



Wie der Nachhaltigkeitstag die Event-Wirtschaft integriert und was Laura Gögelein von der GLS Bank dazu beiträgt

IT'S ALL ABOUT THE EXPERIENCE



NEUMANN & MÜLLER
VERANSTALTUNGSTECHNIK

→ CORPORATE EVENTS

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

→ PUBLIC EVENTS

Kultur, Sport, Musik, Ausstellungen, TV/Hörfunk

→ DIGITAL-LIVE ODER HYBRIDE EVENTS

NEUMANNMUELLER.COM

Kongress im Kongress



Unter dem Motto „Zeichen setzen! Leadership in schwierigen Zeiten“ treffen sich rund 3.000 Teilnehmer aus allen Bereichen der Wirtschaft, Politik, Forschung, Sport, Medien und Zivilgesellschaft in wenigen Tagen beim

17. Deutschen Nachhaltigkeitstag (DNT) in Düsseldorf. Im Rahmen des Transformationskongresses wird auch der Deutsche Nachhaltigkeitspreis 2024 verliehen.

Eine durchaus wichtige Veränderung beim Deutschen Nachhaltigkeitstag ist die stärkere Integration der Veranstaltungswirtschaft. Dafür wurde die Nachhaltigkeitsagentur Zbdifferent für die kommenden Jahre Content-Partner der Veranstaltung mit Fokus auf die Veranstaltungswirtschaft. Die Umsetzung erfolgt unter dem Titel „SpecialEvent Sustainable Events – Die Veranstaltungsbranche zukunftsfähig machen“ als „Kongress im Kongress“ und soll zum wegweisenden Forum für die nachhaltige Durchführung von Events werden.

Zbdifferent übernimmt die kuratorische Leitung und ist für die inhaltliche Konzeption und Auswahl der Talks, Interviews und Präsentationen verantwortlich. Damit entsteht ein fokussiertes Programm, das CEOs, Nachhaltigkeitsexperten und Fachleute aus der Veranstaltungswirtschaft zusammenbringt, um konkrete Strategien für ressourcenschonende und emissionsreduzierte Events zu entwickeln.

Das ist ein sinnvoller Move, der die Belange der Veranstaltungswirtschaft mit Keynotes, Interviews, Best-Practice-Vorträgen und einem Talkformat endlich ins Zentrum dieser hochkarätigen Veranstaltung rückt.

Herzlichst

Ihr Peter Blach

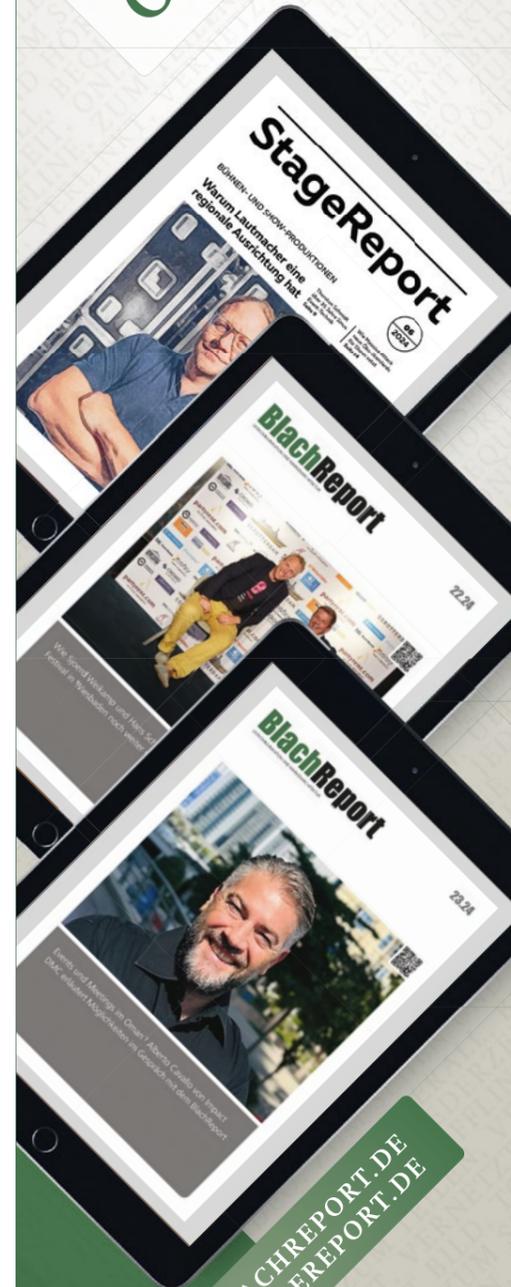
inhalt

- | | |
|---|--|
| 4 BUSINESS Deutscher Nachhaltigkeitspreis | 12 DIGITAL Digitalisierung in der Livekommunikation? |
| 5 BUSINESS Messe Düsseldorf neuer Markenauftritt | 14 DIGITAL mk hotels automatisiert MICE-Angebote mit KI |
| 6 AUS- UND WEITERBILDUNG Future of Festivals 2024 | 16 PEOPLE Jobs + Karriere |
| 8 BUSINESS Vok Dams feiert 20 Jahre Erfolg in China | 17 MARKETING-SERVICES Lieferantenverzeichnis |
| 9 BUSINESS Studie vom AUMA | 26 BACKSTAGE Lena Schambach |
| 10 WORK Thalia Buchmesse-Auftritt in Frankfurt | 26 IMPRESSUM |

Titelfoto: Laura Gögelein (Foto: GLS Bank)

MEDIA
BOARD

OUT NOW!



WWW.BLACHREPORT.DE
WWW.STAGEREPORT.DE

Forum Veranstaltungswirtschaft beim Deutschen Nachhaltigkeitspreis

„Kongress im Kongress“

Unter dem Motto „Zeichen setzen! Leadership in schwierigen Zeiten“ treffen sich rund 3.000 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus allen Bereichen der Wirtschaft, Politik, Forschung, Sport, Medien und Zivilgesellschaft in wenigen Tagen beim 17. Deutschen Nachhaltigkeitstag (DNT), der am 28. und 29. November 2024 in Düsseldorf stattfindet. Im Rahmen des Transformationskongresses wird auch der Deutsche Nachhaltigkeitspreis 2024 verliehen.

Die Nachhaltigkeitsagentur 2bdifferent ist ab sofort und für die kommenden Jahre Content-Partner des Deutschen Nachhaltigkeitsstages -mit Fokus auf die Veranstaltungswirtschaft und setzt dafür den Schwerpunkt auf die nachhaltige Transformation dieser Branche. Die Umsetzung erfolgt im Rahmen des 17. DNP als „Kongress im Kongress“ und soll zum wegweisenden Forum für die nachhaltige Durchführung von Events werden.

2bdifferent übernimmt die kuratorische Leitung und ist für die inhaltliche Konzeption und Auswahl der Talks, Interviews und Präsentationen verantwortlich. Damit entsteht ein fokussiertes Programm, das CEOs, Nachhaltigkeitsexperten und Fachleute aus der Veranstaltungswirtschaft zusammenbringt, um konkrete Strategien für ressourcenschonende und emissionsreduzierte Events zu entwickeln. Mit klarem Fokus auf nachhaltige Eventproduktion gestaltet das Unternehmen dieses Programm unter dem Titel „SpecialEvent Sustainable Events – Die Veranstaltungsbranche zukunftsfähig machen“. Es dient als Katalysator für Diskussionen und Lösungsansätze im Bereich nachhaltiger Veranstaltungen und etabliert eine Plattform, auf der sich Experten über konkrete Strategien zur Umsetzung von Sustainable Events austauschen.

Das durchdeklinierte Programm umfasst Keynotes und Best-Practice-Beiträge mit inspirierenden Vorträgen von führenden Experten, die ihre Erfahrungen und Erfolgsstrategien im Bereich nachhaltiger Veranstaltungen teilen. Interaktive Dialogformate bieten den Teilnehmenden die Möglichkeit, sich aktiv einzubringen, Fragen zu stellen und an Diskussionen teilzunehmen. Der Fokus liegt auf realistischen Ansätzen zur Umsetzung nachhaltiger Prozesse und dem Austausch über Herausforderungen und Lösungen in der Veranstaltungsplanung.

Durch das Programm führt Jürgen May, Gründer und Geschäftsführer von 2bdifferent.

Er ist seit mehr als zwei Jahrzehnten als Berater und Experte für nachhaltiges Veranstaltungsmanagement tätig. Mit seiner umfassenden Erfahrung in der Unternehmensanalyse und der Entwicklung von Nachhaltigkeitsstrategien nach ISO 20121 ist er ein anerkannter Spezialist in der Branche. Seine Keynote „Transformation der Eventbranche – Wie der Weg von Pilotprojekten zu verbindlichen Standards gelingen kann“ ist zugleich ein Programmpunkt. Jürgen May beleuchtet in seinem Vortrag, wie die Vorgaben durch die CSRD und den europäischen Green Deal die Eventbranche verändern werden. Er zeigt auf, wie die Bran-



David Baldig von GPJ Germany
(Foto: George P. Johnson)

che diesen Wandel proaktiv gestalten muss, um den steigenden Anforderungen gerecht zu werden. „Nachhaltiges unternehmerisches Handeln bedeutet, ökologische Verantwortung, soziale Gerechtigkeit und wirtschaftliche Leistungsfähigkeit in Einklang zu bringen. Wer die Gesellschaft und Umwelt bei seinen Entscheidungen nicht berücksichtigt, wird künftig ökonomisch keinen Erfolg mehr haben“, erklärt Jürgen May.

Im Best-Practice-Vortrag „Der nachhaltige DGN-Kongress – vom Aktionismus zum strukturierten Prozess“ stellt David Friedrich-Schmidt, Geschäftsführer der Deutschen Gesellschaft für Neurologie, vor, wie der DGN-Kongress 2023 zur Blaupause für nachhaltige Veranstaltungsplanung wurde.

Unter dem Titel „Nachhaltige Visionen für Großveranstaltungen: Stuttgart und die UEFA EURO 2024 als Vorreiter“ führt Clemens Arnold, ebenfalls Partner und Geschäftsführer von 2bdifferent, ein Interview mit Thomas Pollak, Gesamtprojektleiter des UEFA EURO 2024 Projekts der Host City Stuttgart. Im Gespräch erläutert Thomas Pollak, wie Stuttgart das in-

ternationale Großereignis als Chance nutzt, zukunftsweisende Ansätze für nachhaltiges Handeln in der Veranstaltungsbranche zu erproben und weiterzuentwickeln. Das Interview gibt Einblicke in die Planung und Umsetzung nachhaltiger Maßnahmen und zeigt, wie Großveranstaltungen zu positiven Impulsgebern für die Gesellschaft werden können.

Beim Beitrag „Nachhaltigkeit trifft Eventplanung: Talk mit der GLS Bank über Chancen & Herausforderungen bei der Umsetzung des Jubiläumsfestivals“ spricht Lovis Willenberg, Nachhaltigkeitsberater von 2bdifferent, mit Laura Gögelein, Eventmanagerin der GLS Bank. Der Talk beleuchtet Herausforderungen und Lösungsansätze bei der Planung und Umsetzung von Veranstaltungen, die hohen ökologischen und sozialen Standards genügen müssen. Am Beispiel des Jubiläumsfestivals der GLS Bank wird deutlich, welche Möglichkeiten es gibt, Nachhaltigkeitswerte erfolgreich in die Praxis umzusetzen und welche Anforderungen diesen Prozess begleiten.

Das Talkformat „Vier Fragen in vier Minuten“ mit Christof Burgbacher vom Europapark thematisiert die Nachhaltigkeitsstrategie eines der weltweit erfolgreichsten Freizeitparks – von erneuerbaren Energien bis hin zu Maßnahmen zur Ressourcenschonung und Müllvermeidung.

Im Panel „Nachhaltigkeit in der Eventbranche: Gamechanger oder Greenwashing?“ diskutieren Michael Terwint vom Eventtechnik-Anbieter btl next und David Baldig von der Agentur GPJ Germany mit Jürgen May, ob Nachhaltigkeitsinitiativen in der Eventbranche tatsächlich einen Wandel bewirken oder einen Greenwashing-Charakter behalten. Der Talk beleuchtet sowohl die Potenziale als auch die Herausforderungen von Nachhaltigkeit – von Kundenanforderungen bis hin zu EU-Regulierungen, die Unternehmen zum Handeln zwingen.

Die kuratierte Mischung aus Keynotes, Best-Practice-Beiträgen und interaktiven Dialogformaten macht die Veranstaltung zu einem unverzichtbaren Treffpunkt für alle, die den Wandel aktiv mitgestalten wollen. Sie haben die Möglichkeit, sich als Vorreiter einer nachhaltigen Transformation zu positionieren und die strategische Neuausrichtung der Branche zu unterstützen. Der „Kongress im Kongress“ ist damit nicht nur ein Event, sondern ein starkes Statement für den Wandel zu mehr Nachhaltigkeit in der Veranstaltungsbranche.

Messe Düsseldorf stellt neuen Markenauftritt vor

Roll-out gestartet

Die Messe Düsseldorf startet den Roll-out ihres neuen Markenauftritts. Das neue Erscheinungsbild basiert auf einer Neupositionierung der Unternehmensmarke. Frische Farbakzente und moderne Gestaltungselemente sollen hier künftig das Selbstverständnis der Messe als kundenorientierte und professionelle Plattform für unterschiedlichste Branchen symbolisieren. Umgesetzt wurde der Auftritt von der Kölner Agentur rheinfaktor.

Hinter dem neuen Corporate Design steckt die Leitidee der Messemacher: „For those who create tomorrow's business“. Mit dieser selbstbewussten, zukunftsgerichteten Aussage will sich das Unternehmen als engagierter und relevanter Partner positionieren: „Unser Portfolio umfasst über 20 internationale Leitmesse – wir wissen, was nötig ist, um das Geschäft zu beflügeln“, sagt Wolfram N. Diener, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Düsseldorf. „In einer sich wandelnden Wirtschaft

ist es wichtiger denn je, Innovationen zu bündeln, Trends zu kuratieren und Menschen und Märkte zusammenzubringen. Wir richten uns neu aus, um das Erlebnis Messe Düsseldorf kontinuierlich weiterzuentwickeln und unseren Kundinnen und Kunden einen Marktplatz für langfristigen Erfolg zu bieten. Für diesen Anspruch steht unser Markenauftritt.“

Mit dem neuen Corporate Design wurde das seit vielen Jahren etablierte Logo „m“ in Farbe und Schrift modernisiert. Als zentrales Designelement steht es nach wie vor im Fokus der visuellen Kommunikation. Auch die charakteristische Unternehmensfarbe Orange bleibt weiterhin ein markanter Teil des Auftritts, wird aber durch die Zusatzfarbe Magenta und daraus resultierende Farbverläufe ergänzt.

„Wir haben den neuen Unternehmensauftritt in einem intensiven Prozess erarbeitet und sind stolz auf das Ergebnis. Unsere Marke ist ein starkes Statement: Sie steht für

das, was uns ausmacht – unsere Innovationskraft, unseren partnerschaftlichen Anspruch und unser Versprechen, unseren Kundinnen und Kunden hervorragenden Service zu bieten“, erklärt Dr. Andrea Gränzdröffer, Leiterin der Unternehmenskommunikation der Messe Düsseldorf und verantwortlich für die Entwicklung des neuen Markenauftritts. Das neue Corporate Design werde in den nächsten 18 Monaten schrittweise über alle Touchpoints ausgerollt, alle Materialien, Schriftzüge an Gebäuden, das Logo im Stadtumfeld oder Werbemittel nach und nach ersetzt, so Dr. Gränzdröffer.

Die für den neuen Auftritt verantwortliche Agentur rheinfaktor wurde dieses Jahr beim German Brand Award in der Disziplin „Excellence in Brand Strategy and Creation“ mit der höchsten Auszeichnung „Best of Best: Brand Strategy of the Year“ und als Gewinner für „Brand Design – Corporate Brand“ geehrt.



Messe Düsseldorf stellt neuen Markenauftritt vor (Foto: Messe Düsseldorf)

Eventprogramm und Bildungsangebot

Prolight + Sound 2025 soll zur Jubiläumsshow werden

Vom 8. bis 11. April 2025 feiert die Fachmesse Prolight + Sound in Frankfurt ihr 30-jähriges Jubiläum mit neuen Impulsen, einem erweiterten Eventprogramm und einem umfassenden Bildungsangebot. Die Veranstaltung rückt 2025 besonders die Themen Nachhaltigkeit, immersive Technologien und flexible, smarte Eventlösungen in den Mittelpunkt (mehr zur Vorjahresausgabe der Prolight + Sound).

Der Bereich Theater- und Bühnentechnik erhält eine zentrale Plattform, die die Theater-Community mit einem eigenen Bereich, täglicher Happy Hour und Networking-Formaten gezielt ansprechen soll. Die neue Theatre Stage bietet Raum für den Austausch und Präsentationen, während das Theatre College

und geführte Touren zusätzliche Bildungsangebote bieten.

Die Audio-Profis kommen in Halle 11.0 auf ihre Kosten. Das MixLab, ein neues Format für Live- und Studio-Technik, bietet neben Workshops und Wissenstransfer vor allem Raum für Networking. Ergänzend dazu steht das ProAudio College mit Seminaren zur Verfügung. Für Kreative und Technikbegeisterte entsteht mit MusicOneX eine interaktive Fläche, die Praxis, Technologie und Community verknüpft und auf über 3.000 qm eine Mischung aus Workshops, Live-Demonstrationen und Content Creation bietet.

Nachhaltigkeit ist ein Kernthema der Jubiläumsausgabe. Mit den Green Sessions, Key-

notes und geführten Messerundgängen stellt die Prolight + Sound 2025 konkrete Lösungen und Innovationen für umweltfreundlichere Veranstaltungen vor. Auch im Bereich Nachwuchsförderung setzt die Messe neue Akzente.

Der Future Hub bietet jungen Talenten zahlreiche Möglichkeiten, sich mit Unternehmen zu vernetzen und über Karrierewege in der Veranstaltungswirtschaft zu informieren. Ein besonderes Highlight ist der Future Talents Day, der am letzten Messetag stattfindet.

Die Jubiläumsausgabe der Prolight + Sound lädt zudem zu Networking-Events ein. Neben den Community Nights in Frankfurter Locations bildet die Geburtstagsparty am 9. April im Depot 1899 den Höhepunkt des Programms.



Impressionen vom Future of Festivals 2023
(Fotos: Future of Festivals/Angela Regenbracht)



Future of Festivals 2024 vor dem Start

Netzwerktreffen in Berlin

IN WENIGEN TAGEN STARTET IN BERLIN DIE DIESJÄHRIGE AUSGABE DER „FUTURE OF FESTIVALS“, DER BRANCHENTREFF FÜR ALLE VERANSTALTER, DIENSTLEISTENDE, VERBÄNDE, ENTSCHEIDER UND AUSZUBILDENDE AUS DEM FESTIVALBEREICH.

Aus einem Netzwerktreffen der Festivalbranche hervorgegangen, fand die Veranstaltung im November 2021 erstmals mit einem Live-Publikum als Messe und Kongress vor Ort in der Arena Berlin statt. Mit einer neuen Tagefolge wird die Future of Festivals 2024 zum ersten Mal von Donnerstag, den 28. bis Freitag, den 29. November 2024 ihre Tore öffnen. Erwartet werden dazu über 7.000 Besucher aus der Festivalszene. Location ist zum letzten Mal die Arena Berlin, ab dem kommenden Jahr dient die Station Berlin als Standort.

Nach einer erfolgreichen Ausgabe im Jahr 2023 blickt die Future of Festivals in die Zukunft. Nachdem bereits zuvor mit Steven Raspa (Burning Man), Kristine Barenholdt (Roskilde) und Sarah McKenzie (Mutek) namhafte Speaker aus dem Ausland vertreten waren, soll sie in diesem Jahr noch internationaler werden. Die Future of Festivals startet Kooperationen mit weiteren Festivals im Ausland – etwa eine Kooperation mit der amerikanischen Festivalkonferenz Fest Forums in Santa Barbara. In

Zusammenarbeit mit dem europäischen Festivalverband Yourope wird ein Panel stattfinden, das Bilanz zur Saison 2024 zieht.

Die Future of Festivals ist bestrebt, sich nicht nur inhaltlich, sondern auch visuell ständig weiterzuentwickeln. Dementsprechend gibt es ein Update im Corporate Design der Veranstaltung, welches nun in einem ansprechenden Logo und einer frischen Gestaltung diese Entwicklung unterstreichen will.

Für die bevorstehende Ausgabe in der Arena Berlin wird der Veranstaltungsteil „Festival Campus“ neu konzipiert und umgesetzt. Der Festival Campus richtet sich an Arbeitgeber, Ausbilder und Bildungsanbieter sowie alle die im Festivalbereich arbeiten, oder sich für das Arbeiten im Festival- und Eventbereich interessieren. In einem extra eingerichteten Areal soll hier Universitäten, Fachhochschulen, etablierten Unternehmen und Start-ups die Möglichkeit geboten werden, sich in entspannter Atmosphäre zu präsentieren und interaktiv die potentiellen Nachwuchstalente von morgen anzusprechen.

Angekündigt sind speziell zugeschnittene Angebote für Auszubildende, Studierende und Berufseinsteigern zur Vernetzung und Weiterbildung. Im Vordergrund steht authentisches Recruiting im Kontext einer lebendigen Veranstaltungs- und Festivalszene. Für Studierende kostet das Veranstaltungsticket nur zehn Euro

und beinhaltet auch den Eintritt zum Messebereich der Future of Festivals 2024.

Die angekündigten Masterclasses beinhalten:

RECRUITING MASTERCLASS

„Leider passiert es viel zu oft, dass du dich überall bewirbst, aber oft keine Rückmeldung bekommst. Trotz Fachkräftemangel bleibt deine Bewerbung unbeantwortet. Wie kannst du also richtig vorgehen, um aus der Masse herauszustechen? In dieser Masterclass erfährst du, worauf es wirklich ankommt, wie du deine Bewerbungen optimierst und was du tun kannst, um die Aufmerksamkeit von Arbeitgebern zu gewinnen.“ Speaker ist Artur Hahn von Goodlive.

GROWING AS A SOCIAL MEDIA MANAGER IN THE FESTIVAL INDUSTRY

„In dieser Masterclass wird unsere Referentin ihren Weg ins Social-Media-Management in der Festivalbranche teilen, von ihren ersten Erfahrungen als Freiwillige (2018-2021) bis zu ihrer heutigen Rolle in einem Kommunikationsteam. Sie wird einen Blick hinter die Kulissen der täglichen Aufgaben eines Social-Media-Managers werfen und über Strategie, Inhaltsplanung und Community-Interaktion berichten. Die Teilnehmenden erfahren hier, welche Schritte sie für den Einstieg in die Branche

unternehmen können, welche Fähigkeiten den Unterschied ausmachen und warum eine Karriere in den sozialen Medien von Festivals einzigartige Vernetzungs- und Wachstumsmöglichkeiten bietet.“ Speaker ist Teodora Murăreanu von Jazz in the Park.

MASTERCLASS: CROWDFUNDING

„Die interaktive Masterclass beleuchtet die vielfältigen Möglichkeiten des Crowdfundings eines gemeinnützigen Anti-Rassismus-Metal-Festivals. Zentral sind eine vorangegangene Publikumsbefragung, aus der eine wissenschaftlich begleitete Drei-Säulen-Finanzierung entstand: ein Crowdfunding-Ansatz, ein Festival-Sponsoring und das innovative Pay-What-You-Want-Modell (PWYW). Die Publikumsbefragung vor dem Festival war der Schlüssel zur Bedarfserfassung und lotete die Optionen bereits im Vorfeld aus. Prof. Dr. Matthias Johannes Bauer ist volontierter Journalist, promovierter Germanistik und Wirtschaftswissenschaftler. Seit April 2018 leitet er den Masterstudiengang Kommunikationsmanagement an der IST-Hochschule für Management in Düsseldorf. Dort etabliert er seither in einem inzwischen dreiköpfigen Team den Lehr- und Forschungsschwerpunkt Festivalmanagement. Er ist Autor des Buchs „Festivalmanagement“ und Herausgeber der wis-

enschaftlichen Buchreihe „Studien zum Festivalmanagement“. Speaker sind Levent Tomicki vom Rage against Racism Open Air und Matthias Johannes Bauer von der IST-Hochschule für Management.

YES GROUP PRESENTS RÄUMUNGSSZENARIEN IM KONTEXT DER KONTINUITÄTSPLANUNG

„Die Masterclass „Räumungsszenarien im Kontext der Kontinuitätsplanung“ bietet eine umfassende Diskussion über die Aufgaben und Strategien im Bereich der Sicherheits- und Notfallplanung, insbesondere im Kontext extremer Wetterphänomene. Im Mittelpunkt steht die Frage, wie Organisationen sich bestmöglich auf unvorhersehbare Ereignisse vorbereiten können und welche Rolle eine durchdachte Kontinuitätsplanung dabei spielt. Besonders wichtig ist die Dokumentation von Vor-Ort-Ereignissen, um aus Erfahrungen zu lernen und zukünftige Strategien zu optimieren. Im Austausch zwischen den Speakern, darunter Jonathan (Happiness Festival) und Alex von Samson werden die Erfahrungen aus der Evakuierung im Jahr 2023 detailliert beleuchtet und ihre Arbeit im Rahmen der YES Group (Yourope Event Safety Group) vorgestellt. Dabei wird erörtert, welche Maßnahmen erfolgreich waren, welche Herausforderungen es gab und welche Lehren für die Planungen im Jahr 2024 gezogen

wurden. Zudem wird diskutiert, welche Aspekte bei den vorbereitenden Planungen berücksichtigt werden müssen, einschließlich der Gestaltung der internen und externen Kommunikation, der Notfallplanung, der Einbindung verschiedener Gewerke. Die Masterclass lädt das Publikum aktiv ein, sich mit Fragen und Anmerkungen einzubringen, um einen lebendigen und wertvollen Austausch anzuregen.“ Speaker sind Alexandra von Samson von Avonsamson, Jonathan Peuker vom Happiness Festival und Julian Blass von Rocco del Schlacko Festival/handsonerevents.

EINEN WORKSHOP GIBT ES ZUM THEMA „WIE SIEHT DEIN FESTIVAL AUS?“

„Wie sieht dein Festival aus? Gutes Festival-Design ist das Ergebnis eines umfassenden Prozesses und nicht nur eine Corporate Identity. Das Festivalerlebnis umfasst weit mehr als Musik und Grundversorgung. Wie stellst du dir dein Festival vor? Alle Teilnehmenden werden eingeladen ihre persönlichen Ideen in der Runde zu teilen und an einem interaktiven Modell eines Festivalgeländes anzuwenden. Das über die Zeit wachsende Modell ist eine kollektive MindMap, das die Vielfalt und Kreativität der Ideen und Gedanken widerspiegelt.“ Mit dabei sind Mareike Göldner und Meike Gerstenberg von hedda hummel.



Vok Dams feierte 20 Jahre Erfolg in China
(Foto: Vok Dams)

Vok Dams feiert 20 Jahre Erfolg in China

Erfolg im „Reich der Mitte“

Vor zwanzig Jahren eröffnete Vok Dams in Beijing das erste Büro in China und legte damit den Grundstein für eine beeindruckende Erfolgsgeschichte im „Reich der Mitte“. Heute zählt das China-Team rund 60 Mitarbeitende an mehreren Standorten, darunter Beijing und Shanghai. Vok Dams China gilt heute als erfolgreichstes internationales Tochterunternehmen der Gruppe.

Zum Jubiläum kamen internationale Kollegen und lokale Teams in Shanghai zusammen, um diese Entwicklung mit Kunden und Partnern zu feiern – ein besonderer Meilenstein für Vok Dams, das sich in den letzten Jahren zu einem zentralen Player im asiatischen Live-marketing etabliert hat.

„Unsere Präsenz in China über zwei Jahrzehnte ist ein Zeichen für unser Engagement, kreative und wirkungsvolle Eventlösungen für einen dynamischen Markt zu schaffen,“ erklärt Colja M. Dams, CEO von Vok Dams worldwide. Dominik Soemantri, Managing Director Asia-Pacific, ergänzt: „China fordert von uns innovative Formate und das Gespür für kulturelle Unterschiede. Unsere Fähigkeit, kulturelle Barrieren zu überbrücken und dabei inspirierende Ergebnisse zu liefern, macht uns zu einem geschätzten Partner vieler globaler Marken.“

In den letzten Jahren hat sich das China-Büro zu einem „Hub“ für den asiatischen Raum entwickelt. Was mit einem Fokus auf die Automobilindustrie begann, wurde schnell auf zahl-

reiche Branchen ausgeweitet. Die Projekte reichen von Fahrtrainings in der Inneren Mongolei über Pressekonferenzen bis hin zu B2B-Events und Gala-Veranstaltungen. Das Designteam hat sich mit Arbeiten für renommierte Marken wie Porsche, Lululemon und Alipay etabliert und sichert der Agentur regelmäßig internationale Awards.

Der internationale Expansionsschritt 2004 war strategisch bedeutend, um der steigenden Nachfrage internationaler Marken nach maßgeschneiderten Kommunikationslösungen gerecht zu werden. Seitdem realisiert Vok Dams China regelmäßig Projekte für große Marken aus Branchen wie Mobilität, Pharma, Fashion und Luxusgüter.

Gaming und E-Sports als zukunftsfähiger B2B-Marketingkanal

WongDoody-Whitepaper

WongDoody, Kreativagentur und Tochtergesellschaft des internationalen Tech-Unternehmens Infosys, hat ein Whitepaper veröffentlicht, das den Einsatz von E-Sports als innovativen B2B-Marketingkanal untersucht. Das Whitepaper mit dem Titel „Gaming als Marketingkanal für die Zukunft: Chancen im B2B-Bereich“ beleuchtet, wie B2B-Unternehmen mit E-Sports neue Zielgruppen erschließen und ihre Markenbekanntheit steigern können.

Mit einem besonderen Fokus auf die Generation der Millennials, die mittlerweile 73 Prozent der Kaufentscheidungen im B2B beeinflusst und zu 44 Prozent endgültig trifft, zeigt WongDoody im Whitepaper auf, wie B2B-Marken von der stetig wachsenden Begeisterung für Gaming profitieren können. Bis 2025 werden demnach 75 Prozent der einkommensstar-

ken Berufstätigen Millennials sein, gleichzeitig bezeichnen sich 83 Prozent der Millennials als Gaming-Enthusiasten. Die Generation Z wird diese Entwicklung zusätzlich vorantreiben und damit die kulturelle Bedeutung von Marken im Gaming-Bereich stärken, womit Gaming zu einem bedeutenden Touchpoint wird.

Gaming, so das Whitepaper, ist mehr als reine Unterhaltung: Es ist ein umfassendes Content-Ökosystem, das auf Plattformen wie Twitch und YouTube sowie auf Social Media lebendig wird. Von Merchandising über große Events bis hin zu weltweiten Wettbewerben und sogar Film- oder Serienadaptionen bietet Gaming eine emotionale und intensiv genutzte Umgebung, in der Marken mit hoher Präsenz punkten können. Gamer verbringen meist mehrere Stunden am Tag in diesen digitalen

Räumen. Die langen Verweilzeiten und die wiederkehrende Nutzung schaffen eine emotional aufgeladene Umgebung, die es Marken ermöglicht, eine natürliche Verbindung zu den Nutzern aufzubauen.

„Mit dem Whitepaper möchten wir B2B-Marken die Informationen an die Hand geben, die sie brauchen, um neue Methoden in ihre Kommunikation einzubauen. Die Daten sind da, jetzt müssen sie in die Praxis umgesetzt werden“, erklärt Bernd Kunkel, Executive Director Strategy EMEA bei WongDoody. Das Whitepaper rät B2B-Brand-Managern, E-Sports und Gaming als zukunftssicheren Kanal zu betrachten. Die Zahl der einkommensstarken Millennials, die als Gaming-Enthusiasten gelten, steigt stetig und wird eine entscheidende Rolle bei der Relevanz von Marken spielen.



AUMA-Geschäftsführer Jörn Holtmeier
(Foto: AUMA/Steffen Kugler)



Messen leisten einen Beitrag zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit
(Foto: Koelnmesse/Alita Holzhauser)

Ein Messebesuch vermeidet fünf Geschäftsreisen

Studie vom AUMA

Messen leisten einen Beitrag zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit, indem sie persönliche Kontakte effizient bündeln und dadurch weitere Reisen vermeiden. Das ist eine zentrale Erkenntnis der soeben veröffentlichten Studie „Mehrwert von Messebesuchen: Wie Einzelreisen vermieden werden“. Durchgeführt wurde die Untersuchung im ersten Halbjahr 2024 vom Institut für nachhaltigen Tourismus an der Hochschule Harz im Auftrag des Verbands der deutschen Messewirtschaft AUMA.

Konkret belegt die erste und umfassendste Befragung dieser Art mit fast 3.000 Teilnehmern die hohe Effizienz von Messebesuchen. Die Studie zeigt auf, dass pro Besucher und Tag durchschnittlich mehr als fünf separate Reisen vermieden werden – die Spannweite reicht dabei von wenigstens drei bis knapp 14 vermiedenen Reisen je nach Messe. Durchschnittlich hatten die Befragten mehr als 13 Geschäftskontakte pro Tag – wobei über ein Drittel dieser Kontakte ohne den Messebesuch zu zusätzlichen Reisen geführt hätte.

Jörn Holtmeier, Geschäftsführer des Verbands der deutschen Messewirtschaft AUMA: „Diese Studie zeigt nicht nur, dass Messen wichtige Treffpunkte für Menschen, Knotenpunkte für Ideen und Schaufenster für Problemlösungen sind. Die Studie zeigt auch, dass Messen als Branchentreffs weitere Geschäftsreisen vermeiden. Die Ergebnisse unterstreichen den Mehrwert von Messebesuchen, die

digital nicht ersetzbar sind. Sie liefert wichtige Erkenntnisse, um die Bedeutung von Geschäftsreisen in der Messewirtschaft für effizientes, nachhaltiges Reisen besser einzuordnen. Zugleich zeigen die Ergebnisse Potenziale bei der Messeplanung und ökologischen Reise-logistik auf. Das sind wichtige Erkenntnisse für das Ziel unserer Branche, Angebote für eine emissionsarme oder -neutrale Reise zu unseren Veranstaltungen zu schaffen, wie wir es in unserer Branchenposition zur Nachhaltigkeit festgehalten haben.“

Die Studie zeigt detailliert: Internationale Besucher auf Messen in Deutschland vermeiden durchschnittlich acht Extra-Reisen, Gäste aus Deutschland sparen knapp vier weitere Reisen durch den richtigen Messebesuch ein. Insbesondere Flugreisende planen ihre Messebesuche hocheffizient: Sie haben mehr Geschäftskontakte (knapp 18) und vermeiden mehr Reisen (knapp acht) als Pkw-Nutzer (über zwölf Kontakte, knapp fünf vermiedene Reisen).

Gäste aus Süd- und Mittelamerika sowie dem Nahen und Mittleren Osten vermeiden im Durchschnitt die meisten Reisen (fast zwölf/mehr als elf), was die globale Reichweite und Effizienz von Messen verdeutlicht.

Bei der Art der Gespräche liegen informelle Treffen zur Geschäftsanbahnung (rund 42 Prozent) und zum Networking (40 Prozent) auf den ersten Plätzen, gefolgt von Produktbe-

sprechungen (rund 36 Prozent) und Vertragsverhandlungen (rund 20 Prozent). Die Studienergebnisse zeigen bei internationalen Besuchern eine höhere Anzahl von Einkaufsgesprächen als bei inländischen Besuchern (knapp 32 Prozent/über zwölf Prozent), was die Wichtigkeit von Messen für internationale Geschäftsabschlüsse zeigt.

Interessant ist auch: Mehr als 60 Prozent der Geschäftskontakte hätten digital nicht in der gleichen Qualität stattfinden können, geben die Befragten an. Dies unterstreicht den hohen Wert persönlicher Begegnungen auf Messen und die Wichtigkeit des direkten Austausches im Wirtschaftsleben.

Die Studie beleuchtet auch die Terminplanung und Reisegewohnheiten der Messebesucher: 45 Prozent der Befragten planen weitere Termine im Zusammenhang mit ihrem Messebesuch, wodurch sich die Effizienz der Reise noch weiter erhöht. Deutlich mehr als ein Viertel der Besucher (28 Prozent) verbindet den Messebesuch mit zusätzlichen geschäftlichen Terminen, weitere 17 Prozent kombinierten die Geschäftsreise mit einem privaten Aufenthalt.

Die Mehrheit der Befragten (56 Prozent) gibt an, persönlich auf ökologische Faktoren bei der Messereiseplanung zu achten. Auf Unternehmensebene berücksichtigen sogar 60 Prozent ökologische Aspekte. Dies zeigt ein deutliches Bewusstsein für Nachhaltigkeit bei Geschäftsreisen zu Messen.



Thalia auf der Frankfurter Buchmesse 2024 (Foto: Artlife)

Artlife setzt Thalia in Szene

Buchmesse-Auftritt in Frankfurt

Zum Messehöhepunkt für Verlage, Handel und Literaturfans präsentierte Thalia sich vom 16. bis 20. Oktober auf der Frankfurter Buchmesse. Nach einem mit der Marketingagentur markenzeichen entwickelten Standkonzept hat Artlife drei Messestände im Individualbau für das Hagener Buchhandelsunternehmen realisiert: den Hauptstand, die Social-Media-Area und den Book-Shop.

Gemeinsam mit Thalia entwickelten die Frankfurter Marketingagentur und die Hofheimer Messedienstleister die Standkonzepte für die Messepräsentation. Dafür wurden die Markenwerte und die Marktführerschaft des Unternehmens in den Mittelpunkt gerückt. Im Vordergrund der Gestaltung stand eine Einladung an alle Messebesucher, die vielen Facetten von Thalia zu erleben.

Das Standdesign basiert auf dem etablierten Ladenkonzept der Buchhandlungen, für das Artlife die gesamte Standausstattung vorgeschlagen oder gefertigt hat. Dabei wurden

auch Nachhaltigkeitsaspekte berücksichtigt. So sollen etwa die Leuchtlogos an Thalia Standorten weiterverwendet werden, genauso wie Regale, Tische zur Warenpräsentation und Kassenmöbel, die in den Buchhandlungen zum Einsatz kommen. Wo immer möglich und passend wurden Mietelemente verwendet.

Der in zwei Zonen gegliederte Hauptstand bestand aus dem Shop-Bereich mit Empfangscounter und Produktpräsentationen sowie dem Veranstaltungsbereich. Eyecatcher hier war die Büchertreppe. Das kommunikative Herzstück und „Place to be“ des 240 qm großen Standes erstreckte sich über zwei Etagen und erinnerte an einen stilisierten Bücherstapel. Auf fünf Ebenen konnten Besucher verweilen und entspannen oder auch Lesungen und Booktalks verfolgen. Zwei Konferenzräume im Inneren der Büchertreppe boten Platz für Ruhe und Besprechungen. Die umlaufenden Deckenelemente mit der grünen Muse in den leuchtenden Thalia Logos, haben den optischen Rah-

men für den Stand gebildet und alle Bereiche miteinander verbunden.

Die Brücke vom stationären Buchhandel zur digitalen Medienwelt wurde mit dem 56 qm großen Social Media Bereich geschlagen. In optischer Einheit mit dem Hauptstand und nur durch einen Hallengang getrennt, wurden die Besucher zu Social-Media Interaktionen animiert. Entsprechend der Lesevorlieben konnten sie dafür zwischen Traumlesezimmer, Krimi oder New-Adult-Romance, entscheiden – instagrammable und thematisch passend eingerichtet.

Auch in der erstmals von der Frankfurt Buchmesse bereitgestellten Halle „New Adult Area“ war der Filialist mit einem 120 qm großen Bookshop vertreten. Ausgestattet mit zahlreichen Präsentationstischen und -bords sowie SB-Kassen, hatten die Standbesucher die Möglichkeit neue Highlights und exklusive Messeprodukte zu entdecken und direkt vor Ort zu kaufen.

FORMAT:C UNTERSTÜTZTE NEW YORK GIANTS UND STARTER BEI NFL

Der amerikanische Sportswear-Hersteller Starter hat maßgeblich dazu beigetragen, Sportbekleidung in die Pop-Kultur zu überführen und Fandom rund um Teams verschiedener Sportarten zu fördern – allen voran American Football. Als einer der großen Partner der NFL durfte Starter beim erneut in München stattfindenden, exklusiven Liga-Spiel auf deutschem Boden nicht fehlen. Als Ausstatter der New York Giants, die in München knapp den Carolina Panthers unterlagen, war Starter Gastgeber eines Fan Fests im Umfeld des Spiels.

Das Fan Fest wurde, wie schon im Sommer die Fan Feste des französischen Fußballverbands während der Euro 24, von der Kölner Agentur format:c live communication als Dienstleister für Branding und Dekoration ausgestattet. „Wir sind stolz, mit der Euro 24 und der NFL die beiden sportlichen Highlights in Deutschland in diesem Jahr als Agentur für Branding und Live Experience begleitet zu haben“, sagt Tobias Weber, Kreativdirektor von format:c.

Sehr kurzfristig über die amerikanische Markenagentur Southern Trade und den format:c

Partner threesixtymedia ins Boot geholt, stellte die Kölner Agentur kurzfristig Personal und Equipment für die Party in der Event-Location Praterinsel in München zur Verfügung. Unter anderem kamen die mobilen, hinterleuchteten Wände von Pixlip zum Einsatz.

Die Backlit Walls bildeten den Hintergrund für die neuartige 360-Grad-Video-Aktivierung, die format:c bereits erfolgreich auf der ausverkauften Messe „Spiel“ in Essen zum Einsatz brachte.



die wellenmaschine entwickelte „Move – Home of the Berlin-Marathon“ (Foto: die wellenmaschine)

die wellenmaschine installierte „Move“ am Brandenburger Tor

50 Jahre BMW Berlin-Marathon

Aus Anlass des 50. Geburtstages vom Berlin-Marathon entwickelte der veranstaltende Sport Club Charlottenburg Berlin die Idee eines temporären Baus am Brandenburger Tor, der eine Ausstellung und eine Veranstaltungsfläche beinhalten sollte und gleichzeitig als Anlaufstelle für alle Marathon-Interessierten dienen sollte. Diese Einladung kam an – über 10.000 Menschen besuchten in 14 Tagen den „Move“. Mit der Konzeption und Umsetzung beauftragte der SCC die Berliner Agentur die wellenmaschine. „Move – Home of the Berlin-Marathon“ stand für 14 Tage unweit vom Zieleinlauf auf der Westseite vom Brandenburger Tor.

die wellenmaschine verantwortete sämtliche kreativen, logistischen, baulichen und gastronomischen Prozesse als Lead-Agentur. Der zweigeschossige Bau trug dem besonderen Ort und dem Anlass Rechnung und entstand als kühnes, in die Höhe ragendes und gleichzeitig einladendes Gebäude.

1974 fand der erste Berliner Marathon-Lauf statt – mit 260 Teilnehmern im Grunewald. 51 Jahre später starteten über 50.000 Läufer zum 50. BMW Berlin-Marathon. Die Ausstellung im „Move“ erzählte die Geschichte des Berlin-Marathon mit Hilfe von Originaldokumenten, Fotos, eigens produzierten Videos und Exponaten wie einer Sammlung von Laufschuhen, un-

terschiedlichen Zeitmessgeräten, allen Finisher-Medaillen und auch dem Siegerpokal von 1981, dem ersten Lauf, der auf den Straßen von Berlin und nicht mehr im Grunewald stattfand.

Im Patio, der Veranstaltungsfläche im Erdgeschoss des „Move“, fanden im Zeitraum über 50 unterschiedliche Veranstaltungen mit Bezug zum Berlin-Marathon statt. Von Lauftreffs, Yoga- und Pilateskursen über Panels zu Themen rund um den Berlin-Marathon aus Sport, Politik, Gesellschaft und Tourismus bis hin zu Jazzkonzerten von Bands, die ansonsten während des Laufs entlang der Strecke die Läufer pushen.

Der Berlin-Marathon konnte so auf seine Relevanz für die Stadt aufmerksam machen.

Pioneers Agency entwickelt Messestandkonzept für Schott Nachhaltige Produktion

Pioneers Agency hat den Messestand des internationalen Technologiekonzerns Schott für die glasstec konzipiert und realisiert, die vom 22. bis zum 25. Oktober bei der Messe Düsseldorf stattfand. Das Standkonzept wird ebenfalls für die CIEE in Shanghai adaptiert und stellt Schotts Innovationskraft sowie den Austausch mit Partnern in den Mittelpunkt.

Zentrales Element der Stände ist ein großer Tisch, der den persönlichen Austausch in den Mittelpunkt rückt und Besucher einlädt, mit Schott in den Dialog zu treten. Um den Tisch herum sind Regale aus Aluminiumprofilen angeordnet, in denen das Strukturglas Rivuletta

von Schott zum Einsatz kommt, dessen vertikale Linien einen sanften Sichtschutz bieten.

Analoge und digitale Experience Touchpoints gewähren Einblicke in die Produkte und Produktionsweisen von Schott. So können Besucher anhand eines Ceran Kochfelds die Verbindung von Technologie und Produktnutzung von Schott auf interaktive Weise erleben: Unter dem Kochfeld ist ein kleiner Bildschirm montiert, auf dem durch das Ceran Glas hindurch ein Film abgespielt wird. Der Film startet erst, wenn ein Topf auf das Kochfeld gestellt wird. Wird der Topf entfernt, erlischt der Film und das Glaskeramik-Kochfeld wird wieder

schwarz. Zudem bietet eine Lift & Learn Station die Möglichkeit, drei Produkte von Schott näher kennenzulernen, die durch Partnerschaften entstanden sind. Jedes Produkt wird durch einen Acryl-Puk symbolisiert. Hebt man einen der Puks an, erscheinen die entsprechenden Informationen auf einem Screen. Weitere Experience Touchpoints gewähren Einblicke in Nachhaltigkeits- und Digitalisierungsprojekte.

Schott legt großen Wert auf Nachhaltigkeit in der Standproduktion. Für die CIEE in Shanghai wird der Stand auf Basis dieses Konzepts lokal produziert. Nach der Messe ist eine Wiederverwendung in Deutschland vorgesehen.



Carsten Knieriem (Foto: what when why)

Digitalisierung in der Livekommunikation?

Effizienzsteigerungs-Potential

WAS DIGITALISIERUNG FÜR DIE LIVEKOMMUNIKATION BEDEUTET, WAS NOCH FEHLT FÜR EINE UMFASSENDE DIGITALISIERUNG UND WELCHE BEDEUTUNG DIE NUTZUNG VON DATENSAMMLUNGEN BEKOMMEN KANN, HAT UNS CARSTEN KNIERIEM VON WHAT WHEN WHY IM GESPRÄCH ERLÄUTERT.

BlachReport: Welche Möglichkeiten bietet die Digitalisierung für eine Effizienzsteigerung in der Livekommunikation?

Carsten Knieriem: Die Digitalisierung bietet zahlreiche Möglichkeiten zur Effizienzsteigerung in der Livekommunikation – sowohl im Kurationsprozess, inklusive der Analysephase, als auch im Projektmanagementprozess. Und wenn ich nach innen in die Agentur schaue, dann bieten KI & Co. jede Menge ‚Effizienzsteigerungs-Potential‘. Ein tolles Wort. Stichworte sind: Unterstützung bei Kreativprozessen über KI, Automatisierung von Routineaufgaben, Registrierung und Verwaltung von Teilnehmerdaten, Event-Management-Software, CRM-Systeme und mehr bis hin zum Chatbot. Sie helfen bei der Beschleunigung der Prozesse,

minimieren Fehler, helfen das Team zu entlasten und verbessern auch den Kundenservice in Teilbereichen. KI-Tools sind in allen Phasen des Prozesses – nach innen und nach außen – bereits liebgewonnene Helferlein.

BlachReport: Lässt sich durch digitale Tools die Reichweite von Veranstaltungen erhöhen?
Carsten Knieriem: Absolut. Ganz klar! Reichweite ist der unschlagbare Vorteil digitaler Events. So werden Veranstaltungen einem globalen Publikum zugänglich gemacht. Ich sage immer, dass wir während der Pandemie das interaktive Fernsehen neu erfunden und zur Perfektion geführt haben. Beispiele dafür sind Veranstaltungen wie das Dürr Open House, für das wir den BrandEx Award in Gold für den besten Digital Event gewonnen haben. Auch der Trumpf Jubiläumszyklus im letzten Jahr. Hier haben wir digitale und hybride Formate genutzt, um eine größere Reichweite zu erzielen. Digitale Formate bieten Teilnehmern, die nicht physisch anwesend sein können, die Möglichkeit, dennoch live dabei zu sein und aktiv teilzunehmen. In meinem Buch ‚Smarte

Events‘, welches ich zusammen mit Prof. Stefan Luppold verfasste, haben wir schon frühzeitig die vielfältigen Möglichkeiten der Reichweiten- und Wirkungsverlängerung durch Digitalisierung von Events diskutiert.

Bei all‘ diesen enormen Möglichkeiten muss aber auch klar sein, dass die Wirksamkeit der realen Begegnung durch nichts zu ersetzen ist. Es kommt bei der Wahl der Mittel also ganz auf die Kommunikationsziele der jeweiligen Events an.

BlachReport: Kann die Teilnehmer-Interaktion auf Events durch digitale Tools optimiert werden?
Carsten Knieriem: Ja, digitale Tools können die Teilnehmer-Interaktion erheblich verbessern, wenn sie gut integriert sind. Event-Apps ermöglichen es den Teilnehmern, sich zu vernetzen, an Umfragen teilzunehmen, Fragen zu stellen und Feedback zu geben. Auch der Einsatz von KI-Tools sowie VR und AR schaffen immersive Erlebnisse, die die Interaktion und das Engagement der Teilnehmer fördern. Diese Technologien werden bereits erfolgreich in verschiedenen Projekten integriert, um die

Teilnehmer aktiv einzubinden und ihnen ein einzigartiges Erlebnis zu bieten. Geschickt integriert können solche Technologien genutzt werden, um tiefe, bedeutungsvolle und nachhaltige Interaktionen im Gesamtkontext zu schaffen.

BlachReport: Welche Möglichkeiten zur Nachbearbeitung von Veranstaltungen gibt es durch eine Digitalisierung?

Carsten Knieriem: Spannendes Thema. Mit Hilfe von Datenanalysen können das Verhalten und die Präferenzen der Teilnehmer ausgewertet werden. Wir experimentieren hier bereits, und ich weiß von Marktbegleitern, dass diese bereits eigene Tools entwickelt haben. Auch das immer wiederkehrende Thema der Evaluation von Events gewinnt hier mit digitalen Feedback-Tools neue Ansätze. Super interessant wird es bei Entwurf und Distribution der Vor- und Nachkommunikation. Hier bieten KI-Tools sehr effiziente Hilfestellungen und Ansätze.

BlachReport: Ermöglicht die Digitalisierung neue Veranstaltungsformate, die über Live, Hybrid oder Digital hinausgehen?

Carsten Knieriem: Das ist sehr gut denkbar. Und ein lohnendes Gedankenexperiment. Stellen Sie sich vor, dass wir Formate entwickeln, die darauf ausgelegt sind, vollständig personalisierte, immersive und interaktive Erlebnisse für jeden Teilnehmer zu schaffen. Formate, denen es gelingt, sich an die Bedürfnisse und Vorlieben der Teilnehmer anpassen zu lassen. Und wenn diese individuellen Erlebnisse dann noch auf die allgemeinen Kommunikationsziele des Absenders einzahlen, also noch die größere Bedeutungsdimension in Beziehung gesetzt wird.

Dann würde das wohl den perfekten zeitgeistigen Event entstehen lassen.

BlachReport: Wie lassen sich mit Datensammlungen fundierte Entscheidungen über die Planung und Durchführung von Veranstaltungen treffen?

Carsten Knieriem: Beim Stichwort ‚Datensammlungen‘ gehen bei mir als allererstes alle Datenschutz-Warnlampen an! Aber ja, wenn die DSGVO hinreichend Berücksichtigung gefunden hat, spielen Daten eine entscheidende Rolle bei der Kreation, Planung und Durchführung von Veranstaltungen. Das fängt bei der Analyse unserer Kunden und potentiellen Kunden an. Und geht weiter bei der Analyse potentieller Teilnehmerdaten und auch der Rahmenbedingungen. Alles in allem können wir dadurch wichtige Einblicke, Go’s and No-go’s erkennen. Das beginnt mit der einfachen Frage: ‚Was veranlasst einen potentiellen Gast, Kunden, Multiplikator dazu, an einer bestimmten Veranstaltung teilnehmen zu wollen?‘ Die Analyseergebnisse ermöglichen es uns, Veranstaltungen noch gezielter auf die Bedürfnisse der Teilnehmer auszurichten und wirksame Erlebnisse zu schaffen. Bei digitalen Events ermöglichen uns zudem Echtzeit-Datenanalysen, während der Veranstaltung Anpassungen vorzunehmen und den Erfolg in Echtzeit zu messen.

BlachReport: Welche Möglichkeiten gibt es für die Digitalisierung der Prozesse in einer Agentur?

Carsten Knieriem: Es gibt zahlreiche Möglichkeiten, die Prozesse in einer Agentur zu digitalisieren. Aber Achtung. Man sollte nicht jede Sau durchs Dorf treiben! Wichtig ist für

mich vor allem die ‚Effizienzsteigerungs-Lupe‘! Dies umfasst die Automatisierung von Verwaltungsaufgaben, den Einsatz von Projektmanagement-Tools zur besseren Organisation und Zusammenarbeit sowie die Implementierung von digitalen Marketing- und Vertriebskanälen. Aber auch kreative Prozesse können durch KI beschleunigt werden.

Wir arbeiten zum Beispiel intensiv daran, die Customer Journey bei what when why zu verbessern und zu standardisieren. Außerdem setzen wir auf KI-Tools, die Prozesse, aber auch Arbeitsvorgänge optimieren. Für uns ist klar: Es gibt bereits so viele ‚Mega-KI-Tools‘. Jetzt geht es darum, die passenden Tools für den jeweiligen Zweck zu finden, auszuprobieren und zu implementieren. Das wird dann ein wirklich amtlicher Effizienz-Boost!

BlachReport: Welche Nachteile könnten daraus entstehen?

Carsten Knieriem: Es gibt sie, die Nachteile von Digitalisierung und insbesondere der KI. Mehr noch sehe ich jedoch viele tolle Chancen für Veränderung. Dazu habe ich eine tolle Buchempfehlung: „Alles überall auf einmal: Wie Künstliche Intelligenz unsere Welt verändert und was wir dabei gewinnen können.“, von Miriam Meckel und Léa Steinacker.

Für mich als Livekommunikations-Experte ist bei aller Digitalisierung – die übrigens in Deutschland viel zu langsam voran geht – eines völlig klar und herausragend wichtig: Durch die Ergänzung von digitalen Tools, KI und Co. kann die Livekommunikation noch wirksamer werden. Dann bleibt die gut gemachte Livekommunikation die wirksamste Kommunikationsdisziplin überhaupt.

Virtuelle Mitarbeitermotivation zum Jahresende Holiday Calendar

Der Dezember 2024 bringt für magnid-Nutzer eine Sonderfunktion. magnid by Proske stellt ihnen ein neues Tool für das Jahresendgeschäft zur Verfügung. Mit dem virtuellen Holiday Calendar von magnid können Unternehmen den ganzen Dezember für ihre Teams spannend und interaktiv gestalten. Los geht es am 1. Dezember. Bis zum Jahresende öffnen sich täglich Fenster, hinter denen sich Überraschungen für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verbergen. Was das im Einzelnen ist, bestimmt jedes Unternehmen selbst.

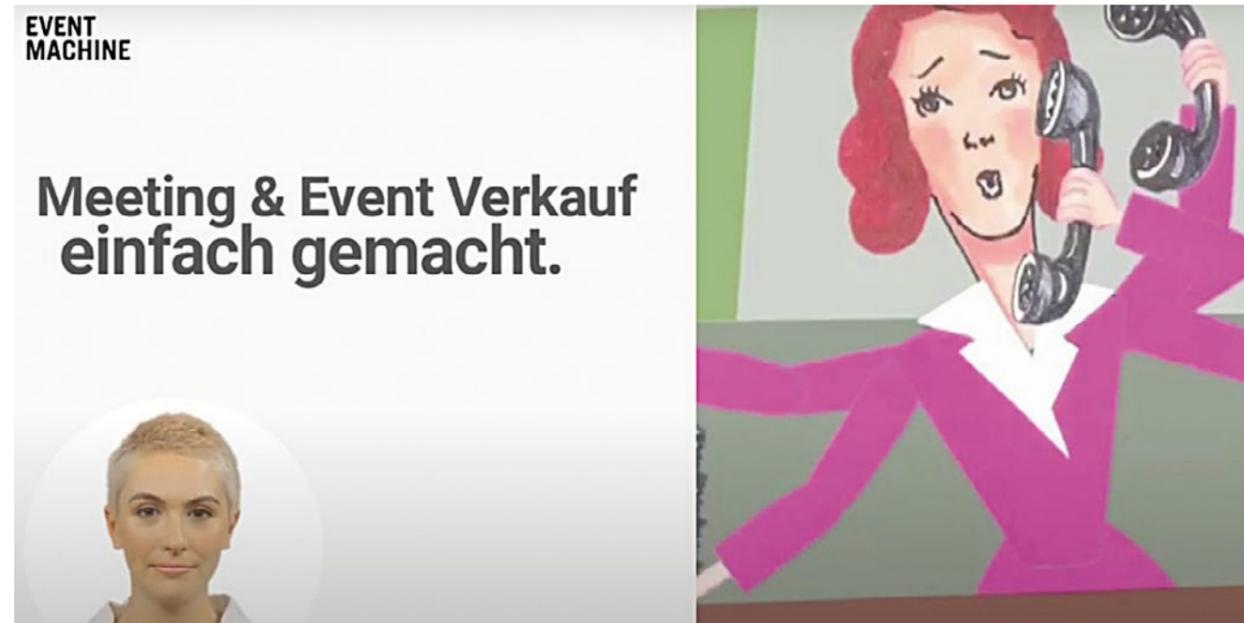
Damit eröffnet die virtuelle Plattform einen kreativen Weg zur Mitarbeitermotivation und

Incentivierung. Täglich können dafür neue Überraschungen, Herausforderungen oder Inhalte in den Holiday Calendar geladen und freigeschaltet werden.

Möglich sind auch verschiedene Interaktionen. Die Nutzer teilen jeden Tag neue Inhalte, amüsante Aktivitäten oder spannende Herausforderungen, um ihr Team einzubinden und für die nächste Aktion zu motivieren. Eine weitere Möglichkeit sind Überraschungen wie ein persönlicher Gruß von der Geschäftsleitung, eine Einladung zum gemeinsamen Winterabend oder auch ein neuer Bildschirmhintergrund. Wettbewerbe oder andere Herausforderungen

lassen sich ebenfalls integrieren, um die Teilnahme aktiv zu fördern. Der virtuelle Holiday Calendar von magnid by Proske bietet somit den Rahmen, das Jahr mit Kreativität und Zusammenhalt ausklingen zu lassen und den Dezember zu einem unterhaltsamen, interaktiven Erlebnis für das gesamte Team zu machen.

magnid verfügt über zahlreiche Personalisierungsoptionen sowie innovative KI-Funktionen, die Besucher und Plattformdesigner gleichermaßen begeistern und zu Auszeichnungen geführt haben – wie jüngst dem MarTech Breakthrough Award für die beste Video-Hosting-Technologie.



Riyadh International Convention & Exhibition Center (Foto: Koelnmesse)

mk | hotels automatisiert MICE-Angebote mit KI

Eventmaschine im Einsatz

mk | hotels investiert weiter in die Automatisierung: Mit dem Einsatz Künstlicher Intelligenz und den MICE-Tools von Eventmaschine soll die Veranstaltungsplanung und Angebotserstellung schneller und einfacher erfolgen. Diese Lösung optimiert den Verkaufsprozess für Meetings, verkürzt Reaktionszeiten und verbessert die Anpassung an die Bedürfnisse der Gäste.

Kunden in den mk | hotels-Standorten Passau, Remscheid und Rüsselsheim können über einen KI-Chatbot direkt auf spezifische Webseiten zugreifen, um passende Event-Angebote in Echtzeit zu erstellen. Anstatt zeitaufwändiger Abstimmungsprozesse erhalten Veranstal-

tungsplaner nun innerhalb von Sekunden detaillierte Angebote. Das reduziert die Arbeitsbelastung der Sales-Teams erheblich.

Die Kooperation von mk | hotels und Eventmaschine adressiert einen zentralen Engpass der Branche: die manuelle Angebotserstellung. Durch die KI-gestützte Automatisierung kann mk | hotels personalisierte Angebote liefern, die auf die individuellen Anforderungen der Gäste zugeschnitten sind – und das ohne die typischen Verzögerungen.

Diese Effizienzsteigerung ermöglicht es den Hotelmanagern und Verkaufsteams, sich auf strategische Aufgaben zu konzentrieren. Mit schnelleren Reaktionszeiten, passgenaueren

Angeboten und höheren Konversionsraten will mk | hotels damit seine Wettbewerbsfähigkeit steigern. „Die Automatisierung der Angebotsprozesse ist ein bedeutender Schritt für unsere Tagungshotels“, erklärt Arno Sonderfeld, Geschäftsführer von mk | hotels. „Durch KI bieten wir nicht nur schnellere, sondern auch bedarfsgerechte Eventlösungen.“

Florian Zelfel, Geschäftsführer von Eventmaschine, ergänzt: „Unsere Plattform ermöglicht mk | hotels eine intuitive und vollautomatisierte Anpassung aller Eventdetails – von Raumkonzepten über Catering bis hin zu Technik. Dieser Schritt setzt einen neuen Standard für KI-gestützte Lösungen in der Hospitality-Branche.“

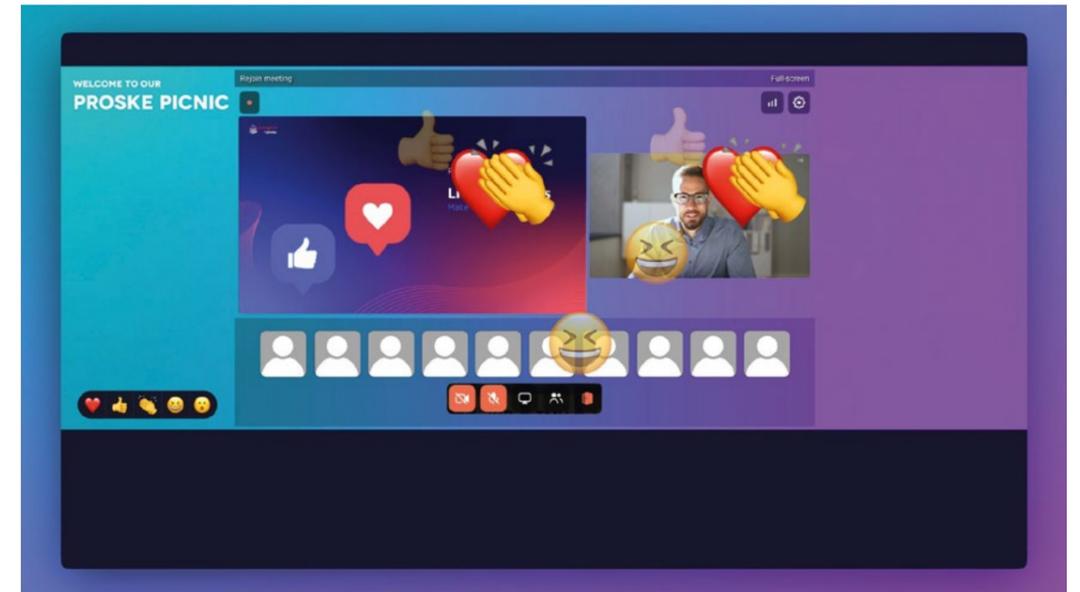
BEWEGT.CONTENT PRÄSENTIERT KI-AVATAR RIAA

Bewegt.ai, Tochterunternehmen von Bewegt.content aus Neusäß bei Augsburg und Spezialist für digitale Kommunikation, stellte auf den diesjährigen Inkometadays in Berlin die KI-Lösung RIAA (Realtime Interactive AI Agent) vor. Der interaktive Avatar erweitert die Unternehmenskommunikation, indem er ansprechende Inhalte in Echtzeit vermittelt – und das ohne eine reale Person vor der Kamera. RIAA soll eine neue Ära der digitalen Interaktion reprä-

sentieren. Basierend auf KI-Technologie ermöglicht dieser Avatar kosteneffiziente und lippen-synchrone Kundenkommunikation in mehreren Sprachen, was Sprachbarrieren überwinden kann. RIAA digitalisiert beliebige reale Personen wie CEOs oder Markenbotschafter zu fotorealistischen Avataren. Die Animationen von RIAA sind lebensecht und sorgen für ein immersives Nutzererlebnis. RIAA kann über Schnittstellen auf Unternehmensdatenbanken

zugreifen und Inhalte sofort aktualisieren. „Mit RIAA bleiben Inhalte aktuell und relevant“, erklärt Christian Strohmayer, Geschäftsführer von Bewegt.content. „Ob Onboarding-Videos oder Flugzeiten – RIAA liefert Echtzeitinformationen, die auf dem neuesten Stand sind.“

Anwendungsfelder für RIAA können Schulungen, Social Media, Führungen, Beratung, Kundenservice, Onboarding und Inklusive Kommunikation sein.



Live Page Reactions (Illustration: magnid)

magnid stellt Live Page Reactions vor

Virtuelle und hybride Meetings

magnid User können sich über ein neues Feature freuen: Live Page Reactions. Diese Funktion verwandelt Zuschauer digitaler Veranstaltungen in aktive Teilnehmer. Mit Buttons direkt auf der Bildschirmoberfläche können Teilnehmer in Echtzeit Feedback geben – von Applaus bis Zustimmung.

Die Echtzeitreaktionen sollen zu dynamischen Erlebnissen beitragen. Statt passiv zuzuschauen, können sich Teilnehmer über Reaktions-Buttons direkt und unmittelbar einbringen und

zum Beispiel Applaus, Zustimmung oder andere Emotionen übermitteln. Die einfache Handhabung und der spielerische Charakter der Reaktionen schaffen einen Raum für Interaktionen und fördern die aktive Konversation. Virtuelle und hybride Meetings gewinnen so an Qualität, indem sie die Kluft zwischen Präsenz- und Online-Veranstaltungen verkleinern und die Teilnehmer ganzheitlich einbinden.

„Wir freuen uns, mit Live Page Reactions eine Lösung anzubieten, die das Engagement

und die Interaktivität in digitalen Veranstaltungen auf ein neues Level hebt“, sagt Nicole Deisenhofer von magnid by Proske. „Unser Ziel ist es, die Nutzererfahrung zu verbessern und die Teilnahme an digitalen Veranstaltungen zu fördern.“

Die cloudbasierte Plattform magnid bietet zahlreiche Personalisierungsoptionen und KI-Funktionen, die bereits mehrfach zu Auszeichnungen geführt haben.

xKPI-System optimierte Contentloop auf Basis von Zuschauer-Reaktionen

Content-Einspieler bei Škoda Elroq Weltpremiere analysiert

Am 1. Oktober 2024 enthüllte Škoda den neuen Elroq im Rahmen einer spektakulären Weltpremiere auf der Moldau in Prag. Zu den Highlights der Inszenierung zählte ein kinetischer LED-Kubus mit einer Kantenlänge von sieben Metern, der bereits drei Tage vor der Premiere auf einem schwimmenden Ponton positioniert wurde und aus dem der erste Elroq pünktlich zum Reveil um 19.30 Uhr herausfuhr. Rund 450 geladene Gäste erlebten die Fahrzeugpremiere von zwei Schiffen auf der Moldau.

Bereits in den Tagen zuvor wurde der Kubus öffentlichkeitswirksam mit Preload-Inhalten

bespielt. Insgesamt 35 verschiedene Clips rotierten in dieser Zeit, kommunizierten erste Insights auf Basis kreativer Metaphern und kündigten den Launch an.

Das Event Measuring Start-up These Guys setzte in der Pre-Phase ihr xKPI-System zur Analyse und Erfolgsmessung der Kubus-Bespielung ein. Diese Ergebnisse führten schließlich zu einem Ranking, auf dessen Grundlage der finale Best-of-Loop für die Weltpremiere zusammengestellt wurde.

Dazu erklärte Karin Schneider, Co-Founder von These Guys: „In diesem Fall steiger-

ten wir durch die Einbeziehung der Daten die Aufmerksamkeit beim finalen Loop im Vergleich zur linearen Ausspielung beim Preload um mehr als 28 Prozent. Die Verweildauer stieg sogar um über 60 Prozent. xKPI konnte in dem Case deutlich seine Relevanz belegen und gleichzeitig seine Einsatzmöglichkeiten erweitern.“

Erstmals vorgestellt wurde der Performance Case beim Nextlive.Festival am 21. November im RMCC Wiesbaden. Dort trat These Guys als Gastspeaker im Innovation Lab ihres Kooperationspartners DRPGroup auf.

jobs + karriere

_ Der Kunststoffhersteller *Verit* stellt sich personell und strategisch für die Zukunft neu auf: Die Gesellschafterversammlung hat die bisherige kaufmännische Leiterin **Kerstin Dorn** zur Geschäftsführerin für die deutschen Standorte berufen. Vor ihrem Wechsel zu Verit im vergangenen Jahr fungierte Kerstin Dorn unter anderem als Director Controlling bei *Birkenstock*. Weitere Stationen ihrer Laufbahn waren beim Kunststoffhersteller *Klöckner Pentaplast* sowie bei *Villeroy & Boch*.

_ **Eligio Catarinella** wurde zum Vertriebs- und Marketingleiter von *Stellantis Europe* ernannt. Er begann seine Karriere 2005 bei der *Fiat-Gruppe*. Im April 2020 übernahm er als Managing Director die Verantwortung für die Marken *Fiat* und *Abarth* in Italien und wurde 2023 zum Head of *Alfa Romeo Global Marketing and Communication* ernannt.

_ **Lüder Fromm** wird zum 1. Dezember 2024 Chief Marketing Officer (CMO) bei *Duravit*. Zuletzt war er bei *Hugo Boss* als Senior Vice President Global Marketing & Brand Communications tätig. Davor war Fromm unter anderem bei *Montblanc* und *Mercedes-Benz* im Marketing.



Lukas Middelmann
(Foto: SAE Institute)



Robert Hoene
(Foto: Sportfive Germany)



Nicola Hamann
(Foto: Messe München GmbH)



Sascha Gerstand
(Foto: East End)

SAE INSTITUTE BERUFT ALUMNI OPERATIONS OFFICER

Das *SAE Institute* will sein Alumni-Netzwerk in Deutschland durch neue Angebote für Absolventen stärken. Mit besserer Vernetzung in Europa, dem schnelleren Zugang zu potenziellen Arbeitgebern, der Stärkung der lokalen Alumni-Chapter sowie der Entwicklung neuer Eventformate und Weiterbildungsangebote will der Ausbilder für Kreativberufe seinen ehemaligen Studierenden den weiteren Karriereweg ebnen. Zudem wird derzeit eine Online-Plattform aufgebaut, die den Austausch und Wissenstransfer mit ehemaligen Kommilitonen erleichtern soll. Verantwortlich für die neuen Services ist ab sofort **Lukas Middelmann** in der neu geschaffenen Position als Alumni Operations Manager.

An über 50 Standorten bildet das *SAE Institute* weltweit für Berufe in der Medien- und Kreativwirtschaft aus. In Deutschland ist die Medienschule seit 1986 am Start und aktuell in zehn Großstädten vertreten. Der Fokus liegt auf praxisnahes Lernen und kurzen Regelstudienzeiten, die bereits nach zwei Jahren einen Abschluss als Bachelor of Arts/ Science ermöglichen.

SPORTFIVE GERMANY: NEUE AUFGABEN FÜR ROBERT HOENE

Robert Hoene leitet ab sofort gemeinsam mit **Stefan Heitfeld** im Co-Lead den Bereich Regional & Team Sales bei *Sportfive* – den umsatzstärksten Geschäftsbereich der Sportmarketingagentur. Der 46-jährige hatte dort zuletzt die Vermarktung der Hospitality Pakete für die UEFA Euro 2024 verantwortet.

Der Bereich Regional und Team Sales ist in den letzten Monaten durch die neuen Partnerschaften mit Rechthaltern wie dem VfB Stuttgart und dem FC Schalke 04 weitergewachsen. Insgesamt verantwortet Sportfive die Gesamtvermarktung von 15 Profi-Fußballvereinen in Deutschland, die von den 174 Mitarbeitern im Bereich Regional und Team Sales betreut werden.

Robert Hoene wird die Leitung am Standort Hamburg ausüben und soll mit seiner Expertise im Sales-Bereich sowie seiner Erfahrung im Rechthaltermanagement den Bereich Regional & Team Sales bei Sportfive weiter stärken.

LEITUNG GAST-GESCHÄFT BEI DER MESSE MÜNCHEN

Nicola Hamann wird bei der *Messe München* ab dem 1. Januar 2025 neuer Senior Director Guest Events & Locations. Damit übernimmt sie die Verantwortung für alle Gastveranstaltungen und Kongresse, die in den vier Locations der Messe München stattfinden: in den 18 Veranstaltungshallen, im ICM – International Congress Center Messe München, CCN – Conference Center North oder im MOC – Event Center Messe München.

Seit mehr als 20 Jahre arbeitet Nicola Hamann im internationalen Messegeschäft. Sie ist im internationalen Geschäftsumfeld erfahren sowie in großen internationalen Messeverbänden vertreten, unter anderem beim AUMA, dem AEO und UFI.

Seit 2001 war Nicola Hamann in verschiedenen Positionen bei *Mack Brooks Exhibitions* angestellt, 2014 wurde sie als Geschäftsführerin in den Vorstand berufen und war damit verantwortlich für das weltweite Portfolio von Mack Brooks. Nach der Übernahme von Mack Brooks durch die *RELX-Group* 2019 blieb sie Geschäftsführerin von *RX-STA*.

SASCHA GERSTAND LEITET NEUE EAST END-UNIT

Bereits im Frühjahr 2024 hat die Eventagentur *East End* ihr Angebotsportfolio erweitert und die neue Unit *Brand & Media Partnerships* gegründet. Den Aufbau verantwortet **Sascha Gerstand**, der über mehr als 20 Jahre Erfahrung in der Beratung rund um Marketing, Brand Building, Networking, Sponsoring sowie Medien- und Kooperationsmanagement verfügt.

„Wir entwickeln vernetzte und skalierbare Kommunikationslösungen für die Verlängerung von Markenerlebnissen über den Moment hinaus. Unser Ziel ist die Multiplikation des klassischen Erlebnisses durch planbare Reichweiten über das East End Partner Network aus Marken, Plattformen und Medien“, sagt Sascha Gerstand.

Das erste Projekt des neuen Kompetenzbereiches waren im August die *Auto Bild e-Motion Days* by Volkswagen – basierend auf einer neu entwickelten Extended Experience Toolbox von East End, die Medienpartnerschaften, POS-Aktivierung und Live Experience auf reichweitenstarken Plattformen verbindet.

MARKETING SERVICES

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

AUTOMOTIVE EVENT SERVICE / PREMIUM EVENT REINIGUNG



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

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

EVENT-AGENTUREN

fischerAppelt, live marketing

fischerAppelt,
live marketing GmbH
Widdersdorfer Str. 205
D-50825 Köln
T +49 (0)221 56938-0
live@fischerappelt.de
live.fischerappelt.de
www.linkedin.com/company/fischerappelt
Weitere Standorte:
Hamburg
Berlin
München
+49 (0)40 899699-0
+49 (0)30 726146-0
+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 GmbH & Co. KG
_ Catherine Hoffmann
Adlerstraße 74
40211 Düsseldorf
T 0211 67935-0
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
28215 Bremen
T 0421 37888-0
F 0421 37888-88
kontakt@joke-event.de
www.joke-event.de
Hamburg
Berlin
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
_ Ole Ternes
Geschäftsführer
Berliner Str. 133
33330 Gütersloh
T +49 (0) 5241 21090-0
info@livewelt.de
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
Marion & Bettina
Würth GmbH & Co. KG
Agentur für
Live-Kommunikation
Karl-Kurz-Straße 44
74523 Schwäbisch Hall
T +49 791 49380-100
info@marbet.com
marbet.com

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
communication GmbH
Im Klingenhühl 1
69123 Heidelberg
T +49 (0)6221 73902-0
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
10115 Berlin
T +49 172 1910 482
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 T 0162-4596001
T 0176-23177122
hello@schokoladen-fabrik.com
www.schokoladen-fabrik.com
Ihre Ansprechpartner:
_ Natalie Driesnack
_ Tobias Weber

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

Digitale Ausgaben unter:
www.blachreport.de

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.STAGEREPORT.DE

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

MEDIEN- / LED-WÄNDE



Acetec GmbH
 Ihr Ansprechpartner:
 Michael Lenkeit

Rostocker Straße 17
 65191 Wiesbaden

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

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

MESSE- / EVENTBAU



AMECKO
 MESSEN
 KONGRESSE
 AUSSTELLUNGEN
 EVENTS
 INNENAUSBAU

THE INSPIRING PEOPLE

AMECKO GmbH

Zum Steigerhaus 1
 46117 Oberhausen

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

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



Artlife GmbH
 _ Stephan Haida
 _ Manfred Pütz

Hessenstraße 6
 65719 Hofheim

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

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



Creative Gestaltung GmbH

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

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



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 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.

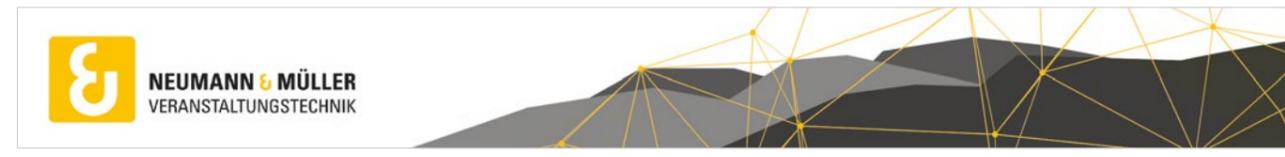


epicto GmbH

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

Lena Schambach



Lena Schambach (Foto: privat)

LENA SCHAMBACH IST ACCOUNT MANAGERIN BEI GLOBAL COMMUNICATION EXPERTS IN FRANKFURT.

Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?

Mein Herz schlägt für die Eventbranche, weil sie so abwechslungsreich, herausfordernd und inspirierend ist. Kein Tag ist wie der andere, das breite Aufgabenspektrum bietet die Möglichkeit, unglaublich viel zu lernen und sich ständig weiterzuentwickeln, und man arbeitet mit Menschen zusammen, die die gleiche Passion teilen.

Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?

Wahrscheinlich Grundschullehramt, ich war immer hin- und hergerissen und musste das erste Semester wegen Krankheit abbrechen – heute sehe ich das als Schicksal.

Wen möchten Sie gern einmal kennenlernen?

Es gibt so viele interessante Persönlichkeiten, da fällt mir niemand konkretes ein.

Was macht Sie glücklich?

Da fallen mir viele Dinge ein: nach einer Geschäftsreise zu meinen Lieben nach Hause zu kommen, die seltenen Kuscheleinheiten mit meinem Hund, das Gefühl nach einer erfolgreichen Veranstaltung, meine morgendliche Tasse Kaffee auf der Couch, bevor ich in den Tag starte . . .

Was war bisher Ihre größte Herausforderung?

Ich bin unglaublich dankbar, dass ich in meiner noch relativ kurzen beruflichen Laufbahn schon viele kleine und große Herausforderungen erleben durfte (das macht unsere Branche auch aus), aber ich würde keine als meine größte bezeichnen.

Welche Entscheidungen haben Sie bereut?

Ich habe in meinem Leben schon einige Entscheidungen bereut, aber ich denke, solche Erfahrungen sind wichtig, um daraus zu lernen. Oft erkennt man mit der Zeit, dass scheinbar ‚falsche‘ Entscheidungen auch zu etwas Gutem führen.

Was machen Sie gegen Stress?

Lange Waldspaziergänge mit meinem Hund, der mich auch in stressigen Phasen an eine Mittagspause erinnert. Das Handy bleibt dann meistens zu Hause.

Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?

‚American Gods‘ von Neil Gaiman. Ich bin seit ich klein bin eine Leserratte und liebe es bei einem Roman, Krimi oder Fantasy Buch zu entspannen.

Was sollen wir hören: Ihr aktueller Musiktipp?

‚Matisyahu Sunshine‘ (acoustic version) auf Youtube, bringt Licht in die dunkle Jahreszeit :)

Welches Live-Ereignis hat Sie bisher am meisten beeindruckt?

Nordlichter Anfang September auf unserer diesjährigen Norwegenreise.

Auf die Gefahr hin, dass Sie dort nie wieder allein sind: Nennen Sie uns Ihr Lieblingsrestaurant?

Schwierige Entscheidung, aber eines meiner Lieblingsrestaurants in Frankfurt, vor allem im Sommer auf der Terrasse: Sakura Sushi Cafe.

Impressum

26. Jahrgang _ VERLAG AktivMedia GmbH / Zum Bahnhof 10 / 31311 Uetze - Dedenhausen // Tel 05173 9827-0 / Fax 05173 9827-39 / eMail info@blachreport.de / www.blachreport.de _ CHEFREDAKTION Peter Blach pblach@blachreport.de _ REDAKTION Gabriele Stolte gstolte@blachreport.de / Elke Bartels ebartels@blachreport.de / Marco Raupach mraupach@blachreport.de _ ANZEIGENMARKETING Medienmarketing Sanders, Ulf-Gundo Sanders / Tel 07203 502727-0 / Fax 07203 502727-18 / eMail gsanders@aktivmedia.biz _ PRODUKTION Sandra Fink sf@betriebsbuero.com _ DRUCK Druckpunkt Langer / Uetze _ GERICHTSSTAND Burgdorf >> Der BlachReport ist eine Business-to-business-Publikation über Event-Marketing, Promotions und Sponsoring. Sie erscheint zweiwöchentlich. Der jährliche Bezugspreis beträgt 93 Euro beim Digitalabo und 290 Euro beim Printabo (jeweils zzgl. MwSt.). Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein Jahr, wenn es nicht sechs Wochen vor Ablauf schriftlich gekündigt ist. Keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte. (Preise jeweils inkl. Versandkosten)

ISSN 1611-8308

BLACHREPORT 24/24

BOE NIGHT



JETZT TICKETS SICHERN



A NIGHT TO REMEMBER

15. JAN 2025

MESSE DORTMUND

boe-international.de
brand-ex.org

EINE STADT, DIE VIelfALT LEBT



NACHHALTIG prämiert



HISTORISCH einzigartig



SPORTLICH begeisternd

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

EIN HEIDELBERG FÜR ALLE!

Ihr Kontakt zur
Heidelberger Kultur- und
Kongressgesellschaft mbH



www.heidelberg-congress.com