



Vorweihnachtliche Bescherung: mac.brand spaces übernahm das Messebauunternehmen Standout von RX Salzburg

# UNENDLICHE MÖGLICHKEITEN IM H45.UNIVERSE

1 UNIVERSE  
5 LOCATIONS

Entdecke die  
unendlichen Möglichkeiten  
des H45.Universe der HALLE 45.

HALLE 45

halle45.de

**SOUNDLINE**  
Veranstaltungstechnik & Service

UNVERGESSLICHE EVENTS.

LIGHT

SOUND

STAGE

STREAMING

VIDEO

## Erfreuliche Initiative mit Luft nach oben



In Wiesbaden ging vor wenigen Tagen die zweite Ausgabe vom Nextlive.Festival über die Bühne. Meiner Meinung nach ist das eine sehr erfreuliche Initiative, die aber organisatorisch noch Luft nach oben hat.

Wie schon bei der Erstausgabe ist es den Veranstaltern gelungen, wieder ein Großaufgebot an Speakern inklusive einer enormen Themen-

vielfalt für ihr Projekt zu gewinnen. Das hätte rein zahlenmäßig fast für fünf Fußballmannschaften gereicht und machte es naturgemäß schwierig, allen Beiträgen zu folgen. Eine Selektion war also erforderlich – kein Problem mit der begleitenden App von Vevent.

Weniger gut war allerdings, dass nicht alle Teilnehmer Zugang zu allen Sprechern hatten. Aus nicht nachvollziehbaren Gründen hatten die Veranstalter eine Zwei-Klassen-Gesellschaft für die Teilnehmer eingerichtet: Im Hauptveranstaltungsort, dem RheinMain CongressCenter in Wiesbaden, fand der Großteil der Veranstaltung statt, ein kleinerer Teil auf der sogenannten Conference Stage in einem externen Temporärgebäude.

Zugang gab es nur für Teilnehmer mit einem entsprechenden Ticket. Hier war auch noch das Catering inkludiert, was das „gemeine Volk“ mit dem Standard-Ticket extra bezahlen musste. Das führte sofort zu negativen Vibes.

Der Community-Bildung und einem entspannten Networking war das ebenfalls abträglich. Manche Besucher waren im RMCC, andere nebenan. Das könnte besser gehen.

Durchaus gelungen war dagegen der Besuchermix. Das ist ja auch der Anspruch von den Nextlive-Machern: Corporates aus Marketing und Kommunikation unterschiedlicher Branchen zusammenzubringen, ihnen die aktuellen Entwicklungen und Zukunftsthemen in der Livekommunikation aufzuzeigen und gemeinsam in die Diskussion einzusteigen. Diesen Aspekt sollten die Nextlive-Veranstalter unbedingt weiter verfeinern.

Wenn es dann noch gelingt, Sprecher, Besucher und Aussteller (ja, die gab es auch noch) besser miteinander zu verzahnen, die Zwei-Klassen-Gesellschaft für die Besucher abzuschaffen, mehr Besucher zu gewinnen und mutiger bei der Auswahl der Themen und ihre Vermittlung zu werden, ist auch die dritte Nextlive wieder einen Besuch wert.

Herzlichst

Ihr Peter Blach

### inhalt

- 4 BUSINESS Vodafone Marken-Inszenierung auf OMR
- 5 BUSINESS Bundeskonferenz Veranstaltungswirtschaft
- 6 RÜCKBLICK 2024 Das Jahr 2024 im BlachReport
- 10 BUSINESS Event Technology Award für knw.
- 12 BUSINESS Messe Frankfurt steigert Umsatz
- 13 WORK Auszeichnungen bei den Bea World Awards

Titelfoto: Stefan Trieb (Foto: mac. brand spaces)

- 14 DIGITAL KI-Analyse und -Integration Workshop
- 15 SERVICES Lobo Lasershow beim Innovationspreis
- 16 PEOPLE Jobs + Karriere
- 17 MARKETING-SERVICES Lieferantenverzeichnis
- 26 BACKSTAGE Alexandra Freeman
- 26 IMPRESSUM

MEDIA  
BOARD

OUT NOW!

BlachReport

BlachReport

BlachReport

WWW.BLACHREPORT.DE  
WWW.STAGEREPORT.DE



Vodafone OMR-Auftritt 2024 (Foto: BECC Agency)

BECC Agency gewinnt Pitch für Vodafone-Auftritt

## Marken-Inszenierung auf OMR

Die BECC Agency wurde erneut von Vodafone mit der Kreation und Umsetzung der Brand-Präsenz auf dem OMR beauftragt. „Nach der OMR ist hoffentlich vor der OMR“, so verabschiedete sich das Team der Münchner Markenagentur im Mai dieses Jahres aus Hamburg, nachdem es seine Premiere für den Telekommunikationsspezialisten Vodafone erfolgreich bestanden hatte. Nur zwei Monate nach der erfolgreichen Brand Experience, die auf über tausend Quadratmetern Fläche in der Messehalle B5 der Hansestadt die Community der Online Marketing Rockstars (OMR) begeisterte, wurde der Job für 2025 neu ausgeschrieben. Weitere sechs Wochen später, zu Beginn der ersten Septemberwoche, stand damit der Präsentationstermin bei der BECC Agency rot im Kalender.

Um den Hauptsponsor der OMR 25 auf dem Vodafone Campus am Rhein erneut überzeugen zu können, bündelten die Kreativen zu Beginn der zweiten Jahreshälfte ihre Kompetenzen aus Konzeption, Design, Architektur, Projektmanagement und Visualisierung. Damit Voda-

fone an die drei eindrucksvollen Auftritte auf dem Festival der digitalen Marketingszene von 2022, 2023 und 2024 anknüpfen kann, hing die Messlatte hoch, um die Marke auch 2025 als herausragender Partner-Host in Hamburg präsentieren zu können. „Gerade bei Pitches um eine Fortführung eines erfolgreichen Formats besteht die Gefahr, sich in der Kreativität nicht genug vom Bekannten und Erprobten freimachen zu können“, so BECC-Geschäftsführerin Katharina Kraus, die das Projekt federführend verantwortet. Dass es der zehnköpfigen Mannschaft um Kraus gelungen ist, den Kunden erneut für sich zu gewinnen, zeigte sich jetzt. Die Münchner Markenspezialisten addierten Know-how und Kreativität aus den verschiedenen Disziplinen und wählten für ihre Präsentation unter anderem einen „Rundflug“ mit Draufsicht auf die Brand Experience Vodafone OMR 2025, der alle an Bord holte und begeisterte.

„Dass wir auf der OMR zum zweiten Mal für einen Kunden starten dürfen, der sich die Branchenexklusivität im Bereich Telekommunikati-

on auf der Veranstaltung gesichert hat, zeigt einmal mehr, dass wir in den Bereichen Brand und Event überzeugen können“, freut sich Kraus. Der German Design Council war ebenfalls überzeugt und zeichnete im September die „Vodafone City“ in der Kategorie „Excellent Architecture Fair and Exhibition“ mit dem German Design Award 2025 aus. Die Jury begründete den Gewinn mit „neuen Maßstäben im Messebau durch die gelungene Verbindung von Funktionalität und Designästhetik“. Die BECC Agency freut sich zum wiederholten Mal über die namhafte Auszeichnung.

Vom Slogan bis zur Aufbereitung der Showcases und vom Keyvisual bis zum nachhaltigen Catering liegt damit auch 2025 die Verantwortung für den Vodafone-Auftritt beim OMR bei BECC. Als Generalunternehmer erstellen die Markenprofis nicht nur ein ganzheitliches Konzept, in dessen Kern die „GO“-Kampagne steht, sondern übernehmen auch den Lead für die Steuerung und Realisierung aller angrenzenden Leistungen.

### MAXIMICE VERÖFFENTLICHT WHITEPAPER „BUILDING LEGACY“

In einer sich rasant wandelnden Welt betont das neue Whitepaper „Building Legacy“ von maximice in Zusammenarbeit mit Düsseldorf Convention und Realizing Progress die Bedeutung von Events, die nicht nur kurzfristige Erlebnisse bieten, sondern auch langfristige Werte schaffen können. Es definiert dafür Strategien und Ansätze, um Nachhaltigkeit und gesellschaftlichen Wandel durch Veranstaltungen zu fördern. Der Fokus liegt auf der „Legacy“ – dem Vermächtnis, das Events hinterlassen, sei es durch wirtschaftliche Stabilität, soziale Kohäsion oder ökologische Innovationen.

„Die Eventbranche trägt eine besondere Verantwortung, indem sie nicht nur temporäre Erlebnisse schafft, sondern auch als Treiber für positive Veränderungen dient“, so Markus Luethge, Gründer von maximice. „Building Legacy“ zeigt eindrucksvoll, wie Veranstaltungen zu Katalysatoren für Fortschritt und Nachhaltigkeit werden können.

Das Whitepaper ist ein Ergebnis intensiver Diskussionen und kreativer Beiträge führender Branchenexperten im Rahmen des maximice Think Tank Extended 2024. Neben theoretischen Grundlagen enthält es praxisnahe Tools

und Beispiele, die Veranstaltern helfen, konkrete Maßnahmen zu planen und umzusetzen.

„Nachhaltigkeit und gesellschaftlicher Mehrwert werden immer mehr zu entscheidenden Faktoren für die Akzeptanz und den Erfolg von Events“, ergänzt Jens Ihnen, Geschäftsführer von Düsseldorf Tourismus. „Building Legacy“ gibt der Branche eine wertvolle Roadmap an die Hand, um Veranstaltungen zukunftsorientiert zu gestalten und langfristige Vorteile für alle Beteiligten zu schaffen.

Das Whitepaper ist kostenfrei per Download erhältlich.



Rat der Vertreter und Vertreterinnen der Bundeskonferenz Veranstaltungswirtschaft: J. B. Brand, A. Ostermaier, J. Langner, M. Fery, E. Kamrad, B. Kempe, M. P. Heisel, Ch. Eichenberger (v. l., Foto: Sebastian Haenel)

Bundeskonferenz Veranstaltungswirtschaft tagte in Berlin

## Herausforderungen und Lösungen

Bei der vierten Bundeskonferenz Veranstaltungswirtschaft im Drive. Volkswagen Group Forum Berlin diskutierten die Teilnehmenden über die aktuellen Herausforderungen und entwickelten Lösungsansätze für einen widerstandsfähigeren Wirtschaftszweig 2025. Am Ende des Tages verabschiedeten die Teilnehmenden ein Forderungsmemorandum für die kommenden zwölf Monate, um die Veranstaltungswirtschaft resilienter zu gestalten.

In zwei Paneldiskussionen beleuchteten Experten aktuelle Herausforderungen. Unter der Moderation von Rike van Kleef diskutierten Mike P. Heisel (Unternehmer), Sebastian Krauß (Mitglied Bundesgeschäftsgeschäftsleitung BV-MW) und Johannes Voß-Lünemann (Rechtsanwalt Kanzlei Fieldfisher) im ersten Panel über Lehren aus der Pandemie. Dabei wurde deutlich, dass einheitliche Regelungen und ein Krisenmanagement-Konzept für die Branche essenziell sind. Voß-Lünemann informierte zudem über Probleme bei den Schlussabrech-

nungen der Corona-Hilfen und wies auf die Notwendigkeit fristgerechter Einsprüche hin. Nach seiner Einschätzung werden diese Prüfungen noch bis 2030 andauern.

Das zweite Panel, moderiert von Georg Ehrmann, thematisierte branchenspezifische Herausforderungen wie unregelmäßige Arbeitszeiten und die rechtliche Unsicherheit bei der Beschäftigung von Solo-Selbstständigen. Marcel Fery (CEO von TSE), Jörn Freynick (Generalsekretär, Bundesarbeitsgemeinschaft Selbstständigenverbände und Stefan Schmidt (MdB, Sprecher für Tourismuspolitik, Bundestagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen) thematisierten praxisnahe Regelungen, die die Besonderheiten der Branche berücksichtigen.

Das verabschiedete Memorandum formuliert vier zentrale Forderungen: die Stärkung der Resilienz der Branche, bessere Rahmenbedingungen für Wachstum, Entbürokratisierung und Flexibilisierung sowie die Förderung von Nachhaltigkeit als Wettbewerbsvorteil. Kon-

krete Vorschläge umfassen die Einrichtung einer Enquete-Kommission zur Bewertung der Pandemiemaßnahmen und die Bereitstellung finanzieller Mittel für Digitalisierung, Weiterbildung und neue Geschäftsmodelle.

Zudem wurde ein neuer Rat der Vertreter gewählt, der die Interessen der Branche gegenüber der Politik vertreten soll. Er besteht aus Justus Benedikt Brand, Alexander Ostermaier, Jens Langner, Marcel Fery, Ellen Kamrad, Björn Kempe, Mike P. Heisel und Christian Eichenberger.

Abschließend betonten die Teilnehmenden, dass entschlossenes politisches Handeln notwendig sei, um die Wettbewerbsfähigkeit der Veranstaltungswirtschaft langfristig zu sichern. Christian Eichenberger, Mitglied des Rats, fasste zusammen: „Die Veranstaltungsbranche ist nicht nur ein bedeutender Wirtschaftszweig, sondern auch ein wesentlicher Antrieb für gesellschaftlichen Zusammenhalt und Kultur in Deutschland.“

forwardwomen\* live auf der BOE Messe

## Weibliche Perspektiven

Die Veranstaltungsbranche fordert oft Höchstleistungen – sowohl körperlich als auch mental. Doch wie gelingt es, in diesem anspruchsvollen Umfeld gesund und ausgeglichen zu bleiben? Antworten wollen die forwardwomen\* auf ihrer Live Session auf der BOE Messe in Dortmund geben.

Unter dem Titel „Mentale Gesundheit und Zeitmanagement in der Veranstaltungsbranche“ präsentieren Nina Kraft von satis&fy und Alina Schröder von spaces mgt praxisnahe Tipps und Strategien für mehr mentale Stärke und effektive Zeitplanung. „Kleine Verän-

derungen mit großer Wirkung“ verspricht der Impulsvortrag, der sowohl präventive Ansätze als auch konkrete Alltagstipps bieten soll.

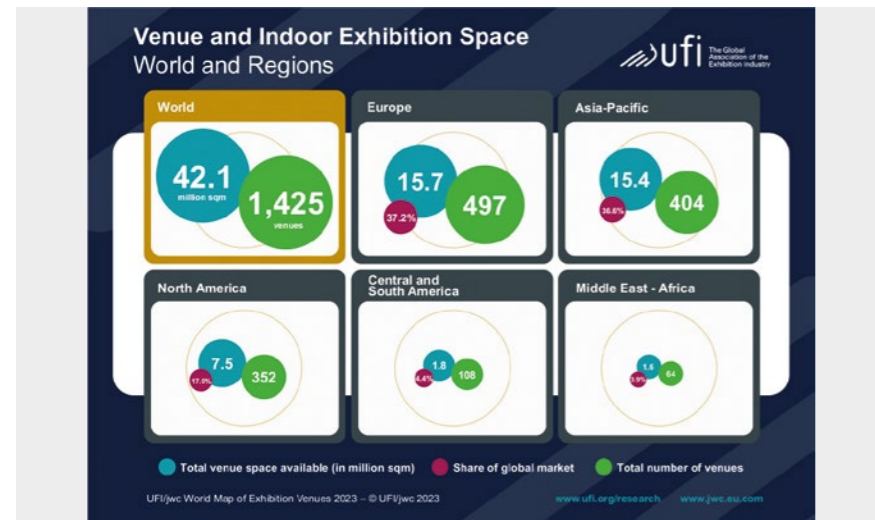
Eröffnet wird die Session von Lisa Meinert, die das Netzwerk forwardwomen\* der fwd: Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft vorstellt. Seit Oktober bietet forwardwomen\* – eine Initiative von fwd: Mitgliedern – eine digitale Eventreihe an, um branchenspezifische Themen aus weiblicher Perspektive zu beleuchten, Wissensaustausch zu fördern und Frauen miteinander zu vernetzen. Auf der BOE können sich interessierte Externe einen Einblick verschaffen.

Lisa Meinert: „forwardwomen\* ist gegründet worden von fwd: Frauen für fwd: Frauen. Wir möchten uns sichtbarer machen, unterstützen und austauschen, uns gegenseitig inspirieren. Zu unserem ersten Live-Treffen auf der BOE, laden wir alle Interessierten herzlich ein!“

Im Anschluss an den Vortrag, der am 15. Januar 2025 um 16.30 Uhr beginnt, laden die forwardwomen\* zu einem lockeren Netzwerktreffen ein. Interessierte – unabhängig vom Geschlecht – sowie weitere Frauennetzwerke sind herzlich willkommen, die Gelegenheit zu einem Austausch zu nutzen.

Highlights im Rückblick

# Das Jahr 2024 im BlachReport



UFI legt World Map of Exhibition Venues vor (Grafik: UFI)

WAS GING IM JAHR 2024? EINE – NATÜRLICH SUBJEKTIVE – AUSWAHL VON BRANCHEN-ENTWICKLUNGEN UND HIGHLIGHT-PROJEKTEN AUS DEN VERGANGENEN ZWÖLF MONATEN BLACHREPORT STELLEN WIR TRADITIONELL ZUM JAHRESENDE VOR. LOS GEHT'S.

////////// JANUAR //////////

### UFI World Map of Exhibition Venues

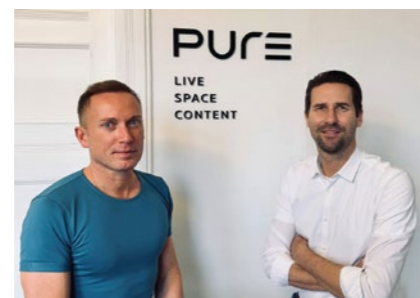
Um der Branche genaue Zahlen zu Eventflächen zu liefern, legt der Weltmesseverband UFI im Januar seinen Bericht zu der „World Map of Exhibition Venues“ vor. Der Bericht listet die größten Veranstaltungsorte für alle 21 Märkte auf, deren Gesamtkapazität mehr als 300.000 Quadratmeter Brutto-Innenausstellungsfläche misst. Regional gesehen beherbergt Europa mit 37,2 Prozent immer noch den größten Anteil der weltweiten Kapazitäten. Mit 36,6 Prozent hat der asiatisch-pazifische Raum fast aufgeholt, da in der gesamten Region neue Flächen hinzukommen. Nordamerika liegt mit 17,9 Prozent auf Platz 3. Auf Länder-/Marktebene verfügt China mittlerweile über 29,3 Prozent der weltweiten Messeflächen. Die USA verfügen derzeit über 14,9 Prozent, während das drittplatzierte Deutschland über 7,5 Prozent verfügt. Zusammen mit Italien und Frankreich machen diese fünf Märkte 62 Prozent der weltweiten Indoor-Ausstellungsfläche aus. Bezogen auf die Größe nimmt die Zahl der „Mega Venues“ weiter zu. Dabei handelt es sich um Veranstaltungsorte mit

mehr als 100.000 qm Ausstellungsfläche. Die Weltkarte verzeichnet mittlerweile 81 solcher Veranstaltungsorte auf der ganzen Welt, was sechs Prozent des Gesamtmarktes ausmacht. 40 dieser Locations gibt es in ganz Europa und 35 gibt es im asiatisch-pazifischen Raum.

////////// FEBRUAR //////////

### 15 Jahre Pure Perfection

Im Februar konnte Pure Perfection ihr kleines Jubiläum feiern: Seit 15 Jahren ist die Eventagentur Teil der Livekommunikationsbranche – mittlerweile mit mehr als 80 Mitarbeitenden in den Bereichen Pure Live, Pure Space und Pure Content an den drei Standorten Wiesbaden, Düsseldorf und Berlin. „Angefangen hat alles mit einem Projekt von der Presseabteilung von



Jan Rogozinski und Kim Meisinger (v. l., Foto: Pure Perfection)

Audi“, so Jan Rogozinski von Pure Perfection. Es sollte in einer Fahrt von A nach B die Effizienz der damaligen Audi Modelle auf einer Pressefahrveranstaltung gezeigt werden. Die

Agentur konzipierte eine Tour vom kleinen Fischerörtchen Å auf den norwegischen Lofoten in das Örtchen Bee am Lago Maggiore. Gerade die inhaltliche Verknüpfung mit den geographischen Gegebenheiten machte den Reiz aus und ist heute noch immer der Anspruch bei allen Eventformaten.

Nach der Gründung in Wiesbaden und der Arbeit für diverse Presseprojekte erfolgte 2010 die Gründung von Pure Perfection PR in Berlin. 2018 eröffnete die Agentur einen weiteren Standort in Düsseldorf. Am Gutenbergplatz in Wiesbaden befindet sich der Hauptsitz der Agentur auf mittlerweile drei Etagen.

////////// MÄRZ //////////

### Women in Events D.A.CH. wird gemeinnütziger Verein

Sieben Jahre nach Gründung des Netzwerks Women in Events D.A.CH. ist die Community für weibliche Event-Professionals in Deutschland, Österreich und der Schweiz im März einen



Katharina Path, Remi Prinner und Caroline Lange (v. l., Foto: Women in Events)

weiteren Schritt nach vorn gegangen – mit der Gründung eines gemeinnützigen Vereins sollent zeitgemäße Themen in der Eventbranche noch stärker angestoßen und platziert werden.

Women in Events D.A.CH. e.V. setzt sich in erster Linie dafür ein, Frauen in der Veranstaltungswirtschaft sichtbarer zu machen – auf Bühnen, in Gremien, in Führungspositionen. Was 2017 mit einem Post der Gründerin Kerstin Hoffmann-Wagner in einer Facebook-Gruppe startete, hat sich bis ins Jahr 2024 mit fast 3.200 aktiven Community-Mitgliedern auf LinkedIn zu einer branchenübergreifenden Plattform entwickelt. Diese richtet sich an Frauen aus allen Bereichen der Veranstaltungswirtschaft.

Der dreiköpfige Vorstand von Women in Events D.A.CH. besteht aus Katharina Path, Remi Prinner und Caroline Lange. Verstärkt wird

der Vorstand von einem Board-Team mit Anja Halama, Silvia Wigard-Eibl, Cora-Kim Stute, Daniela Wintzer, Sandra Helmstädter, Amelie Grohmann-Breisach, Stephenie Lintl-Mc Lean und Darleen Frieg. Gemeinsam mit dem Board-Team will der Vorstand durch gezielte Netzwerkarbeit und in Zusammenarbeit mit Partnern der Veranstaltungswirtschaft spezielle Projekte mit Schwerpunkt auf den Themen Diversität und Sichtbarkeit netzwerkübergreifend initiieren und fördern, Fakten schaffen und Sichtbarkeit erzeugen.

////////// APRIL //////////

### Event Inc MICE-Report

Im April hat die Event Inc Group ihren MICE-Report 2024 vorgestellt. Demnach entwickelte sich die Buchungslage trotz der schwierigen



MICE-Report 2024 (Foto: Event Inc)

Bedingungen positiv. Über 90 Prozent der Unternehmen haben für 2024 mehr oder gleich viele Events im Vergleich zum Vorjahr geplant. Für den Report hatte das Hamburger Tech-Unternehmen über 320 Event-Experten auf Unternehmensseite sowie Eventlocation- und Hotelpartner befragt.

Obwohl sich die Kosten für Veranstaltungen 2024 durch die Mehrwertsteuererhöhung in der Gastronomie weiter erhöht haben und Budgets auf Unternehmensseite eher reduziert wurden, bekannten sich Unternehmen zur Relevanz von Events. So sind Events zu einem wichtigen Part des Employer Branding geworden, um Mitarbeitende an das Unternehmen zu binden und zu motivieren. Für Weihnachtsfeiern etwa gaben Unternehmen in 2023 durchschnittlich 129 Euro pro Person aus. Dies entspricht einer Preissteigerung von 54 Prozent zu 2019. Beim Tagungsgeschäft sieht die Kostentwicklung ähnlich aus. Innerhalb eines Jahres stiegen die Kosten pro Person und Tagungstag von 154 Euro (2022) auf 174 Euro (2023) – die Kosten inkludieren die Tagungspauschale, Übernachtungen, Raummieten sowie Catering.

42 Prozent der befragten Unternehmen tagten 2023 klassisch in einem Tagungshotel.

29 Prozent gaben an, dass sie Tagungen in einer Eventlocation veranstalteten. Hier setzt sich der Trend der Eventisierung durch, der bereits aus dem B2C-Bereich bekannt ist. Unternehmen wollen mit ihren Veranstaltungen Erlebnisse schaffen, die den Teilnehmenden lange in positiver Erinnerung bleiben. Bei über 80 Prozent der befragten Unternehmen spielte die nachhaltige Ausrichtung von Events bereits eine wichtige Rolle oder wurde zunehmend wichtiger. Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen gab an, Mehrkosten für die nachhaltige Ausrichtung eines Events auf sich zu nehmen.

////////// MAI //////////

### Kultursponsoring in Krisenzeiten

Eine Studie von Causales untersuchte im Mai die Auswirkungen von Krisen auf die Kultursponsoringaktivitäten von Kulturanbietern und Wirtschaftsunternehmen in der DACH-Region. Dabei konnten Daten von 565 Kulturanbietern und 169 Unternehmen zu vergleichbaren Fragestellungen, wie Motivation, Erwartungen, Zielen und Strategien sowie die Auswirkungen gesellschaftlicher Mega-Trends und Krisen auf das Kultursponsoring in der Studie verglichen und daraus Zukunftstrends abgelesen werden.

Die Ergebnisse der Studie zeigten, dass gesellschaftliche Mega-Trends und Krisen wie etwa der Klimawandel und die daraus resultierende gesellschaftliche Transformation zu mehr Nachhaltigkeit, die anhaltenden Auswirkungen der Corona-Pandemie, der Energiewende, Kosten und Preissteigerungen, der Fachkräftemangel, sowie der Ukraine-Krieg und der anhaltende Konflikt im Nahen Osten bereits erhebliche Auswirkungen auf

das Kultursponsoring hatten und haben werden. So haben bereits rund 20 Prozent der befragten Unternehmen ihre Verträge mit Kulturanbietern nicht verlängert oder auslaufen lassen. Kürzungen des Sponsoringbudgets aufgrund von allgemeinen Kosten- und Preissteigerungen waren die dafür meistgenannten Gründe.

Die befragten Unternehmen gingen von einer durchschnittlichen Abnahme ihrer Ausgaben im Kultursponsoring von 25,3 Prozent in den Jahren 2024 bis 2028 zum Vergleichszeitraum 2019 bis 2023 aus. Die befragten Kulturanbieter erwarteten hingegen eine moderate Erhöhung ihrer durchschnittlichen Sponsoringeinnahmen von zwölf Prozent. Die Umfrage ergab aber auch, dass die befragten Unternehmen davon ausgehen, dass die Bedeutung des Kultursponsorings für Unternehmen weitestgehend gleich bleiben wird, während eine überwiegende Anzahl der Kulturanbieter eine Zunahme der Bedeutung des Kultursponsorings für die Kultur erwartet.

////////// JUNI //////////

### Atelier Markgraph inszeniert EM-Start in Frankfurt

Atelier Markgraph realisierte im Juni für Tourismus+Congress Frankfurt am Main (TCF) die Inszenierung der abendlichen Auftaktveranstaltung zur Fußball-Europameisterschaft. Die Frankfurter Agentur setzte auf eine stimmungsvolle Licht- und Musikinszenierung mit namhaften Musikern aus der Region.

Am 14. Juni startete in der Host-City Frankfurt ein vierwöchiges Fußballfest, für das eine Fan Zone am Main eingerichtet wurde. Zwei Tage vor dem Eröffnungsspiel erfolgte der in-



Studien-Visual (Foto: Causales)



Inszenierung des EM-Starts in Frankfurt (Foto: Atelier Markgraph)

offizielle Anpfiff mit einer abendlichen Auftaktveranstaltung an der Weseler Werft, mit deren Inszenierung Atelier Markgraph beauftragt wurde. Der gewählte Ort, eine Brücke, sollte symbolträchtig sein. Ausgewählt wurde die Flößerbrücke, die für die Dauer des Turniers in ein überdimensionales gestreiftes Trikot gehüllt wurde. Die grafischen Streifen wurden für die Abendveranstaltung durch Scheinwerfer in den Abendhimmel verlängert und reagierten wie ein gigantischer Visualizer auf die für den Event arrangierte Musik-Komposition. Realisierung der Lichtinszenierung und Showtechnik lag bei bright!.

//////////////////// JULI //////////////////////

**kpm3 bringt Jägermeister Gigant auf Festivals**

Im Juli 2024 lief die Festival-Saison auf Hochtour und brachte zahlreiche Erlebnisse für Musik- und Marken-Fans. Mit dabei war auch wieder der legendäre „Gigant“ von Jägermeister.



Jägermeister Gigant (Foto: kpm3)

ter, der in diesem Jahr beim Parookaville und beim San Hejmo Festival am Start war. Beide Festivals finden auf dem ehemaligen Flughafen-Gelände in Weeze/Nordrhein-Westfalen statt.

kpm3 hat neben der Lagerlogistik auch den Auf- und Abbau sowie den technischen Betrieb des Giganten für Mast Jägermeister übernommen. Dafür wurde die gigantische Jägermeister-Flasche innerhalb weniger Tage aus ihrem Lager hervorgeholt und von kpm3 mit Unter-

stützung von Partnern auf dem Festivalgelände aufgebaut. Die monumentale Struktur bietet auf drei Ebenen ein vielfältiges Erlebnis. Bars laden zum Verweilen und Genießen ein, während Promotion-Flächen Platz für Aktivitäten bieten. Eine integrierte Bühne sorgt für coole Beats und heiße Performances, ein eigener Club im Inneren der Flasche schafft die gewünschte Erlebnis-Atmosphäre. Nach den intensiven Tagen auf den Festivals verschwindet der Gigant dann wieder in seiner „Kiste“, um sorgfältig verstaut auf seinen nächsten Einsatz zu warten.

//////////////////// AUGUST //////////////////////

**Messebranche startet ins zweite Halbjahr**

Nach der Sommerpause beginnt an den rund 70 Messeplätzen in Deutschland im August wieder das Geschäftsleben. Den Auftakt machte der weltweit größte Event für Computer- und Videospiele Gamescom in Köln vom 21. bis 25. August. Unter den 130 Messen in der zweiten Jahreshälfte waren die Internationale Messe für Metallbearbeitung AMB in Stuttgart, die Internationale Fachmesse für Kunststoffverarbeitung Fakuma in Friedrichshafen sowie die Leitmesse für professionelle Tierhaltung EuroTier in Hannover. Nach über 20 Jahren tagt im November außerdem der Weltkongress der Messegewirtschaft wieder in Deutschland.

Laut AUMA-Berechnungen war das erste Halbjahr 2024 außerordentlich erfolgreich für Messen in Deutschland: Verglichen mit dem Vorjahreszeitraum zogen die 188 Messen zwischen Januar und Juni bereits 120.000 ausstellende Unternehmen (plus sieben Prozent) und 6,7 Millionen Besucher (plus ein Prozent)

an. Die Ausstellungsfläche auf den Messegebieten vergrößerte sich um sieben Prozent auf 4,2 Millionen Quadratmeter. AUMA-Chef Philip Harting kommentierte: „Drei Dinge fallen zum Messehalbjahr auf: Die Leitmessen in Deutschland ziehen die Welt an wie nie. Selten war die Internationalität unserer Aussteller und Besucher höher. Wir sehen dieser Tage mit Freude, dass immer mehr Entscheiderinnen und Entscheider Messen besuchen.“

//////////////////// SEPTEMBER //////////////////////

**B2B-Marketing-Budgets bleiben stabil**

Der Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik) hat im September seine „B2B-Marketing-Budget-Studie 2024“ veröffentlicht. Das durchschnittliche Marketing-Budget sowie die Anzahl der Mitarbeitenden im Marke-



B2B-Marketing-Budget-Studie 2024 (Grafik: bvik)

tingbereich haben sich laut bvik bei den befragten Unternehmen im Vergleich zu 2023 kaum verändert. Messen und Kundenevents blieben der zentrale Budgetposten, gefolgt von Investitionen in Paid Media – bezahlten Werbeschaltungen.



AUMA-Vorsitzender Philip Harting (Foto: Christian Kruppa)



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

Trotz der bestehenden Unsicherheiten erwarteten die meisten der befragten Unternehmen eine Budget-Erhöhung oder zumindest eine Beibehaltung der aktuellen Budgets für die nächsten drei Jahre. Neben der unbestrittenen Top-Position von Messen und Kundenevents im Präsenz-Format, zeigte die Studie im Bereich der bezahlten Werbeschaltungen einen klaren Trend zu digitalen Kanälen. Über die Hälfte des Werbeanzeigen-Budgets fließt in Suchmaschinenwerbung und „Paid Social“, also Anzeigen in sozialen Netzwerken wie beispielsweise LinkedIn. Aber auch Printanzeigen stehen mit 27 Prozent Budgetanteil nach wie vor im Werbeplan.

//////////////////// OKTOBER //////////////////////

**Neues Bachelorstudium für Eventmanagement**

Gemeinsam mit der Hochschule Fresenius stellte D.Live im Oktober mit D.College einen neuen Bachelorstudiengang im Bereich Live Entertainment and Event Management vor. Für den auf die Veranstaltungsbranche zugeschnittenen Studiengang etablierte D.Live die Unit D.College, an der die akademischen Aktivitäten gebündelt und koordiniert werden. Das 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. Dabei soll der Fokus auf praxisnahem Lernen und branchenspezifischen Inhalten liegen. Der Studiengang kombiniert ein Online-Lernmodell mit Praxiswochen in Düsseldorf.

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.

//////////////////// NOVEMBER //////////////////////

**Bundeskongress Veranstaltungswirtschaft**

Am 27. November 2024 fand die nun schon 4. Bundeskongress Veranstaltungswirtschaft in Berlin statt. Akteure des Sektors kamen in der Location Drive. Volkswagen Group Forum zusammen, um drängende Fragestellungen zu erörtern und gemeinsame Positionen zu erarbeiten. Die Inhalte der Konferenz bestimmen die Interessenvertretungsarbeit im folgenden Jahr.

In Vorträgen und Debatten will die Konferenz alljährlich die zentralen Anliegen und Nöte der Branche dingfest machen. Ein digitaler Redebeitrag kam vom Parlamentarischen Staatssekretär beim Bundesminister für Wirt-



Rat der Vertreter und Vertreterinnen der Bundeskongress Veranstaltungswirtschaft: J. B. Brand, A. Ostermaier, J. Langner, M. Fery, E. Kamrad, B. Kempe, M. P. Heisel, Ch. Eichenberger (v. l., Foto: Sebastian Haenel)

schaft und Klimaschutz Michael Kellner. Zwei Hauptvorträge lagen den Fokus auf ökonomische Lehren aus der Postpandemieära und auf Voraussetzungen für eine deutlich resilientere Eventwirtschaft. Auch der Rat der Vertreter

wurde auf der Tagung neugewählt. Diese setzen sich ab dann für ein Jahr für die Interessen der Veranstaltungswirtschaft gegenüber der Bundespolitik ein.

//////////////////// DEZEMBER //////////////////////

**20 Jahre Vok Dams China**

Im Dezember 2024 jährte sich die Eröffnung des Vok Dams-Büros im chinesischen Beijing schon zum 20. Mal. Heute zählt das China-Team rund 60 Mitarbeitende an mehreren Standorten, darunter Beijing und Shanghai. Vok Dams China gilt zudem 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



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

einen dynamischen Markt zu schaffen,“ erklärt Colja M. Dams, CEO von Vok Dams. 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 zahlreiche 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.



Nico Ubenauf und Michael Tschakert  
(v.l., Foto: Live Matters)

Event Technology Award für knw. by Live Matters

## Auszeichnung

Live Matters konnte in diesem Jahr bei den Event Technology Awards 2024 punkten und wurde für ihre KI-gestützte Plattform knw. in der Kategorie „Best Use of Technology for Event Analytics/Data Collection“ ausgezeichnet. Die Preisverleihung fand nach dem ersten Tag der Event Tech Live (ETL) im ExCel London statt.

Die Auszeichnung wurde von Nico Ubenauf, Managing Partner, und Michael Tschakert, Global Director Strategy & Business Development, entgegengenommen. „Diese Auszeichnung bestätigt unsere Mission, Events durch innovative Technologien wie knw. messbarer und ereignisreicher zu machen“, so Ubenauf.

Die Plattform knw. ist ein KI-gestütztes Analyse-Tool, das Veranstaltern datenschutzkonforme Einblicke in Teilnehmerverhalten und Engagement bietet. Zu den Kernfunktionen zählen: • Sentiment- und Engagement-Analyse: KI misst in Echtzeit die Reaktionen und Emotionen der Teilnehmer, zum Beispiel auf Vorträge oder Produktpräsentationen. • Individuell anpassbare KPIs: Nutzer können individuelle Kennzahlen für ihre Veranstaltungen definieren. • Holistische Einblicke: Ein Dashboard bietet umfassende Daten von Besucherzahlen bis hin zu Verweildauer und Aufmerksamkeitsspannen.

„Mit knw. können Veranstalter nicht nur den Erfolg ihrer Events analysieren, sondern

auch zukünftige Planungen gezielt optimieren“, erklärt Tschakert. Besonders hervorgehoben wurde die Anwendung der Plattform bei der FinTech-Messe Money20/20 Europe, wo knw. unter anderem die besten Vortragenden und Produkte anhand von Engagement-Daten identifizierte.

Die Event Technology Awards würdigen jährlich herausragende Innovationen in der Event-Branche. Die Kategorie „Best Use of Technology for Event Analytics/Data Collection“ zeichnet Technologien aus, die durch datengestützte Ansätze wertvolle Erkenntnisse für Veranstaltungsplanung und -durchführung liefern.

ISO 20121-Zertifizierung von IFES und fwd: geht weiter

## Nachhaltiges Management in der Veranstaltungsbranche

Das partizipative Konzept der fwd: Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft und dem IFES-Verband zur Einführung der Nachhaltigkeitsnorm ISO 20121 hat sich als Erfolg erwiesen und geht in eine neue Runde ab Februar 2025.

In den aktuell laufenden Konvoi-Lösungen arbeiteten 16 Mitgliedsunternehmen aus den fwd: Communities Agency, Exhibition und Catering erfolgreich zusammen und profitierten vom intensiven Austausch im Rahmen der eigenen Implementierung. Die ISO20121 erweist sich für viele Mitglieder als die relevante Zertifizierung für ein systematisches Nachhaltigkeitsmanagement. Insgesamt sind mit den Verbänden bereits 35 Mitgliedsunternehmen auf dem Weg zur Zertifizierung.

Stephanie Forstner, Nachhaltigkeitsbeauftragte bei lempie Eventcatering, beschreibt ihre Erfahrungen: „Ich finde es toll, dass die beiden Branchenverbände fwd: und IFES diesen Konvoi anbieten und den komplexen Prozess eng begleiten. Wir bei lempie haben zum Beispiel den erlernten PDCA-Zyklus, also den Plan-Do-Check-Act-Zyklus, direkt in unseren kontinuierlichen Verbesserungsprozess integriert. Das macht die Weiterentwicklung unserer Dienstleistungen und die Ursachenanalyse von Fehlern sehr viel übersichtlicher und einfacher zu handhaben.“

Eine aktuelle Befragung unter den Mitgliedern des fwd: zeigt, wie wichtig das Thema Zertifizierungen für den Wirtschaftszweig ist. Rund 60 Prozent der Befragten bewerten den

Gesamtnutzen von Zertifizierungen als „eher hoch“ bis „sehr hoch“. Besonders die Zertifizierungen ISO 14001 für Umweltmanagement und ISO 20121 für nachhaltiges Eventmanagement werden als die zukünftig bedeutendsten Standards angesehen. 45 von 69 Befragten planen, die ISO 20121 innerhalb der kommenden zwei Jahre in ihren Unternehmen einzuführen.

Aufgrund der hohen Nachfrage und der positiven Erfahrungen startet der fünfte Konvoi zur ISO 20121-Zertifizierung im Februar 2025. Zwölf Unternehmen haben die Möglichkeit, sich für einen Platz anzumelden. Mit der ISO 20121-Zertifizierung setzt die Veranstaltungsbranche ein Zeichen für nachhaltiges und systematisches Management und positioniert sich damit zukunftssicher.



Stefan Trieb (Foto: mac. brand spaces)

Gerald Klaushofer bleibt Standout-Geschäftsführer

## mac übernimmt Standout in Österreich

mac.brand spaces hat Standout in Salzburg zu 100 Prozent von RX Salzburg übernommen. Standout ist mit 140 Beschäftigten und einem Umsatz von rund 30 Millionen Euro ein führender Anbieter in der Livekommunikation in Österreich an den Messe- und Konferenzstandorten Salzburg und Wien. Als Dienstleister für Messen, Kongresse, Events und Werbetechnik unterstützt Standout Veranstalter, Aussteller und Marketer von der Konzeption bis zur Realisierung über alle Leistungsstufen hinweg.

„Mit der Integration der Standout GmbH vergrößern wir unsere Reichweite und unser Serviceportfolio im europäischen Messe- und Veranstaltergeschäft“, sagt mac-CEO Stefan Trieb. „Die gebündelten Fertigungskompetenzen unserer zusammen mehr als 400 Spezialisten heben unsere internationale Marktposition, Leistungsfähigkeit und Effektivität auf eine neue Stufe.“

mac mit Sitz in Langenlonsheim bei Frankfurt am Main ist bereits seit mehr als 20 Jahren mit einer eigenen Vertriebsniederlassung in Wien

im österreichischen Markt aktiv und betreut ebenfalls erste Adressen der österreichischen Industrie weltweit bei Messeaktivitäten. „Als Teil von mac sind wir noch besser in der Lage, für unsere Kunden erfolgreich tätig zu werden“, sagt Standout-Geschäftsführer Gerald Klaushofer, der nach der Übernahme in dieser Funktion bleibt. Die starke Position von mac waren für RX Global nach dem Rückzug aus dem österreichischen Markt maßgeblich für die Übergabe von Standout an mac.

Brand Intelligence

## Mutabor stellt neue Positionierung vor

Mutabor präsentiert mit „Brand Intelligence“ eine neue Agentur-Positionierung, die menschliche und künstliche Intelligenz verbinden soll. Ziel dabei ist es, Marken intelligenter und zukunftsfähiger zu gestalten. Diese Neuausrichtung zeigt sich sowohl in einem überarbeiteten Corporate Design als auch in einer Weiterentwicklung des Leistungsportfolios. Den Begriff „Brand Intelligence“ hat Mutabor beim Deutschen Patent- und Markenamt schützen lassen.

Die Anforderungen an Marketingabteilungen und Agenturen haben sich laut Aussage eines Sprechers von Mutabor „in den letzten Jahren stark verändert“. Zunehmende Touchpoints, sich wandelndes Konsumentenverhalten und die digitale Disruption stellen alle Akteure vor große Herausforderungen. Mutabor will diesen Entwicklungen mit einer

Neupositionierung begegnen, die auf den Ergebnissen einer Markterhebung basiert. Kunden äußerten dabei insbesondere den Wunsch nach mehr Beratungskompetenz, insbesondere im strategischen und operativen Einsatz neuer Technologien. Ebenso wird ein Fokus auf Designlösungen gelegt, die nicht nur effizient und messbar, sondern auch innovativ und wachstumsfördernd sein sollen.

Der Ansatz „Brand Intelligence“ rückt die Kunden und ihre zukünftigen Anforderungen in den Mittelpunkt. Die Neuausrichtung verbindet Strategie, Kreation und technologische Innovation zu einem integrierten Beratungs- und Umsetzungsansatz. Mutabor sieht dabei insbesondere die intelligente Nutzung moderner Technologien als zentralen Erfolgsfaktor. Mit Mutabor.AI, einem Tool zur Generierung markenkongformer Bilder, hat sich die Agentur be-

reits international einen Namen gemacht und zahlreiche Auszeichnungen erhalten.

Mit der im Juli 2024 eröffneten Dependance in Los Angeles trägt Mutabor dieser Entwicklung auch auf globaler Ebene Rechnung. Die Niederlassung wird von Andreas Freitag geleitet, der als strategischer Berater das Angebot für Kunden mit US-Bezug weiterentwickelt. Dabei übernimmt die Verbindung aus deutscher Design- und Strategiekompetenz und innovativen Tech-Tools eine zentrale Rolle.

Auch optisch spiegelt sich die Transformation der Agentur wider. Das neue Corporate Design zeigt sich in einem dynamischen Logo, das den kreativen Prozess aus Strategie, Design und Technologie symbolisiert. Es steht für die grundlegenden Säulen von Mutabor und unterstreicht den Fokus auf Transformation und Innovation.



Messegelände in Frankfurt (Foto: Messe Frankfurt)

Messe Frankfurt steigert Umsatz auf 780 Millionen Euro

## Erwartungen an weiteres Wachstum

Die Messe Frankfurt erreicht im Geschäftsjahr 2024 einen Konzernumsatz von 780 Millionen Euro, ein Plus von 28 Prozent gegenüber 2023. „Das ist der höchste Umsatz, den eine deutsche Messegesellschaft je erzielt hat“, betonte Wolfgang Marzin, Vorsitzender der Geschäftsführung. „Das Jahr 2024 markiert einen neuen Meilenstein, mit starkem Wachstum im In- und Ausland.“ Rund 442 Millionen Euro des Umsatzes wurden in Deutschland generiert, maßgeblich durch erfolgreiche Leitmessen und ein starkes Eigenveranstaltungsprogramm. International erwirtschaftete die Messe Frankfurt etwa 43 Prozent des Konzernumsatzes und unterstreicht damit die Bedeutung ihrer globalen Wachstumsstrategie.

Das vorläufige Konzernergebnis wird auf über 50 Millionen Euro steigen (2023: 18,5

Mio. Euro). „Mit diesen Mitteln können wir unsere Pandemie-Darlehen schneller tilgen und wichtige Investitionen in Digitalisierung, Nachhaltigkeit sowie die Modernisierung unserer Prozesse tätigen“, so Marzin. Für 2025 wird ein Umsatz von 800 Millionen Euro angestrebt.

Bis Jahresende finden weltweit mehr als 330 Veranstaltungen mit über 98.000 Unternehmen und rund 4,4 Millionen Besuchern unter dem Dach der Messe Frankfurt statt. Laut Geschäftsführer Detlef Braun spiegeln die hohe Internationalität und Zufriedenheit der Teilnehmer die Stärke der Marken wider. Fast 83 Prozent der Aussteller und 57 Prozent der Besucher in Frankfurt kommen aus dem Ausland. Die strategische Ausrichtung umfasst den Ausbau des Kerngeschäfts sowie Investi-

tionen in Digitalisierung und Nachhaltigkeit. Neue Projekte werden in Zentralasien und der ASEAN-Region gestartet, während in den USA das Portfolio in Bereichen wie Textil und Logistik erweitert wird. Auch das Gastveranstaltungs-geschäft mit über 200 Events in Frankfurt ist wieder auf Vor-Pandemie-Niveau.

Nachhaltigkeit bleibt ein zentrales Thema. Das Unternehmen hat 2024 seinen zweiten EMAS-Umweltbericht veröffentlicht und erstmals ein CO<sub>2</sub>-Emissionstracking eingeführt. Diese Maßnahmen bereiten auf die neue EU-Richtlinie zur Nachhaltigkeitsberichterstattung vor. Zudem wird die Partnerschaft mit dem Logistikunternehmen DSV ausgebaut, um eine nachhaltigere Messelogsitik zu gewährleisten.

### FACTS AND FICTION VERTEIDIGT RAHMENVERTRAG MIT BUNDESUMWELTMINISTERIUM

facts and fiction verteidigt den Etat für das Veranstaltungs- und Konferenzmanagement vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz und sichert sich den Rahmenvertrag für weitere zwei Jahre mit Option auf Verlängerung. Zum Aufgabenfeld gehören die Konzeption, Planung und Umsetzung von unterschiedlichsten Veranstaltungsformaten des BMUV. Den Lead für die Zusammenarbeit mit dem BMUV hat Julia Kullmann, Mitglied der Geschäftsleitung bei facts and fiction.

Das Bundesumweltministerium führt eine Vielzahl von Veranstaltungen im Jahr durch, die live, hybrid oder digital umgesetzt werden. Sie

bilden nicht nur die Schwerpunktthemen des BMUV ab, sondern es werden auch Dialogformate entwickelt, die einen konstruktiven Austausch über die nachhaltige Transformation der Gesellschaft ermöglichen.

In den letzten sechs Jahren realisierte facts and fiction zusammen mit dem BMUV zahlreiche Fachveranstaltungen wie Symposien, Tagungen und Kongresse, bürgernahe Formate wie den Tag der offenen Tür oder das Demokratiefest sowie Messebeteiligungen. Zu den Highlights der vergangenen Jahre gehören die Grüne Woche, der Tag der offenen Tür der Bundesregierung im BMUV und am Potsdamer Platz, die Klimakonferenz „Conference of Par-

ties“ (COP), das Demokratiefest, der Agrarkongress, der Petersberger Klimadialog und das Treffen der G7 Klimaschutz-, Energie- und Umweltminister\*innen in Berlin. Die ersten Veranstaltungen, die im Rahmen der fortgesetzten Zusammenarbeit 2025 realisiert werden, sind die Grüne Woche, der Agrarkongress und die erste Nationale Meereskonferenz.

Das BMUV ist eines von insgesamt drei Bundesministerien, die facts and fiction aktuell betreut. Neben dem Umweltministerium gehören auch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) und das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) zum Kreis der Auftraggeber.



Ausgezeichnet: „Pattex – Die Upcycling Bude“ (Foto: Oval)

Oval bekam drei Auszeichnungen bei den Bea World Awards

## Zweimal Gold und einmal Bronze

Bei der 19. Verleihung der jährlichen Bea World Awards in Rom wurde die Agentur Oval gleich dreimal ausgezeichnet. Die europäische Kreativagentur für Brand Experiences nahm mit ihren Kampagnen für Pattex und die Feuerwehr Brüssel zweimal Gold und einmal Bronze mit nach Hause.

Die Bea World finden im Rahmen von Bea World – The International Festival of Events

and Live Communication statt. Aus einer Rekordteilnahme mit 466 Einreichungen von 110 Agenturen aus 35 Ländern zeichnete die internationale Jury zwei Oval Cases aus: „Pattex – Die Upcycling Bude“ bekam Gold in der Kategorie „Best Roadshow“, während das Projekt „Feuerwehr Brüssel – An Emergency Call for Respect“ den Sonderpreis der Jury und Gold in der Kategorie „Social Impact“ sowie

Bronze in der Kategorie „Unexpected Use of Space“ bekam.

„Mit einer bronzenen und zwei goldenen Auszeichnungen hat Oval bei den Bea World Awards einen starken Eindruck hinterlassen. Das bestätigt unsere Position als eine der führenden Kreativagenturen und zeigte das, was wir sind: kreativ, nachhaltig und empathisch“, so Adone Kheirallah von Oval Germany.

### ctc events realisierte Jubiläumsveranstaltungen für Wiesbadener Wohnbaugesellschaft GWW-Jubiläum

Zum 75-jährigen Jubiläum der GWW in Wiesbaden realisierte ctc events zwei besondere Veranstaltungen. Das Jubiläumsjahr startete mit einer Auftaktveranstaltung vor der Hauptverwaltung, an der rund 200 Mitarbeitende teilnahmen. Geschäftsführer Thomas Keller eröffnete die Veranstaltung mit einer chronologisch aufgebauten Ansprache, die die Geschichte der GWW in Form eines Comics lebendig werden ließ. Die Zeichnungen dazu fertigte ein regional ansässiger Künstler im Auftrag von ctc events an.

Unter Begleitung einer Marching Band und Trommelwirbeln wurden Fahnen mit dem Jubiläumsslogo vor dem Unternehmenssitz gehisst. Die öffentlich inszenierte Feier stieß auch in den sozialen Medien auf positive Resonanz – „ein starkes Zeichen“, lautete das Feedback.

Der Höhepunkt des Jubiläumsjahres folgte im Herbst 2024 mit einer Feier im Schloss Biebrich. Rund 400 Gäste, darunter Mitarbeitende, Geschäftspartner der GWW und Vertreter der Stadt Wiesbaden, genossen in den repräsentativen Räumlichkeiten und der weitläufigen Parkanlage ein vielseitiges Programm aus Musik, Show und interaktiven Aktionen. Für kulinarische Highlights sorgte die Wisag, die an verschiedenen Food-Ständen eine kulinarische Zeitreise bot: von 50er-Jahre-Klassikern wie Wackelpudding bis hin zu einer Insektenverkostung als Blick in die Zukunft.

Ein besonderes Highlight bildete die Inszenierung der Dekoration und des Bühnenprogramms als Zeitreise durch die Jahrzehnte. Kammermusik, Swing der 50er-Jahre und Tanzmusik aus unterschiedlichen Epochen boten

emotionale Anknüpfungspunkte für das Publikum. Durch den Abend führten die Radiomoderatoren Daniel Franzen und Leni Eckstein.

Die Comic-Zeichnungen zur GWW-Geschichte wurden während des Events für den guten Zweck versteigert. Der Erlös fließt in das DesWos-Projekt „El Salvador“. Die GWW unterstützt damit eine gemeinnützige Organisation, die Menschen weltweit ein Zuhause bietet und in der Provinz Las Cabañas ein genossenschaftlich organisiertes Projekt für klimageschädigte Gemeinden im ländlichen Raum fördert, die besonders unter den Folgen des Klimawandels leiden.

Mit einem Bestand von über 13.500 Wohnungen ist die Wiesbadener Wohnbaugesellschaft GWW der führende Wohnungsanbieter in Wiesbaden.



Patric Weiler (Foto: privat)



Florian Lapiz (Foto: privat)

KI-Analyse und -Integration mit Patric Weiler und Florian Lapiz

## Strategie-Workshop

Der deutsche Mittelstand steht vor der Herausforderung, Künstliche Intelligenz (KI) effektiv in Unternehmensprozesse zu integrieren. Oft fehlen jedoch klare Strategien und Strukturen. Um diesem Bedarf gerecht zu werden, bieten die KI- und Digitalisierungs-Experten Patric Weiler, der für den BlachReport die aktuellen Entwicklungen kürzlich zusammenfasste, und Florian Lapiz eine KI-Readiness-Analyse in fünf Schritten an, die innerhalb einer Woche eine fundierte Basis für eine individuelle KI-Strategie schaffen soll.

Die KI-Readiness-Analyse folgt einem strukturierten Prozess:

1. Kick-off-Analysegespräch: Per Videokonferenz werden aktuelle Herausforderungen und Ziele des Unternehmens erfasst.
2. Vorbereitende KI-Analyse: Erste Auswertung der Unternehmensdaten und -prozesse.
3. Workshop mit relevanten Mitarbeitern: Identifikation von Potenzialen und Herausforderungen der KI-Implementierung.
4. Auswertung der Workshop-Ergebnisse: Erstellung einer detaillierten Analyse.
5. Abschließendes Strategiegelgespräch: Präsentation konkreter Empfehlungen und einer maßgeschneiderten Roadmap.

Innerhalb einer Woche erhalten Unternehmen Klarheit über ihren aktuellen KI-Stand und konkrete Handlungsempfehlungen für die nächsten Schritte. Die Analyse basiert auf dem offiziellen Curriculum der deutschen Industrie- und Handelskammern (IHK).

Patric Weiler ist zertifizierter KI-Manager (IHK) und bringt umfassende Erfahrung in den Bereichen Strategie, Vertrieb, Marketing und Künstliche Intelligenz mit. Florian Lapiz ist Spezialist für Marketingtechnologie und digitale Ökosysteme. Gemeinsam bieten sie praxisnahe Lösungen für die digitale Transformation.

Porsche setzt auf Apple-Technologien

## Moderne Media Events

Neue Technologien in der Automobilbranche erfordert auch neue Wege, sie zu vermitteln. Porsche arbeitet deshalb mit Apple-Technologie daran, für Journalisten bei Media Events tieferliegende Aspekte der jüngsten automobilen Innovationen zeitgemäß zu veranschaulichen. Dabei setzt man auf jüngste Fortschritte in den Bereichen Spatial Computing und Wearable Technology.

Als sich Journalisten im Sommer 2024 auf der Ascari-Rennstrecke für einen Medienevent mit dem neuen 911 Carrera GTS versammelten, wurden ihnen Apple Vision Pro-Headsets ausgehändigt um den neuen Elfer zu erleben. Sie wurden in Gruppen von jeweils 15 Personen eingeladen, um einen Blick unter die Hülle zu werfen, während Porsche-Ingenieure die Details des neuen T-Hybrid-Systems im Her-

zen des 911 Carrera GTS erklärten. Die Präsentatoren und ihre Mediengäste konnten das Auto dabei virtuell in seine einzelnen Bestandteile zerlegen, es hochheben, um die Unterseite zu sehen, und es sogar drehen, um die Aerodynamik zu verstehen – und das alles in großer Detailtiefe dank der Spatial Computing-Technologie von Apple.

Apple Vision Pro mit Passthrough und einem Bildschirmsystem mit 4K-Auflösung ermöglichte es dabei, ins Innere des Sportwagens zu blicken. So konnten die Mediengäste etwa den neuen Hybrid-Antriebsstrang erkunden. Für Matthias Hofstetter, Projektleiter Antrieb 911 war die Möglichkeit, diesen genau, effektiv und schnell erklären zu können ein entscheidender Moment: „Am Ende eines Workshops gibt es immer Fragen. In diesem Fall waren sie

sehr präzise und zeigten ein klares Verständnis der Technologie“, erinnert sich Hofstetter. „Kein einziger Bericht, den ich danach gelesen habe, hat die komplexen Informationen falsch interpretiert.“

Porsche war vor einigen Jahren erstmals mit der Taycan AR Event App in die Welt der erweiterten Realität eingetaucht. Mit der App konnten Journalisten „ins Innere“ des Taycan schauen, um die technischen Merkmale mit einem iPhone zu erkunden. Seitdem haben sich die Möglichkeiten, immersive Visualisierungen zu erzeugen und diese dann mit den Medien – und letztlich mit den Kunden – zu teilen, stark weiterentwickelt. Porsche plant, dieses Erlebnis einen Schritt weiter zu bringen und will Apple Personas und SharePlay nutzen, um Mediengäste virtuell zusammenzubringen.



Lobo Lasershow beim Innovationspreis (Foto: Reiner Pfisterer)

Lobo Lasershow bei Verleihung des Innovationspreises

## Lobo „satellites“ im Einsatz

Bereits zum 40. Mal vergab das Wirtschaftsministerium von Baden-Württemberg in der König-Karl-Halle in Stuttgart den Innovationspreis des Landes. Als eine der renommiertesten Auszeichnungen seiner Art steht er wie kaum ein anderer Preis für die Innovationskultur jenes Landes, das für seine Tüftler und Denker weltweit berühmt ist. Um der Zeremonie einen ebenso würdevollen wie optisch beeindruckenden Rahmen zu verleihen, setzten die Veranstalter dabei auf einen ihnen bereits bekannten Showanbieter: Lobo electronic, 1992

selbst mit dieser prestigeträchtigen Trophäe ausgezeichnet, war nach dem 25-jährigen Jubiläum 2009 nun schon zum zweiten Mal mit der Gestaltung einer Lasershow anlässlich der Verleihung betraut.

Nachdem in einer spektakulären Eröffnung unter anderem die Umrisse von Baden-Württemberg, das Landeswappen oder das Konterfei von Dr. Rudolf Eberle, dem Begründer des Innovationspreises, durch Laseranimationen dargestellt wurden, bekamen die Gewinner die mit insgesamt 50.000 € dotierten Preise aus

der Hand der Wirtschaftsministerin überreicht. Abgerundet wurde die Veranstaltung schließlich mit einem Laserfinale, bei dem gleißend helle Strahlen über dem staunenden Publikum projiziert wurden.

Passend zum Innovationspreis setzte Lobo bei der Durchführung der Show auf eine Produktneuheit: Die miniaturisierten Laserprojektoren der satellite-Serie von Lobo feierten in Stuttgart ihre Premiere. Mit ihrem hochwertigen Design fügten sich diese Projektoren in das festliche Ambiente des Saals ein.

### MESSERLI GROUP ÜBERNIMMT SCREENPRO

Zum 21. November 2024 hat die Messerli Group das Unternehmen screenpro AG aus Volketswil übernommen. Damit will der Livekommunikations-Spezialist mit Hauptsitz in Wetzikon im Zürcher Oberland sein Angebot im Multimedia-Bereich ausbauen.

Die 2012 gegründete screenpro AG hat sich in den vergangenen Jahren als Experte in der Medien- und Kommunikationstechnik etabliert. Das Unternehmen arbeitet bereits seit vielen Jahren mit diversen Tochtergesellschaften der Messerli Group zusammen. Andreas Messerli, Verwaltungsratspräsident der Messerli Group: „Mit der screenpro AG gewinnen wir einen langjährigen Partner als festen

Bestandteil der Messerli Group. Ihre umfangreiche Erfahrung und das technische Know-how ermöglichen es uns, unseren Kunden noch mehr Expertise in Medien- und Kommunikationstechnik zu bieten. Dies ergänzt unser bestehendes Angebot, insbesondere das unserer Tochtergesellschaft Dr.W.A.Günther Media Rent AG, ideal.“

Die screenpro AG steht aktuell unter der operativen Leitung von Marc Oliver Sebben. Das Unternehmen ist Anbieter im Bereich Multimedia und insbesondere auf Digital Signage-Lösungen im LED-Segment spezialisiert – mit Kunden aus der ganzen Schweiz und einem Team von rund 20 Mitarbeitern. „Ich freue

mich auf die Übernahme. So bringen wir unsere engagierten Mitarbeitenden weiter voran und sind dank der Aufnahme in die Messerli Group in der Lage, unsere Marktposition zu stärken und unser Kundenportfolio gezielt auszubauen“, kommentiert Marc Oliver Sebben.

„Mit der Integration der screenpro AG stärkt die Messerli Group ihre Marktposition im Bereich der multimedialen Livekommunikation und setzt ein starkes Zeichen für Innovation und Kundenorientierung. Kunden profitieren von einem umfassenden und zukunftsweisenden Angebot aus einer Hand“, erläutert Andreas Messerli die Übernahme abschließend.



## JOBS + KARRIERE

\_\_ Franz Mann wechselt von der *gamescom*, dem weltgrößten Games-Event, zu *Burson Deutschland*. Dort komplettiert er als Team Lead Gaming & Entertainment das Leadership-Team der Technology Practice unter der Leitung von André Wigger. In dieser Funktion verantwortet Mann die Weiterentwicklung des Gaming & Entertainment-Segments und die strategische Beratung von Kunden wie Activision Blizzard.

\_\_ Dr. Dorian Freudenreich ist neuer Vice President Business *Lotto24* und damit verantwortlich für das Gesamtgeschäft der Lotterievermittlung der ZEAL-Gruppe in Deutschland. Freudenreich berichtet direkt an ZEAL-CEO Helmut Becker. In seiner Position verantwortet er sowohl die operative Steuerung und finanzielle Performance als auch die strategische Entwicklung. Nach seiner Promotion startete Freudenreich seine Karriere als Unternehmensberater bei *McKinsey*.

\_\_ *vivenu* hat die Ernennung von Yonas Blay zum Senior Director of Festivals and Music EMEA bekanntgegeben. Von London aus soll er sich auf den Ausbau und die Stärkung des Festival- und Musikgeschäfts von vivenu konzentrieren. Blay begann seine Karriere im Ticketing im Jahr 2012 als Business Development Manager bei *Festicket*. Nach der Übernahme von *Event Genius* durch Festicket wurde er als Chief Commercial Officer mit der Leitung der Ticketing Expansion beauftragt. Nach der Übernahme von *Lyte* setzte er seine Führungsrolle als Managing Director für Großbritannien und die EU fort.



Bettina Hemberger  
(Foto: Derse)

#### DERSE HOLT BETTINA HEMBERGER UND FELIX BÖRNER

Derse, ein führender US-amerikanischer Anbieter für erlebnisorientiertes Marketing, hat die Eröffnung seines neuen Büros in Hamburg und dafür zwei erfahrene Experten der Messe- und Eventbranche ins Team geholt: **Bettina Hemberger** und **Felix Börner**. Bettina Hemberger, zuvor bei *Ambrosius Messebau* und *Uniplan* tätig, bringt umfassende Erfahrung in den Bereichen Account Management, Projektleitung und Geschäftsführung im Messebau mit. Felix Börner, ehemals bei *Jung von Matt, CE+Co, Uniplan* und *East End Communications*, verfügt über fundiertes Know-how in Markenstrategie, Geschäftsentwicklung und Eventmanagement.

Dazu Derse CEO **Brett Haney**: „Wir sind begeistert, Bettina Hemberger und Felix Börner in unserem Führungsteam begrüßen zu dürfen. Ihre umfassende Erfahrung, Vision und Leidenschaft werden eine Schlüsselrolle dabei spielen, die nächste Innovations- und Wachstumsphase von Derse voranzutreiben.“



Katharina Marker  
(Foto: Castenow Karma)

#### DIRECTOR LIVE COMMUNICATIONS BEI CASTENOW

Die Münchener Agentur *Castenow Karma*, Teil der Castenow-Familie, freut sich über Verstärkung: **Katharina Marker** startet als Director Live Communications. In ihrer Rolle soll sie zentrale Live-Maßnahmen gestalten und deren Integration in strategische Corporate Communications sicherstellen. Damit setzt Castenow Karma weiter auf die emotionale Verankerung von Marken und Arbeitgeberbotschaften durch persönliche Erlebnisse und direkte Interaktionen.

Katharina Marker verfügt über umfassende Erfahrung in den Bereichen Business Development, Event Management und Brand Communications. **Peter Johannes**, Geschäftsführer von Castenow Karma, kennt Katharina Marker seit 2007 aus der gemeinsamen Zeit bei *Salt Works*, wo sie zuerst als Leitung Event und später als Account Director tätig war. Bevor sie zu Castenow kam, arbeitete Marker als Project Lead bei *isarhelden* und als Leiterin Event & Content Marketing beim Callwey Verlag.



Tania Cullen  
(Foto: Swiss LiveCom Association)

#### SWISS LIVECOM ASSOCIATION WEITET AKTIVITÄTEN AUS

Der Schweizer Eventverband *Swiss LiveCom Association* (vormals *Expo Event*) verstärkt seine Präsenz in der Romandie. Mit der Ausweitung der Aktivitäten in der Westschweiz will man ein deutliches Zeichen für eine national vernetzte Eventbranche setzen. Vorstandsmitglied **Tania Cullen** übernimmt die Führungsrolle bei der stärkeren Repräsentation und Integration der Westschweiz auf nationaler Ebene.

Erklärtes Ziel des Verbandes ist es, alle Regionen der Schweiz zusammenzubringen um ein wirkungsvoller Fürsprecher der Branche zu sein. Ein gemeinsames Netzwerk, das das ganze Land umfasst, fördert den kontinuierlichen Austausch und die gemeinschaftliche Entwicklung von Lösungen für aktuelle und zukünftige Herausforderungen.



Claire Steinbrück  
(Foto: Hanne Engwald)

#### MESSE DÜSSELDORF ERWEITERT IHRE GESCHÄFTSLEITUNG

Die *Messe Düsseldorf* erweitert ihre Geschäftsleitung um eine erfahrene Führungspersonlichkeit im internationalen Messegeschäft: **Claire Steinbrück** [42] wechselt von der *Koelnmesse* zur *Messe Düsseldorf*. Ab Mitte 2025 soll Steinbrück den neuen Unternehmensbereich „Globale Unternehmensentwicklung und -strategie“ leiten, der strategisch wichtige Impulse für die zukünftige internationale Ausrichtung der *Messe Düsseldorf* setzen soll. Neben **Petra Cullmann** wäre Steinbrück damit die zweite Frau auf Bereichsebene im Unternehmen.

In ihrer neuen Rolle soll Steinbrück das globale Netzwerk der *Messe Düsseldorf* so ausbauen, dass Strukturen und Organisation die Durchführung der globalen Geschäftsentwicklung ermöglichen. Ziel ist es, das internationale Produktportfolio der *Messe Düsseldorf* nah am Kunden weiterzuentwickeln und damit den Standort *Düsseldorf* langfristig zu stärken.

## 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

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

Weitere Standorte:  
Hamburg  
Berlin  
München

+49 (0)40 899699-0  
+49 (0)30 726146-0  
+49 (0)89 747466-0

**MEDIA BOARD**

Digitale Ausgaben unter:  
[www.blachreport.de](http://www.blachreport.de)

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

EVENT-AGENTUREN



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 Herbststraße 31 T 0421 37888-0  
Creating Memories 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 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



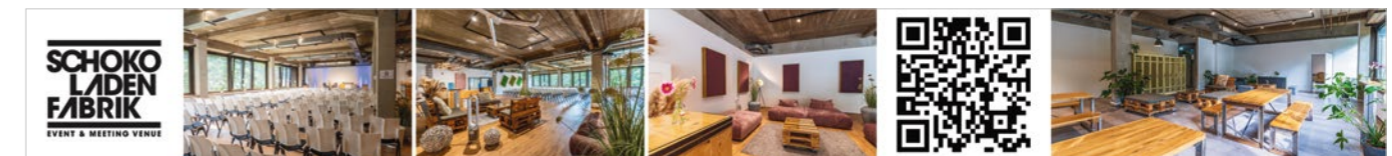
BOE INTERNATIONAL  
Internationale Fachmesse  
für Erlebnismarketing  
15. – 16. Januar 2025  
Dortmund

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](http://www.blachreport.de)

AKTUELLES IM INTERNET \_ [WWW.STAGEREPORT.DE](http://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

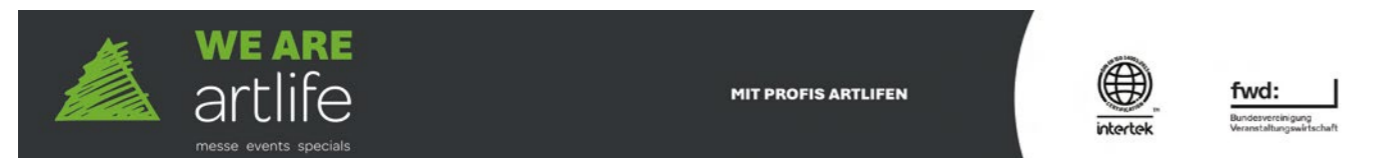
**THE INSPIRING PEOPLE**

**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.

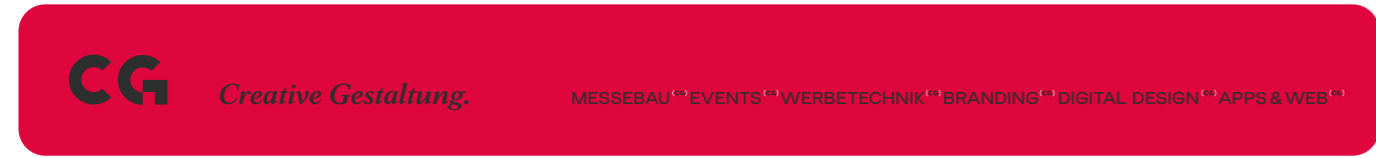


**Artlife GmbH**  
 \_ Stephan Haida  
 \_ Manfred Pütz

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.

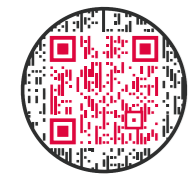


**Creative Gestaltung GmbH**

Heinger Straße 70  
 73037 Göppingen  
 T: +49 71 61-606 89-0

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  
\_ansprechpartner      anschrift      telefon . fax . email . internet      anbot

NACHHALTIGKEIT

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



2bdifferent  
GmbH & Co. KG  
\_ Jürgen May  
\_ Clemens Arnold  
Roßmarktstraße 29  
D-67346 Speyer  
T +49 (0)6232 68 33 90  
info@2bdifferent.de  
www.2bdifferent.de

Das Team von 2bdifferent gehört zu den führenden Spezialist:innen für Nachhaltigkeit in der Veranstaltungswirtschaft und richtet sich mit seinem Angebot speziell an die Event-, Messe-, Meeting- und Filmbranche sowie an das Sportbusiness. Die Beratungsagentur mit Sitz in Speyer definiert erfolgreich Nachhaltigkeitsstrategien mit klaren Zielen für Unternehmen und Institutionen in diesem Marktsegment und setzt diese erfolgreich um. Zur Kernkompetenz gehört es, Nachhaltigkeitsaspekte in glaubhafte und erfolgreiche Businessstrategien zu wandeln. Ein weiteres Kompetenzfeld umfasst die Analyse, Bewertung und Optimierung von Messen, Kongressen, Tagungen, Roadshows, Filmproduktionen, Corporate- und Sport-Events nach ökologischen, sozialen und ökonomischen Kriterien.

TECHNISCHES PLANUNGSBÜRO



PRODUCTION OFFICE GbR  
Ingenieurbüro für Entertainment  
\_ Dipl. Ing. Joachim Koppe  
\_ Dipl. Ing. Ralf Schafstall  
Schlesische Straße 28  
10997 Berlin  
T 030 616716-0  
F 030 616716-29  
www.production-office.de  
info@production-office.de

Das Berliner Ingenieurbüro für Entertainment – unabhängig, flexibel, budgetorientiert. Technische Planung und Leitung sowie architektonische Ausarbeitung von Designs. Ihr Partner für alle technischen, gestalterischen und logistischen Themen. Ausschreibungs- & Genehmigungsverfahren. Hygiene- & Sicherheitskonzepte, Hygienebeauftragte.

TEILNEHMERMANAGEMENT



EMENDO Event + Congress  
GmbH & Co. KG  
\_ Philipp Sautter  
Managing Partner  
Riedstraße 25  
73760 Ostfildern  
T 0711 4605376-0  
post@emendo-events.de  
www.emendo-events.de

EMENDO Event + Congress ist einer der führenden Anbieter für Teilnehmermanagement in Deutschland. Neben der Bereitstellung unserer Guestmanagement-Software EM.EX unterstützen wir unsere Kunden seit über 15 Jahren in der Betreuung von Messe- und Kongressbesuchern sowie Eventgästen.

VERANSTALTUNGSTECHNIK

**Aventem**

HÖREN · SEHEN · STAUNEN



Aventem GmbH  
Audiovisuelle Dienstleistungen  
Düsseldorf  
Herderstraße 70  
40721 Hilden  
Berlin  
Rohrdamm 24b  
13629 Berlin  
T +49 2103 25230-0  
T +49 30 367005-70  
info@aventem.de  
www.aventem.de

Aventem bietet neben den klassischen audiovisuellen Dienstleistungen wie Licht-, Ton-, Medien- und Bildtechnik auch hochwertige Set- und Dekorationsbauten aus eigener Produktion an und ist so der ideale Partner für die gesamtheitliche Umsetzung Ihrer Projekte in der Live-Kommunikation. Auch für digitale und hybride Eventformate stehen Ihnen unsere Mitarbeiter von der Planung bis zur Umsetzung Ihrer Events europaweit mit Expertise und Know-How zur Seite.

anbieter  
\_ansprechpartner      anschrift      telefon . fax . email . internet      anbot

VERANSTALTUNGSTECHNIK

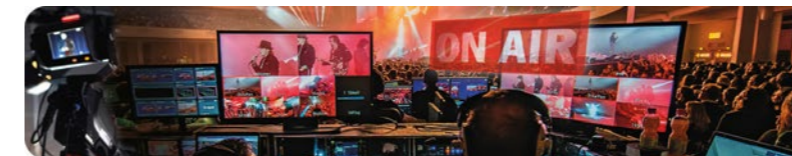


Live.Digital.On-site



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

Seit über 35 Jahren realisieren wir professionelle Events und stat-ten Messen, Konferenzen, Corporate-Events oder Kultur-Veranstaltungen 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 durchgängige Lösung, die bereits bei der Idee alle Facetten von Konzeption über Planung bis zur Realisierung umfasst. Um das zu gewährleisten, folgt die Technik der stimmigen Konzeption und der dahinterstehenden starken kreativen Idee. Das gilt für Live-, Online- und Hybrid Events genauso wie für alle Medientechnikinstallationen.



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

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

VIDEO



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

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

INSIDE

## Alexandra Freeman



Alexandra Freeman (Foto: MMGY LieB)

ALEXANDRA FREEMAN IST SENIOR M.I.C.E. MARKETING & SALES MANAGER BEI MMGY LIEB.

### Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?

Ich liebe die Dynamik und Vielfalt, die in der Eventbranche steckt. Besonders fasziniert mich, wie ständig neue, kreative Eventformate entstehen, die Menschen zusammenbringen und begeistern. Doch was mein Herz wirklich höherschlagen lässt, sind die leidenschaftlichen Profis hinter den Kulissen. Ihre Energie und Begeisterung sind ansteckend und treiben mich an, ein Teil dieser inspirierenden Gemeinschaft zu sein.

### Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?

Ehrlich gesagt, lebe ich gerade meinen Traum. Die Arbeit mit den verschiedenen Convention Bureaus im DACH-Markt begeistert mich jeden Tag aufs Neue. Eine Alternative? Im Moment kann ich mir nichts anderes vorstellen, das mich ebenso erfüllt und motiviert.

### Welchen Traum wollen Sie sich noch erfüllen?

Ich träume davon, im Alter mit meinen besten Freunden in einer WG zusammenzuleben. Wir würden alte Geschichten erzählen, neue Erinnerungen schaffen und gemeinsam das Leben genießen. Kochen darf gern mal jemand anderes übernehmen ;-), dafür plane ich unsere Reisen und Aktivitäten – und Sorge für gute Unterhaltung!

### Was machen Sie gegen Stress?

Am liebsten spiele ich Tennis – dabei kann ich mich richtig auspowern. Nach dem Spiel fühle ich mich so ausgeglichen, dass ich oft nicht mal mehr weiß, warum ich überhaupt gestresst war :-).

### Was war bisher Ihre größte Herausforderung?

Die Zusammenarbeit mit internationalen Verbänden war eine echte Herausforderung. Es galt, unterschiedliche Arbeitsweisen und Erwartungen zu koordinieren und gleichzeitig ein tiefes Verständnis für ihre komplexe Kongressorganisation zu entwickeln. Besonders spannend war es, die Bedeutung starker Stakeholder-Netzwerke und renommierter Universitäten für den Erfolg dieser Veranstaltungen zu erkennen und einzubinden.

### Was sollen wir hören: Ihr aktueller Musiktipp?

Um mich auf Weihnachten einzustimmen, höre ich ‚Fairytale of New York‘ von den The Pogues in Dauerschleife.

### Welches Live-Ereignis hat Sie bisher am meisten beeindruckt?

Das beeindruckendste Live-Erlebnis war definitiv mein erster Besuch von Starlight Express mit 13 Jahren. Schon damals war ich völlig fasziniert – besonders davon, dass extra eine Eventlocation für dieses Rollschuh-Musical in Bochum gebaut wurde. Man kann es sich übrigens bis heute immer noch in meiner Heimatstadt anschauen ;-).

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

Das ist definitiv das Baricento am Sebastiansplatz in München. Besonders im Sommer fühlt man sich auf der Terrasse wie auf einer lebhaften Piazza in Italien – einfach perfekt für ein entspanntes Essen und die richtige Portion Urlaubsflair!

### Impressum

26. Jahrgang \_ VERLAG AktivMedia GmbH / Zum Bahnhof 10 / 31311 Uetze - Dedenhausen // Tel 05173 9827-0 / Fax 05173 9827-39 / eMail [info@blachreport.de](mailto:info@blachreport.de) / [www.blachreport.de](http://www.blachreport.de) \_ CHEFREDAKTION Peter Blach [pblach@blachreport.de](mailto:pblach@blachreport.de) \_ REDAKTION Gabriele Stolte [gstolte@blachreport.de](mailto:gstolte@blachreport.de) / Elke Bartels [ebartels@blachreport.de](mailto:ebartels@blachreport.de) / Marco Raupach [mraupach@blachreport.de](mailto:mraupach@blachreport.de) \_ ANZEIGENMARKETING Medienmarketing Sanders, Ulf-Gundo Sanders / Tel 07203 502727-0 / Fax 07203 502727-18 / eMail [gsanders@aktivmedia.biz](mailto:gsanders@aktivmedia.biz) \_ PRODUKTION Sandra Fink [sf@betriebsbuero.com](mailto: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

BLACHREPORT 25-26/24

Wir können  
es nicht lassen  
wieder die  
Besten!

VIELEN DANK FÜR 6.503  
ABGEGEBENE VOTINGS!

DAS  
VOTING FÜR  
2024/25 IST  
BEEENDET.

## BLACHREPORT VERÖFFENTLICHT DIE RANKINGS 2024/25

Der BlachReport wollte es wieder wissen und hat zur Abstimmung für die jährlichen Rankings der Eventdienstleister und Service-Anbieter in der Veranstaltungswirtschaft aufgerufen.

**Gesucht wurden 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.**

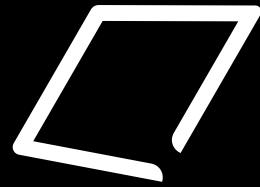
Das Voting ist abgeschlossen.  
Die Umfrage endete am 4. Dezember um 23.59 Uhr.

Die Umfrageergebnisse werden  
in BlachReport, StageReport und  
PocketEvent veröffentlicht.

**BlachReport**  
[www.blachreport.de](http://www.blachreport.de)

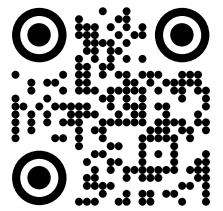
**StageReport**  
[www.stagereport.de](http://www.stagereport.de)

**BOE NIGHT**



**BRAND  
EX**

**JETZT  
TICKETS  
SICHERN**



**A NIGHT  
TO REMEMBER**

**15. JAN 2025**

**MESSE DORTMUND**