, dass sie auch die Nachhaltigkeitspraktiken ihrer Dienstleister berücksichtigen müssen. Eventdienstleister werden daher vermehrt dazu aufgefordert, Nachweise über ihre eigenen Nachhaltigkeitsmaßnahmen zu erbringen, um weiterhin Aufträge von solchen Unternehmen zu erhalten.

BlachReport: Einen erfolgreichen Kick-off vorausgesetzt – wie sehen die nächsten Schritte aus?

Yvonne Zwick: Nach dem Kick-off werden wir die Themen für 2025 planen und denken dabei auch an eine Präsenzveranstaltung im Spätsommer, wo wir dann wieder die ganze Community zusammen holen und Zwischenbilanz ziehen wollen. Dabei hören wir genau hin, welche Impulse die Teilnehmer mitbringen. Wir planen hybride und digitale Formate, um möglichst viele Teilnehmer zu erreichen, und werden auch Veranstaltungen an Orten organisieren, die bereits ein Nachhaltigkeitsprofil haben oder auf dem Weg dorthin sind. Unser Ziel ist es, die Community weiter zu vernetzen und als professionelles Netzwerk zu etablieren. Dabei ist mir die prinzipielle Offenheit für Nichtmitglieder ein großes Anliegen, um gemeinsam in den Dialog zu kommen und das Potenzial zu maximieren.

BlachReport: Vielen Dank für das Gespräch.



Stefan Trieb
(Foto: Daniela Hert/mac. brand spaces)

Fragen an Stefan Trieb von mac. brand spaces

„Nachhaltigkeit muss und wird den Markt verändern“

„NACHHALTIGKEIT KEIN TREND, SONDERN VERANTWORTUNG“, SAGT STEFAN TRIEB, CEO VON MAC. BRAND SPACES. WIR HABEN NACHGEFRAGT.

BlachReport: Herr Trieb, mac. brand spaces legt großen Wert auf Nachhaltigkeit. Wie hat sich dieser Fokus in den letzten Jahren entwickelt?
Stefan Trieb: In den letzten Jahren haben wir unsere Nachhaltigkeitsstrategie kontinuierlich ausgebaut. Wir haben erkannt, dass Nachhaltigkeit nicht nur ein kurzfristiger Trend ist, sondern das Potential hat unseren Markt zu verändern – vor allem in Zusammenhang mit den geänderten regulatorischen Rahmenbedingungen, namentlich den Richtlinien zur Berichterstattung der Unternehmen oder der Taxonomie. Wir sehen das Thema auch als ein Aspekt unserer unternehmerischen Verantwortung und, mit Blick auf die Mitarbeitergewinnung, für die Nachhaltigkeitsfragen bei der Wahl des Arbeitgebers immer wichtiger werden.

Wir haben deshalb einen ganzheitlichen ESG-Ansatz, wenn wir uns mit diesem Thema beschäftigen und beachten die Governance sowie kümmern uns um die ökologischen und sozialen Aspekte. Im betrieblichen Ablauf, im Einkauf und bei unseren Serviceangeboten setzen wir auf innovative Lösungen, um unsere Prozesse ressourcenschonender und umweltfreundlicher zu gestalten. Dazu gehört die Verwendung nachhaltiger Materialien, die Optimierung unserer Logistik und der Einsatz erneuerbarer Energien. Und vor allem kontinuierliche Fortbildung und Training unserer Mitarbeiter.

BlachReport: Ihr aktueller Nachhaltigkeitsbericht zeigt beeindruckende Zahlen. Können Sie einige der wichtigsten Maßnahmen hervorheben, die Sie umgesetzt haben?

Stefan Trieb: Gern. Der wichtigste Punkt ist, dass wir trotz der herausfordernden Jahre 2020 und 2021 unsere Nachhaltigkeitsziele nicht nur erreicht, sondern übertroffen haben. So konnten wir unseren CO2-Aus-

stoß um weitere 15 Prozent senken und den Anteil an nachhaltigen Materialien auf 95 Prozent erhöhen. Durch, zum Beispiel, den Einsatz von E-Fahrzeugen in unserer Flotte und die Installation von Solaranlagen auf unseren Gebäuden haben wir unsere CO2-Emissionen deutlich gesenkt. Ein weiteres Element unserer Strategie ist die Modularität der Bauweise unserer Messestände, die bereits in der Designphase vorgeplant wird. Dadurch können wir viele Bauteile mehrfach verwenden und so den Materialverbrauch erheblich reduzieren.

Blachreport: Wie reagieren Ihre Kunden auf Ihre nachhaltigen Initiativen? Und welche Rolle spielt dies bei der Entscheidung für mac. brand spaces als Partner?

Stefan Trieb: Die Resonanz bei den Kunden ist durchweg sehr positiv. Viele Kunden respektieren unser Engagement für Nachhaltigkeit. Viele Unternehmen suchen heute aktiv nach Partnern, die nachhaltige Lösungen bieten können. Unsere Initiativen werden daher sehr geschätzt und oft als entscheidender Faktor bei der Zusammenarbeit genannt. Kunden erkennen, dass wir nicht nur über Nachhaltigkeit sprechen, sondern diese auch konsequent umsetzen. Das stärkt unser Profil und hilft uns, langfristige Partnerschaften zu etablieren. Nachhaltigkeit ist für uns kein Zusatz, sondern ein integraler Bestandteil unseres Geschäftsmodells. Unser Fokus auf Nachhaltigkeit zahlt sich aus. Wir sehen ein steigendes Interesse unserer Kunden an nachhaltigen Lösungen. Das liegt zum einen daran, dass die Kunden die Umwelt und die Gesellschaft schützen möchten. Zum anderen sehen sie aber auch, dass nachhaltige Produkte und Dienstleistungen oft auch ökonomisch sinnvoll sind.

Entscheidend ist auch das Thema der Glaubwürdigkeit. Deshalb haben wir uns als Nachhaltigkeitspionier der Branche nach ISO 20121 für nachhaltiges Eventmanagement auditieren lassen und wurden nach unserem Kenntnisstand als erster Anbieter in unserem Markt entlang der kompletten Wertschöpfungskette zertifiziert.



Xaver-Award 2024 (Foto: Swiss LiveCom Association)

Xaver-Award würdigte die Highlights der Schweizer Eventbranche

„Gewinner der Herzen“

Bei der 22. Ausgabe des Xaver-Awards in Zürich konnte der Branchenverband Swiss LiveCom Association Expo Event als Veranstalter rund 700 Besucher begrüßen. Ausgezeichnet bei der wichtigsten Award-Verleihung der Schweizer Eventbranche wurden 14 von 34 eingereichten Projekten sowie eine Person für ihr Lebenswerk. „Kreativität, Strahlkraft und Innovation – das zeichnet ein gutes Xaver-Projekt aus. Auch in diesem Jahr durften wir wieder zahlreiche Einreichungen bewerten, die diese Kriterien erfüllen und damit den ganzen Glanz und das Talent der Branche auf

den Punkt bringen“, meint dazu Jury-Präsident Dany Waldner.

„Gewinner der Herzen“ wird üblicherweise für Projekte verwendet, die es trotz einer berührenden Geschichte nicht aufs Siegereck geschafft haben. In diesem Jahr sind die „Gewinner der Herzen“ gleichzeitig aber auch Gewinner eines goldenen Xaver-Awards. Symbiotopia (Agentur: Dorier SA | Auftraggeber: Hôpitaux universitaires de Genève), eingereicht in der Kategorie Best Brandworlds & Temporary Installations and Exhibitions, verfolgt das Ziel, die Stigmatisierung psychiatrischer Betreuung

für junge Menschen zu verringern. Im neuen Gebäude für Kinderpsychiatrie des Universitätsspitals Genf wurde deshalb eine Installation geschaffen, die therapeutische Räume mit innovativer Gamification kombiniert. So schafft sie einen lebenden Raum, der Kinder und ihre Familien einbindet und ein breiteres Community-Engagement und Verständnis fördert.

„Symbiotopia hat eine Antwort auf die komplexe Frage der Entstigmatisierung gefunden – das hat einen Xaver verdient“, begründet Waldner die Entscheidung der Jury. Eine Liste aller Gewinnerprojekte gibt es im Web.

BEFUTURE ACCELERATOR PROGRAMM STARTET MIT PRE-QUALIFICATIONS

Innovatoren der MICE-Branche können sich ab sofort für die Pre-Qualifications des BEFuture Accelerator Programms bewerben und damit die Chance nutzen, am weiterentwickelten Förderprogramm teilzunehmen. Das internationale BEFuture Komitee hat das Programm und die dazugehörigen Veranstaltungen gemäß den neuen Guidelines angepasst, um den Teilnehmern Chancengleichheit zu gewährleisten. Der VDVO als deutscher BEFuture-Partner schafft die Voraussetzungen, um Start-ups im internationalen Wettbewerb erfolgreich zu positionieren.

„Das BEFuture Accelerator Programm zielt darauf ab, Visionäre zu unterstützen, die nicht nur träumen, sondern entschlossen handeln“, betont Björn Säger, Geschäftsführer des VD-

VO. Säger: „Wir bieten den Teilnehmern nicht nur finanzielle Unterstützung, sondern auch ein starkes Netzwerk und viel Know-how, um ihre Projekte auf das nächste Level zu bringen“.

Der Verband der Veranstaltungsorganisatoren (VDVO) lädt Start-ups und KMUs ein, sich mit ihren Geschäftsideen für den „Captain MICE Future“-Award zu bewerben. Diese Auszeichnung bietet eine Plattform, um Ideen einem breiten Fachpublikum vorzustellen und sich für das BEFuture Accelerator Programm zu qualifizieren.

Im Vorfeld des Awards findet am 28. und 29. November 2024 in Hamburg das BEFuture Bootcamp statt. Mit praxisorientierten Co-Creation Sessions sollen die Teilnehmer die Möglichkeit bekommen, ihre Geschäftsideen

weiterzuentwickeln und sich auf den Marktstart vorzubereiten.

Start-ups bekommen die Gelegenheit, ihre Projekte beim „Captain MICE Future“-Award am 25. Februar 2025 in Hamburg zu präsentieren. Die 15 besten Start-ups erhalten Zugang zum BEFuture Accelerator Bewerberpool und profitieren von einer möglichen Förderzusage von bis zu 30.000 Euro.

Die BEFuture- und „Captain MICE Future“-Initiativen sollen eine zentrale Rolle bei der Förderung zukunftsfähiger Lösungen in der MICE-Branche übernehmen. In Zusammenarbeit mit Partnern wie der Eventagentur mignon, Bayern Tourismus, DER Business und dem German Convention Bureau kann die Zukunft der Eventorganisation aktiv mitgestaltet werden.



Uwe Krohn (Foto: Meeta-X)

Hotel- und MICE-Pioniere gründen Meeta-X

Automatisierte Prozessoptimierung

Mit Meeta-X bringen die MICE-Pioniere Josephine Gräfin von Brühl und Udo Lültsdorf eine Lösung an den Start, die den Tagungs- und Gruppenverkauf für Hotels und Eventlocations erleichtern soll. Geleitet wird das Unternehmen von Uwe Krohn, der zuletzt den Marketing- und Sales-Bereich von H-Hotels.com verantwortete.

Meeta-X erlaubt es Hotels, alle Anfragen, die über die unterschiedlichen Buchungs- und Tagungsportale eintreffen, auf einem Dashboard zu verwalten. Als unabhängige SaaS-Lösung (Software-as-a-Service) steht sie grundsätzlich allen Partnern und Kanälen offen. Einmal ins System implementiert, automatisiert Meeta-X dabei jene Prozesse, deren manuelle Bearbeitung zeitintensiv und fehleranfällig ist. Dazu zählt die Darstellung von Raumverfügbarkeiten und die Berechnung von Umsatzpotenzialen, die Angebotsstellung mit dynamischer Preisbildung und die Angebotsdistribution über die

Kanäle hinweg. Das erfolgt sekundenschnell, fehlerfrei und auch in Echtzeit. Hotels können den Einsatz sofort feststellen: Sie verbessern nicht nur Umsatzvolumen und Vertriebskosten, sondern gewinnen Zeit, etwa für komplexe Veranstaltungen, die weiterhin einen starken persönlichen Einsatz erfordern.

Geschäftsführer Uwe Krohn: „Hotels werden regelrecht überflutet von Anfragen, die nur zu einem sehr geringen Teil in Buchungen konvertieren. Denn Planern stehen mittlerweile unzählige Tagungsportale zur Verfügung, über die sie Ausschreibungen parallel an Hotels verschicken können – und dies auch tun. Wer solche Anfragen weiterhin traditionell bearbeitet, Preise und Verfügbarkeiten manuell ermittelt und händisch in Tagungsportale überträgt, verliert den Anschluss.“ Dabei gehe es nicht nur um Zeit- und Personalressourcen, auch die traditionelle Art der Preisermittlung, die oft nach

Bauchgefühl erfolge, könne sich heute niemand mehr leisten, so Krohn weiter.

Krohn, von Brühl und Lültsdorf sind ein erfahrenes Team: Die Hotel- und MICE-Akteure haben Branchenführer wie MICE Portal, meetao und H-Hotels.com zum Erfolg geführt und wissen aus eigener Praxis, dass effiziente Prozesse für Veranstaltungshotels überlebenswichtig sind.

Die Technologie hinter Meeta-X kommt vom Unternehmen hivr.ai. hivr.ai-Mitbegründer Felix Undeutsch: „Gemeinsam mit Meeta-X bieten wir nun eine vollautomatisierte Prozesskette in Echtzeit, die es Hotels und Eventanbietern ermöglicht, die Dynamik im MICE-Markt nicht nur mitzugehen, sondern mitzugestalten.“

Zur Markteinführung wird Meeta-X als „Software as a Service“ im Rahmen einer monatlichen Abonnementgebühr zur Verfügung gestellt.

Arbeitswirtschaft und Organisation IAO ins Leben gerufen.

„ICCA freut sich, diese Zusammenarbeit mit dem German Convention Bureau als strategischer Industriepartner für die nächsten zwei Jahre der Forschung im Innovationsnetzwerk Future Meeting Space einzugehen. In dieser transformativen Ära engagiert sich ICCA für die Entwicklung der Tagungs- und Veranstaltungsbranche als Katalysator für positive und fortschrittliche Innovationen“, sagte Senthil Gopinath, CEO von ICCA.

„Sowohl für ICCA als auch für das German Convention Bureau ist Innovation nicht nur ein Ziel, sondern eine Notwendigkeit, um in einer sich schnell entwickelnden Branche an der Spitze zu bleiben“, sagte GCB-Chef Matthias Schultze. „Indem wir unser kollektives Fachwissen und unsere Ressourcen bündeln, werden wir gemeinsam an zukunftsweisenden Lösungen arbeiten, um das Erlebnis der Teilnehmer zu verbessern, den Veranstaltungsbetrieb zu optimieren und nachhaltige Praktiken zu fördern.“



Nextlive.Festival 2023 in Wiesbaden (Foto: Nextlive)

Nextlive.Festival geht in die zweite Runde

Impact für Marketing- und Event-Planer

Unter dem Leitthema „Marke 4.0: Vom Jetzt in die Zukunft“ findet am 21.11.2024 das zweite Nextlive.Festival für Marketing- und Eventplaner in Wiesbaden statt. Künstliche Intelligenz und Nachhaltigkeit sind die Treiber des gesellschaftlichen Wandels und spielen daher auch eine zentrale Rolle im Festivalprogramm. Weitere Themen lauten in diesem Jahr „Branded Entertainment: Impact für Markenerlebnisse“, „Sport & Eventmarketing im Jahr der UEFA Euro“ und „Der große GEN-GAP: Events von und für die GenZ“.

Auf über 3.000 qm Eventfläche erwartet die Besucher in diesem Jahr eine Conference-Stage für strategische Corporate Marketing- und Eventplaner, eine Mainstage auf dem Festivalfloor, vier themenbezogene Side-Stages, eine Experience-Area mit kreativen Marketing- und Eventlösungen, ein Founders-Corner mit Start-ups, ein Workshop- und Recharge Space sowie eine „Learn From The Best“ Expo mit 15 international ausgezeichneten Marketing- und Event-Showcases.

„Auf der Suche nach einer neuen Homebase für das Nextlive.Festival war es uns wichtig, eine nachhaltige Eventlocation zu finden, die für möglichst viele Besucher sehr gut erreichbar ist“, so Robin van Leeuwen, COO bei Nextlive. „Die infrastrukturelle Lage und das optimale Einzugsgebiet im Herzen Deutschlands und im Großraum Frankfurt machen Wiesbaden zum idealen Standort für unser Marketing- und Event-Festival. Das RMCC ist durch trendigen Stil, den hohen Standards in Sachen Nachhaltigkeit und Zeitgeist eines der innovativsten Kongresszentren Europas.“

Christiane Seelgen von Wiesbaden Congress & Marketing, der Betreiberin des RMCC Wiesbaden: „Als Event-Destination und Locationpartner freuen wir uns auf die zweite Ausgabe des Nextlive.Festivals mit neuen und bestehenden Partnern, coolen Themen und Besuchern aus dem In- und Ausland. Wir sind stolz, zusammen mit dem Nextlive Team dieses innovative Format langfristig hier in Wiesbaden zu etablieren und zum jährlichen Hotspot für Marketing- und Eventplaner zu machen.“

Das Nextlive.Festival richtet sich an die Community der Marketing- und Eventplaner von Marken und Unternehmen, aus öffentlichen Einrichtungen und anderen Organisationen, die im Rahmen Ihrer Marketing- und Unternehmenskommunikation Live-Events und Experience-Marketing einsetzen. Wissensvermittlung, Inspiration und Netzwerk stehen dabei im Vordergrund.

Dazu Robert Sarcevic, Vice President Communication Services bei Siemens: „Eine wirklich gelungene Veranstaltung mit vielen interessanten Vorträgen, Präsentationen und Gesprächen mit brillanten und inspirierenden Menschen“. Und Christian Schaalo, Marktstrategie und Branchenkommunikation bei Deutsche Bahn AG, ergänzt: „Super, was hier auf die Beine gestellt wurde: Das erste Nextlive.Festival war ein gelungener Auftakt. Mir hat die Vielfältigkeit der Themen gefallen und ich konnte wichtige Impulse für anstehende Projekte mitnehmen.“

Markus Karl Bolle, Nachhaltigkeitsbeauftragter Live-Experience, Volkswagen AG, äußerte sich sehr positiv über die Premiere 2023: „Mit einem Koffer voller Inspirationen bin ich zurück

gekehrt an den Büroschreibtisch. ‚Live‘ steht im kontinuierlichen Wandel und das Nextlive.Festival hat gezeigt, dass dieser idealerweise interdisziplinär gestaltet wird. Danke für die tollen Einblicke.“

Nextlive will ganz bewusst auf den intergenerativen Austausch setzen und dafür künftig verstärkt mit Bildungsinstituten und Hochschulen zusammenarbeiten, um den Nachwuchs bei der Zukunftsgestaltung proaktiv einzubeziehen. „Darüber hinaus haben wir mit Sarah Lange einen Youth Ambassador im Team integriert: Sie wird künftig Ansprechpartnerin für Studierende und Absolventen“, sagt Hans Schriever, Gründer von Nextlive und Initiator der Veranstaltung in Wiesbaden. „Ganz besonders freue ich mich, dass wir im November unter anderem einen wissenschaftlichen Beirat vorstellen, der hochkarätig besetzt sein wird. Auf diese Weise können wir Event-Planer von Auftraggeberseite und Event-Dozierende aus der Wissenschaft stärker miteinander verknüpfen, um gemeinsam den Wandel voranzutreiben und Zukunft zu gestalten.“

Zum Nextlive.Festival 2024 in Wiesbaden werden wieder internationale Veranstaltungsplaner erwartet. So haben bereits Delegationen aus der Türkei, Slowenien, Österreich, Belgien, den Niederlanden und Großbritannien zugesagt. In diesem Jahr wollen die Veranstalter am Vortag des Festivals in Zusammenarbeit mit Convention Wiesbaden und dem Hyatt Regency einen Side-Event veranstalten, der mit einem Netzwerk-Dinner am Abend seinen Höhepunkt findet. Außerdem soll es in diesem Jahr eine Nextlive.Aftershow geben.



Freitag Pop-up Store in Zürich
(Fotos: Philip Frowein)

Shortlist-Projekte für die Frame Awards 2024

Nominierte Raum-Inszenierungen

DAS INTERNATIONALE DESIGN-MAGAZIN FRAME HAT AM 12. SEPTEMBER DIE SHORTLIST FÜR DIE SPATIAL-KATEGORIEN DER FRAME AWARDS 2024 VERÖFFENTLICHT. DIESE WURDEN AUS HUNDERTEN VON EINREICHUNGEN IN DEN 24 KATEGORIEN ZUM THEMA „KOMMUNIKATION IM RAUM“ AUSGEWÄHLT. DIE SIEGER WERDEN AM 24. OKTOBER BEI EINEM LIVE-EVENT IN HONGKONG BEKANNTGEGEBEN. NACHFOLGEND STELLEN WIR NOMINIERTER PROJEKTE AUS DEM DACH-RAUM VOR.

KATEGORIE RETAIL>POP-UP STORE: 30 JAHRE FREITAG

Freitag ist ein Unternehmen aus Zürich, das seit 1993 von Europa bis nach Asien rezyklierte Taschenunikate auf die Straße bringt. Zum 30. Geburtstag blickte Freitag Ende 2023 mit einer großen Kampagne zurück auf seine Anfänge. Bei den „Donnerstag-Wochen“ wurde dabei der Flagship-Store in Zürich zum Supermarkt umgebaut.

Im September 2024 wurde der Store zusammen mit dem Designer Leandro Destefani mit Fundstücken von verschiedenen Second-hand-Plattformen wie einer Gemüsevitrine, einer tadellos funktionierenden Supermarktkasse mit Förderband und einem Kühlregal, das aus Emissionsgründen nicht an den Strom gehängt wird, zu einem fast echten Supermarkt umgebaut.

Das Kernstück der „Donnerstag-Wochen“ wartet im großen, warmen Kühlregal: Mit der limitierten Taschenedition machte Freitag nach fast 30 Jahren die Kopie zum Original. Die Donnerstag Messenger Bags von Freitag waren aus gebrauchten Lkw-Planen in den verschiedensten Blautönen gefertigt und mit einem Original-Donnerstag-Label ausgerüstet. Verkauft wurde die Edition exklusiv im Flagship Store Zürich – gleich neben der Hardbrücke, dem Geburtsort der ersten Freitag Tasche.

KATEGORIE WORK>LARGE OFFICE: RITTER SPORT SCHOKOZENTRALE – IPPOLITO FLEITZ GROUP

Nach knapp dreijähriger Bauzeit eröffnete die Alfred Ritter 2021/22 den Erweiterungsbau ihrer Schokozentrale. Dort sollen sich sowohl der Anspruch des Unternehmens, im Einklang mit Mensch und Natur zu wirtschaften, widerspiegeln als auch die Ritter-typische Leidenschaft für Kakao und Schokolade. Für die Mitarbeiter hat die Ippolito Fleitz Group hier neben den Arbeitsplätzen ein vielseitiges Angebot an Besprechungsräumen und Rückzugsmöglichkeiten geschaffen, das Raum für Kommunikation, Kollaboration, Konzentration, Kreativität und Kontemplation ermöglichen soll. Das Zusammenspiel von Tradition und Modernität bildet den zentralen Markenkern von Ritter Sport, der auch in der neuen Arbeitswelt spürbar werden sollte.

Den Zwischenbau zwischen dem alten und dem neuen Gebäude bespielte man als Kommunikations- und Austauschpunkt, der in jedem Geschoss unterschiedlich gestaltet ist. Im „Schoko-Café“ im Erdgeschoss wird Gästen Schokolade und Kaffee angeboten, eine Ebene höher soll das „Dialog-Café“ den Austausch zwischen den Meetings fördern und ganz oben im „Fernweh-Café“ kann man den Blick in die Weite schweifen lassen. Im Erdgeschoss symbolisieren weitere Orte die neue Arbeitskultur bei Ritter Sport. Wie ein roter Faden zieht sich der langgestreckte „Markenweg“ durch das Erdgeschoss und bietet mit markenrelevanten Inhalten an den Wänden genügend Themen für Geschichten. Herzstück und visueller Auftakt der Arbeitswelt ist der „Marktplatz“: Mit Küchentheke, Alkoven, einem mobilen Hochtisch und einer großzügigen Arena. Unter einer Lichtdecke, die in ihrer Form an die typischen Ritter Sport-Tafeln erinnert, können große (Hybrid-)Konferenzen genauso stattfinden wie kleine Events.



Novartis-Ausstellung „Wonders of Medicine“
(Foto: Novartis AG)

Ritter Sport Schokozentrale
(Foto: Alfred Ritter GmbH & Co. KG/
Philip Kottlorz)

Die „Schoko- und Kakaowerkstatt“ wiederum befindet sich in unmittelbarer Nähe zur Forschungs- und Entwicklungsabteilung. Hier sind alle Mitarbeitenden eingeladen, ihre eigene Geschmacksrichtungen zu kreieren und zu verkosten. Das differenzierte Angebot an Kommunikations- und Präsentationsformen zieht sich durch alle Etagen und Flächen: Informelle und formelle Austausch- und Besprechungsmöglichkeiten wechseln sich ab mit Räumen für Rückzug und konzentriertes Arbeiten. Für geplante Meetings, intensivere Zusammenarbeit, Workshops oder einen diskreten Wissensaustausch stehen zudem akustisch abgetrennte Besprechungsräume zur Verfügung. Im halboffenen „Ideengarten“ warten zwei Gartenlauben auf die Mitarbeiter.

Auch die beiden Obergeschosse, in denen Marketing, Kommunikation und Vertrieb beheimatet sind, bieten unterschiedlichste Arbeitsplatzangebote: offene Bereiche und abgeschirmte Räume, Think Tanks für Teams und Rückzugsmöglichkeiten für Einzelpersonen, flexible Raumkonfigurationen und feste Anlaufstellen, Zonen für informellen Austausch und vertrauliche Gespräche. Der Rhythmus von Farbe, Struktur und Ordnung wird auf der Materialebene durch eine spürbare Dualität von Tradition und Modernität erweitert: Kommen in einigen Bereichen etwa klassische Materialien wie Holz oder Fliesen zum Einsatz, werden sie jeweils mit zeitgemäßen Elementen wie farbigen Kanten oder Fugen kontrastiert. Als Leitmotiv findet sich das Quadrat dabei nicht nur in der Materialwahl wieder, sondern auch in den Möbeln.

KATEGORIE SHOWS>EXHIBITION: NOVARTIS PAVILLON: WONDERS OF MEDICINE – ATELIER BRÜCKNER

Der Novartis Pavillon ist das neue Ausstellungs-, Begegnungs- und Veranstaltungszentrum auf dem Novartis Campus in Basel. Herzstück des Gebäudes ist die Ausstellung „Wonders of Medicine“.

Die Ausstellung wurde von Novartis Zusammenarbeit mit Atelier Brückner und dem Basler Studio iArt entwickelt.

Die Ausstellung befindet sich im Obergeschoss des Novartis Pavillon und folgt der kreisrunden Form des Gebäudes. Sie ist multimedial auf-

gebaut und lädt die Besucher zum selbständigen Entdecken der „Wonders of Medicine“ ein. Durch die Ausstellung begleitet ein Digital Companion, ein eigens für die Ausstellung entwickeltes Audiogerät. Auf dem Weg ins Obergeschoss des Novartis Pavillon, im Mezzanine, befindet sich ein kleiner Filmsaal. Hier starten Besucher mit dem Kurzfilm Making Medicine. Die Ausstellung selbst besteht aus vier inhaltlichen Bereichen.

Der Bereich „Verletzlichkeit des Lebens“ setzt auf einer ganz grundlegenden, menschlichen Ebene an. Dieser Themenbereich macht auch deutlich, worum es hier überhaupt geht – um Menschen. Patientinnen und Patienten oder ihre Familienmitglieder erzählen, wie sie mit ihren Erkrankungen umgehen. Darüber hinaus soll den Besuchern Wissen über die vitalen Körperfunktionen vermittelt und erklärt werden, wie Krankheiten den Körper überhaupt beeinflussen können.

„Vom Labor zum Patienten“ zeigt die Wege eines Medikaments auf, sozusagen wie es in acht Schritten vom Labor zum Patienten kommt. Beispielsweise trifft man in einer Fensterreihe mit Videoinstallationen auf Forscher, Produktionstechniker sowie weitere Personen, die an der Entstehung neuer Arzneimittel beteiligt sind. Sie erklären, wie sich ihre alltägliche Arbeit gestaltet und stellen auch einige der hochtechnischen Geräte vor, die sie bei den einzelnen Entwicklungsschritten verwenden.

„Schritte durch die Zeit“ erzählt die Geschichte der Medizin und die Entstehung der pharmazeutischen Industrie in Basel. Hier gibt es die Möglichkeit, Objekte zu entdecken, die einen Bezug zu Basel haben. Auch zahlreiche filmische Einblicke lassen die Besucher in die Geschichte der Medizin eintauchen. Der Time Scanner ermöglicht anhand einer interaktiven Stadtkarte, die städtebaulichen Veränderungen der Stadt Basel seit dem Jahr 1880 nachzuvollziehen.

„Zukunft des Gesundheitswesens“ lädt zu virtuellen Diskussionsrunden mit Experten über soziale und ethische Implikationen von Trends ein, die die Zukunft der Gesundheitsversorgung formen. Dabei muss man nicht nur Zuschauer bleiben, sondern kann aktiv in die Diskussion einsteigen und dabei auch mehr über die Perspektiven der anderen lernen. An interaktiven Informationssäulen können Interessierte zudem mehr über diese drei Themenbereiche erfahren.



Beck's Club (Foto: Beck's)

Beck's Club feiert erfolgreiche Festival-Saison

Interaktive Clubatmosphäre

Als Hauptsponsor hat Beck's beim Hurricane und beim Highfield Festival in diesem Jahr den Weg für neue Festival-Erlebnisse bereitet. Der Beck's Club feierte Premiere. Insgesamt besuchten mehr als 100.000 Menschen die Festivals Hurricane bei Scheeßel und Highfield bei Leipzig.

Besucher hatten die Chance, individuelle Festival-Erinnerungen mit temporären Tattoos und personalisierten Caps zu bekommen. Zwischen den Acts kamen viele Fans bei DJ-im Beck's Club zusammen. Gemeinsam mit dem Veranstalter FKP Scorpio konnte die Marke der AB InBev-Familie so ihre Tradition als Festival-Marke feiern.

Als Wahrzeichen am Eingang zu beiden Festivals erwies sich der Beck's Club während der Veranstaltung als Anlaufstelle für gute Musik, lockere Atmosphäre und gemeinsames Erleben. Mit seinem unverwechselbaren Design und seiner industriellen Ästhetik wurde er zum Anziehungspunkt. Auf beiden Festivals kamen mehr als insgesamt 6.000 Menschen in den Beck's Club. Luisa Wunderer, Senior Brand Manager Beck's Europe bei AB InBev: „Wir haben gezeigt, dass wir eine lebendige und ansprechende Atmosphäre schaffen können“.

Einer der Höhepunkte war die Tattoo-Station, an der die Besucher aus einer Vielzahl von

temporären Tattoos wählen konnten, darunter Glitzertattoos und exklusiv für Beck's kreierte Designs. Einige Abenteuerlustige ließen sich sogar das Line-up des Tages tätowieren und nahmen damit automatisch an einer Verlosung teil: Die Gewinner konnten sich mit ein bisschen Glück über exklusive Backstage-Touren und Tickets freuen.

An der Cap-Embroidery-Station nahmen viele Besucher ein hochwertiges Erinnerungstück mit nach Hause. 400 Beck's-Mützen verteilte das Team vor Ort. Besucher konnten die Caps mit einem Wort oder einem Slogan ihrer Wahl personalisieren.

AGENTUR B.E.R.N.D. ORGANISIERT SOMMERFEST FÜR EEF IN BERLIN

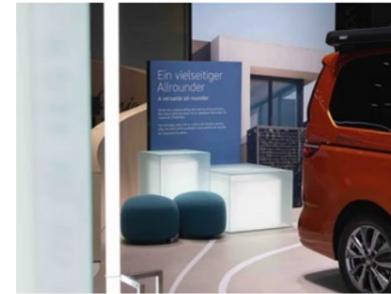
150 Gäste aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft feierten auf der Dachterrasse des Schickler-Hauses in Berlin-Mitte die Eröffnung des neuen Hauptstadtbüros für die Erneuerbare Energien Fabrik (EEF). „Follow the Green Line“ lautete das Motto des Events. Für die Realisierung hatte sich EEF die Agentur b.e.r.n.d. an Bord geholt.

„Als eine der wenigen Eventagenturen in Berlin, die als zertifizierter Sustainable Partner ausgezeichnet ist, freut uns die Zusammenarbeit mit Unternehmen aus dem Segment Erneuerbare Energien besonders. Verantwortung für die Umwelt und Events gehen immer mehr Hand in Hand“, sagt Melanie Grimm, Head of Events bei b.e.r.n.d.

Die Konzeption und Umsetzung des Events hatte die Gründer der EEF Erneuerbare Energien Fabrik überzeugt. Im Rahmen der Zusammenarbeit organisierte die Agentur auch noch den im Nachgang zum Hauptstadtfest stattfindenden Team-Event in Warnemünde. Auch hier standen die Themen Sonne, Wind und Energie bei einer Segelregatta im Mittelpunkt.

b.e.r.n.d.-Geschäftsführer Alexander Konrad, gefragt nach der Herleitung für die Firmierung, outet sich als großer Hauptstadt- und Familienfan: „Die Namensfindung für die Agentur war ein echt spannendes Projekt! Wir haben uns in viele verschiedene Richtungen Gedanken gemacht. Ich war mir ganz sicher: Ich wollte auf keinen Fall eine dieser vielen Nach-

namen-Agenturen werden! Auch kein langweiliger, trendiger Name, der schon nach ein paar Jahren wieder out ist! Ich wollte unbedingt zwei Elemente in dem Namen vereinen: 1. Die Werte einer Familie. Denn für mich ist es superwichtig, dass das Team genauso ehrlich und respektvoll, aber auch ein Stück weit schonungslos, miteinander umgeht. 2. Der Name sollte etwas mit Berlin zu tun haben, denn Berlin ist einfach die kreativste Stadt in Deutschland, wenn nicht sogar in Europa! Diese kreative Vielfalt an Menschen bildet die perfekte Basis für unsere Ideen. Wie es der Zufall so will, ist der Vorname meines Vaters Bernd. Und die ersten drei Buchstaben von BERnd stehen auch für diese tolle Stadt!“



Für die Einführung der neuen Campingmarke California holte sich Volkswagen Nutzfahrzeuge Unterstützung bei The Y (Fotos: The Y)

The Y entwickelte Messeauftritt für Volkswagen Nutzfahrzeuge

Subbrand California

Volkswagen Nutzfahrzeuge führte auf dem vergangenen Caravan Salon in Düsseldorf die Campingmarke California ein und verwandelte dabei den traditionsreichen Produktnamen in eine neue Marke. Die neue Marke wurde von der Brand Experience Agentur The Y auf Basis des von KMS entwickelten Corporate Designs im Raum inszeniert.

Der Messeauftritt war keine reine Markenpräsentation. Vielmehr ging es darum, Emotionen zu vermitteln, nicht nur Markenwerte, und California damit erlebbar zu machen. „Seit meinem Start bei Volkswagen Nutzfahrzeuge im letzten Jahr bin ich begeisterter California-Fan. Das Gefühl von Freiheit, das dieses Fahrzeug vermittelt, inspirierte uns, diese Emotionen in unsere neue Submarke zu integrieren und sie in unserer Marketingkommunikation und unseren Aktivitäten widerzuspiegeln“, erklärte Sandra Waidelich, Marketingleiterin von Volkswagen Nutzfahrzeuge. „Gemeinsam mit The Y haben wir eine starke Mar-

kenbasis geschaffen, die das Freiheitsgefühl greifbar macht.“

Für die Inszenierung entwickelte The Y ein Konzept, das die Besucher in die California-Welt eintauchen ließ und dabei die ersten Highlights wie den New California und die neue Lifestyle-Kollektion in einem Gesamtkonzept vereinte. Besucher konnten praktische Alltagshelfer, Camping-Accessoires und exklusive Partnerprodukte entdecken.

Zusätzlich bot der Messestand interaktive Elemente: Digitale Screens, auf denen sich die Besucher intensiv über die Bestandteile der California-Welt informieren konnten. Im Fokus stand die neue California App, mit der die Nutzer Vanlife-Abenteuer planen, Stellplätze suchen und die Fahrzeugfunktionen per Smartphone steuern konnten. Ein weiteres Highlight war der „California Club“, der Mitgliedern Zugang zu besonderen Vorteilen und nützlichen Tipps rund um den California ermöglichte.

„Es war eine besondere Gelegenheit, eine Marke von Anfang an räumlich zu definieren. Insbesondere beim Launch war eine starke Brand Experience entscheidend, da sie die Marke nicht nur sichtbar, sondern auch unmittelbar fühlbar machte“, erklärte Benjamin Rattke, Geschäftsführer von The Y. „Unser Konzept ging weit über die reine Präsentation hinaus – es schuf einen Ort des Zusammenkommens und der Inspiration, der die Zukunft des Reisens erlebbar machte. Unser Fokus lag darauf, eine emotionale Verbindung zu schaffen, die Besucher nicht nur visuell ansprach, sondern auf einer tieferen, emotionalen Ebene berührte.“

Katharina Barth, Creative Director von The Y, fügte hinzu: „Unser Ziel war es, nicht nur neue Zielgruppen mit dem Konzept zu erreichen, sondern auch die bereits bekennenden California-Fans auf eine Reise mitzunehmen. Dafür entwickelten wir eine neue Formsprache, die sowohl die Produktpräsentation als auch die Standgestaltung prägte.“

Jägermeister bringt den Save the Night Fund zurück

Engagement für Clubkultur

Der Save the Night Fund von Jägermeister kehrt 2024 zurück und stellt 100.000 Euro für kreative Projekte bereit, die das Nachtleben sicherer, inklusiver und nachhaltiger gestalten sollen. Mit dem Fonds unterstreicht Jägermeister sein Engagement für eine lebendige und vielfältige Clubkultur.

In diesem Jahr wird die Auswahl der geförderten Projekte von einem neu besetzten Advisory Board unterstützt, das verschiedene Persönlichkeiten der Club- und Kulturszene zusammenbringt. Darunter befinden sich Stacy

Lentz, Mitbesitzerin des legendären Stonewall Inn und LGBTQ+-Aktivistin, Alejandra Gómez, Direktorin von Biche und eine führende Stimme der lateinamerikanischen Musikszene, Dimitri Hegemann, Gründer des Tresor Clubs in Berlin und Pionier der Umnutzung von Industriebrachen für kulturelle Zwecke, sowie Jorge Nieto, Creative Director des Londoner Clubs fabric.

Kai Dechsling, Director Global Culture & Experiential Marketing bei Mast-Jägermeister: „Mit dem Save the Night Fund 2024 setzen wir ein Zeichen für Projekte, die den Status quo des

Nachtlebens hinterfragen und Maßstäbe in Bezug auf Sicherheit, Inklusion und Nachhaltigkeit setzen. Wir freuen uns darauf, gemeinsam mit unserem Advisory Board die besten Ideen auszuwählen und zu fördern.“

Der Fund richtet sich an kreative Köpfe, Clubbetreiber und Künstler, die das Nachtleben aktiv mitgestalten wollen. Bewerbungen sind bis zum 4. November 2024 möglich. Die ausgewählten Projekte erhalten finanzielle Unterstützung und Mentoring, um ihre Ideen im Jahr 2025 umzusetzen.

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	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

Heinger 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.

f @ i n t



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

Der Mittelstand
 BVMW
Bundesverband der Mittelständischen Unternehmen
Mitgliedsunternehmen im BVMW

PARTNER
 DER
 MESSE
 BERLIN

fwd:
 Bundesvereinigung
 Veranstaltungswirtschaft

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

MIETMÖBEL / EVENTLOGISTIK / SONDERBAU / EVENTCATERING

wisag

WISAG Event Service GmbH & Co. KG

Isarstrasse 1
 65451 Kelsterbach

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

fwd:
 Bundesvereinigung
 Veranstaltungswirtschaft

Wir machen Events!
 Eventausstattung – Eventlogistik – Sonderbau - Eventcatering: Repräsentatives Mobiliar, ausgesuchte Zeltsysteme, vielfältiges Zubehör und Sonderbau für Messe und Event aus der eigenen Schreinerei. Ein professionelles Eventcatering für alle Anlässe und in jeder Größenordnung, sowie die hauseigene Eventlogistik runden das Portfolio ab.

MODERATION



Louisa Schlang
 MODERATION

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

VERANSTALTUNGSTECHNIK

Neumann & Müller GmbH & Co. KG
Unsere Standorte:
Augsburg | Berlin | Bochum
Dresden | Düsseldorf
Erfurt | Frankfurt | Hamburg
Hannover | Köln | Leipzig
München | Nürnberg
Stuttgart
info@neumannmueller.com
www.neumannmueller.com

Neumann & Müller Veranstaltungstechnik
Live oder digital – wir leben die große, weite Welt von Audio, Licht und Video, von Konferenztechnik, Content Production, Event-IT, Rigging und Bühnenbau. Seit über 40 Jahren sammeln wir Erfahrung und Know-how, um unseren Kund:innen aus einer Hand begeisterte, individuelle Lösungen zu bieten – mit kreativem Design, detailgenauer Planung und intelligenten Services.

VIDEO

Screen Visions GmbH
Waldburgstraße 17/19
70563 Stuttgart
T +49 711-21414-140
mail@screenvisions.com
www.screenvisions.com

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

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.BLACHREPORT.DE

INSIDE

Marc Baumüller

MARC BAUMÜLLER IST GESCHÄFTSFÜHRER DER BERATUNGS-GESELLSCHAFT *KLASSIKPROJEKT* IN DARMSTADT SOWIE GESELLSCHAFTER UND BAUHERR DER NEUEN EVENTLOCATION *MATADERO* IN WORMS.



Marc Baumüller (Chris Spira, Matadero)

Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?
Jedes Projekt ist eine neue Herausforderung und ich treffe immer wieder neue Kunden. Außerdem gibt es immer wieder tolle Überraschungen . . .

Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?
Ich liebe, was ich tue – aber bin nebenberuflich gerne Gin-Taster.

Welchen Traum wollen Sie sich noch erfüllen?
Ich möchte auf dem Areal des Matadero ein außergewöhnliches Hotel mit besonderer Aufenthaltsqualität bauen.

Was macht Sie glücklich?
Zufriedene Gesichter und wenn andere glücklich sind – dazu ein leichter Sommerwein und das Leben ist einfach schön.

Was war bisher Ihre größte Herausforderung?
Das waren auf jeden Fall die Konzeption, der Bau und die Umsetzung der Klassikstadt Frankfurt von 2005 bis 2012. Ein Riesenprojekt.

Welche Entscheidungen haben Sie bereut?
Ich bin da, wo ich bin, weil ich es so gemacht habe, wie ich es gemacht habe, aber wenn ich noch einmal neu anfangen würde, würde ich Architektur statt BWL studieren.

Was machen Sie gegen Stress?
Tennis spielen, joggen und Freunde treffen.

Wen möchten Sie gern einmal kennenlernen?
Helmut Newton hätte ich gerne kennengelernt, weil mich seine Kreativität begeistert. Und auch Peter Lindbergh. Seine Schwarz-Weiß-Bilder finde ich einfach großartig.

Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?
Milan Kundera ‚Die unerträgliche Leichtigkeit des Seins‘.

Was sollen wir hören: Ihr aktueller Musiktipp?
‚Irgendwann bleib i dann dort.‘ Ein Feeling nach jedem schönen Urlaub . . .

Welches Live-Ereignis hat Sie bisher am meisten beeindruckt?
Das Robbie-Williams-Konzert auf dem Hockenheimer mit 90.000 Leuten – einfach sensationell!

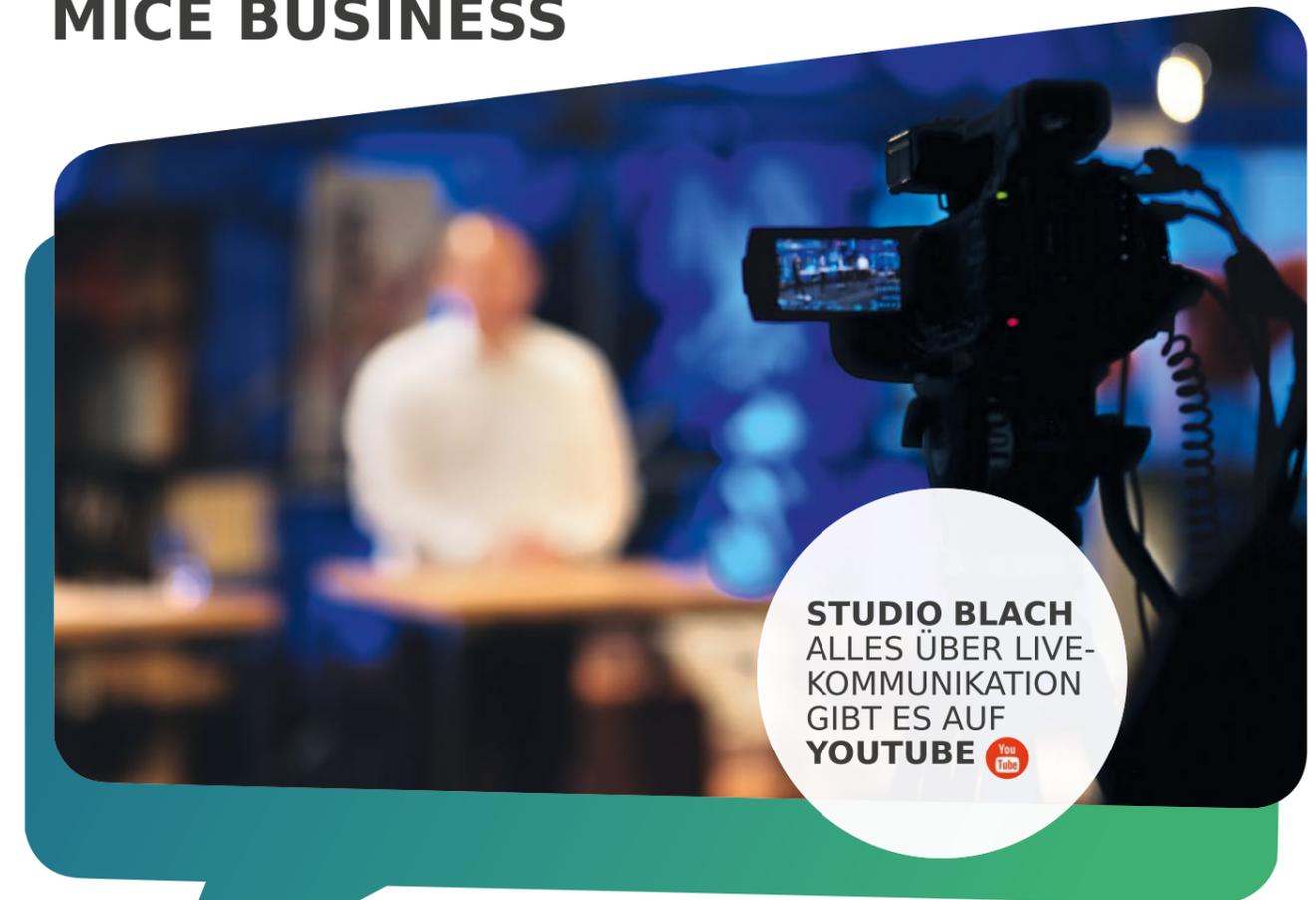
Auf die Gefahr hin, dass Sie dort nie wieder allein sind: Nennen Sie uns Ihr Lieblingsrestaurant?
Mein Lieblingsitaliener ist bei mir um die Ecke in Darmstadt: ‚La Racchetta‘. Mauri ist eine echte Persönlichkeit, bei der man auch zu späterer Stunde auf den Tischen tanzen darf!

STUDIO BLACH

Alles über Live-Kommunikation



REPORTAGEN UND TALKS FÜR INSIDER AUS DEM MICE BUSINESS



STUDIO BLACH
ALLES ÜBER LIVE-
KOMMUNIKATION
GIBT ES AUF
YOUTUBE 

AKTUELLE VERÖFFENTLICHUNGEN:

KAI ORKISZ VON
MUTABOR ÜBER DIE BMW
MOTORRAD WELT

VON VORN GEDACHT:
KREISLAUFWIRTSCHAFT
BEI EVENTS

THE ENTRIES:
WIR DOKUMENTIEREN
EINREICHUNGEN BEI
EVENT-AWARDS

DATENBASIERTE EVENT-
ERFOLGSKONTROLLE MIT KNW.

Impressum

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

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

21. November 2024
RMCC | Wiesbaden



Marke 4.0: Vom Jetzt in die Zukunft

„Marke 4.0: Vom jetzt in die Zukunft“ – unter diesem Leitthema findet am 21.11.2024 das NEXTLIVE.FESTIVAL für (Corporate) Marketing- und Eventplaner:innen in Wiesbaden statt.

Auf über 3.000 m² Eventfläche erwartet die Besucher:innen in diesem Jahr eine Conference-Stage für strategische (Corporate) Marketing- und Eventplaner:innen, eine Mainstage auf dem Festivalfloor, vier themenbezogene Side-Stages, eine Experience-Area mit kreativen Marketing- und Eventlösungen, ein Founders-Corner mit innovativen Start-ups, ein Workshop- und Recharge Space sowie eine ‚Learn From The Best‘ Expo mit 15 international ausgezeichneten Marketing und Event-Showcases.

www.nextlive.events

