



Rück- und Ausblick in der Veranstaltungstechnik: Was Thorsten Schmidt über die 35-jährige Geschichte von Sinus erzählt

UNSER SCHMUCKSTÜCK: SCHLICHT TRAGBAR



NEUMANN & MÜLLER
VERANSTALTUNGSTECHNIK

NEUMANNMUELLER.COM

Man and women in black



Die Plasa Show, Messe für Event- und Medientechnik in London, war Anfang September 2024 erneut in der Grand Hall vom Veranstaltungsgelände Olympia zu Gast. Die laut der Veranstalter „beste Show seit vielen Jahren“ konnte dabei rund zehn Prozent mehr Ausstellungsfläche und einen Besucheranstieg von fünf Prozent verzeichnen. Eine kleine Auswahl aus der Vielzahl des bei der Messe vorgestellten –

und ausgezeichneten – Equipments stellen wir ab Seite 6 in dieser Ausgabe vor.

Wir haben diesen Beitrag als Aufhänger genutzt, um mit zwei langjährigen Branchen-Insidern aus der Veranstaltungstechnik zu sprechen, die in diesem Jahr ein Jubiläum feiern: Thorsten Schmidt von Sinus und Michael Schopf von Lautmacher. Anhand dieser Interviews lässt sich exemplarisch nachvollziehen, wie sich dieses Marktsegment aus übersichtlichen Anfängen zur heutigen Bedeutung entwickelt hat und was diese Unternehmen jetzt und in Zukunft beschäftigt.

Klar ist, dass die meisten Veranstaltungsformate ohne technische Unterstützung nicht funktionieren. Das bedeutet für die meisten dieser Technikanbieter einen dauerhaften sowie häufig erheblichen Investitionsbedarf sowie die Weiterentwicklung der mitunter hochkomplexen Logistik in der Umsetzung von Veranstaltungen. Dazu kommt die Auseinandersetzung mit immer wieder neuem Equipment und die Berücksichtigung einschlägiger Vorschriften bei ihrem Einsatz. Essentiell dafür sind die unterschiedlichen Ausbildungen und Qualifizierungsmaßnahmen, die durch Initiativen von Verbänden wie dem VPLT entstanden sind.

Dazu passt, dass sich viele dieser Technikanbieter mittlerweile zu respektablen Unternehmen mit einer funktionsfähigen Organisationsstruktur sowie mit Jahresumsätzen im zweistelligen Millionenbereich entwickelten und einige sogar die 100-Millionen-Umsatzgrenze überschritten haben.

Dafür großer Respekt an die Damen und Herren in – häufig – schwarzer Bekleidung, ohne die erfolgreiche Veranstaltungen nicht realisierbar wären.

Herzlichst

Ihr Peter Blach

inhalt

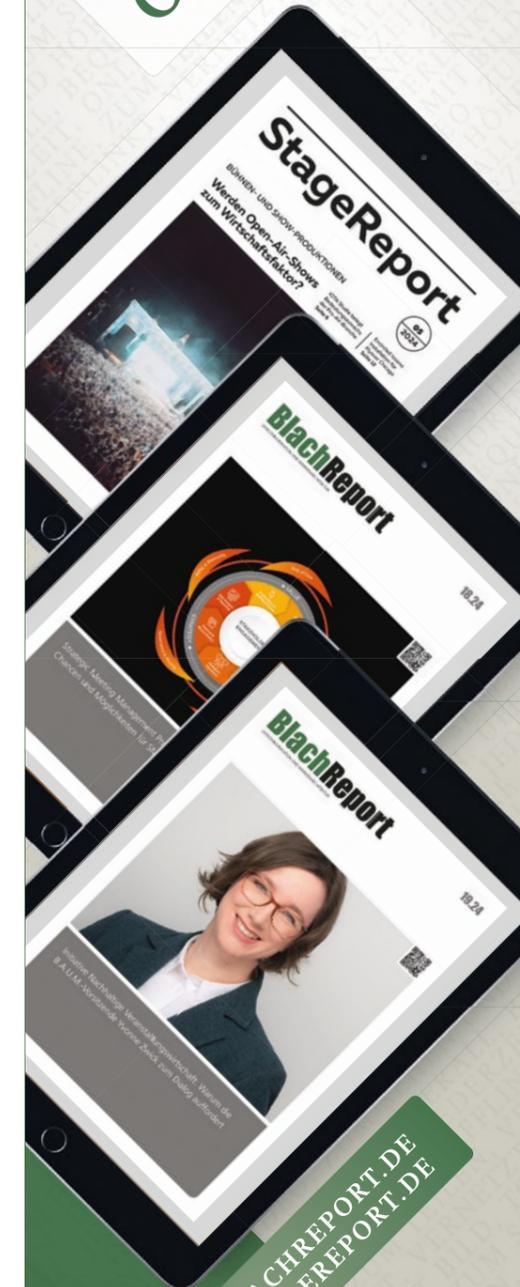
- 4 BUSINESS EVVC zieht Bilanz zur 25. MFT
- 5 BUSINESS Futurewoman, genokom und ereignishaus
- 6 MEDIENTECHNIK Equipment bei der Plasa Show
- 8 MEDIENTECHNIK Michael Schopf, Lautmacher
- 10 MEDIENTECHNIK Thorsten Schmidt, Sinus Event-Technik
- 11 BUSINESS Neurowissenschaft und Kreativität

Titelfoto: Thorsten Schmidt (Foto: Sinus Event-Technik)

- 12 WORK Coca-Cola und Oreo auf Wien-Tour
- 14 VENUES Eventlocations in Graz
- 16 PEOPLE Jobs + Karriere
- 17 MARKETING-SERVICES Lieferantenverzeichnis
- 26 BACKSTAGE Roland Hirtenfelder
- 26 IMPRESSUM

MEDIA
BOARD

OUT NOW!



WWW.BLACHREPORT.DE
WWW.STAGEREPORT.DE



Impression von der MFT 2024
(Fotos: Danny Gohlke/EVVC)

EVVC zieht Bilanz zur 25. MFT

Fachtagung in Rostock

Bereits zum 25. Mal hatte der EVVC am 23. und 24. September zur MFT (Management-Fachtagung) geladen. Zum Branchentreff, der in diesem Jahr in der StadtHalle Rostock stattfand, kamen rund 320 Interessierte, denen Sessions und Workshops zu Themen wie Sustainability oder KI geboten wurden. Dass so viele Interessierte diesem Kurs nach Rostock folgten, freut auch die Verantwortlichen des Verbands: „Die MFT hat sich in den letzten Jahren nicht nur zur größten Veranstaltung des EVVC-Jahres, sondern über die Grenzen des Verbands hinweg zu einem echten Branchenhighlight entwickelt. Dass die Teilnehmendenzahlen immer weiter steigen, zeigt uns, dass das Konzept ‚MFT‘ ankommt und in der Branche als Veranstaltung mit echtem Mehrwert wahrgenommen wird“, erklärt EVVC Präsidentin Ilona Jarabek.

„Als Gastgeberin freut es mich außerordentlich, dass wir die diesjährige MFT gemeinsam so erfolgreich gestalten konnten“, sagt Petra Burmeister, Geschäftsführerin der inRostock GmbH: „Ich bin überzeugt, dass sich unsere Locations sowie die gesamte Destination Rostock von ihrer besten Seite präsentiert haben und bei den Teilnehmenden einen nachhaltigen Eindruck hinterlassen konnten“.

Nach einer Begrüßung der Oberbürgermeisterin Rostocks, Eva-Maria Kröger, eröffnete Felix Beilharz das Tagungsprogramm mit seiner Keynote zur Zukunft der Branche, mit Thesen wie: „Wer die Generation Z nicht kapiert, verliert“. Um mentale Gesundheit im stressigen Arbeitsalltag drehte sich wiederum die Abschlusskeynote von Frédéric Letzner, mit dessen Impulsen die Teilnehmenden zum Ende von Tag Zwei verabschiedet wurden.

In insgesamt 16 verschiedenen Sessions wurden dazwischen sämtliche Bereiche der Arbeit in der Veranstaltungsbranche unter die Lupe genommen und viel Wissenstransfer geboten. Unter Themenblöcken wie „Nachhaltigkeit“, „Recht“ oder „Future“ standen so Themen wie Künstliche Intelligenz im Eventmanagement, nachhaltige Locationsanierungen, Diversity in High Performance Teams und viele mehr im Fokus. Einen Einblick in ihre Expertise gaben auch die Partnerunternehmen des EVVC und präsentierten ihre neuesten Lösungen und Innovationen. Von Digital Signage über Bühnenbeleuchtung bis hin zu Videomarketing: Die Themen der vielen verschiedenen Slots zeigten die ganze Bandbreite des Fachwissens im EVVC Partnerpool, der seit dem vergange-

nem Jahr nochmals vergrößert und inhaltlich verstärkt werden konnte.

Um die Destination Rostock besser kennenzulernen, brachen die Teilnehmenden direkt zum Beginn der Tagung zu den „Site Inspections“ ins gesamte Stadtgebiet auf. Das Warnemünder Cruise Center direkt an der Küste und das Rostocker Ostseestadion waren dabei nur zwei der vielen Locations, die exklusiv für die Teilnehmenden ihre Tore öffneten.

Erneut gab der „Open Space“ allen, die nach Rostock gekommen waren, die Möglichkeit, ihre eigenen Themen einzubringen. Verschiedene Thementische fungierten als Impulsgeber und sollten zur Konversation anregen. Auch das Networking kam nicht zu kurz: Der Community Abend bot hierfür mit einem innovativen Gastro-Konzept, kühlen Drinks und Live-Musik den Rahmen.

Zum Ende der diesjährigen Tagung übergab die inRostock GmbH den Staffelstab an die Messe- und Veranstaltungsgesellschaft Magdeburg GmbH. Am 29. und 30. September 2025 wird die 26. MFT in der erst vor wenigen Monaten wiedereröffneten Hyparschale in Magdeburg zu Gast sein.

Futurewoman, genekom und das ereignishaus

Next Level

Frauen in der Nachhaltigkeit sichtbarer zu machen, mehr Nachhaltigkeitsexpertinnen auf die Bühnen und in die Medien zu bringen und in ihren Karrieren zu fördern – das ist das Ziel von Futurewoman. Den nächsten Schritt für mehr Reichweite und effizientere Prozesse macht das Netzwerk jetzt, indem es seine Kräfte mit denen der genekom Agenturgruppe bündelt. Ziel ist es, sowohl die Kommunikation als auch die Netzwerkformate zu professionalisieren und gleichzeitig den Gründerinnen mehr Raum für ihre Rolle als Botschafterinnen auf Bühnen, in Diskussionen und Seminaren, als Role Models und Mentorinnen sowie für ihre eigentlichen Full-Time-Jobs als Expertinnen für Nachhaltigkeit und Diversity-Themen zu geben.

Das 2020 von Janine Steeger, Dr. Saskia Juretzek und Sandra Broschat als Futurewoman UG gegründete Netzwerk verbindet inzwischen rund 130 engagierte Frauen – Expertinnen rund um das Thema Nachhaltigkeit. Sie eint der Glaube an innovative Ideen und vor allem der Wille, etwas zu bewegen und für die nächsten Generationen ein Vorbild zu sein. Damit fanden sie bei der genekom offene Türen, denn die über 60 Jahre alte Agentur hat sich in den vergangenen drei Jahren unter der Führung von Vera Viehöfer als CEO sozusagen neu ge- und erfunden. Die straighte Verzahnung von Strategie-, Media- und Live-Expertise macht die Agentur zur geeigneten Partnerin für die Ziele des Netzwerks.

Mit den eigenen Vermittlungsservice für Referenten, Moderatoren und Künstlern in der genekom Live-Marketing-Agentur ereignishaus, vielen Kunden und einem stabilen Netzwerk in der (Finanz-)Wirtschaft, dem Verbandswesen und dem öffentlichen Sektor sowie dem Blick für neue Möglichkeiten soll einem „echten Schub für die Futurewoman nichts mehr im Weg stehen“, so Vera Viehöfer. Die erste Kostprobe der neuen Partnerschaft ist für den 14. November in Köln geplant, wo das neue After-Work-Format Spotlight Future gemeinsam mit Futurewoman aus der Taufe gehoben wird.

Anmeldungen zur Teilnahme können online vorgenommen werden.



Janine Steeger, Mitgründerin des Futurewoman Netzwerks, und genekom CEO Vera Viehöfer (v.l., Foto: genekom)

IPG Health stärkt Angebot im Veranstaltungs-Bereich

Experiential & Events

IPG Health ist ein globaler Zusammenschluss von über 45 Healthcare-Marketing-Agenturen und verfolgt mit mehr als 6.000 Mitarbeitern auf sechs Kontinenten einen integrierten Ansatz über das gesamte Kommunikationsspektrum hinweg. Nun erweitert das Netzwerk sein Angebot im Bereich Experiential & Events in Europa. Das neue Angebot wird von Sandra Hellweger vom Standort Frankfurt aus geleitet. Es baut auf dem in London ansässigen Experiential & Events-Team von IPG Health auf, das bereits zahlreiche Veranstaltungen in Großbritannien, Deutschland, Frankreich und Spanien durchgeführt hat.

Im vergangenen Jahr hat das Team fast 50 Kongresse, Live-Events und interaktive Workshops durchgeführt. Auch in Deutschland, Österreich und der Schweiz wurden zahlreiche Events durchgeführt, die jetzt unter der neuen Leitung von Sandra Hellweger stehen. Die Erweiterung soll das Team in ganz Europa stärken, um noch wirkungsvollere Erlebnisse für

Kunden im Gesundheits- und Pharmabereich zu schaffen.

Das Angebot umfasst 360°-Event-Strategie, Event-Management, Content-Entwicklung, Produktion, Logistik sowie die Entwicklung komplexer interaktiver und animierter Events für hybride und virtuelle Veranstaltungen. Der personalisierte End-to-End-Ansatz soll auch auf neuen Technologien wie KI, Data, AR und VR sowie Gamification basieren. Unter der Leitung von Nicola Bateman, Head of Experiential & Events, soll das Team Gesundheits- und Pharmaexpertise, spezialisierte Fähigkeiten und neueste Technologien verbinden. Das Team um Bateman, die über zehn Jahre Management-Erfahrung von Healthcare-Veranstaltungen verfügt, wird jetzt durch den Neuzugang von Sandra Hellweger, VP, Account Director, Congress & Events, in Deutschland verstärkt.

„Kongresse und erlebnisorientierte Aktivitäten schaffen Verbindungen zwischen Marken und ihren Zielgruppen, seien es Patienten,

Pflegekräfte oder Vertreter des Gesundheitswesens und Industriepartner“, sagt Sandra Hellweger. „Denn Menschen wollen authentische Erlebnisse. Wir als IPG Health können diese durch unser globales Netzwerk, weltweite Ressourcen und neueste Technologien schaffen. Indem wir unser globales Wissen mit lokalen Marktkenntnissen verbinden, ermöglichen wir unverwechselbare Erlebnisse, die einen Unterschied machen.“

Bateman und Hellweger sollen künftig eng mit den Agenturteams in den einzelnen Ländern in Europa sowie Jörg Hempelmann, Präsident, IPG Health EMEA und APAC, zusammenarbeiten. „Unser Angebot im Bereich Experiential & Events ist ein Wachstumsbeschleuniger für unsere Kunden“, sagt Jörg Hempelmann. „Indem wir dieses ergänzende Angebot mit unserer tiefgreifenden kreativen, medizinischen und wissenschaftlichen Expertise bei IPG Health verbinden, können wir nachhaltige Erfolge schaffen.“



SustainSymphony
(Foto: d&b group)



Diamond 7 (D7)-Konsole
(Foto: Avolites)



LunaBulb im PrepCase
(Foto: Astera)



Proteus Odeon
(Foto: Elation)

A20-Outpost, A20-SuperNexus
(Fotos: Sound Devices)



Roxx Cluster Line Array Set
(Foto: Roxx)



VL2600 SE Profile
(Foto: Signify)

Neues und ausgezeichnetes Equipment bei der Plasa Show

Live Entertainment Tech in London

DIE LONDONER MESSE FÜR EVENT- UND MEDIENTECHNIK PLASA SHOW WAR VOM 1. BIS 3. SEPTEMBER 2024 ERNEUT IN DER GRAND HALL VON OLYMPIA LONDON ZU GAST.

Die laut der Veranstalter „beste Show seit vielen Jahren“ konnte dabei rund zehn Prozent mehr Ausstellungsfläche und einen Besucheranstieg von fünf Prozent verzeichnen. Ein kleine Auswahl aus der Vielzahl an bei der Messe vorgestellten – und ausgezeichneten – Equipment stellen wir nachfolgend vor.

ROXX

Gemeinsam mit seinem UK-Distributor LED Limited präsentierte sich der deutsche Hersteller Roxx und hatte einige Neuheiten im Gepäck. Als Highlight wurde NEO, ein IP65-zertifiziertes LED-Washlight mit besonders hoher Beleuchtungsstärke und integriertem CRMX-Transceiver für die drahtlose Ansteuerung präsentiert. Ausgestattet mit 24 40W RGBL-LEDs erzeugt der NEO laut Roxx 38.525lx @ 5m. Optionale magnetische Filter ermöglichen verschiedene kreisförmige und elliptische Abstrahlwinkel.

Auch für seine modular kombinierbare Cluster Serie präsentierte Roxx etwas Neues: Das Cluster Line Array Set unterstützt bis zu 16 Cluster B4 oder 22 Cluster B2/S2 Scheinwerfer. Es besteht aus je zwei Side Brackets und einem Backbone und ermöglicht Anwendern, diese Cluster Modelle in ein Line Array zu verwandeln, das ein professionelles PA-System imitiert. Das Set passt sich jedem Bühnenaufbau an, egal ob es mit der Fly-bar aufgehängt oder mit dem Floor Bracket positioniert wird.

Astera

Astera wurde für sein Produkt LunaBulb – im Mai auf den Markt gebracht – mit einem Plasa Award for Innovation ausgezeichnet. Die Jury lobte LunaBulb dafür, ein „breites Funktionsspektrum mit einer beliebten konventionellen Ästhetik“ zu kombinieren. LunaBulb sieht aus wie eine herkömmliche Glühbirne, funktioniert aber wie eine professionelle Leuchte. Die Bedienung ist über ein Smartgerät, eine Fernbedienung

oder eine Konsole ganz einfach und somit ideal für jede Veranstaltung. Das innovative Leuchtmittel ist mit 81 Gramm eine der leichtesten professionellen Leuchten, die jemals hergestellt wurden und eignet sich für den Innen- und Außenbereich. Zu den Hauptmerkmalen gehören DMX-Steuerung, Vollfarb-RGBMA und ein CCT-Bereich von 1.750 K bis 20.000 K sowie fünf integrierte drahtlose Technologien (CRMX, RDM, Bluetooth, WiFi, IR und UHF). Die LunaBulb mit dem Ökosystem von Astera kompatibel, unterstützt aber auch Zubehör von Drittanbietern wie 3D-gedruckte Schirme und wird in vollständig recycelbaren, FSC-zertifizierten Materialien mit einer erwarteten Lebensdauer von mindestens acht Jahren geliefert.

Avolites

Die Robe-Tochter Avolites hatte die diesjährige Plasa gewählt, um ihre neue Diamond 7 (D7)-Konsole in Großbritannien vorzustellen – die neueste Ergänzung der Avolites Diamond-Kollektion. Zwei Varianten, D7-330 und D7-215, positioniert als ultimative Reise- und Leistungskonsole, die in einem standardmäßigen Peli-Air-Koffer verpackt und als aufgegebenes Gepäck aufgegeben werden können, um sie überallhin mitzunehmen, wurden am Stand von Avolites gezeigt.

Ebenfalls auf der Plasa vorgestellt wurde Prism One, die neueste Version der Prism-Mediensoftware von Avolites, die hauptsächlich für Lichtdesigner entwickelt wurde. Zu den wichtigsten neuen Funktionen gehören ein zusätzliches Vorschaufenster, Überblendung auf einer Ebene, Hardware-Decodierungsbeschleunigung für H.264/H.265, Kontrolle über mehrere Bänke und Ebenen, Live-Eingabe und NDI-Eingabe.

d&b group

Einen weiteren Plasa Award for Innovation bekam die d&b group für SustainSymphony, eine Cloud-basierte Software für das Nachhaltigkeitsmanagement. Die Jury war der Ansicht, dass dieses kostenlose Tool einen offenen und kollaborativen Ansatz für das Nachhaltigkeits-Reporting bei Live-Events fördert.

Im April 2024 veröffentlicht, ist SustainSymphony als Software as a Service-Lösung (SaaS) speziell auf die dynamische Landschaft der globalen Live-Event-Branche zugeschnitten. Die Basisversion steht kostenlos zur Verfügung und soll einen einfachen Zugang zu nachhaltigem Event-Management ermöglichen.

d&b SustainSymphony ist als benutzerfreundliche Plattform mit intuitiver Oberfläche konzipiert. Veranstalter können Konten auf der Grundlage ihrer individuellen Rolle erstellen, unabhängig davon, ob sie Teil einer Organisation sind, Produkte und Dienstleistungen verwalten, Veranstaltungsorte betreuen oder Events koordinieren. Eine umfangreiche Datenbank, die als Veranstaltungs-Checkliste konzipiert ist, bildet das Herzstück von SustainSymphony. Lieferanten und Dienstleister können ihre Produkte und Dienstleistungen auf dem Cloud-Server hinterlegen, sodass andere Nutzer, die nachhaltige Anbieter suchen, diese finden können. Eine der Hauptfunktionen von SustainSymphony ist die Integration von Nachhaltigkeitszertifikaten, die es den Benutzern ermöglicht, Zertifikate wie ISO 14001 anzuzeigen.

Sound Devices

Sound Devices hatte seinen ersten Auftritt bei einer Plasa Show und zeigte nebeneiner Palette an Astral Wireless-Produkten auch den kürzlich erschienenen A20-SuperNexus-Empfänger und das neue A20-Outpost-System.

Der A20-SuperNexus-Empfänger baut auf den Funktionen der A20-Nexus- und A20-Nexus Go-Empfänger auf und bietet mehr Kanäle, Flexibilität und Vielseitigkeit in einem einzigen drahtlosen Empfänger. Ideal für große Produktionen, Live-Events, internationale Tourneen, Festivals und mehr, hat es eine hohe Kanaldichte – eine Basis von 16 Kanälen, die auf bis zu 32 Kanäle in nur einer 1HE-Einheit erweiterbar sind. Der A20-SuperNexus-Empfänger ist dank seines globalen Abstimmungsbereichs von 169-1.525 MHz dank der SpectraBand-Technologie von Sound Devices weltweit einsatzbereit.

Darüber hinaus präsentiert Sound Devices auch den neuen A20-Outpost-NL, der die Fernmontage von NexLink-Antennen über Ethernet ermöglicht, und die A20-Opto-Erweiterungsbox, die dem A20-Super-

Nexus-Empfänger native Optocore-Audio-E/A für DiGiCo-Konsolen-Konnektivität hinzufügt.

Vari-Lite

Vari-Lite hat auf der Plasa für die VL2600 SE-Serie den Plasa Award für Innovation im Bereich Nachhaltigkeit erhalten. Der Preis ist eine Sonderkategorie, der zukunftsweisende Technologien auszeichnet, die durch neue Methoden und Materialien Sicherheit, Effizienz und Leistung verbessern.

Das VL2600 SE Profile ist die neueste Version von Vari-Lites Profilgerät mit einer verbesserten 570-W-Lichtmaschine für 23.750 Lumen Leistung. Die vielseitige Profilleuchte gehört zu den hellsten ihrer Klasse und bietet eine breite Farbpalette und viele Funktionen. Dank des CMY-Farbsystems und der variablen CTO-Einstellung liefert es eine breite Auswahl an gesättigten Farben und eignet sich so für Tourneen, Studios oder Bühnen.

Mit dem VL2600 SE Profile können Designer den gewünschten Look erzielen, mit Funktionen wie Iris, zwei Gobo-Rädern, einem festen Farbrad, Prisma und variablem Frost. Der VL2600 SE Profile ist kompakt, leicht, schnell und präzise und auf einfache Bedienung, Vorbereitung und Wartung ausgelegt.

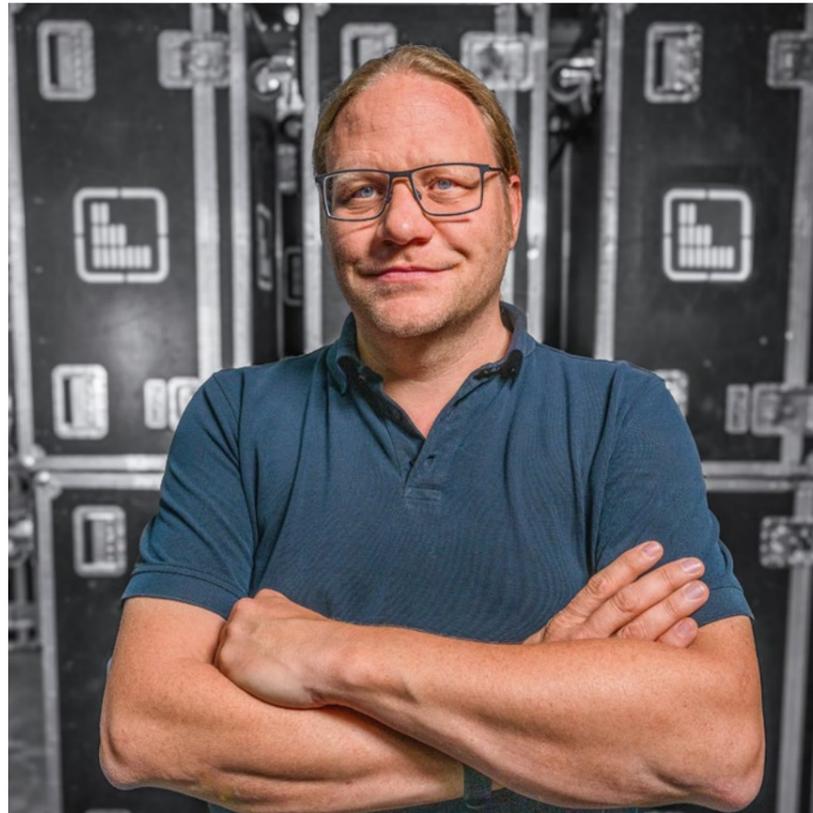
Elation

Auch das Elation Team war in London vor Ort, um Demos und Einblicke in seine neuesten Entwicklungen zu geben. Zu den Highlights gehörte hier der Proteus Odeon, ein Movinglight mit Framingsystem und der Tru-Tone-Technologie von Elation – ein variables CRI-System, das die individuell jeweils beste Mischung aus Lichtleistung und Farbgenauigkeit ermöglichen soll und nahtlos von CRI 70 bis CRI 93 anpassbar ist.

Auch der Proteus Atlas mit seinem hauchdünnen 0,6°-Beam war auf der Plasa zu sehen. Dieser IP66 FX-Beam-Scheinwerfer mit Solid-State Phosphor-Converted (SSPC) Light Engine ist vergleichbar mit 7K Xenon Suchscheinwerfern und Sky-Trackern, bietet jedoch eine Vielzahl von Design-Features und soll mit einem Bruchteil der Leistungsaufnahme arbeiten. Er ist so kompakt, dass er in praktisch jedes Beleuchtungs-Set-up integriert werden kann.

Michael Schopf über 20 Jahre Lautmacher

Regionale Orientierung



Michael Schopf
(Foto: Lautmacher)

DAS UNTERNEHMEN LAUTMACHER IST EIN FULL-SERVICE DIENSTLEISTER FÜR LICHT- UND TONTECHNIK UND STREAMING-/HYBRID-EVENTS IM GROSSRAUM STUTTGART, DAS IN DIESEM JAHR SEINEN 20. GEBURTSTAG FEIERT. WIR HABEN DARÜBER MIT DEM GRÜNDER UND GESCHÄFTSFÜHRER MICHAEL SCHOPF GESPROCHEN.

BlachReport: Herzlichen Glückwunsch zu 20 Jahren Lautmacher. Was waren die Höhepunkte dieser Zeit?

Michael Schopf: Aus einer Ein-Mann-Hobbyfirma ist ein Unternehmen mit über 50 Mitarbeitenden geworden. Das ist schon ein Highlight für sich. Ein weiterer Höhepunkt ist, dass wir eine Firmenkultur aufgebaut haben, in der Werte wichtiger sind als Zahlen. Wir wollten nie unsere Werte aus den Augen verlieren, sondern in einem Umfeld arbeiten, in dem alle – von den Mitarbeitenden über die Lieferanten bis hin zu den Kunden – respektvoll und auf Augenhöhe miteinander umgehen.

Einzelne Veranstaltungen als Highlight herauszustellen, fällt mir schwer. Natürlich hatten wir beeindruckende Projekte, wie die Daimler Digital Life Days oder die MHP Festivals, aber am Ende sind das nur Momentaufnahmen. Was bleibt, sind die Menschen, die lange bei uns sind. Viele Kollegen sind seit über zehn Jahren dabei, und das zeigt, dass wir uns trotz Wachstum und stetiger Veränderung nicht verloren haben.

BlachReport: Gab es in den 20 Jahren auch Rückschläge?

Michael Schopf: Zum Glück haben wir keine großen Katastrophen erlebt, aber es gab schon schwierige Momente. Ich erinnere mich an eine Situation, in der wir versehentlich das falsche Datum für eine Veranstaltung eingetragen hatten. Da war dann Nachtschicht angesagt, um alles zu retten. Die Vorbereitungen waren chaotisch, aber am Ende hat niemand etwas gemerkt. Heute würde so etwas nicht mehr passieren, weil wir strukturell sehr gut aufgestellt sind. In den Anfangsjahren war das manchmal wild.

BlachReport: Viele Unternehmen, die vor Jahren oder Jahrzehnten in der Veranstaltungsbranche gestartet sind, wurden von Menschen gegründet, die eine Alternative zum klassischen Bürojob suchten. Hatte das bei euch auch Einfluss auf die Unternehmenskultur?

Michael Schopf: Absolut. In den ersten Jahren war daher manches dabei, was man heute als Selbstausbeutung bezeichnen würde – weil wir es wollten und selbst darüber entscheiden konnten. Wir haben für wenig Geld lange gearbeitet, oft unter schwierigen Bedingungen. Heute achten wir darauf, vernünftige Arbeitszeiten und faire Bedingungen zu schaffen. „Rock'n'Roll“-Projekte, bei denen diese Standards nicht umsetzbar sind, nehmen wir gar nicht mehr an. Wir haben uns über die Jahre professionalisiert und legen großen Wert auf Struktur und Nachhaltigkeit in unserem Handeln.

BlachReport: Auf eurer Website fällt auf, dass ihr ein breites Leistungsspektrum abdeckt und stark regional ausgerichtet seid. War das eine bewusste Entscheidung?

Michael Schopf: Absolut. Wir haben uns bewusst dafür entschieden, in einem Radius zu arbeiten, der es uns ermöglicht, abends im eigenen Bett zu schlafen. Das ist nicht nur nachhaltiger, sondern schafft auch eine gute Work-Life-Balance für die Mitarbeitenden. Außerdem sind wir so flexibler, wenn mal etwas anders läuft als geplant. In unserem näheren Umfeld können wir auch spontane Kundenwünsche erfüllen und auch mal ein defektes Gerät austauschen oder einen Stau kompensieren. Wenn wir in Berlin oder Barcelona wären, ginge das nicht. Deshalb bleiben wir regional, weil es uns erlaubt, unser Leben und unsere Arbeit besser zu organisieren.

BlachReport: Was hat sich in den letzten 20 Jahren im Markt und in eurem Geschäft verändert?

Michael Schopf: Wir haben viele Phasen durchlaufen. Angefangen haben wir im Vereins- und Kirchenbereich, später haben wir sogar auf Hochzeitsmessen DJ-Equipment angeboten. Die klassische ‚harte Schule‘ mit viel zu langen Tagen war die Regel. Heute sind die Anforderungen gestiegen. Die Branche orientiert sich inzwischen – zum Glück – an den für alle geltenden Vorschriften und Normen. Gleichzeitig müssen wir zunehmend flexibel

auf Kundenwünsche reagieren, die oft sehr kurzfristig kommen. In der Vergangenheit konnten wir Projekte ein halbes Jahr im Voraus planen, heute kommen Anfragen manchmal erst eine Woche vorher. Das ist auch ein Grund, warum wir stetig wachsen und unser Leistungsspektrum erweitert haben – um flexibel auf diese Anforderungen reagieren zu können.

BlachReport: Ist diese breite Aufstellung mit Möbeln und anderen Angeboten bei Lautmacher strategisch oder eher zufällig entstanden?

Michael Schopf: Die Entscheidung, Möbel in unser Portfolio aufzunehmen, war eine strategische. Unsere Kunden wünschen sich zunehmend Lösungen aus einer Hand. Die Möbel bieten den Kunden einen Mehrwert und erhöhen unsere Auslastung. Wir hatten früher manchmal halbleere LKWs und haben festgestellt, dass wir mit der Vermietung von Möbeln einen Mehrwert generieren können, ohne die Kernarbeit zu vernachlässigen. Es ging darum, wirtschaftlich stabiler zu werden, ohne dabei Abstriche bei der Qualität zu machen. Gleiches gilt für unsere Video- und Stromverteilungslösungen. Wir haben die Kompetenz im Haus und haben entschieden, das selbst zu machen, anstatt es extern zu vergeben. Es geht uns darum, möglichst viel mit eigenen Mitarbeitenden und eigenen Ressourcen umzusetzen, um unabhängig zu bleiben und unsere Standards halten zu können.

BlachReport: Wie steht es um das Thema Nachhaltigkeit bei Lautmacher?

Michael Schopf: Wir unterscheiden zwischen echter Nachhaltigkeit und der, die nur auf dem Papier existiert. Natürlich arbeiten wir daran, nachhaltiger zu werden – wir haben eine große Photovoltaikanlage auf dem Dach, nutzen E-Fahrzeuge im Stadtverkehr und kaufen regionale Produkte. Aber wir fahren eben auch Diesel-LKWs und haben Aluminium-Traversen, die um die halbe Welt transportiert werden. Da sind wir ehrlich. Unser größter Beitrag zur Nachhaltigkeit ist, dass wir regional arbeiten und langfristige Beziehungen pflegen. Die meisten unserer Mitarbeitenden wohnen in der Nähe und sind seit vielen Jahren bei uns. Das ist für uns gelebte Nachhaltigkeit.

BlachReport: Das klingt so, als ob euch die Ehrlichkeit im Umgang mit dem Thema besonders wichtig ist.

Michael Schopf: Ja, wir wollen nichts beschönigen. Nachhaltigkeit ist wichtig, aber wir müssen realistisch bleiben. Zertifizierungen und Siegel bringen wenig, wenn sie nicht im Alltag gelebt werden. Wir werden uns dem Thema

nicht verschließen und uns mittelfristig auch zertifizieren lassen, aber nur, wenn wir das mit den Dingen umsetzen können, die wir wirklich tun. Es geht darum, Prozesse zu kennen und kontinuierlich zu verbessern, nicht darum, sich ein grünes Mäntelchen umzuhängen.

BlachReport: Thorsten Schmidt von Sinus meinte kürzlich, dass Veranstaltungstechnik zur Miete per se nachhaltig ist, weil das Equipment immer wieder verwendet wird.

Wie siehst du das?

Michael Schopf: Das stimmt natürlich. Aber wahrscheinlich wäre es noch nachhaltiger, viele Events gar nicht erst zu machen, weil wir noch zu oft Dinge tun, die eigentlich nicht nötig sind. Ich glaube, man sollte bei jeder Veranstaltung hinterfragen, ob alles wirklich gebraucht wird. Oft beraten wir unsere Kunden dahingehend, dass sie ihr Budget lieber in gute Verpflegung oder hochwertige Getränke investieren, anstatt in eine aufwendige Beleuchtung bei Tageslicht, die am Ende niemand wahrnimmt. Das spart Ressourcen und kommt oft besser an. Wir sind keine Verkäufer von unnötigen Dingen. Unser Ziel ist es, die wesentlichen Dinge richtig gut zu machen.

BlachReport: Wenn Du heute noch einmal starten würdest, was würdest Du anders machen?

Michael Schopf: Es gab nie einen Businessplan für Lautmacher. Alles hat sich organisch

entwickelt. Eigentlich wollte ich nur als freier Tontechniker arbeiten. Als ich dann Familienvater wurde, musste ich umdenken, um mehr zu Hause sein zu können, und habe den ersten Mitarbeiter eingestellt. Der Rest kam Stück für Stück dazu. Ich wüsste ehrlich gesagt nicht, was ich anders machen würde. Wir haben immer versucht, auf Veränderungen zu reagieren, und das hat uns an diesen Punkt gebracht. Ich denke, es ist gut, wie es ist.

BlachReport: Wo siehst Du Lautmacher in fünf Jahren?

Michael Schopf: Wir wollen weiter regional bleiben. Hoffentlich finden wir in den nächsten Jahren neue und größere Firmenräume in Ludwigsburg. Unser Ziel ist es nicht, massiv zu wachsen, sondern immer besser arbeiten zu können. Wir wünschen uns ein wenig mehr Planbarkeit im Arbeitsalltag. Mit genügend Vorlauf und einer guten Kommunikation bekommt man die besten Ergebnisse.

Unser Fokus liegt weiterhin auf Transparenz, Qualität und Beständigkeit. Ich habe keine großen Expansionspläne oder Umsatzziele. Vielmehr möchte ich, dass unsere Mitarbeitenden zufrieden sind und wir weiterhin gute Arbeit leisten. Am Ende geht es darum, dass wir als Team und Unternehmen gesund bleiben und eine gute Balance haben.

BlachReport: Vielen Dank für die Beantwortung unserer Fragen.



Lautmacher in Ludwigsburg
(Foto: Lautmacher)

Rückblick und Ausblick mit Thorsten Schmidt

35 Jahre Sinus Event-Technik

THORSTEN SCHMIDT, GESCHÄFTSFÜHRER UND GESELLSCHAFTER VON SINUS EVENT-TECHNIK, HAT UNSERE FRAGEN ZUM 35-JÄHRIGEN UNTERNEHMENSJUBILÄUM, ENTWICKLUNG UND ZUKUNFT BEANTWORTET.

BlachReport: 35 Jahre Sinus – eine beeindruckende Zeitspanne. Was waren für Sie die größten Highlights?

Thorsten Schmidt: 35 Jahre sind tatsächlich eine lange Zeit und es gab viele Highlights. Einer der Meilensteine war sicherlich unsere Standortverlagerung. Wir sind dreimal umgezogen: 1999 in eine alte Schokoladenfabrik in Darmstadt, wo wir 19 Jahre geblieben sind. 2018 folgte dann der Umzug nach Mörfelden-Walldorf bei Frankfurt am Main. Die Umzüge waren herausfordernd, aber auch prägend.

Ein weiteres Highlight ist die Zusammenarbeit mit unseren Kunden, Mitarbeitern und Freelancern. Die Vielzahl an interessanten Persönlichkeiten, mit denen wir zusammenarbeiten dürfen, ist ein echter Gewinn. Das hat uns immer wieder inspiriert und motiviert. Auch besondere Events, wie Veranstaltungen in Flugzeughangars, bleiben unvergessen. Ein Flugzeug als Kulisse zu nutzen, ist beeindruckend und technikaffin, was uns besonders reizt. So auch das Festival der Kulturen mit 256 Künstlern in einem Hangar oder die Weltpremiere des Bugatti Tourbillon in Frankreich. Solche Erlebnisse sind definitiv Highlights unserer Geschichte.

BlachReport: Gab es in all' den Jahren auch Rückschläge oder Pannen?

Thorsten Schmidt: Natürlich gab es auch Herausforderungen. Ich erinnere mich an eine Veranstaltung in der Hamburger Speicherstadt, bei der das Aggregat eine Stunde vor Beginn ausfiel. Zum Glück konnten wir rechtzeitig ein Ersatzgerät organisieren und der Event verlief reibungslos. Oder ein technisches Problem mit der Hallenbeleuchtung kurz vor einer Veranstaltung, das wir in letzter Minute beheben konnten. Es ist wichtig, in solchen Momenten Ruhe zu bewahren und mit dem Kunden eng zu kommunizieren. Größere Pannen sind uns glücklicherweise erspart geblieben.

BlachReport: Wie hat sich die Branche in den letzten 35 Jahren verändert?

Thorsten Schmidt: Die Veranstaltungsbranche hat sich enorm entwickelt. Die Anfragen



Thorsten Schmidt
(Foto: Sinus Event-Technik)

kommen noch kurzfristiger als das früher der Fall war. Die Branche ist heute professioneller und besser organisiert. Früher gab es keinen eigenen Ausbildungsberuf für Veranstaltungstechnik, heute ist das Standard. Auch die Technik hat einen großen Sprung gemacht, vom Drei-Röhren-Projektor zu hochmodernen Systemen. Gleichzeitig sind die Anforderungen an Flexibilität und Reaktionsgeschwindigkeit gestiegen. Die Digitalisierung hat zudem neue Herausforderungen gebracht, etwa die Notwendigkeit, Netzwerkspezialisten vor Ort zu haben. Doch das Ziel ist gleich geblieben: Emotionen und Erlebnisse zu schaffen beziehungsweise zu unterstützen.

BlachReport: Würden Sie heute rückblickend etwas anders machen?

Thorsten Schmidt: Vielleicht wäre ich bei unserem ersten Umzug mutiger gewesen und hätte gleich größere Räumlichkeiten gewählt. Wir sind damals aus zwei Garagen in ein 200-Quadratmeter-Büro gezogen, was nach zwei Jahren schon wieder zu klein war. Aber das sind Entscheidungen, die man im Nachhinein gern anders bewertet. Im Großen und Ganzen würde ich aber alles wieder so machen.

BlachReport: Was zeichnet Sinus besonders aus?

Thorsten Schmidt: Unsere Stärke liegt in der Fokussierung auf Corporate Events und einer schnellen, zuverlässigen Umsetzung. Wir bauen keine Luftschlöcher, sondern setzen um, was technisch machbar ist. Die Mischung aus Kreativität und solidem Handwerk ist unser Erfolgsrezept.

BlachReport: Nachhaltigkeit ist ein großes Thema. Wie steht Sinus dazu?

Thorsten Schmidt: Nachhaltigkeit ist uns wichtig und wird bei uns gelebt. Wir haben 2015 eine der ersten öffentlichen Elektroladesäulen in Darmstadt installiert und betreiben seither eine Photovoltaikanlage. Unsere gesamte PKW-Flotte fährt elektrisch, und wir nutzen den selbst erzeugten Strom. Auch bei Veranstaltungen setzen wir auf Wiederverwendbarkeit und energieeffiziente Technik wie LED-Beleuchtung. Nachhaltigkeit muss nicht teuer sein – langfristig gesehen spart sie sogar Kosten.

BlachReport: Nachhaltigkeit bei Veranstaltungen bedeutet für die Kunden oft einen höheren finanziellen Aufwand. Sind die Kunden bereit, dies zu honorieren?

Thorsten Schmidt: Das sehe ich eigentlich anders und ich glaube nicht, dass es wirklich ein größerer finanzieller Aufwand ist. Langfristig ist Nachhaltigkeit die deutlich günstigere Variante, und ich wüsste im Moment nicht, wo Nachhaltigkeit im Veranstaltungsgeschäft teurer ist.

BlachReport: Wo steht Sinus in fünf Jahren?

Thorsten Schmidt: Wir wollen weiter wachsen, planen 25 Prozent mehr Mitarbeiter und ein Umsatzwachstum von 50 Prozent. Wichtig ist uns aber vor allem, dass wir ein motiviertes Team haben, das mit Freude an neuen Projekten arbeitet. Denn nur so können wir weiterhin erfolgreiche Events für unsere Kunden umsetzen.

BlachReport: Vielen Dank für das Gespräch.



Thomas Volprecht und Laura Eberspächer
(Foto: standing ovation)

standing ovation will Neurowissenschaft mit Kreativität verbinden

Markenerlebnisse auf dem Prüfstand

Die Zürcher Agentur standing ovation hat mit „Vom Insight zum Impact“ einen neuen Prozess entwickelt. Dieser soll Unternehmen dabei unterstützen, Strategie und Markenerlebnisse umzusetzen, zu steuern und zu optimieren. Der innovative Ansatz kombiniert Customer Insights und Neurobranding mit Large-Language-Technologien.

„Marken müssen heute nicht nur sichtbar sein, sondern Vertrauen aufbauen und langfristige Beziehungen pflegen“, sagt Etienne Ruppen, CEO und Inhaber der Agentur. Oft klaffen jedoch Selbstbild und Fremdbild einer Marke auseinander. „Unser Prozess schließt diese Lücke. Wir verknüpfen fundierte Zielgruppenanalysen und unterbewusste Entscheidungsmotive direkt mit unseren Kreativ- und Beratungsprozessen.“

Damit will sich standing ovation noch stärker an der Schnittstelle zwischen Strategie und Erlebnis positionieren. Ziel ist es, Markenerlebnisse strategisch zu verankern und gleichzeitig wirkungsvollen Impact zu erzeugen. Dazu Thomas Volprecht, Head of Strategy: „Auf Basis dieser Customer Insights initiieren wir kreative Sprints mit dem Ziel, Erlebnisse zu schaf-

fen, die echten Mehrwert für die Marken unserer Kunden erzeugen“.

Ein zentraler Baustein des neuen Prozesses ist Neurobranding. Rund 90 Prozent aller Kaufentscheidungen werden nach Aussage von Volprecht unterbewusst getroffen. „Wir kombinieren dieses Wissen mit Tiefeninterviews, Content-Analysen und Social-Listening-Tools, um eine Basis für alle kreativen Umsetzungen zu schaffen“, erklärt Laura Eberspächer, Head of Creation. Das individuell validierte Motivprofil einer Marke dient als Referenzpunkt für die Entwicklung von Kampagnen, Live-Marketing-Formaten oder Dialog-Plattformen.

Der dafür entwickelte Motivkompass ist eine maßgeschneiderte Software-Lösung von standing ovation. Sie integriert Lebensstile, Motivprofile und Personas und nutzt Large-Language-Technologien, um unterbewusste Entscheidungsmotive und Assoziationen sichtbar zu machen. Konzepte und Kommunikationsmaßnahmen können nun in Echtzeit getestet und optimiert werden. Teams chatten mit Personas, testen Brand-Assets und führen Motivanalysen von Marken durch. „Diese technologische Komponente ermöglicht es, sämtliche

Markenerlebnisse auf Basis von validierten Insights zu verbessern und Effizienzgewinne im Vergleich zu konventionellen Zielgruppenanalysen zu erzielen“, betont Volprecht.

Mit dem datenbasierten Ansatz optimiert standing ovation die Customer Journey ihrer Kunden. So können Markenbotschaften über alle Kanäle konsistent und relevant bleiben. Michael Dancsecs, verantwortlich für Business Development bei standing ovation: „Wir schaffen Erlebnisse, die langfristig wirken und einen messbaren Wert für die Marke liefern“. Der Prozess „Vom Insight zum Impact“ wurde nach 18 Monaten Entwicklungszeit Ende Juli 2024 eingeführt. Für die Entwicklung und Implementierung waren Thomas Volprecht und Laura Eberspächer verantwortlich.

Der Prozess gab auch den Ausschlag für ein Rebranding und die Veröffentlichung einer neuen Website. „Der neue Ansatz markiert für uns eine echte Zeitenwende in der Entwicklung von Markenerlebnissen“, meint dazu COO Claudia Gambini. Erste Projekte zeigen bereits Verbesserungen von ROI und Markenbindung. „Unsere Kunden bestätigen die strategische Relevanz des Ansatzes“, ergänzt Gambini.



Coke Brand Managerin Vivien Isabel Herak Hadas (re.) auf der Bestie Bank
(Foto: Marcus Seewald Fotografie/Coca-Cola Österreich)



Bestie Bank in Wien
(Foto: Marcus Seewald Fotografie/Coca-Cola Österreich)

Bestie-Bänke

Coca-Cola und Oreo auf Wien-Tour

Coca-Cola und Oreo haben für den Launch der Coca-Cola Oreo Zero Sugar Limited Edition im September in Österreich eine gemeinsame Aktion gestartet. In Wien wurden dafür „Bestie-Bänke“ errichtet, auf denen Freunde unter den Passanten nicht nur die neue Coke-Variante verkosten, sondern auch ihre Freundschaft zelebrieren können. Abgerundet wird die Kampagne durch eine Kooperation mit Spotify und Freundschaftsbänder als Goodies.

Die Bestie-Bänke besuchten im Rahmen der Maßnahmen bestimmten Punkte in Wien und luden hier nicht nur um Verweilen und Plaudern ein, sondern auch zum Schnapsschuss im Selfie-Modus und zum Zelebrieren der Freund-

schaft via Social Media. Zusätzlich gab es dabei Kostproben der Coca-Cola Oreo Zero Sugar Limited Edition zu erleben. Darüber hinaus waren in Wien „Bestie-Mobile“ unterwegs – Fahrradtaxi, mit denen die Bundeshauptstadt gemeinsam erkundet werden konnte. Witterungsbedingt mussten an manchen Tagen die Locations der Bänke ins Innere verlegt werden. Zu finden waren sie etwa am Stuben-, Park- und Kärntner Ring, in der Westfield Shopping City Süd oder in der Lugner City und der Millennium City.

„Ich habe mich vom Bestie-Spirit dieser Aktion überzeugt und laden alle ein, ihre Bestie-Momente mit der Coke-Community zu

teilen und uns bei den Postings mit @cocacola_at zu taggen oder uns über unsere Social Media Kontakte ihre Bilder zu schicken“, sagt Vivien Isabel Herak Hadas, Brand Manager bei Coca-Cola Österreich, zu der Aktion.

Seit Anfang September ist die neue Coke-Variante als Limited Edition in der markant in schwarz-weiß gehaltenen 250ml-Dose in Österreich erhältlich. Sonderdisplays unterstützen den Auftritt am POS. Eine digitale Teaserkampagne im Vorfeld, anschließende Social Media-Aktivitäten sowie Kooperationen mit Influencern runden die Aktivitäten um die Coca-Cola Oreo Zero Sugar Limited Edition ab.

Deutschlandpremiere

Cupra mit Terramar Launch-Events in München und Berlin

Das neue Cupra-Modell Terramar ist seit Anfang September auch auf dem weltweit wichtigsten Markt der Brand angekommen. Nur wenige Tage nach der Weltpremiere im Rahmen des America's Cup in Barcelona feierte der sportliche SUV seine Deutschlandpremiere mit zwei Events in den Cupra City Garagen in München und Berlin.

Den Auftakt gab es am Abend des 6. September in der bayerische Landeshauptstadt: Rund 100 geladene Gäste – Car-Lover, Medienschaffende und Cupra Tribe Members –

waren zur feierlichen Enthüllung des Cupra Terramar in die Eventlocation am Odeonsplatz gekommen. Nur einen Tag später folgte die Veranstaltung in der Cupra City Garage Berlin im Herzen des Viertels Am Tacheles, das für seine kulturelle und künstlerische Geschichte bekannt ist. Auch dort wurde der sportliche SUV noch einmal feierlich enthüllt.

„Der Cupra Terramar sorgt dafür, dass wir unser Produktportfolio nach oben hin erweitern. Der erste eigenständige Cupra SUV birgt enormes Eroberungspotenzial, denn das

SUV-Segment boomt weiter ungebremst“, sagt Jorge Luna, Leiter Vertrieb Service bei Cupra in Deutschland, der die Premiere in München begleitete.

Händlerorganisationsleiter Erik Händler ergänzt: „Mit der neuen Cupra Designsprache, den innovativen Technologien, nachhaltigen Materialien im Interieur sowie der Antriebsvielfalt trifft der Cupra Terramar den Zeitgeist. Ich bin überzeugt, dass er für ein Umsatzwachstum bei unseren Partnerbetrieben sorgen wird“, so Händler bei der Premiere in Berlin.



Jubiläumsevent auf dem Schindler Campus
(Fotos: Event Manufaktur GmbH)



150-Jahre Schindler Aufzüge mit der Event Manufaktur

Jubiläums-Event

Die Event Manufaktur GmbH aus Wohlen begleitete in diesem Jahr das 150-jährige Jubiläum der Schindler Aufzüge AG. Auf dem Schindler Campus in Ebikon fanden im Sommer verschiedene Anlässe statt, welche die Agentur in Zusammenarbeit mit Schindler realisierte.

Der Leitgedanke des Jubiläums lautet „Wir bewegen seit 150 Jahren“. Über den gesamten Monat Juni verteilt fanden neun Veranstaltungen mit insgesamt über 3.500 Gästen statt, die auf diesen Leitgedanken einzahlten – von Frühstücks-Events über Konferenzen bis hin zu speziellen Events für Mitarbeitende.

Besondere Highlights waren die beiden Kunden-Events. Ein 3.660 Quadratmeter großer temporärer Bau mit einer 720 Quadratmeter großen Fassade bildete den Rahmen für die Feierlichkeiten. Allein der Aufbau dieser Konstruktion dauerte über einen Monat.

Im Inneren wurde den Gästen eine immersive Raum- und Bühneninszenierung mit 360°-Projektionen im Bauhaus-Stil in Anlehnung an das Jubiläumslogo geboten. Schauspieler, Künstler und Artisten interagierten mit den Projektionen und erweckten die 150-jährige

Geschichte und Zukunftsvision von Schindler zum Leben.

Beim Catering-Konzept für die Feierlichkeiten setzte man auf Nachhaltigkeit und Regionalität sowie ein hohes kulinarisches Niveau. Neben den Speisen wurden dabei auch verbindende Tavolata- und Flying Dinner-Konzepte umgesetzt.

Event Manufaktur setzte das Event-Projekt für die Schindler Aufzüge AG gemeinsam mit mehr als 20 Partnerfirmen um. Für Rigging, Audio, Video und Licht für die Erlebnisshow zeichnete Winkler Livecom verantwortlich.

MPG-Firmenzentrale
(Foto: MPG GmbH)

Eventlocations in Graz

Tagungen und Meetings in der „City of Design“

DIE ERLEBNISREGION GRAZ BEFINDET SICH IM STEIRISCHEN WEINLAND, DAS ZU DEN SCHÖNSTEN UND FRUCHTBAREN REGIONEN ÖSTERREICHS GEHÖRT. BURGEN UND SCHLÖSSER, HEISSE THERMALQUELLEN UND DAS WILDROMANTISCHE GRAZER BERGLAND LADEN HIER ZU AUSFLÜGEN EIN.

Vor 20 Jahren durfte Graz sich Europäische Kulturhauptstadt nennen und dieses Jahr hat die Stadt nachhaltig geprägt – bis heute trägt sie den inoffiziellen Titel „City of Design“.

Die Altstadt der zweitgrößten Stadt Österreichs gehört zum UNESCO-Weltkulturerbe – ein Indiz, dass sich hier gleich eine Reihe historischer Bauten finden lässt. Einige von diesen, wie auch neuere Grazer Orte und Locations lassen für Events oder Tagungen mieten. Eine kleine Auswahl stellen wir hier vor.

Vor den Toren der Stadt lässt die Steiermark Träume von neugierigen Genießern, Wellnesshungrigen und Golfverliebten wahr werden und verführt in zauberhafte Landschaften! Das steirische Weinland gehört zu den fruchtbarsten und schönsten Regionen Österreichs, aber auch Burgen und Schlösser, heiße Ther-

malquellen und das wildromantische Grazer Bergland laden zu abwechslungsreichen Ausflügen ein. Selbstverständlich sollte in der Erlebnisregion Graz auch der kulinarische Genuss nicht zu kurz kommen – der Selbsttest vor Ort empfiehlt sich daher.

HELMUT LIST HALLE

Die Helmut List Halle erlebte im Jahr 2002 ihren Umbau von einer Fabrikhalle in eine moderne Veranstaltungshalle. Veranstaltungen von Ausstellungen über Firmenveranstaltungen bis hin zu Musicals und Kabarets haben dort seitdem stattgefunden. Die Location setzt auf eine Verbindung aus brillanter Akustik und flexiblem Layout. Massives Holz im Inneren schafft dabei eine akustische Hülle, während die bestehende fabrikartige Stahlkonstruktion aus der Mitte des letzten Jahrhunderts für den besonderen Rahmen sorgt. Glas, Stahl und Beton sind weitere Materialien, die an die Industriegeschichte des Gesamtkomplexes erinnern.

Die Halle besteht aus vier benachbarten, unterschiedlich großen Teilen: Das Foyer mit 550 qm, die Halle selbst mit 1.100 qm, Backstage

mit 420 qm und der Raum Detroit mit 540 qm. Für kleinere Veranstaltungen steht außerdem die AVL Lounge zur Verfügung. Auf rund 2.500 qm flexibler bespielbarer Fläche finden hier bis zu 3.000 Besucher Platz. Die Kapazitäten variieren je nach Bestuhlung, unterschiedlichste Produktionsformen sind möglich. Zusammen mit der Firma CS4WEB wurde ein virtueller 3D-Rundgang durch die Location erstellt, der es möglich macht, die unterschiedlichsten Setups zeitgemäß darzustellen.

Die Helmut List Halle befindet in unmittelbarer Nähe zum Grazer Hauptbahnhof und mit der Anbindung öffentlicher Verkehrsmittel ist sie durchgehend gut erreichbar.

Event in der Helmut List Halle
(Foto: Helmut List Halle)

SCHLOSS VASOLDSBERG

Das Schloss Vasoldsberg befindet sich nur wenige Kilometer südlich von Graz entfernt auf einer leichten Anhöhe, umgeben von einem Wald. Von der Schlossterrasse hat man einen weiten Blick übers Land. Erbaut im 13. Jahrhundert, ging das Schloss samt dem 220 Hektar großen Areal und allen Nebengebäuden in Privatbesitz über. 2018 wurde es von Investoren erworben, umgebaut, erweitert und der Öffentlichkeit ab 2020 als Eventlocation zugänglich gemacht.

Schloss Vasoldsberg ist dabei kein Schloss im klassischen Sinne, sondern bietet gleich eine Reihe von Plätzen und Möglichkeiten – groß, klein, offen oder versteckt. Gesetzt wird auf eine Symbiose aus historischem Gemäuer und moderner Architektur – mit schattenspendenden Bäumen wie Zypressen und Olivenbäumen. Neben modernem Interieur, einer Bar und Lounge sowie eigenem Weinkeller verfügt das Anwesen auch über Möglichkeiten zur Übernachtung sowie ausreichend Parkplätzen und einem eigenen Badeteich.

Schloss Vasoldsberg
(Fotos: Schloss Vasoldsberg)

Die Event-Haupträume im Inneren sind Festsaal und Salon, die auch kombiniert werden können. So ergibt sich eine Kapazität von 240 Personen für ein Bankett mit eckigen Tischen oder 184 Personen für die Konfiguration mit runden Tischen. Neben diversen kleineren Räumen im Innenbereich für exklusivere Meetings, stehen außen um das Schloss Flächen wie der Schlosshof, der Schlossplatz und der Pavillon zur Verfügung.

GREEN BUSINESS CENTER

In unmittelbarer Nähe zur Autobahn befindet sich in Graz mit dem Green Business Center Graz – kurz GBC Graz – ein Gebäude, das durch sein außergewöhnliches Erscheinungsbild besticht und mit seiner architektonischen Außenansicht die Blicke auf sich zieht. 30 Büros auf drei Etagen mit insgesamt 900 qm Bürofläche stehen hier den Partnern der Green Finance Group und den Mietern zur Verfügung.

Green Business Center
(Fotos: Green Business Center Graz GmbH)

Zusätzlich wird im Green Business Center Graz eine außergewöhnliche Eventlocation zur Miete angeboten, die sich für Firmenevents, Vorträge und Veranstaltungen aller Art eignet. Der großzügige Veranstaltungs- und Schulungsbereich hat eine Fläche von 250 qm.

Die zentrale Lage mitten in Graz und in unmittelbarer Nähe zur Autobahnauffahrt macht das GBC Graz zur passenden Wahl für Jubiläumsfeiern, Firmenevents, Vorträge oder Schulungen. Kostenfreie Parkmöglichkeiten stehen ausreichend bereit.

MP09

MP09, die 2009 erbaute Firmenzentrale der Firma MPG an der Grazer Stadteinfahrt, wird wegen ihrer kraftvollen und eleganten Architektur auch als „schwarzer Panther“ bezeichnet. Hinter der Fassade verbergen sich vielschichtige Räumlichkeiten. Sie ändern ihre Größe, dann wieder gehen sie in Terrassen oder schwebende Dächer über. Das Konzept ermöglicht es, Büros für verschiedene Teams und unterschiedliche Anforderungen zu schaffen.

Hier befindet sich auch das Restaurant nullneun, wo die Devise des mehrfach ausgezeichneten Kochs Robert Ferstl „regionale Küche trifft auf internationale Einflüsse“ lautet. Die Gerichte auf der Karte werden zu 80 Prozent mit Produkten aus der Region zubereitet.

Von Firmenfeiern, Weihnachtsfeiern, über Seminare im kleinen Kreis bis hin zu Festen und Events – die Räumlichkeiten im MP09 bieten die passende Umgebung für jede Art und Größe von Veranstaltungen in Graz. Dabei können Foyer, Empfangsbereich, Terrasse, Bar mit Chill-Out Lounge und Café wahlweise gemietet werden. Für die kulinarische Verköstigung sorgen Robert Ferstl und das Restaurant nullneun.

KUNSTHAUS GRAZ

Seit Oktober 2003 verbindet das Kunsthaus Graz – von seinen Schöpfern Peter Cook und Colin Fournier liebevoll „Friendly Alien“ genannt – spektakuläre Architektur mit beson-

deren Ausstellungen zeitgenössischer Kunst. Absolutes Highlight eines Kunsthausbesuches ist die Needle: Von dieser gläsernen Aussichtsplattform eröffnet sich der Blick über die Altstadt von Graz.

Als größter Veranstaltungsraum im Kunsthaus Graz mit moderner technischer Ausstattung bietet sich der Space04 an für Symposien, Präsentationen, Seminare, Tagungen, Empfänge, Workshops oder auch Theater- und Kinovorstellungen. Eine eigens angefertigte Bühne spiegelt die ambivalente Architektur der blauen „Bubble“ des Kunsthauses in Verbindung mit der Geradlinigkeit der großen Glasflächen ringsherum wider. Mobile Rednerpulte, Sofas,

Die Needle von außen
(Foto: Peter Riedler)

Stehische und Bars machen den Raum wandlungsfähig. Hier bietet sich ein Fassungsvermögen für 180 Personen stehend, 130 Sitzplätze, oder 90 Plätze bei Bankettbestuhlung.

Die gläserne Aussichtsplattform Needle eröffnet eine neue Perspektive auf die Altstadt von Graz und den Schlossberg mit direktem Uhrturmblick. Als oberste Etage im Kunsthaus thront die Needle über den beiden Ausstellungsetagen und eröffnet bei einem Besuch auch so manche Einblicke in das aktuelle Museumsgeschehen. Ein eigener Lift transportiert die Besucher in wenigen Momenten nach oben, wo sie über eine Brücke die Ausstellungsetage queren und sich ihnen das Panorama der Grazer Alstadtdächer eröffnet. Das Fassungsvermögen hier: 200 Personen stehend, 70 Sitzplätze, 80 Plätze bei Bankettbestuhlung.

Raum Space04 im Kunsthaus Graz
(Foto: Universalmuseum Joanneum/ Schimdsberger)

tiert die Besucher in wenigen Momenten nach oben, wo sie über eine Brücke die Ausstellungsetage queren und sich ihnen das Panorama der Grazer Alstadtdächer eröffnet. Das Fassungsvermögen hier: 200 Personen stehend, 70 Sitzplätze, 80 Plätze bei Bankettbestuhlung.

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 Bröhe, 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.

MEDIA BOARD 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 Themen-Sets. 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

MODERATION MIT HERZ UND LEIDENSCHAFT.

EVENT | GALA | AWARD | MESSE | KONGRESS | TV | RADIO

Moderatorin gesucht?

www.louisaschlang.de

Louisa Schlang
 MODERATION

Hoxbergstraße 29
 66822 Lebach

T 0174 7959893
 info@louisaschlang.de

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

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.MUSEUMSREPORT.DE

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

NACHHALTIGKEIT



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
 GmbH

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



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 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

Roland Hirtenfelder

ROLAND HIRTENFELDER IST SEIT APRIL 2024 HOTELDIREKTOR DER WERZERS HOTELS AM WÖRTHERSEE. VORHER WAR DER ERFAHRENE HOTELIER UND GASTRONOM MEHR ALS VIER JAHRE ALS HOTELDIREKTOR IM 4-STERNE SEMINAR- & EVENTHOTEL KRAINERHÜTTE IN BADEN IM WIENERWALD BESCHÄFTIGT.



Roland Hirtenfelder (Foto: Weizers)

Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?

Ich bin mit Herzblut Gastgeber und Hoteldirektor. Seit 1983 bin ich in der Branche tätig, und es erfüllt mich täglich mit viel Freude für Gäste und Mitarbeiter da zu sein. Veranstaltungen sind die Möglichkeit Menschen zu berühren und zu begeistern und es gibt einem immer die Möglichkeit, Erlebnisse zu gestalten. Und meist bekommt man direkt ein positives Feedback.

Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?

Keine. Ich darf von mir sagen, dass das, was ich mache, genau meine Welt ist und eine Alternative nicht in Frage kommt.

Welchen Traum wollen Sie sich noch erfüllen?

Ich möchte auf einer Trekkingtour die Gorillas im Regenwald von Ruanda besuchen.

Was macht Sie glücklich?

Ein Spaziergang mit meinem Hund, ein Lob von zufriedenen Gästen und Mitarbeiter, die mir zeigen, den gemeinsamen Weg zu gehen.

Was war bisher Ihre größte Herausforderung?

Die Besteigung des Kilimandscharo 2020.

Welche Entscheidungen haben Sie bereut?

Meinen Jugendtraum, die Transsibirische Eisenbahn, nie besucht/befahren zu haben.

Was machen Sie gegen Stress?

Ich versuche bestmöglich mit Stress umzugehen. Stress lässt sich nicht vermeiden und in stressigen Situationen probiere ich der Fels in der Brandung zu sein. Wenn es ganz schwierig wird, hilft ein Stück weiße Schokolade :-)

Wen möchten Sie gern einmal kennenlernen?

Ich würde gerne mit den Dalai Lama über unsere Gesellschaft reden und seine Sicht der Dinge kennenlernen.

Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?

Für lesen fehlt mir oft die Zeit. Ein Hörbuch ist beim Autofahren immer dabei – gerade die Krimireihe von Jussi Adler Olsen.

Was sollen wir hören: Ihr aktueller Musiktipp?

Alles, was der Sender hergibt.

Welches Live-Ereignis hat Sie bisher am meisten beeindruckt?

Ich war bei der letzten totalen Sonnenfinsternis 1999 dabei – für mich war das echt beeindruckend.

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

Nennen Sie uns Ihr Lieblingsrestaurant?

Das Badehaus Restaurant in Pörtschach. Ein unglaublicher Ausblick und die Fischküche ist ein Genuss.

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

newslounge

PRESSEPORTAL FÜR DIE
MICE BRANCHE NATIONAL
UND INTERNATIONAL

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

WWW.NEWSLOUNGE.DE • INFO@NEWSLOUNGE.DE

RAUM & FORMATE

Der Ort für erfolgreiche Tage

Ihre Veranstaltung im TurmQuartier Pforzheim



Ob Kongresse, Business-Meetings,
hybride Events, Galadinner oder private
Feiern – wir bieten den perfekten Raum für
Ihr Event. Das TurmQuartier in Pforzheim:
Die Mischung macht's!

Mehr Informationen unter
www.turmquartier.de

 **Turm
Quartier**