



Wie Edwin Petersen das Eventschiff Oceandiva Nova für eine höchstmögliche Nachhaltigkeit auf dem Wasser konstruierte

Wir können es nicht lassen und suchen bald wieder die Besten!

VOTEN BIS 2. DEZEMBER 2024

BLACHREPORT STARTET DIE RANKINGS 2024/25

Der BlachReport will es wieder wissen und ruft zur Abstimmung für die jährlichen Rankings der Eventdienstleister und Service-Anbieter in der Veranstaltungswirtschaft auf.

Gesucht werden die Top-10-Anbieter in den Kategorien Eventbeleuchtung, Eventbeschallung, Bühnen- und Eventbau, Messebau, Video-/Medientechnik, Gesamtdurchführung, Eventlocation, Eventdestination, Eventcaterer, Non-Food-Eventcaterer, Music- oder Show-Production.

Das Voting ist bald eröffnet.
Die Umfrage endet am 2. Dezember 2024 um 23.59 Uhr.

Die Umfrageergebnisse werden in BlachReport, StageReport und PocketEvent veröffentlicht.

BlachReport
www.blachreport.de

StageReport
www.stagereport.de

New Work



Wie Remote-Work zu einem Teil der Firmenkultur wird, dokumentiert ein Beitrag ab Seite 10 in dieser Ausgabe. Julia Krossmann, Operations Director bei der Agentur Proske, fest angestellt und Digitalnomadin, hat sich gegen einen klassischen Bürojob entschieden und arbeitet dort,

wo es ihr gefällt. Warum sie das macht, wie es funktioniert und was den Unterschied zwischen Präsenz- und Remote-Arbeiten ausmacht, hat sie uns erzählt.

„Mauritius, Bali oder Portugal: Tausende Digitalnomaden haben ihr Büro in Deutschland gegen einen Laptop am Strand eingetauscht. Ihre Arbeitsverträge nehmen sie mit – und auch eine Beförderung ist ‚remote‘ möglich. Ist das die Zukunft der Arbeit?“, hat dazu die „Welt“ geschrieben. In der Veranstaltungsbranche scheint es so zu sein. „Remote-Arbeiten ist bei Proske Alltag und die Firmenkultur hat sich gut auf das neue ‚Normal‘ eingestellt. Das man in einer virtuellen Welt mehr Pro-Aktivität für die Kommunikation mit den Kollegen zeigen muss als im Büro, ist dabei klar und wird auch so gelebt“, hat uns Julia Krossmann bestätigt, als wir sie gefragt haben. Ihre Antworten kamen von der Insel Bali.

Julia Krossmann: „Sicherlich gibt es auch Menschen, die den persönlichen Kontakt vor Ort im Büro bevorzugen und vielleicht im Büro auch bessere Möglichkeiten für sich sehen, um produktiv zu arbeiten. Ich denke, hier muss jeder für sich selbst entscheiden, was am besten funktioniert. Ich persönlich bin dann am produktivsten, wenn ich mich von meiner Umgebung inspirieren lassen kann.“ Sie betont aber auch, dass Proske als Arbeitgeber immer offen gegenüber neuen Ideen und Wegen ist.

Kann das ein funktionierendes und vor allem nachdenkenswertes Beispiel für New Work in der Veranstaltungswirtschaft sein? Ich meine schon.

Herzlichst

Ihr Peter Blach

inhalt

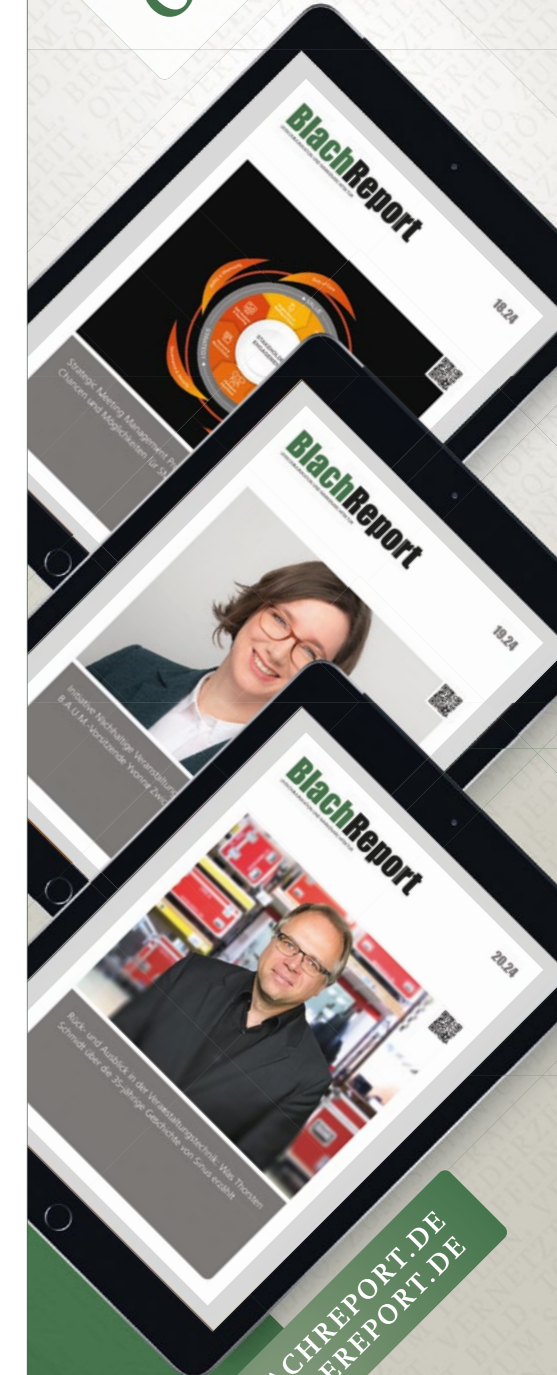
- 4 BUSINESS GCB lädt zum DigiDay
- 5 BUSINESS Vok Dams integriert Event-Team
- 6 INCENTIVES Christoph Daake von ctc events
- 8 BUSINESS D.College startet
- 10 NEW WORK Remote-Work als Teil der Firmenkultur
- 12 EVENTSICHERHEIT CroMa-PRO bei der Euro 2024

Titelfoto: Edwin Petersen (Foto: Oceandiva)

- 13 VENUES Oceandiva
- 14 VENUES Eventlocations in Hannover
- 16 PEOPLE Jobs + Karriere
- 17 MARKETING-SERVICES Lieferantenverzeichnis
- 26 BACKSTAGE Sören Borgeest
- 26 IMPRESSUM

MEDIA BOARD

OUT NOW!



WWW.BLACHREPORT.DE
WWW.STAGEREPORT.DE

GCB lädt zum DigiDay am 4. und 5. Dezember ein

Neues Nachwuchsformat

Der kommende #DigiDay des GCB German Convention Bureau e.V. will sich am 4. und 5. Dezember 2024 in Frankfurt am Main dem Dreiklang „Menschen verbinden, gemeinsam wachsen, die Veranstaltungswelt transformieren“ widmen. Direkt im Anschluss startet das neue Nachwuchsformat „DigiDay NextGen24“, das sich exklusiv an Young Professionals in der Veranstaltungswelt richtet.

Am Nachmittag des 4. sowie am Vormittag des 5. Dezember 2024 erwartet die Teilnehmer des GCB Digital and Innovation Day erneut ein rundum anwendungsorientiertes Veranstaltungsprogramm. Der erste Tag des Events in Frankfurt konzentriert sich in erster Linie auf den Generationenwandel. Im Workshop mit Diversity-Expertin Gabriela Schweinberger geht es um den Dialog unterschiedlicher Generationen. Dabei sollen nicht nur Stereotype unter die Lupe genommen, sondern vor allem Erwartungen an und Bedürfnisse für eine konstruktive und motivierte Zusammenarbeit in generationsübergreifenden Teams adressiert werden. In der parallelen Session mit Johst Klems diskutieren die Teilnehmer unter dem

Motto „Meister Proper hat gelogen“ die moderne Zielgruppenansprache unterschiedlicher Generationen.

„Der Generationenwandel ist ein Transformationsfeld, die wir auf absehbare Zeit gemeinsam gestalten müssen“, sagt Matthias Schultze, Geschäftsführer des GCB. „Für den Tagungsstandort Deutschland liegen hier enorme Chancen, Menschen der unterschiedlichsten Altersgruppen einerseits für Business Events als Berufsfeld zu begeistern und sie andererseits als Teilnehmer an wirklich zukunftsweisenden Formaten zu gewinnen. Mit dem DigiDay 2024 wollen wir eine Plattform für den offenen Austausch zu dieser Aufgabe bieten.“

Den Auftakt zu Tag 2 des DigiDay bildet ein Impulsvortrag von Helmut van Rinsum, Fachjournalist und KI-Experte, der sich mit der Rolle von Künstlicher Intelligenz im Marketing befasst – und der dabei auch einen Blick über den Tellerrand der Veranstaltungswelt hinaus wirft. Im Anschluss haben die Teilnehmer erneut die Auswahl unter mehreren parallelen Sessions, etwa zu „Innovativem Arbeiten in der digitalen Ära“, einem Design-Thinking-Work-



Visual zum GCB DigiDay 2024 (Foto: GCB)

shop mit Julia Stechl (Proske), oder zu „Messenger-Kommunikation und Chatbots in der Event-Branche“ mit Moritz Beck (Memacon).

Auch der persönliche Austausch soll bei der Veranstaltung in den Design Offices Wiesenhüttenplatz in unmittelbarer Nähe zum Frankfurter Hauptbahnhof nicht zu kurz kommen. Möglich ist dies zum Beispiel beim Netzwerkabend.

Mit dem neuen Event „DigiDay NextGen“ lädt das GCB direkt im Anschluss an den #DigiDay exklusiv Young Professionals aus der Veranstaltungswelt zu einem Austauschprogramm ein. Ab dem frühen Nachmittag des 5. Dezember 2024 widmen sich die Teilnehmer für anderthalb Tage in einem kleinen professionellen Duell zweier Arbeitsgruppen der Frage: „To AI or not to AI?“. Kern des Formats, das unter der Leitung von Prof. Dr. Stephan Bingemer (ReThink Tourism) durchgeführt wird, ist die Bearbeitung einer gleichlautenden Aufgabenstellung anhand unterschiedlicher digitaler Tools und Herangehensweisen. Das Programm beinhaltet auch Impulse zu Themen wie Prompting oder der Relevanz von Social Skills.

FWD: GRÜNDET WEITERE LANDESVERTRETUNG IN BAYERN

Die Veranstaltungsbranche hat in Bayern einen Schritt zur regionalen Vernetzung gemacht und die achte Landesvertretung des fwd: Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft in München gegründet. Zweiplan-Geschäftsführer Horst Ingmar Kilian, ehemaliges Mitglied im Bundesvorstand des Bundesverbandes Junger Unternehmer, übernahm als Initiator die Organisation der Gründungsversammlung.

Die Gründungsversammlung beinhaltete neben der Diskussion über die Satzung auch die

Wahl des Vorstandes. Zum Vorsitzenden der neuen Landesvertretung wurde Meplan-Geschäftsführer Siegbert Hieber gewählt. Als stellvertretende Vorsitzende fungieren Thorsten Hörner, Geschäftsführer bei Heilmaier Mesdesign, und Horst Ingmar Kilian von Zweiplan. Silke Schulte von der fwd: Servicegesellschaft übernimmt die Funktion des Finanzvorstands, während Polina Zinoviev von Staff Now Germany als Fachvorstand dabei ist. Der neu gewählte Vorstand appellierte an die Mit-

glieder, sich zukünftig in der Landesvertretung zu engagieren und betonte die Möglichkeit, weitere Vorstandsmitglieder in zukünftigen Versammlungen hinzuzuwählen.

Mit der Gründung der Landesvertretung Bayern rückt der fwd: weiter in die Heimatregionen seiner Mitglieder vor und schafft eine niedrigschwellige Anlaufstelle, die das regionale Netzwerk stärkt und neue Potenziale für die Veranstaltungswirtschaft in Bayern wecken soll.



Sebastian Adam – Global Head of Sales & Consulting bei Vok Dams, Andreas Heckmann – Chief Customer Officer Cvent global, Colja Dams, Jamie Vaughan – Vice President European Sales bei Cvent, Felicia Asiedu – Marketing Director Cvent Europe (v. l., Foto: Vok Dams Gruppe)

Vok Dams integriert Cvent-Team

Inhouse-Spezialisten

Vok Dams, eine der weltweit führenden Agenturen für Events und Live-Marketing, erweitert sein Portfolio durch den Aufbau eines zertifizierten Inhouse-Teams von Cvent-Experten. Damit haben Cvent-Kunden die Möglichkeit, gezielt Kapazitäten mit spezialisiertem Cvent-Know-how bei Vok Dams zu buchen. Die Cvent-zertifizierten Eventspezialisten unterstützen bei der Planung und Durchführung von Events und gewährleisten zudem eine nahtlose Integration der Cvent-Plattform in bestehende Software-Ökosysteme wie Salesforce, SAP und HubSpot.

Die Ankündigung erfolgte auf der Cvent Accelerate, einer Kunden- und Branchenkonferenz von Cvent in Berlin. Die Veranstaltung

legte den Fokus auf praxisnahe Weiterbildung, zukunftsweisende Diskussionen und lokales Networking. Teil des Programms war ein Expertenvortrag von Colja Dams, der über die Veränderung der Eventbranche durch Künstliche Intelligenz sprach.

Cvent ist ein global führender Technologieanbieter für Meetings, Events und die Hotellerie, der Unternehmen weltweit dabei unterstützt, Veranstaltungen effizient zu planen, zu organisieren und durchzuführen. Die Cvent-Plattform bietet Lösungen für die Online-Registrierung, die Auswahl von Veranstaltungsorten, das Marketing und Management von virtuellen und In-Person-Events sowie für die aktive Einbindung der Teilnehmer. Cvent

ist in den Branchen Pharma, Technologie, Finanzdienstleistungen und Consulting ein häufig eingesetztes Tool.

„Die Nachfrage nach kreativen Lösungen für außergewöhnliche B2B-Events wächst stetig, und zunehmend suchen unsere Kunden auch nach Fachwissen und Manpower im Bereich Cvent. Mit unserer Partnerschaft mit Cvent, dem führenden Technologieanbieter für Eventmanagement und Hospitality, sowie dem damit verbundenen Aufbau eines hochspezialisierten Inhouse-Teams von Cvent-Experten sind wir nun in der Lage, Kunden zusätzlich in diesem Bereich umfassend und effektiv zu unterstützen“, so Colja Dams, CEO der Vok Dams Gruppe.

Webinar für Eventlocations und Hotels

Marketing Trends 2025

Venue Marketing, Bildungsplattform für Eventlocations und Hotels, veranstaltet am 22. Oktober von 9.30 bis 10.15 Uhr das Webinar „Marketing Trends 2025“. Dieses Webinar wurde speziell für Eventlocations entwickelt, die ihre Marketingstrategie optimieren und sich auf die neuesten Trends und Entwicklungen in der Branche vorbereiten wollen. Im Webinar gibt Stijn Oude Vrielink, Gründer von Venue Mar-

keting, Einblicke in die zu erwarteten Marketingtrends für 2025. Alle wesentlichen Disziplinen werden abgedeckt, darunter Online-Marketing, Branding, Social Media, Listing-Websites, Content-Marketing, Demand Generation und Vertrieb.

„Es passiert viel in der Welt der Veranstaltungsorte, aber Marketing ist in den Locations noch nicht stark genug verankert“, sagt Stijn

Oude Vrielink. „Mit diesem Webinar möchten wir unser Wissen und unsere Expertise teilen und Veranstaltungsorte dabei unterstützen, sich optimal auf 2025 vorzubereiten.“

Das Webinar wird über Microsoft Teams abgehalten und bietet auch Raum für Fragen und Antworten, sodass die Teilnehmer aktiv mitmachen können. Die Teilnahme am Webinar ist kostenlos, eine Anmeldung erforderlich.



Incentive-Reise mit dem Besuch einer Auffangstation für Elche in Schweden (Fotos: ctc events)

Christoph Daake

Fragen an Christoph Daake von ctc events

Was sind die aktuellen Trends bei Incentive-Reisen?

WIR WOLLTEN WISSEN, WAS DIE AKTUELLEN TRENDS BEI INCENTIVE-REISEN SIND UND HABEN DARÜBER MIT CHRISTOPH DAAKE VON CTC EVENTS IN WIESBADEN GESPROCHEN.

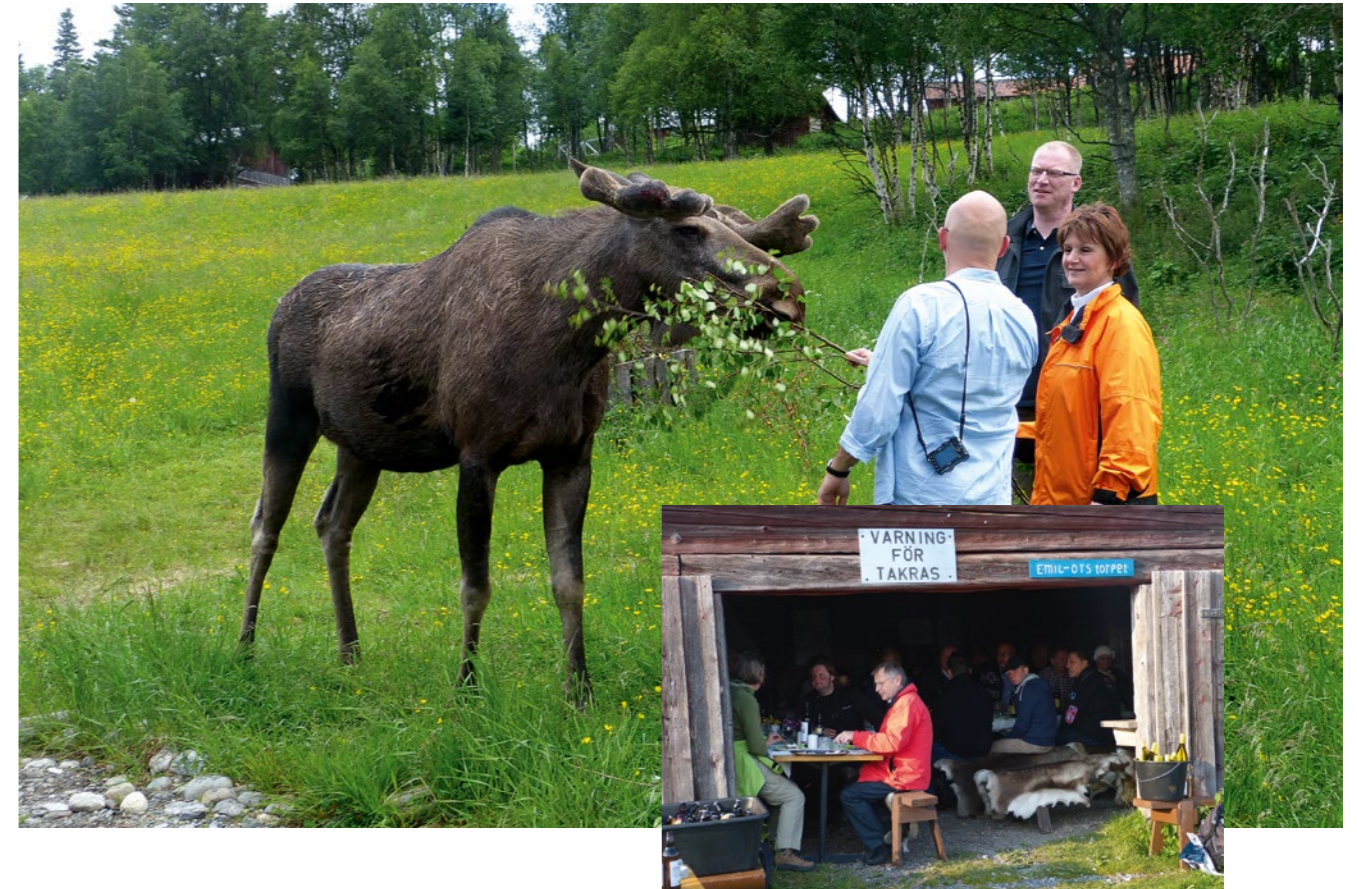
BlachReport: Jedes Jahr fragen sich viele Unternehmen, welche Incentive-Reisen für das kommende Jahr geplant werden sollten. Gibt es Trends, die sich abzeichnen, und welche Ziele sind aktuell besonders beliebt?

Christoph Daake: Ja, es gibt klare Trends, und ich würde zwischen inhaltlichen Konzepten und den Destinationen unterscheiden. Inhaltlich entfernt man sich zunehmend von reinen Vergnügungsreisen hin zu Incentives mit echtem Mehrwert. Ein weiterer Trend ist ‚Back to Basics‘, also weg von Luxusreisen hin zu einfachen, aber wirkungsvollen Aktivitäten. Eine Wanderung kann zum Beispiel sehr kommunikativ sein, und statt eines aufwendigen Drei-Gänge-Menüs kann ein Picknick in der Natur ein ebenso besonderes Erlebnis bieten.

Was die Reiseziele betrifft, sehen wir seit etwa zehn Jahren einen starken Trend hin zu europäischen Destinationen. Das liegt an verkürzten Reisezeiten, geringeren Budgets und der wachsenden Bedeutung von ökologischer Nachhaltigkeit. In Europa gibt es viele interessante Ziele, von Portugal bis Polen, von den Färöern bis Sizilien. Besonders bei kleineren Gruppen ist es sinnvoll, Destinationen zu wählen, die abseits der typischen Touristenrouten liegen. Auch Deutschland hat in den letzten Jahren durch die Covid-Zeit an Bedeutung gewonnen, mit vielen attraktiven Zielen wie dem Rheingau, der Ostsee oder dem Allgäu, abseits der bekannten Städte wie Hamburg und München.

BlachReport: Incentives sind also nicht nur reine Spaßprogramme. Welche weiteren Aspekte sind heute wichtig?

Christoph Daake: Genau, man könnte von einem regelrechten Imagewandel sprechen. Unsere Incentive-Reisen haben mittlerweile drei zentrale Elemente: Erstens, nachhaltige Aktionen, etwa die Ausstattung



einer Schule mit Malutensilien in Marrakesch oder die Übergabe eines Tauchsichtgerätes in Venedig zur Reinigung der Kanäle im Rahmen eines Ruderkurses mit traditionellen alten Booten. Zweitens, Aktivitäten, von denen die Teilnehmenden persönlich profitieren, wie ein veganer Kochkurs, ein Impulsvortrag zum Thema Motivation durch einen Handballweltmeister oder morgendliches Yoga für Anfänger. Und drittens, Teambuilding-Aktivitäten, die den Zusammenhalt fördern, etwa Rafting oder ein Kochkurs, bei dem unterschiedliche Abteilungen zusammenarbeiten.

BlachReport: Welche pädagogische Wirkung sollten Incentives haben?

Christoph Daake: Incentives tragen nicht nur zur Motivation und zum Teamgeist bei, sondern auch zur Mitarbeiterzufriedenheit und -bindung sowie zur Unternehmensidentifikation. Pädagogische Effekte ergeben sich ganz natürlich, wenn die Teilnehmenden persönliche Lernerfahrungen machen – sei es durch neue Fähigkeiten oder Einblicke, die sie mit nach Hause nehmen.

BlachReport: Wie wichtig ist das Thema Nachhaltigkeit bei Incentives?

Christoph Daake: Nachhaltigkeit spielt eine wichtige Rolle, wobei man ehrlich sagen muss, dass Reisen nie vollkommen ökologisch nachhaltig sein können. Der CO₂-Fußabdruck lässt sich aber reduzieren, zum Beispiel durch die Wahl von Zielen, die mit Bahn oder Bus erreichbar sind, und durch Fahrgemeinschaften. Maßnahmen wie Bäume pflanzen oder CO₂-Ausgleichszahlungen halte ich allerdings oft für Greenwashing. Ein Beispiel aus der Praxis: Bei einer großen Gruppe in Italien haben wir ein rein vegetarisches Buffet angeboten, was zunächst überraschte, aber am Ende großen Anklang fand. Außerdem achten wir wie bei anderen Veranstaltungen auf Müllreduzierung, die Vermeidung von Einweggeschirr sowie auf regionale und saisonale Speisen und Zertifikate beim Einkauf.

BlachReport: Wie lange sollte ein Incentive dauern, um wirklich erfolgreich zu sein?

Christoph Daake: Das hängt von der Art des Incentives ab. Bei Auslandsreisen sollten es mindestens zwei Übernachtungen sein, aber auch mit einer Tagesveranstaltung in Deutschland oder nahe des Unternehmenssitzes lässt sich bereits ein Effekt erzielen.

BlachReport: Nach einer Phase des Rückgangs scheint die Nachfrage nach Incentives wieder zu steigen. Beobachtest Du das auch?

Christoph Daake: In den letzten Jahren war die Nachfrage bei uns recht konstant, mit vielleicht einem leichten Rückgang. Dieses Jahr haben wir wieder einige neue Anfragen erhalten, und ich hoffe, dass sich dieser Trend fortsetzt, gerade durch den Imagewandel der Incentives. Auch der Fachkräftemangel und die Notwendigkeit, Mitarbeiter zu binden, könnten hier eine Rolle spielen.

BlachReport: Was muss ein Incentive haben, um wirklich erfolgreich zu sein?

Christoph Daake: Es geht darum, einzigartige Erlebnisse zu schaffen, die man nicht einfach im Reisebüro buchen kann. Das können sehr besondere Momente sein, wie zum Beispiel das Schwimmen in der Fahrinne eines Eisbrechers, das Scheren von Schafen in Schottland, ein Sportprogramm mit Weltmeistern und Olympiasiegern oder ein exklusives Konzert in einer Dorfkirche durch den ansässigen in Irland. Wenn Teilnehmende ihren Freunden begeistert von diesen Erlebnissen erzählen, dann wissen wir, dass nachhaltige Erinnerungen entstanden sind. Solche emotionalen Erlebnisse schaffen eine positive Bindung zum Arbeitgeber, und das ist letztlich das Ziel eines jeden guten Incentives.

BlachReport: Vielen Dank für die Beantwortung unserer Fragen.



Visual zum Bachelorstudiengang im Bereich Live Entertainment and Event Management (Foto: D.Live)

Neues Bachelorstudium für Live Entertainment und Event Management

D.College startet

Gemeinsam mit der Hochschule Fresenius stellt D.Live mit D.College einen neuen Bachelorstudiengang im Bereich Live Entertainment and Event Management vor. Für den auf die Veranstaltungsbranche zugeschnittenen Studiengang etabliert D.Live die Unit D.College, an der die akademischen Aktivitäten gebündelt und koordiniert werden. Das neue Angebot richtet sich vor allem an Newcomer und etablierte Fachkräfte in der Welt des Live Entertainment mit einem Fokus auf Musik-, Sport- und Venuemanagement. Der berufsbegleitende Studiengang soll erstmals im September 2025 starten.

Bei D.College soll der Fokus auf praxisnahem Lernen und branchenspezifischen Inhalten liegen. Der Studiengang kombiniert ein Online-Lernmodell mit Praxiswochen in Düsseldorf: „Mit dem Bachelor of Live Entertain-

ment und Eventmanagement bieten wir sowohl Berufseinsteigern als auch Berufserfahrenen die Möglichkeit, ihre Karriere im Live Entertainment durch eine erstklassige Ausbildung voranzutreiben. Das D.College setzt dabei ein starkes Zeichen: Gemeinsam machen wir Düsseldorf zum Vorreiter in der Bildung und Professionalisierung der Veranstaltungsbranche“, so Oberbürgermeister Dr. Stephan Keller, der die Schirmherrschaft für das Projekt übernommen hat.

Innerhalb von sieben Semestern sollen Studenten hier die Prozesse des Veranstaltungsmanagements von Grund auf kennenlernen – anhand von aktuellen Branchentrends und realen Herausforderungen, mit praxisnahen Projekten und der Zusammenarbeit mit Experten. „Mit dem neuen Bachelorstudiengang schließen wir eine Lücke, die es so am Markt noch

nicht gibt. Wir launchen damit deutschlandweit den ersten praxisnahen und hochqualitativen Live Entertainment-Studiengang. Mit einem passgenauen Studium für unsere Branche möchten wir dem Nachwuchs im Livebizz den optimalen Weg ebnen, um Studium und Beruf vereinen zu können“, so Michael Brill, CEO von D.Live.

„Der Bachelor of Live Entertainment und Event Management zeichnet sich durch den hohen Anteil an fachspezifischen Modulen aus, die praxisnah von Profis aus dem Live Entertainment vermittelt werden. Das Zeitmodell ist auf die Branche zugeschnitten, indem es einerseits ein Live-Unterrichts-Erlebnis bietet und andererseits die bequeme Teilnahme an virtuellen Vorlesungen ermöglicht“, so Dr. Michael Roslon, Programmverantwortlicher der Hochschule Fresenius.

KOOPERATION ZWISCHEN IST-HOCHSCHULE UND BUNDESVEREINIGUNG VERANSTALTUNGSWIRTSCHAFT

Die IST-Hochschule für Management und die fwd: Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft haben eine strategische Bildungspartnerschaft geschlossen, um Unternehmen der Veranstaltungswirtschaft gezielt bei der Fachkräfteentwicklung zu unterstützen. Neben der praxisnahen Ausbildung profitieren die Mitglieder des fwd: auch vom Wissensaustausch mit der IST-Hochschule und dem Zugang zu einem großen Netzwerk von Experten und Partnerunternehmen.

„Die Partnerschaft mit dem Fachbereich ‚Kommunikation & Wirtschaft‘ der IST-Hochschule eröffnet uns und unseren Mitgliedern neue Wege, Nachwuchskräfte effizient auszubilden und gleichzeitig den Wissensaustausch innerhalb der Branche zu intensivieren. So stärken wir die Veranstaltungswirtschaft langfristig und decken gezielt den Fachkräftebedarf“, erklärt dazu Julia Jost, fwd:-Referentin.

Ein duales Studium kombiniert von Beginn an Theorie und Praxis, was den Studierenden

ermöglicht, das erworbene Wissen direkt im Arbeitsalltag anwenden zu können. Dies verkürzt Einarbeitungszeiten und schafft qualifizierte Fachkräfte, die schnell in den Unternehmensprozess integriert werden. Besonders die dualen Bachelorstudiengänge „Kommunikation & Eventmanagement“, „Kommunikation & Medienmanagement“ sowie „Business Administration“ bieten Inhalte, die auf die Anforderungen der Veranstaltungswirtschaft zugeschnitten sind.



Congress Partners Mainz (Logo: mainzplus Citymarketing GmbH)

Neues MICE-Angebot gestartet

Congress Partners Mainz

mainzplus Citymarketing schließt sich mit ihrem langjährigen Partner wikonec zu den „Congress Partners Mainz“ zusammen. Kongressanbieter und Veranstaltungsplaner sollen hier künftig „Full Service wie aus einer Hand“ erhalten. Ziel ist es, das professionelle Kongress- und Tagungsangebot der Landeshauptstadt Mainz mit Hilfe gebündelter Marketingmaßnahmen, Expertise im Eventmanagement und Netzwerkarbeit zu vermarkten und Kunden einen professionell aufgestellten Partner zur Planung, Organisation und Durchführung von Veranstaltungen zur Seite zu stellen.

Der Unternehmensbereich Mainz Congress der mainzplus Citymarketing GmbH verantwortet das Location Management der Veranstaltungshäuser Rheingoldhalle und Kurfürstliches Schloss sowie Businessevents im KUZ Kulturzentrum Mainz und dem Frankfurter Hof Mainz. Gleichzeitig bietet Mainz Congress eine Vielzahl an Dienstleistungen rund um die Planung und Durchführung von Kongressen,

Tagungen und Messen. Die wikonec GmbH ist eine Agentur für Kongress- und Eventmanagement. Als „Full Service“-Dienstleister begleitet wikonec Kongressanbieter und Eventplaner bei Veranstaltungsprojekten und sorgt für wissenschaftlichen Transfer, Begegnung und Vernetzung.

Aus einer langjährigen Geschäftsbeziehung heraus, richten mainzplus Citymarketing und wikonec die neue Marke „Congress Partners Mainz“ als gemeinsame Werbe- und Vermarktungsplattform ein. Mit dieser neuen Marke soll eine noch bessere Sichtbarkeit und Vermarktung des Standorts Mainz und dessen Tagungs- und Eventportfolio erzielt werden. Gemeinsam soll der Kongress- und Tagungsstandort Mainz gestärkt werden, indem die „Congress Partners Mainz“ den Kongressanbietern und Eventplanern als PCO zur Seite stehen. Die beiden Partner bringen die eigene Expertise sowie die Erfahrungen jahrelanger Tätigkeiten in der Veranstaltungsbranche in die Koopera-

tion mit ein. Gemeinsam soll so in den Standort Mainz – und insbesondere das Themenfeld „Medizin/Pharma/Biotechnologie“ – aber auch darüber hinaus – investiert werden.

Als professioneller Kongressorganisator sollen Kunden von den „Congress Partners Mainz“ individuell und nach ihren Wünschen beraten werden und maßgeschneiderte Veranstaltungen und Lösungen erhalten. Die Partnerschaft konnte bereits ihre ersten Pitches und Ausschreibungen für Kongresse gewinnen. So findet beispielsweise von 2026 bis 2028 die Jahrestagung DGNR (Dt. Gesellschaft für Neuroradiologie e.V.) mit jeweils 700 Teilnehmenden in Mainz und unter der Regie der „Congress Partners Mainz“ statt.

Mit dem neu entwickelten Corporate Design erhalten die „Congress Partners Mainz“ auch ein professionelles Erscheinungsbild. Um die neue Marke aufzubauen, sollen zudem Marketing-Kampagnen umgesetzt und Content produziert werden.

Sport Marke Medien

Neuer Kongress debütiert bei der ISPO Munich

Am 2. und 3. Dezember 2024 wird auf der ISPO Munich erstmals der neue Kongress „Sport Marke Medien“ über die Bühne gehen. Die Veranstaltung zielt darauf ab, für alle Sportarten die aktuellen Herausforderungen zu thematisieren. Dazu wurde im Vorfeld in Think Tanks gearbeitet und die Schwerpunkte Sponsoring und Finanzierung, Veranstaltungsmanagement, Transformation, Medienrechte und Kommunikation sowie die neue Rolle der Athleten herausgearbeitet.

Hans-Willy Brockes, der Veranstalter des Kongresses, beschreibt die Vision hinter Sport Marke Medien klar: „Statt einer Nabelschau mit Verkaufspräsentationen soll Sport Marke Medien die aktuellen Problemstellungen in ihrer Tiefe erfassen. Dazu arbeiten wir intensiv mit den Partnern an der Ausgestaltung des

Programms. Sie bringen nicht nur ihre Expertise, sondern auch ihre Netzwerke mit ein, was für die Teilnehmenden einen enormen Mehrwert schafft.“

Zu den Premium-Partnern zählen unter anderem APA – Brands Events Solutions, ein Experte für Marken- und Eventinszenierung, und die Capable Experience Agency, die Markenerlebnisse für Konsumenten kreiert. Auch der Deutsche Tennis Bund (DTB) ist mit an Bord, genauso wie IST-Hochschule als Karrierepartner, der sich auf die Aus- und Weiterbildungen im Sportbereich spezialisiert hat und mit einem Talent Recruiting vor Ort dabei ist.

Losberger De Boer wird sich ebenfalls vor Ort aktiv einbringen. Zudem erhalten wir Unterstützung von Spontent für die technische Umsetzung der Cast-Sessions. ONE8Y, Market In-

telligence Partner des Kongresses, sowie sportsevision, die Marken und Sportveranstaltungen optimal in Szene setzen, runden die Liste der Premium-Partner ab. Neu hinzugekommen ist The Sports People, eine Beratungsagentur mit Kunden wie dem FC Bayern München und der Deutschen Fußball Liga (DFL), die ihre Expertise in Markenstrategie und Sponsoring in den Kongress einbringt.

In der Sportbranche erfordern Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Inklusion und die wachsende Rolle von Künstlicher Intelligenz neue Ansätze in der Markenkommunikation und Sponsorenaktivierung. Themen, die auf dem Kongress intensiv beleuchtet werden sollen.

Der Kongress richtet sich an Entscheider und Fachleute aus Sport, Wirtschaft und Medien im Sportmanagement.



Julia Kossmann (Fotos: Proske)

New Work

Wenn Remote-Work zum Teil der Firmenkultur wird

JULIA KOSSMANN IST OPERATIONS DIRECTOR BEI DER AGENTUR PROSKE, FEST ANGESTELLT UND DIGITALNOMADIN. SIE HAT SICH GEGEN DEN KLASSISCHEN BÜRO-JOB ENTSCHEIDEN UND ARBEITET DORT, WO ES IHR GEFÄLLT. WARUM SIE DAS MACHT, WIE ES FUNKTIONIERT UND WAS DEN UNTERSCHIED ZWISCHEN PRÄSENZ- UND REMOTE-ARBEITEN AUSMACHT, HAT SIE UNS ERZÄHLT.

BlachReport: Wo erreichen wir Dich gerade beziehungsweise von wo aus arbeitest Du gerade im Moment?

Julia Kossmann: Bali, Indonesien . . .

BlachReport: Wie geht Remote-Zusammenarbeit bei Proske und was sagen die Kollegen dazu?

Julia Kossmann: Da die meisten Kollegen ebenfalls von ‚zu Hause‘ arbeiten, habe ich nicht das Gefühl, dass ich in irgendeiner Form benachteiligt wäre oder wir hier besondere Anpassungen machen müssen. Das war natürlich nicht immer so, aber mittlerweile ist das Remote-Arbeiten bei Proske Alltag und die Firmenkultur hat sich gut auf das neue ‚Normal‘ eingestellt. Das man in einer virtuellen Welt mehr Pro-Aktivität zeigen muss als im Büro, ist dabei klar und wird auch so gelebt. Während man im Büro automatisch mal den Kollegen in der Küche auf einen Kaffee trifft oder beim Nebenansitzen eher mal

Unmut oder Stimmungsdämpfer mitbekommt, muss man in der virtuellen Welt einmal mehr zum Hörer greifen und aktiv in den Austausch gehen. Hierzu nutzen wir verschiedene Tools, um sowohl auf professioneller, als auch persönlicher Ebene gut vernetzt zu bleiben. Auch wenn wir uns nicht oft sehen, funktioniert der Austausch im Team gut und die Kollegen sind alle in engem Austausch.

BlachReport: Ist diese Art von New Work ‚normal‘ bei Proske?

Julia Kossmann: Wie bereits erwähnt, empfinde ich diese Art zu arbeiten bei uns als durchaus ‚normal‘. Auch wenn ich nach wie vor ein Ausreißer bin und vielleicht nicht jeder ganz so weit weg von zu Hause ist, so macht es am Ende des Tages wenig Unterschied, ob der Laptop in Belgien oder Bali steht. Da unsere Projekte und Kunden ebenfalls international auf der Welt verstreut sind, ist das Arbeiten über mehrere Zeitzonen keine Neuheit für uns.

BlachReport: Welche Erfahrung hat Proske mit New Work gemacht?

Julia Kossmann: Wir haben bei Proske ja bereits vor der Pandemie begonnen, remote zu arbeiten. 2018 zum Beispiel habe ich von Costa Rica aus gearbeitet – das war damals natürlich noch nicht ganz so leicht zu verkaufen wie heute. Ich bin aber super froh, dass Proske als Arbeitgeber immer offen gegenüber neuen

Ideen und Wegen ist, und so wie wir uns auch in unserer Branche als Pionier stetig weiterentwickeln, so leben wir es auch intern. Sicherlich gibt es auch Menschen, die den persönlichen Kontakt vor Ort im Büro bevorzugen, und vielleicht im Büro auch bessere Möglichkeiten für sich sehen produktiv zu arbeiten – ich denke hier muss jeder für sich selbst entscheiden, was am besten für einen funktioniert. Ich persönlich bin dann am produktivsten, wenn ich mich von meiner Umgebung inspirieren lassen kann. Ich arbeite besonders gern in extravaganteren Cafés, Beach Clubs oder am Strand mit anderen Remote Workers. Die vielen verschiedenen Eindrücke, die Natur und die beschäftigte Atmosphäre um mich herum motivieren mich. In meinen Pausen trinke ich Kaffee mit Freunden und deren Freunden und wir tauschen uns über unsere komplett unterschiedlichen Branchen aus, lernen viel neues und inspirieren uns gegenseitig. Die Natur um mich rum zu spüren gibt mir positive Stimmung und Durchhaltevermögen und ich fühle mich nicht in einem Job oder einem Büro ‚eingesperrt‘. Wir verbringen zu viel Zeit unseres Tages bei der Arbeit, um diese nicht in einem schönen Umfeld zu absolvieren.

BlachReport: Wie beurteilst Du den Unterschied zwischen Präsenz- und Remote-Arbeiten?

Julia Kossmann: Wenn beide Seiten kompromissbereit sind und das Vertrauen stimmt, kön-



Szenen aus dem Arbeitsleben . . .

nen beide Seiten Vorteile dadurch haben. Wir hatten in der Vergangenheit auch Situationen, in denen es von großem Vorteil war, dass ich ortsunabhängig arbeite. Zum Beispiel hatten wir ein Projekt in Chile, bei dem es mit der Koordination mit lokalen Gewerkschaften nicht einfach war – so konnte ich einige Wochen vor dem Projekt bereits vor Ort sein und mit allen Parteien direkt koordinieren. Zusätzlich hatte ich zu diesem Zeitpunkt auch viele US-Kunden, was die Kommunikation zwischen den Zeitzonen ebenfalls vereinfacht hat. Ich denke, der größte Unterschied in der Arbeitsweise ist, dass man deutlich pro-aktiver sein muss. Man bemerkt Probleme bei Kollegen nicht automatisch, und man muss zum Hörer greifen, wenn man Fragen hat, statt einfach über den Schreibtisch rufen zu können. Auch der persönliche Austausch bleibt eher auf der Strecke, wenn man sich nicht aktiv dafür einsetzt. Wir haben bei uns viele gute Instrumente und Wege gefunden, um sicherzustellen, dass wir trotz der geographischen Distanz gut in Kontakt bleiben – zum Beispiel nutzen wir hierfür verstärkt asymmetrische Kommunikation und regelmäßige, virtuelle Coffee Dates.

BlachReport: Was sind die Vorteile für dich beziehungsweise warum magst Du diese Art zu arbeiten?

Julia Kossmann: Flexibilität ist für mich das Zauberwort. Und damit meine ich nicht nur arbeiten zu können, von wo ich möchte, sondern, dass wir die verschiedensten Arbeitsmodelle in unserer Firma verwirklichen und unterstützen. Wir sind alle sehr unterschiedlich gestrickt. Daher ist es einleuchtend, dass ein Arbeitsmodell, das für alle Menschen gleich passen soll, nicht realistisch ist. So können wir aus unseren Kollegen und uns selbst das Beste herausholen; egal, ob jemand Frühaufsteher

ist, Langschläfer, oder vielleicht gerne mittags ins Gym geht, und ebenso egal, ob der eine lieber vom Büro und der nächste eben vom Strand aus arbeitet. Ich denke, der Idealfall ist doch, dass wir jedem Mitarbeiter ein Umfeld schaffen können, in dem er oder sie persönlich am produktivsten und effizientesten sein kann.

BlachReport: Funktioniert das überall auf der Welt und wie bist Du technisch darauf vorbereitet?

Julia Kossmann: Tatsächlich ist es ironischerweise so, dass die Internetverbindung außerhalb von Deutschland meistens besser ist als innerhalb Deutschlands. Viele Länder sind hier deutlich besser aufgestellt, Glasfaser-Leitungen sind an vielen Orten verfügbar, und das mobile Netz ist ebenfalls stabiler mit weniger Funklöchern. Ich selbst bin sehr genügsam, ich habe viele Freunde, die mehr ‚Set-up‘ haben und mit zusätzlichen Bildschirmen, externen Keyboards und mehr reisen. Da der Großteil meiner Arbeit Meetings und Emails beinhaltet, komme ich mit meinem Laptop-Bildschirm super klar. Wichtig sind natürlich eine internationale SIM-Karte und ein lokales Back-up, sollte das WLAN doch mal Probleme bereiten, und ein internationaler Adapter. Ansonsten gab es tatsächlich bisher noch keinen Ort, von dem ich nicht arbeiten konnte, solange es Internet gibt und es einigermaßen ruhig ist, um sich konzentrieren zu können.

BlachReport: Wo hast Du bisher überall gearbeitet? Was war Dein liebster Ort, von dem Du gearbeitet hast?

Julia Kossmann: Puh, das ist tatsächlich eine lange Liste. Mittlerweile bereist habe ich 91 Länder, und gearbeitet habe ich von sicher der Hälfte in den unterschiedlichsten Lebenslagen: auf einem Hausboot im Amazonas, vom Vul-

kan in Guatemala oder unbewohnten Inseln in der Südsee und zwischen Zebras in Kenia. All‘ diese Eindrücke wären mir nicht möglich gewesen, wenn ich nicht remote arbeiten könnte, und für diese Chance werde ich für immer dankbar sein – besonders in einer Zeit, in der das ‚Home-Office‘ noch nicht so selbstverständlich war. Wo es mir am besten gefallen hat, kann ich gar nicht so genau sagen, das wäre wie Äpfel mit Birnen vergleichen. Ich liebe es, verschiedene Kulturen kennenzulernen – nicht als Besucher mit oberflächlichen Eindrücken, sondern für eine Weile Teil eines Landes sein zu dürfen, dort zu leben wie die Locals und wirklich einzutauchen, was es bedeutet, in diesem Land zu leben, und das mit allen Vor- und Nachteilen, die man sich vielleicht so vorstellt. Ich denke, wir sind in Deutschland sehr privilegiert und sind mit sehr viel Sicherheit und hohen Ansprüchen aufgewachsen. Da wo ich wohne, ist es nicht immer selbstverständlich, Elektrizität oder fließendes Wasser zu haben. Die Straßen werden manchmal vom Militär patrouilliert, und als Frau ist es auch nicht immer einfach. Diese Eindrücke und Erfahrungen wertschätze ich wirklich sehr, und ich glaube, dass sie mir viel beigebracht haben.

BlachReport: Was ist Dein nächstes Ziel?

Julia Kossmann: Als nächstes geht es nach Alor, allerdings diesmal ohne Laptop – in den Urlaub. Entgegen vielen Meinungen bedeutet das Arbeiten unter Palmen nicht, dass man nicht arbeitet, und Urlaub und Entspannung sind mindestens genauso wichtig wie beim Arbeiten im Büro. Alor ist eine kleine Inselgruppe im Südosten Indonesiens, kurz vor der Grenze zu Timor-Leste. Dort werden wir ein paar Tage die Gegend erkunden und Freitauchen gehen.

BlachReport: Viel Spaß dabei.



Fanwalk bei der Euro 2024

(Foto: Landeshauptstadt Düsseldorf/David Young)

Crowd Management-Projekt forscht bei der Euro 2024

CroMa-PRO

CroMa-PRO ist der Name eines gemeinschaftlichen Pilot-Forschungsprojekts zum effektiven Crowd Management bei Großveranstaltungen, das von dem Forschungszentrum Jülich, dem DLR, der Eventbande GmbH und D.Live initiiert wurde. CroMa-PRO setzt den Fokus auf die Simulation von Personenströmen an großflächigen Veranstaltungsorten und wurde im Sommer erstmals zur Optimierung der An- und Abreiseprozesse für die fünf Spiele der UEFA Euro 2024 in Düsseldorf eingesetzt. Ziel des interdisziplinären Forschungsprojekts ist es, die Lenkung von Verkehrs- und Personenströmen nachhaltig zu verbessern.

Eine (Simulations-) Software simuliert die Bewegungsmuster von Fußgängern sowie die Verkehrsführung auf dem sogenannten „Last Kilometer“ – dem letzten Kilometer von den Transportmöglichkeiten bis zum Veranstaltungsort, der Merkur Spiel-Arena. Durch diese detaillierten Simulationen habe man während der Spiele der UEFA Euro 2024 Engpässe frühzeitig erkannt und geeignete Maßnahmen zur Verbesserung der Sicherheit und des Komforts der Besucherinnen und Besucher ergriffen: „Die Optimierung des Crowd Managements war vor allem aufgrund der engen Zusammenarbeit mit den sicherheitsrelevanten Akteuren des Düsseldorfer Host City Projekts möglich“, sagt Jette Schumann vom Forschungszentrum Jülich.

„Der besondere Wert der Simulationen bestand darin, mögliche Problemstellen unter bestimmten Rahmenbedingungen anzuzeigen. Auch wenn nicht immer alle Annahmen an den Veranstaltungstagen tatsächlich so zu beobachten waren, lassen sich mit Hilfe der Erfahrungswerte Simulationsszenarien für zukünftige Events noch realistischer modellieren

und die Aussagekraft der Simulationen weiter verbessern“, setzt die Forscherin fort.

„Die Zusammenarbeit zwischen den lokalen Behörden, D.Live und den Forschungseinrichtungen hat es uns ermöglicht, die bestmögliche Planung für die An- und Abreise der Fans zu realisieren. Durch die Simulationen konnten wir uns frühzeitig auf mögliche Herausforderungen einstellen und Maßnahmen entwickeln, um den reibungslosen Ablauf der Veranstaltung sicherzustellen“, so Thomas Hußmann vom Projektbüro der Host City Düsseldorf.

Als Betreiber der Arena und als Fachplaner für das städtische Projektbüro der Host City Düsseldorf stand D.Live vor einer Reihe Herausforderungen bezüglich der Planung und Durchführung der Spieltage in Düsseldorf. Das übliche Setting für An- und Abreise zur Arena musste aufgrund eines erweiterten Sicherheitsrings um die Arena verändert werden. So stand der Arenabahn als Hauptanbindung für den ÖPNV in der Anreise nicht zur Verfügung. In der Abreise mussten die Besucher dann wieder zu genau diesem Bahnhof geleitet werden. Zugleich wurde seitens des Veranstalters UEFA Euro GmbH auf einen sehr hohen ÖPNV-Anteil in der An- und Abreise gesetzt und hingewirkt. Die tatsächliche Verteilung auf die Verkehrsmittel war an den Spieltagen sowohl von den Spielpaarungen als auch von den jeweiligen Wetterbedingungen am Spieltag abhängig, was eine Planung im Voraus deutlich erschwerte. Darüber hinaus galt es für das Planungsteam, sich auf Fan Walks in unterschiedlichen Größenordnungen und Konstellationen einzustellen. Aufgrund der Dynamik eines solchen Turniers, auch in Hinblick auf das Fanverhalten, waren auch die Prognosen der teilnehmenden Verbände im Vorfeld eher vage.

„Die UEFA Euro 2024 war eine große Herausforderung für uns. Dank der Simulationssoftware konnten wir bereits im Vorfeld potenzielle Engstellen identifizieren und die entsprechenden Planungsgrundlagen schaffen. Zum Beispiel konnten Timings, wie die Startzeitpunkte der Fan Walks, das Management neuralgischer Punkte, wie einer Querung einer U-Bahn-Trasse und einer Parkplatzzufahrt durch eine Fan Walk Route sowie Maßnahmen des Crowd Managements, wie die Besucherführung zum Abreisebahnhof nach Spielende, deutlich optimiert werden“, erklärt Hauke Schmidt, Executive Director Safety Management D.Live.

Im Hinblick auf die Spiele der Euro hat die Forschungsgruppe in enger Zusammenarbeit mit dem Projektbüro der Host City Düsseldorf denkbare Szenarien für die einzelnen Spieltage definiert. Dabei wurde eine Vielzahl von möglichen Einflussfaktoren berücksichtigt, wie beispielsweise räumliche Rahmenbedingungen, mögliche Wetterbedingungen, die allgemeine Verkehrslage zu bestimmten Anstoßzeiten sowie Annahmen über Gehgeschwindigkeiten und Bewegungsverhalten von Fan Walks. Auch die Informationen der teilnehmenden Nationalverbände bezüglich erwartetem Fanverhalten und Aufkommen sind in die Definition der Simulationsszenarien eingeflossen. Auf dieser Basis wurden die Besucherinnen- und Besucherströme sowie Verkehrsbewegungen der einzelnen Spieltage simuliert.

Das CroMa-PRO-Projekt baut auf einer langen Historie von Forschungsaktivitäten in den Bereichen Veranstaltungssicherheit und Verkehrsführung auf und stellt eine Unterstützung für zukünftige Großveranstaltungen dar. Die Ergebnisse des Projekts sollen vor allem als Grundlage für zukünftige Veranstaltungen dienen.

Edwin Petersen

Oceandiva Nova
(Fotos: Oceandiva)

Oceandiva Nova wurde für den Deutschen Nachhaltigkeitspreis nominiert

Platinum Label Green Award und 100% elektrisch angetrieben

OCEANDIVA HAT BEKANNTGEGEBEN, DASS IHR NEUESTES, VOLLSTÄNDIG ELEKTRISCH ANGETRIEBENES SCHIFF, DIE OCEANDIVA NOVA, FÜR DEN DEUTSCHEN NACHHALTIGKEITSPREIS (DNP) NOMINIERT WURDE.

Dieser Preis gilt als bedeutendste Auszeichnung für Nachhaltigkeit in Deutschland. Die Nominierung folgt auf die Verleihung des Platinum-Labels des Green Awards – der höchsten Zertifizierung für Reedereien, die sich für Umweltschutz, Sicherheit und Qualität engagieren. Damit festigt Oceandiva ihre führende Rolle in den Bereichen Innovation und Nachhaltigkeit.

Edwin Petersen, CEO, und Mandy Berding, Managing Director von Oceandiva, betonen die Bedeutung dieser Anerkennung: „Der Deutsche Nachhaltigkeitspreis gehört zu den angesehensten Nachhaltigkeitspreisen in Europa. Unsere Oceandiva Nova setzt einen neuen Standard für nachhaltige, schwimmende Eventlocations. Der Name ‚Nova‘ steht für Innovation und Umweltbewusstsein und unterstreicht unser Engagement, die Zukunft von Veranstaltungen auf verantwortungsvolle Weise neu zu definieren.“

Der 17. Deutsche Nachhaltigkeitspreis und der Deutsche Nachhaltigkeitstag 2024 finden am 28. und 29. November 2024 im Maritim Hotel Düsseldorf statt.

Der BlachReport hat nachgefragt und konnte mit Edwin Petersen über die Hintergründe der Nominierung sprechen.

BlachReport: Warum wurde die Oceandiva Nova für den Deutschen Nachhaltigkeitspreis nominiert?

Edwin Petersen: Die Oceandiva Nova ist ein 100-prozentig elektrisch angetriebenes Eventschiff, das dafür mit einem 2,2-Megawatt-Batteriesystem und einem fortschrittlichen Power Management System ausgestattet ist. Für zusätzliche Sicherheit sorgt ein Notstromgenerator, der mit dem Biokraftstoff HVO100 betrieben wird. Besonders stolz sind wir auf das PureBlue Innopack++ Wasseraufbereitungssystem, das Abwasser so behandelt, dass es wieder in die Natur zurückgeführt werden kann. Diese Innovationen sind wegweisend für eine nachhaltige Zukunft und waren sicher ausschlaggebend für unsere Nominierung.

BlachReport: Was macht die Oceandiva Nova besonders?

Edwin Petersen: Sie vereint ein einzigartiges Eventerlebnis mit minimaler Umweltbelastung. Als vollständig elektrisch betriebenes Schiff bietet sie eine exklusive und zugleich umweltfreundliche Plattform für Veranstaltungen.

BlachReport: Für welche Veranstaltungsformate eignet sich die Oceandiva Nova?

Edwin Petersen: Mit 2.625 Quadratmetern Fläche auf drei Decks bietet sie Platz ab 100 bis zu maximal 1.500 Gäste. Besonders geeignet ist sie für Events wie Produktlaunches, Konferenzen, Gala-Dinners, Corporate Events und andere Veranstaltungen im Bereich der Livekommunikation.

BlachReport: Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit für Oceandiva?

Edwin Petersen: Die Nominierung unterstreicht unsere Vorreiterrolle in der Branche. Wir setzen neue Maßstäbe und hoffen, dass andere unserer Innovation folgen, um die River Cruise Branche insgesamt grüner zu gestalten. Allerdings erfordert dies auch erhebliche strategische Investitionen.

BlachReport: Welche weiteren Schiffe bietet Oceandiva an?

Edwin Petersen: Neben der Oceandiva Nova betreiben wir die Oceandiva Original und die Oceandiva Futura. Beide Schiffe haben wir gerade technisch aufgerüstet und fahren mit HVO100, einem fortschrittlichen Biokraftstoff, der aus zertifizierten Abfall- und Reststoffströmen gewonnen wird und die CO₂-Emissionen um bis zu 90 Prozent reduziert.

BlachReport: Vielen Dank für die Beantwortung unserer Fragen.



Gartensaal
(Foto: Der Gartensaal)

Eventlocations in Hannover

Norddeutsche Destination für umweltbewusste Veranstaltungen

MIT VIELFÄLTIGEN INITIATIVEN WILL DIE REGION HANNOVER DERZEIT IHRE POSITION ALS VORREITERIN TRANSFORMATIVER ENTWICKLUNGEN STÄRKEN. ALS TRADITIONELL GROSSER NAME IN DER MESSEWELT WILL MAN DABEI AUCH SEINEN RUF ALS EINE DER FÜHRENDEN DESTINATIONEN FÜR UMWELTBEWUSSTE EVENTS ETABLIEREN.

Die nachhaltigen Veranstaltungsorte und Hotels der niedersächsischen Landeshauptstadt setzen auf Energieeffizienz und den Einsatz Erneuerbarer Energien. Besucher haben die Möglichkeit, auf der Website visit-hannover.com, mit einem CO2-Rechner ihren ökologischen Fußabdruck zu berechnen. Das Spektrum an Veranstaltungsorten ist dabei breit. Was es neben Schloss Herrenhausen und dem Erlebnis-Zoo noch so gibt, stellen wir nachfolgend in einer kleinen Auswahl vor.

EXPO CORNER

Die Location Expo Corner befindet sich in direkter Nähe zum Messegelände und bietet gleich mehrere Eventflächen, die sowohl alleine als auch miteinander vereint eine viel-



Expo Corner Club
(Foto: Peppermint Event)

seitige Palette an Möglichkeiten für Veranstaltungen bieten. Die Welcome Area empfängt die Gäste mit ihren breiten Treppenaufgängen und einer großzügigen Fläche und kann für Begrüßungen oder ein Get-Together verwendet werden. Mit einer geräumigen Garderobe ausgestattet bietet sie Kapazitäten für bis zu 2.000 Personen.

Die Main Area im Expo Corner ist ideal für Veranstaltungen mit einer großen Gästezahl. Dank der unterschiedlichen Ebenen eignet sie sich besonders gut für Großveranstaltungen wie Corporate Events oder Kongresse. Die vielseitig nutzbare Veranstaltungsfläche kann dabei durch innovative Technikkonzepte in Szene

gesetzt werden. Etwas exklusiver kommt der Expo Corner Club daher, mit stilvollem Ambiente und moderner Technik. Ein Highlight des Clubs ist die direkte Verbindung zur Main Area, sodass Gäste beide Bereiche nahtlos erleben können. Der Club kann auch unabhängig von der Main Area genutzt werden und verfügt über eine großzügige Tanzfläche. Die sechs fest installierten Lounge-Bereiche bieten zudem eine gemütliche Chill-Area.

Die kleinere Expo Corner Lounge eignet sich für ruhige Networking-Situationen. Sie kann eigenständig genutzt werden oder auch in Kombination mit der Main Area, da beide Bereiche direkt miteinander verbunden sind.

GARTENSAAL

In der historischen Kulisse am Südeingang des neuen Hannoverschen Rathauses bietet sich im Restaurant „Der Gartensaal“ der richtige Rahmen für Veranstaltungen jeglicher Art. Die Event-Location ermöglicht von ihrer Sonnenterrasse den Blick auf den Maschteich und punktet mit südländisch anmutendem Ambiente und hohen, hellen Räumlichkeiten im Inneren.

Das Restaurant eignet sich für Events mit bis zu 350 Personen. Zwei Nebenräume mit 50 und 110 qm empfehlen sich für Tagungen oder Konferenzen. Außerdem ermöglicht die Location eine entspannte Pausengestaltung, wie etwa Rathausführungen, Turmfahrten per Bogenaufzug auf die Rathauskuppel oder Spaziergänge im Maschpark.

TECHNOLOGY ACADEMY

Die Deutsche Messe betreibt auf ihrem Gelände ihre Unit Technology Academy und verfügt dort über Raumkapazitäten von vier bis zu 200 Personen. Die Räumlichkeiten der Academy befinden sich im Pavillon 36 und sind auch für externe Veranstalter als Lernfabrik, Tagungszentrum und Veranstaltungslocation buchbar. Die gute Infrastruktur bietet Parkplätze vor der Tür, eine gute Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln und zahlreiche Hotels in der Nähe.



Technology Academy
(Foto: Deutsche Messe AG)

Das Gebäude bietet neben der Atmosphäre einer HighTech-Fabrik alles was für einen gelungenen Event benötigt wird: Die Gäste werden im großzügigen Rezeptionsbereich mit Countern, Welcome Screen und Garderobe empfangen und eingeladen, die offene, gläserne Architektur des Gebäudes zu entdecken. Die tageslichtdurchfluteten Konferenzräume bieten Ausblick auf das Messegelände. Die moderne Veranstaltungstechnik erlaubt es, Events medial zu gestalten.

Zur weiteren Verfügung stehen Besprechungsräume für kleinere Events, die Technikhalle und die Konferenzsäle mit für bis zu 50 Personen. Kombiniert bieten die zehn flexiblen Räume die Möglichkeit, Konferenzen mit Workshops oder Break-Outs durchzuführen.

NATE

Firmenfeiern, Kunden- oder Presseevents, private Anlässe, Fotoshootings und vieles mehr können im Nate stattfinden, das im Herzen der Stadt im Tiedthof, direkt gegenüber des



Nate
(Fotos: Nate)



historischen Anzeigerhochhaus gelegen ist. Die Location setzt auf eine Mischung aus urbanem Chic und zeitloser Eleganz und verfügt über vier vollausgestattete Bars und über einen geschützten Außenbereich mit Wärmelampen. Die zentrale Lage ermöglicht einen bequemen Zugang.

Veranstaltungen mit bis zu 300 Personen lassen sich im Nate realisieren – seien es Dinners, Corporate Events oder kulturelle Anlässe. Die Club-typische Ausstattung bieten eine schicke Atmosphäre sowie audio-visuelle Technik auf professionellem Niveau. Das Nate-Team begleitet Veranstalter und Kunden bei ihren Events.

H'UP

Mit dem H'Up steht auf dem Messegelände in Hannover eine vielseitige Eventlocation mit viel Potential für innovative Eventkonzepte zur Verfügung. Auf 3.250 qm Gesamtfläche bieten verschiedene Bühnenkulissen das Setting für zahlreiche Veranstaltungsformate. Die unterschiedlichen Einzel-Bühnen können jedes Vorhaben, vom Einzelinterview über eine Podiums-



Event im H'Up
(Foto: H'Up)

diskussion bis hin zum Setting für AR/VR-Mixed Reality oder Holografie-Technik darstellen. Sogar größere Produkte wie LKWs und Produktionsanlagen lassen sich hier präsentieren.

Dank der guten Infrastruktur sowie Unterstützung durch das Team vor Ort und state-of-the-art Veranstaltungs- und Streamingtechnik bieten sich viele Möglichkeiten in der variablen Eventlocation, die auch Streaming-Studio ist.

Professionelle Begleitung von Live-, Hybrid- oder Streaming-Events sowie optional buchbare Inhouse Services – vom Catering über Personal bis hin zum Projektmanagement – runden das Angebot ab.

WILHELM BUSCH MUSEUM

Feiern oder Tagen im klassizistischen Georgenpalais mitten im Grünen: das Gebäude des Museum Wilhelm Busch – Deutsches Museum für Karikatur und Zeichenkunst bietet eine besondere Kulisse für Veranstaltungen. Das Palais ist in den 1780er Jahren erbaut worden und diente zwischenzeitlich als Sommerresidenz von König Ernst August von Hannover. Es wird über eine Freitreppe mit Kandelabern betreten.

Mehrere Räumlichkeiten, auch miteinander kombinierbar, werden hier den verschiedensten Veranstaltungsformaten und Anforderungen gerecht. Im Winter erleben die Gäs-



Wilhelm Busch Museum
(Foto: Nik Barlo Jr.)

te den Ausblick auf die Park- und Gartenanlagen rund um das Palais. Im Sommer kann der blühende und immer aufwändig bepflanzte Palaisgarten exklusiv mit in Events einbezogen werden.

Größere Veranstaltungen finden in den beiden Ausstellungsräumen statt. Die Gäste sitzen und bewegen sich inmitten der Kunstwerke. Platz ist für große und kleine Gruppen von 20 bis 200 Personen, an Stehtischen oder an festlich gedeckter Tafel. Alle Räumlichkeiten sind rollstuhlgerecht erschlossen. Trotz der Lage inmitten des Georgengartens stehen sowohl Parkmöglichkeiten als auch eine gute Anbindung an die Stadtbahn zur Verfügung.

jobs + karriere

_ **Anne-Laure Nicod** wurde zum Global PR & Communications Director von *Salomon* ernannt. In ihrer neuen Funktion wird sie vom Hauptsitz in Anney in den französischen Alpen die globale Kommunikation des Unternehmens leiten. Vorher war sie fast vier Jahre lang bei *Chanel Fragrance & Beauty* als Global Content & SocialMedia Director tätig.

_ **Holger Jackisch** wurde neuer Executive Chef im *Steigenberger Icon Frankfurter Hof*. Jackisch hat eine beeindruckende Karriere vorzuweisen, die ihn in einige der prestigereichsten Hotels und Resorts der Welt geführt hat, darunter *The Savoy Hotel* in London, das *Ritz-Carlton* in Bahrain, das *Madinat Jumeirah* in Dubai oder auch das *Kempinski Nile Hotel* in Kairo.

_ Die *Ruess Group* verpflichtete **Angela Kunwald** als neue Geschäftsführerin für den Standort Stuttgart. Sie führt die Agentur gemeinsam mit dem Gründer und Inhaber der Agenturgruppe, **Steffen Rueß**. Angela Kunwald bringt 30 Jahre Erfahrung als Kommunikationsprofi in B2B und B2C mit – in verschiedenen Führungspositionen in nationalen und internationalen Agenturen ebenso wie als Head of Communications im Bildungssektor und in der Industrie. Vor ihrem Wechsel zur Ruess Group war sie Mitglied der Geschäftsleitung der *Fink & Fuchs AG*.



Andreas Raab, Katja Tschirschky und Sven Gebhardt (v.l., Foto: MVGM)



Tanja Stopper (Foto: Messe Karlsruhe/Jannick Hammes)



Lena Ladner (Foto: Chaka2)



Michael Tischer und Anna Griep mit Vorstandsvorsitzendem Jörn Raith (v.l., Foto: degefest)

MANAGEMENT FÜR HYPARSCHALE MAGDEBURG

Die *Messe- und Veranstaltungsgesellschaft Magdeburg (MVGM)* hat die Leitung des Veranstaltungsmanagements der Hyparschale Magdeburg an **Katja Tschirschky** übertragen. Ab dem 1. Dezember 2024 wird sie das Management der Location übernehmen, das nach umfassender Kernsanierung im Juni 2024 wiedereröffnet wurde.

Katja Tschirschky bringt fundierte Erfahrungen für das Amt mit sich. Nach einer Karriere als Direktorin in einem bundesweiten Dienstleistungsunternehmen im Friseur-Handwerk wechselte sie im April 2019 zur MVGM. Dort übernahm sie zunächst das Veranstaltungsmanagement für das AMO Kulturhaus als Elternzeitvertretung und war als Veranstaltungsleiterin auch in der Johanniskirche tätig.

Das Team der Hyparschale wird durch **Andreas Raab**, den technischen Koordinator, und **Sven Gebhardt**, der für die Haustechnik zuständig ist, ergänzt.

MESSE KARLSRUHE UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

Bei der *Messe Karlsruhe* ist **Tanja Stopper** seit dem 1. September 2024 die neue Unternehmenssprecherin. **Maren Mehliis**, die zuvor Bereichsleiterin Kommunikation bei der Messe Karlsruhe war, hatte das Unternehmen im Frühjahr verlassen. Daraufhin wurde die Unternehmenskommunikation am Messeplatz neu aufgestellt und die Rolle der Unternehmenssprecherin an Tanja Stopper [30] übergeben. Sie soll dort künftig gemeinsam mit der Geschäftsführung und allen Fachbereichen die Unternehmenskommunikation weiterentwickeln.

Tanja Stopper ist seit 2019 bei der Messe Karlsruhe tätig, zunächst als PR-Managerin für die Fachmesse Learntec. 2022 übernahm sie die Teamleitung der PR-Abteilung und betreute so die Eigenveranstaltungen der Messe Karlsruhe. Die gebürtige Tübingerin hat an der *DHBW Ravensburg* studiert und hält einen Bachelor of Arts in Medien- und Kommunikationswirtschaft/Unternehmenskommunikation und Journalismus.

NEUER COO STARTET BEI DER EVENTAGENTUR CHAKA2

Chaka2, international tätige Livemarketing-Agentur mit Hauptsitz in Salzburg, hat sich kürzlich Verstärkung für ihr C-Level geholt. Als neuer COO ist **Lena Ladner** mit an Bord gekommen.

„Wir freuen uns Lena Ladner als neue COO bei Chaka2 willkommen zu heißen! Mit ihrer Erfahrung und ihrem Weitblick sind wir uns sicher, dass Lena unser Team auf das nächste Level bringen wird. Sie wird ab sofort die operativen Abläufe leiten und dafür sorgen, dass wir weiterhin kreative Events auf höchstem Niveau liefern“, heißt es dazu in einem Statement der Agentur.

2024 war für Chaka2 bisher ein Jahr der Expansion: Im Juli 2024 wurde die Eröffnung ihres ersten deutschen Büros in Hamburg bekanntgegeben. Zusätzlich zu ihren Standorten in Österreich und den USA ist Chaka2 seitdem auch mit einer Niederlassung in Deutschland vertreten. Weiterhin kann die Agentur auch für das Team neue Mitglieder vermelden: Neu dabei sind **Fabian Malner** und **Anna Lena Salzlechner**.

ZWEI NEUE MITGLIEDER IM DEGEFEST-VORSTAND

Im Rahmen der dritten Vorstandssitzung 2024 des *degefest Verband der Kongress- und Seminarwirtschaft* im „bertha's place“ in Leinfelden-Echterdingen, wurden auch zwei neue Mitglieder in den *degefest*-Vorstand aufgenommen.

Anna Griep, seit 2019 Leiterin des *Philharmonie Essen Conference Centers*, soll den Vorstand künftig mit ihrer Expertise und ihren umfassenden Branchenkenntnissen unterstützen. Mit rund 150 Veranstaltungen pro Jahr und 25.000 Besuchern aus dem In- und Ausland werden im *Philharmonie Essen Conference Center*, kurz PECC, seit über 20 Jahren Kongresse, Tagungen, Hauptversammlungen, Messen und Ausstellungen in den Räumlichkeiten der *Philharmonie* durchgeführt.

Ebenfalls in den Vorstand kooptiert worden ist **Michael Tischer**, CEO der *Beyond.Host GmbH*. Mit über 20 Jahren Erfahrung in internationalen Hotelketten und privaten Hotels verfügt er über Erfahrung in allen operativen Abteilungen eines Hotels.

MARKETING SERVICES

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

AUTOMOTIVE EVENT SERVICE / PREMIUM EVENT REINIGUNG



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

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

EVENT-AGENTUREN

fischerAppelt, live marketing

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

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

MEDIA BOARD

Digitale Ausgaben unter:
www.blachreport.de

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

EVENT-AGENTUREN



HAGEN INVENT
 an mci group company

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

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



JOKE Event AG
 Creating Memories

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

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

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



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

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



marbet

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

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

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.AUTOMOBIL-EVENTS.DE

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

EVENT-AGENTUREN



Connecting people, brands and markets.

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

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



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

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

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



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

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



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

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

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.BLACHREPORT.DE

anbieter
_ansprechpartner anschrift telefon . fax . email . internet anbot

EVENT-AGENTUREN



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

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

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



Uniplan Köln	Schanzenstraße 39 a/b 51063 Köln	T +49 221 845 69 0 hello@uniplan.com uniplan.com
Uniplan Frankfurt/Main	Speicherstraße 59 60327 Frankfurt/Main	T +49 69 478 625 59 600 frankfurt@uniplan.com
Uniplan Kerpen	Zeißstraße 12-14 50171 Kerpen	T +49 22 37 50 90 hello@uniplan.com
Uniplan Basel	Signalstraße 37 4058 Basel - Schweiz	T +41 61 7269 555 basel@uniplan.com
Uniplan Dubai	Dubai Hills Estate Dubai - Vereinigte Arabische Emirate	T +971 503 439 326 hello@uniplan.com
Uniplan Beijing	F15, Building B Guanghua Lu SOHO2 No. 9 Guanghua Road, Chaoyang District Beijing 100020 - China	T +86 10 5969 2188 hello@uniplan.com
Uniplan Shanghai	2203 K Wah Centre No. 1010, Huaihaizhong Road Shanghai 200031 - China	T +86 21 6330 2226 hello@uniplan.com
Uniplan Hong Kong	1st Floor, Beverly House No. 93-107 Lockhart Road Wanchai Hong Kong - China	T +852 2757 9628 hello@uniplan.com

Uniplan. Eine Agentur für Markenerlebnisse.

Uniplan wurde 1960 von Hans Brühe, Vater des heutigen CEO und Inhabers Christian Zimmermann, in Köln gegründet. Seither hat Uniplan sich immer wieder neu erfunden und mit einem Gespür für zukünftige Entwicklungen den handwerklichen Ursprung mit kreativer Vorstellungskraft verbunden. Die Agentur begleitet ihre Kunden von der ersten Idee bis zum letzten Handgriff: 400 Uniplaner an acht Standorten in Europa und Asien erwecken visionäre Ideen mit hohem Anspruch an die Machbarkeit zum Leben – alles für den einen Moment, der das Markenerlebnis einzigartig macht.

Uniplan GmbH & Co. KG

anbieter
_ansprechpartner anschrift telefon . fax . email . internet anbot

EVENT-AGENTUREN



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

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

EVENT-FACHMESSEN



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

Messe Westfalenhallen
Dortmund GmbH
Strobelallee 45
44139 Dortmund

T +49 (0)231 1204-521
F +49 (0)231 1204-678
info@boe-messe.de
www.boe-messe.de

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

EVENT-LOCATIONS



Schokoladenfabrik
Event und Meeting Venue
owned by format:c live
communication GmbH

Stollwerckstraße 27-31
51149 Köln
Ihre Ansprechpartner:
_ Natalie Driesnack
_ Tobias Weber

T 0162-4596001
T 0176-23177122
hello@schokoladen-fabrik.com
www.schokoladen-fabrik.com

Kölns neueste Location bietet 900 m² in Design-Räumen, zwei Außenbereiche mit 1000 m², ein weißes Hohlkehlen-Studio. Top Veranstaltungstechnik, hochwertiges Catering und perfekte Begleitung garantieren reibungslose Events. Kostenfreie Parkplätze. ÖPNV-, Autobahn-, Flughafennähe.

Digitale Ausgaben unter:
www.blachreport.de

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

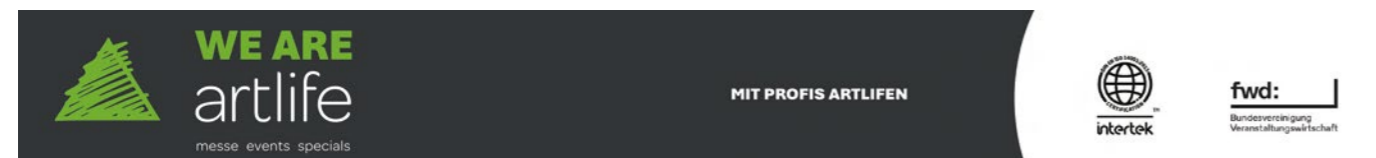
THE INSPIRING PEOPLE

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.

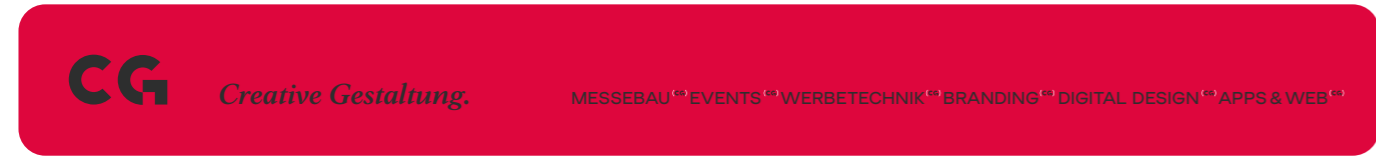


Artlife GmbH
 _ Stephan Haida
 _ Manfred Pütz

Hessenstraße 6
 65719 Hofheim

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

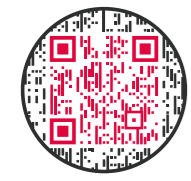
Konzeption und Konstruktion, Planung und Produktion individueller Ausstattungen und Spezialbauten für alle Arten räumlicher Markenarchitektur wie Messen, Events, Roadshows, Bühnen- und Themensets. Artlife ist nach DIN ISO 14001 Umweltmanagement zertifiziert.



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.



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
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

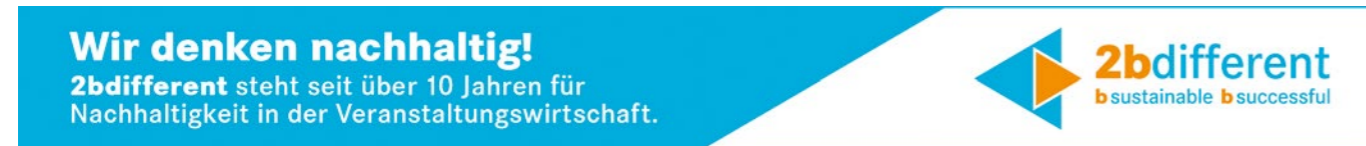
T 0174 7959893
 info@louisaschlang.de

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
 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



btl x
 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

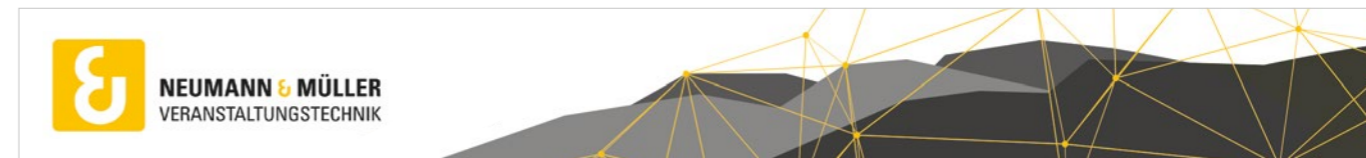
Seit über 35 Jahren realisieren wir professionelle Events und stat- ten Messen, Konferenzen, Corporate-Events oder Kultur-Veran- staltungen mit der passenden Technik aus – von hochwertiger LED-Technik bis hin zu beeindruckenden Lichtshows bieten wir ein umfassendes Spektrum an Eventtechnik. Unser erfahrenes Team aus Expert:innen begleitet dich start-to-end und steht dir mit Expertise zur Seite.



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 durchgän- gige Lösung, die bereits bei der Idee alle Facetten von Konzeption über Planung bis zur Realisierung umfasst. Um das zu gewährleis- ten, folgt die Technik der stimmigen Konzeption und der dahinter- stehenden 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 begeis- ternde, 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

INSIDE

Sören Borgeest

SÖREN BORGEEST IST GRÜNDER UND INHABER VON MAMAHUHU IN KÖLN – EIN GLOBALES NETZWERK, DAS SICH AUF KULTURELLE KOMPETENZ IM LIVEMARKETING SPEZIALISIERT HAT.



Sören Borgeest (Foto: mamahuhu)

Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?

Ich liebe Schnelligkeit und Veränderung sowie den Austausch auf internationaler und transkultureller Ebene. An der Livemarketing-Branche schätze ich die Verbindung aus Kommunikation, Architektur und Kultur, stets gepaart mit dem Überraschungsmoment und der Neugier auf Neues.

Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?

Ich habe vor wenigen Monaten mamahuhu gegründet, dem gilt meine volle Aufmerksamkeit. Hier kann ich meine Werte leben, das erfüllt mich sehr.

Welchen Traum wollen Sie sich noch erfüllen?

Tacos in Mexiko essen.

Was macht Sie glücklich?

Reisen und wenn meine Umgebung aus FreundInnen, KollegInnen und AuftraggeberInnen glücklich ist.

Was war bisher Ihre größte Herausforderung?

Mit drei Wochen Vorlaufzeit nach China zu ziehen und dort ein neues Leben aufzubauen, ohne vorherige Landes-, Kultur- oder Sprachkenntnisse.

Welche Entscheidungen haben Sie bereut?

Dass ich viele Jahre nicht ausreichend Zeit mit meinen Eltern verbracht habe.

Was machen Sie gegen Stress?

Immer das Langzeitziel im Auge behalten und sich nicht in kurzfristige Rückschläge vertiefen. Dazu viel frische Luft bei einem Spaziergang.

Wen möchten Sie gern einmal kennenlernen?

Meine nächsten KundInnen.

Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?

Ich lese wöchentlich den Spiegel, Handelsblatt am Wochenende und oftmals die Zeit. Auch hier spiegelt sich meine Vorliebe für Temporäres und Schnelligkeit.

Was sollen wir hören: Ihr aktueller Musiktipp?

Seit Jahren: das Album David August – D'Angelo.

Welches Live-Ereignis hat Sie bisher am meisten beeindruckt?

Expo 2015 Mailand – Japanischer Pavillon. Mein erster Berührungspunkt mit teamlab und eine interaktive Performance durch die japanische Küche.

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

Nennen Sie uns Ihr Lieblingsrestaurant?

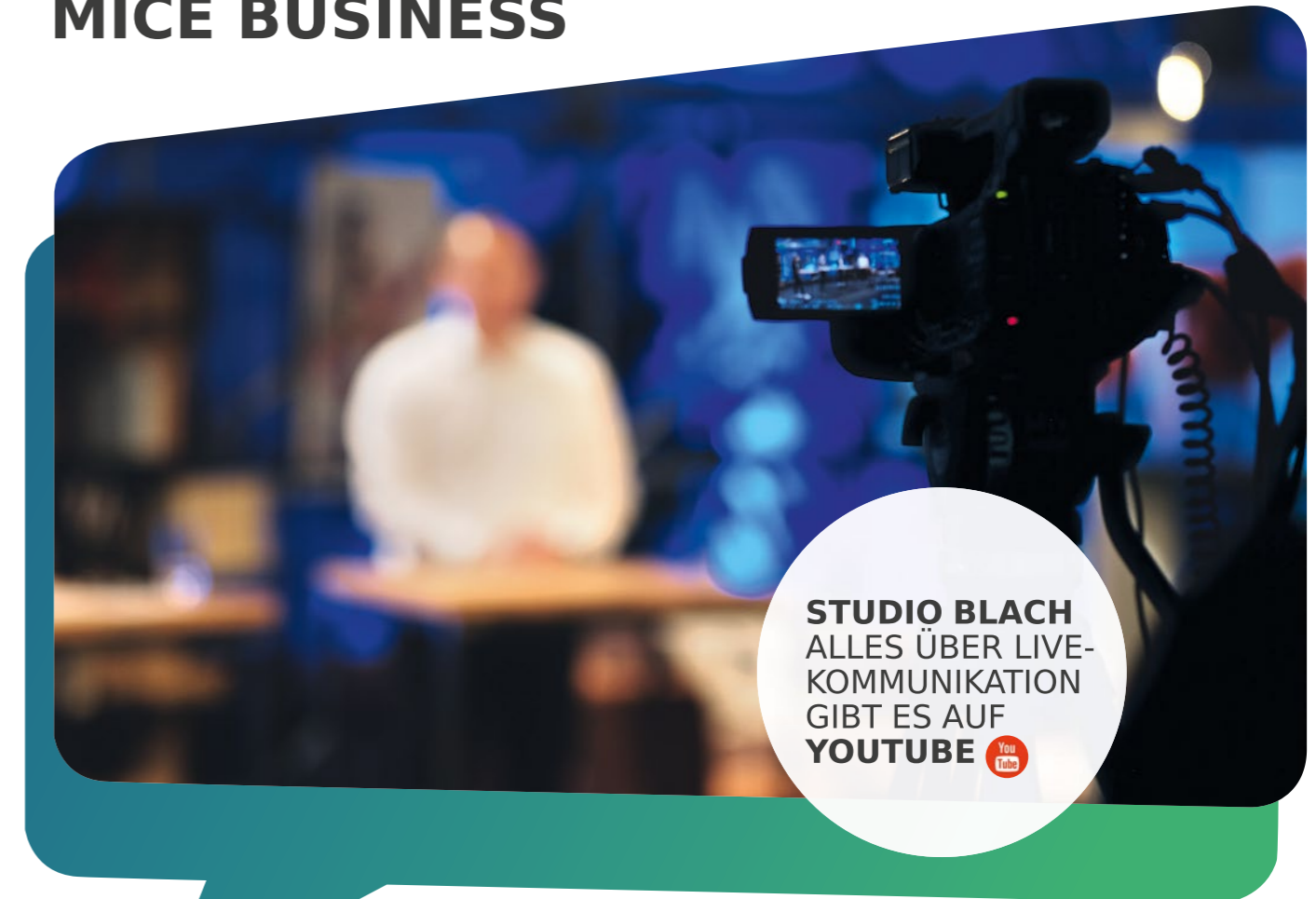
Hunan Countryside Restaurant, 168 Wulumuqi Road, Shanghai.


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

