



Kontinuierliche Verjüngung, Ideen und Ziele: Gedanken von Brigitte Nußbaum zum 30-jährigen Jubiläum von Trendhouse



# POCKETEVENT

\*25

## POCKETEVENT

\*25

Daten / Zahlen / Fakten



DATENBANK  
LIVEKOMMUNIKATION



POCKETEVENT ERSCHEINT EINMAL PRO JAHR ALS DATENBANK LIVEKOMMUNIKATION UND FASST DIE ERGEBNISSE RELEVANTER EVENT-AWARDS UND BRANCHENEREIGNISSE ZUSAMMEN: DEUTSCHES EVENT-KREATIVRANKING 2025, RANKINGS EVENT-DIENSTLEISTER, EVENT-LOCATIONS, EVENT-DESTINATIONEN, EVENT-ENTERTAINMENT, EVENT-CATERING, NON-FOOD-CATERING UND MESSEBAU SOWIE BRANDEX AWARD, BEAWORLD AWARD, GOLDEN AWARD MONTREUX UND MEHR.

PocketEvent \*25 gibt es auf [www.blachreport.de](http://www.blachreport.de)



## Rankinggrundlagen

Zum 21. Mal hat der BlachReport Anfang 2025 das Deutsche Event-Kreativranking ermittelt, um damit Kreativleistungen im Bereich Livemarketing und Livekommunikation zu würdigen. Das Ranking basiert auf einer Auswertung eventspezifischer Kategorien nationaler und internationaler Wettbewerbe und wurde im BlachReport 02.2025 veröffentlicht.

Im Fokus steht – nomen est omen – die Bewertung von Kreativleistungen, die im Rahmen verschiedener Awards ermittelt werden. Diese Awards haben wir mal gemeinsam mit dem ILEA Verband weltweit gescreent und anschließend behutsam immer mal wieder aktualisiert. „Behutsam“ deswegen, damit es auf der einen Seite Planungssicherheit bei den Einreichern bei internationalen Wettbewerben gibt und auf der anderen Seite die Möglichkeit besteht, auf Veränderungen bei der Qualität und dem Erfolg der einzelnen Awards zu reagieren. Und das jeweils mit einem Jahr Vorlauf – das haben wir festgelegt und das gilt auch für den jeweiligen Multiplikator der Awards. Weiterhin wird es so möglich, auf neue Awards zu reagieren.

Änderungen dieser Art haben wir jetzt für das nächste und das übernächste Event-Kreativranking beschlossen. Wir wollen für das Event-Kreativranking 2026 zunächst den Muse Award (muse-award.com) in die Bewertung nehmen und dafür den Gala Award streichen, dessen Stellenwert in den letzten Jahren stagnierte. Ein Jahr später, also 2027, soll dann der Galaxy Award durch den Eventex Award (eventex.co) ersetzt werden. Die beiden internationalen Awards Muse und Eventex sind etabliert, gut organisiert, international erfolgreich und auch inhaltlich auf Höhe der Zeit.

Beide Awards sollen jeweils mit einem Multiplikator von 3 starten, wahrscheinlich aber danach – sozusagen nach einer Bewährungsprobe – ein Jahr später auf einen 4-er Multiplikator wechseln. Folgende Wettbewerbe werden wir daher für die Bewertung 2026 berücksichtigen, allerdings nur die Platzierungen deutscher Award-Einreicher beziehungsweise Einreicher mit Sitz in Deutschland): ADC Wettbewerb, Golden Award of Montreux, BEA World, EX Award, Galaxy Award, Cannes Lions, Heavent, Muse und BrandEx Award.

Bewertet werden wie bisher bei den Wettbewerben Gold-, Silber- und Bronze-Platzierungen mit sechs, vier respektive zwei Punkten. Einen Punkt gibt es für „Auszeichnungen“ – beispielsweise beim ADC Award. Ein übergreifendes „Best of Show“ beziehungsweise „Grand Award“ wie beim Galaxy bringt weitere sechs Punkte. Beim Golden Award of Montreux vergeben wir sechs Punkte für die „Gold Medal“ sowie jeweils drei Punkte für „Finalist“.

Zwei weitere Änderungen betreffen den BrandEx Award und den BEA World. Der BrandEx Award hat leider in 2025 zu wenig internationalen Zuspruch gefunden (knapp über acht Prozent). Gefordert sind mindestens 20 Prozent. Hier müssen wir den Multiplikator für die nächste Ausgabe auf 3 reduzieren. Beim BEA World gab es eine gegenläufige Entwicklung, die den vierten Multiplikatorpunkt rechtfertigt.

Für das Ranking 2026 gilt demnach folgender Multiplikator: ADC Wettbewerb = erreichte Punkte x 3, EX Award = erreichte Punkte x 3, Golden Award of Montreux = erreichte Punkte x 3, BEA World = erreichte Punkte x 4, Galaxy Award = erreichte Punkte x 2 sowie Muse Award und BrandEx Award = erreichte Punkte x 3.

Herzlichst

Ihr Peter Blach

### inhalt

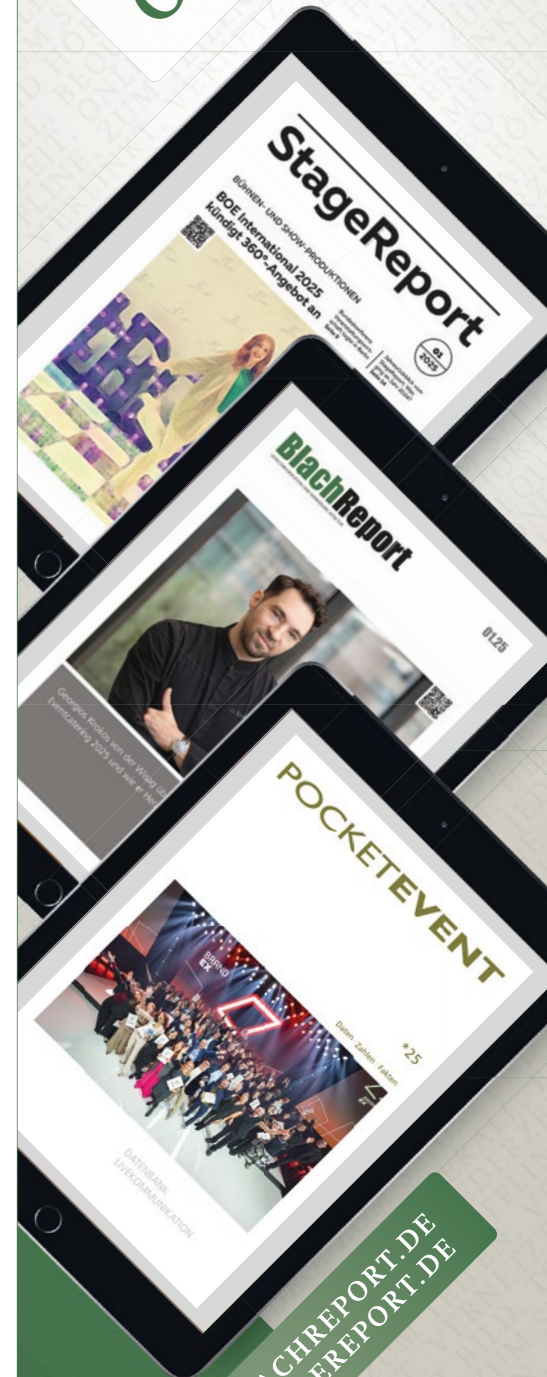
- 4 BUSINESS B2B-Marketing
- 6 RANKING Messebau 2025
- 7 RANKING Locations 2025
- 8 RANKING Non-Food-Catering 2025
- 11 RANKING Eventdienstleister 2025
- 10 BUSINESS Prolight + Sound 2025

Titelfoto: Brigitte Nußbaum (Foto: Ina Zabel)

- 12 BUSINESS Interview mit Brigitte Nußbaum/Trendhouse
- 14 DIGITAL Patric Weiler über KI und Events (Teil 3)
- 16 PEOPLE Jobs + Karriere
- 17 MARKETING-SERVICES Lieferantenverzeichnis
- 26 BACKSTAGE Pat Kalt
- 26 IMPRESSUM

MEDIA  
BOARD

OUT NOW!



WWW.BLACHREPORT.DE  
WWW.STAGEREPORT.DE





Trendpaper B2B-Marketing 2025 (Foto: bvik)

bvik gibt fünf Handlungsempfehlungen

## B2B-Marketing in 2025

Der Bundesverband Industrie Kommunikation (bvik) veröffentlicht mit dem neuen „Trendpaper B2B-Marketing 2025: Zukunftslust entfesseln mit geballter Kompetenz“ aktuelle Handlungsempfehlungen für Unternehmensentscheider. „Wir sind überzeugt, dass Unternehmen die aktuellen Herausforderungen nur durch eine konsequente Bündelung sämtlicher Kompetenzen meistern können“, erläutert bvik-Geschäftsführerin Ramona Kaden.

„Marketing und Innovation sind eng miteinander verknüpft: Beide haben Kundenzentrierung als ihren Kern. Insofern spielt das Marketing eine zentrale Rolle bei Innovationsprozessen“, ergänzt Prof. Dr. Maximilian Lude, Experte für Innovations- und Zukunftsgestaltung im Mittelstand.

Nachfolgend die fünf bvik-Handlungsempfehlungen für B2B-Marketing 2025:

### 1. ZUKUNFTSFORSCHUNG ERLEICHTERT INNOVATION

Unternehmen sollten sich systematisch mit strategischer Vorausschau in komplexen Modellen (Foresight) beschäftigen. Zukunftsforscher Kai Gondlach warnt vor der voreiligen Reduktion von Komplexität: „Der Prozess fordert unser Gehirn heraus, denn das ist sehr gut

darin, Komplexität zu reduzieren. Aber die Realität ist nun einmal komplex.“ Foresight-Strategien seien daher ein wichtiges Instrument, um Unternehmen zukunftssicher zu machen. „Marketing und Kommunikation leisten hierfür einen wichtigen Beitrag.“

### 2. KULTUR UND KOMMUNIKATION ERFOLGSFAKTOREN

Menschen müssen für Veränderungen bereit sein. Eine Kultur der Sicherheit und Angstfreiheit zu schaffen ist essenziell. Prof. Dr. Lude betont: „Mitarbeitende müssen zu Intrapreneuren werden und unternehmerisches Denken lernen, um Risiken und Chancen zu erkennen, nah dran zu sein am Kunden und den Status Quo immer wieder zu hinterfragen.“ Marketing und Kommunikation können durch ihre Kommunikationsstärke und Datenkompetenz maßgeblich unterstützen.

### 3. VIELFALT ALS WETTBEWERBSVORTEIL

Ein vielfaltsbewusstes, diskriminierungsfreies Arbeitsumfeld ist das wirksamste Mittel gegen Fachkräftemangel. „Diversity ist aber auch für das Erreichen einer breiten Kundschaft entscheidend und muss daher Bestandteil von Markenstrategien sein“, so Silke Lang

(Bosch Rexroth AG). Sie betont die Bereicherung durch diverse Teams: „Das bringt unterschiedliche Blickwinkel zusammen und ist sehr wichtig, um im internationalen Wettbewerb bestehen zu können.“

### 4. KI REVOLUTIONIERT MESSE-AUFTRITTE

Künstliche Intelligenz (KI) verändert das Event-Business grundlegend. Unternehmen sollten dabei nicht nur die Technologie im Fokus haben, sondern auch internes Wissen teilen und fördern. Wie dies gelingt, zeigt das Trendpaper am Beispiel von Siemens auf der Hannover Messe.

### 5. FIRMEN-GPTS ALS HEBEL FÜR EFFIZIENZ

KI ermöglicht effizientere Prozesse und personalisierte B2B-Kommunikation. Um rechtssichere Anwendungen zu garantieren, setzen Unternehmen zunehmend auf eigene GPTs, wie der Best Case des Spezialisten für Spann-, Greif- und Automatisierungstechnik Schunk zeigt. Die enge Zusammenarbeit von IT, Marketing und Vertrieb ist unerlässlich für den Zukunftserfolg. „Jetzt in umfassende Schulungen zu investieren ist das Gebot der Stunde“, empfiehlt der bvik-Vorstandsvorsitzende Kai Halter (ebm-papst).

### KOELNMESSE HÄLT DIE DMEXCO IN KÖLN

Die Koelnmesse und der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) haben den gemeinsamen Vertrag zur Ausrichtung der Dmexco verlängert. Damit findet der Event für digitales Marketing und Tech langfristig in Köln statt. Zur feierlichen Vertragsunterzeichnung trafen sich Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse, und BVDW-Präsident Dirk Freytag in Köln. „Die Vertragsverlängerung ist ein Vertrauensbeweis und legt

den Grundstein für eine erfolgreiche Zukunft“, sagt Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse. „Sie ist zudem ein positiver Impuls für den Standort Köln und festigt die Position als Hotspot der digitalen Wirtschaft.“ 2025 findet die Dmexco am 17. und 18. September in Köln statt.

Anfang Januar war bekanntgegeben worden, mit der neuen Dmexco ASIA am 8. und 9. Oktober 2025 in Singapur erstmals auch

einen asiatischen Ableger zur europäischen Leitveranstaltung zu starten. Die Dmexco in Köln präsentierte zuletzt in 2024 mit über 850 internationalen Speakern sowie 680 ausstellenden Unternehmen und Partnern die neuesten Entwicklungen in der digitalen Wirtschaft. Insgesamt nahmen mehr als 40.000 Menschen aus rund 90 Ländern teil. Gemeinsam wollen Koelnmesse und BVDW das Format nun weiterentwickeln.



Viecon-Geschäftsführerin Katharina Weishaupt, Wirtschaftsstadtrat Peter Hanke, Wien Holding-Geschäftsführer Oliver Stribl und Viecon-Geschäftsführerin Martina Candillo (v. l., Foto: David Bohmann)

### Neue Marke

## Messe Wien wird zu Viecon

Nach der Übernahme durch die Stadt Wien, geht die Messe Wien international nun unter dem neuen Namen „Viecon – Vienna Congress & Convention Center“ an den Start. Die neue Marke ist Teil einer umfassenden Marketingstrategie, um die Bedeutung der Messe Wien als weltweit gefragten Veranstaltungsort weiter auszubauen. Wiens Wirtschaftsstadtrat Peter Hanke bei der Vorstellung der neuen Marke: „Unsere Wirtschaft profitiert immens davon, dass Wien eine der beliebtesten internationalen Kongressdestinationen ist. Die Marke Viecon leistet einen wichtigen Beitrag, um diese Spitzenposition zu erhalten und weiter auszubauen.“ Die Stadt Wien hatte die Messe Wien im vergangenen Jahr von RX übernommen.

„Der Name ‚Messe Wien‘ war für den internationalen Gebrauch immer weniger passend. Nicht nur aufgrund der sprachlichen Barriere, sondern auch, weil wir mit Kongressen

und Tagungen inzwischen deutlich mehr Umsatz machen als mit dem Messegeschäft“, erläutert Katharina Weishaupt, Geschäftsführerin der Wiener Messe und Congress GmbH, die Beweggründe hinter der Umstellung. „Als Viecon sind wir nun deutlich besser in der Lage, unser Angebot international zu präsentieren und die wichtigsten Zielmärkte erfolgreich anzusprechen. Das zeigt auch die positive Resonanz unserer Geschäftspartner auf die neue Marke“, ergänzt Geschäftsführerin Martina Candillo, die im Unternehmen für Events, Sales und Business Development zuständig ist.

Kongressgäste sind für die Wiener Wirtschaft eine wichtige Zielgruppe, da sie mit durchschnittlich 550 Euro pro Tag doppelt so viel Geld in der Stadt lassen wie Freizeittouristen. Diese Einnahmen wirken sich auch positiv auf die Wiener Gastronomie, Hotellerie und den heimischen Dienstleistungssektor aus. Für

2025 konnte sich die Messe Wien bereits 45 Veranstaltungen sichern, darunter fünf Großkongresse. Eines der Highlights dabei ist der Jahreskongress der Europäischen Gesellschaft für klinische Mikrobiologie und Infektionskrankheiten (Escmid) im April dieses Jahres, für den rund 20.000 Gäste in Wien erwartet werden. Neben solchen Kongressen ist die Messe Wien auch Gastgeberin für internationale Firmenveranstaltungen wie den „Check Point CPX Event“ (Cyber Security) oder „Bio Europe“, die größte Versammlung von Biopharmafachleuten in Europa.

„Alleine die bereits fixierten Tagungen in der Messe Wien sorgen für mehr als 350.000 Übernachtungen in diesem Jahr“, so Oliver Stribl, Geschäftsführer der Wien Holding. „Jeder Euro, den wir hier investieren, generiert 15 Euro Wertschöpfung. Das zeigt, wie wichtig die Tagungswirtschaft für Wien ist“, so Stribl.

### MESSE MÜNCHEN ENGAGIERT SICH IN SAUDI-ARABIEN

Die Messe München baut ihr Auslandsgeschäft weiter aus und will 2026 mit der IFAT, Weltleitmesse für Umweltechnologien, erstmals eine Messe in Saudi-Arabien durchführen. Im Rahmen einer Feier in Riad zur neuen Kooperation mit dem Saudi National Center for Waste Management (MWAN) unterzeichneten der CEO von MWAN, Dr. Abdullah Al Sebaei, und Stefan Rummel, Geschäftsführer der Messe München, die Absichtserklärung im Beisein von Seiner Exzellenz Abdurrahman bin Abdul Moh-

sen Al-Fadhli, Minister für Wirtschaft, Wasser und Landwirtschaft.

Durch die Partnerschaft mit MWAN wird das globale Netzwerk der IFAT mit ihren zwölf erfolgreichen Messen in sieben Ländern um eine strategisch wichtige neue Veranstaltung erweitert. Die Messe findet vom 26. bis 28. Januar 2026 im Riyadh Front Exhibition & Conference Center statt und bringt die wichtigsten Akteure aus den Bereichen Abfall, Wasser und verschiedenen Umweltechnologien aus dem Nahen

Osten und Nordafrika zusammen. Für das Königreich Saudi-Arabien ist die Messe ein wichtiger Bestandteil des Regierungsprogramms „Vision 2030“, mit dem das Land verstärkt in die nachhaltige Entwicklung der Wirtschaft investiert. Dies bietet ein großes Wachstumspotenzial für Umweltechnologien und die Kreislaufwirtschaft. Zu den ehrgeizigen Zielen gehören: 91 % getrennt gesammelter Abfall, 79 % des Abfalls wird für Recycling vorbereitet und 90 % weniger Deponieabfälle bis 2040.



Stephan Haida und  
Andreas Bedel von artlife  
(Foto: artlife)



expopartner  
in Flörsheim  
(Foto: expopartner)



Alexander Ody von mac  
(Foto: mac)

Die Top-Messebauunternehmen 2025

# Fokus auf Markenarchitektur

BEREITS ZUM VIERTEN MAL HAT DER BLACHREPORT SEINE LESER EINGELADEN, IHRE FAVORITEN UNTER DEN MESSEBAU-UNTERNEHMEN ZU WÄHLEN.

Die ungestützte Umfrage wurde online durchgeführt und liefert spannende Einblicke in die Entwicklung der Branche. Neu dabei im diesjährigen Ranking sind ET Global, Atelier Türke, eventura, Neospace, Soundline, Blickfang, Dekoservice Lenzen, Uniplan und Expopartner.

Auffällig ist auch in diesem Jahr wieder der zunehmende Einfluss von Unternehmen aus der Kreation, Eventproduktion und technischen Ausstattung, die sich erfolgreich in diesem Bereich etablieren. Diesen Trend hatten wir schon im letzten Jahr registriert. Die kommenden Jahre könnten hier interessante Veränderungen mit sich bringen.

Nachfolgend präsentieren wir die BlachReport Top 20 der beliebtesten Messebauunternehmen 2025 – gewählt von unseren Lesern (Vorjahresplatzierungen in Klammern).

- 1 (1) setcon, Voerde, [www.setcon.de](http://www.setcon.de)
- 2 (-) ET Global, Frankfurt, [www.etglobal.com](http://www.etglobal.com)
- 3 (5) Schendel & Pawlaczyk Messebau, Münster, [www.schendel-pawlaczyk.de](http://www.schendel-pawlaczyk.de)
- 4 (3) Artlife, Hofheim, [www.artlife.eu](http://www.artlife.eu)
- 5 (17) Fairnet, Leipzig, [www.fairnet.de](http://www.fairnet.de)
- 6 (-) Atelier Türke, Balingen, [www.atelier-tuerke.de](http://www.atelier-tuerke.de)
- 7 (-) eventura, Geldern, <https://eventura.net/>
- 8 (2) mac. brand spaces, Langenlonsheim, [www.mac.de](http://www.mac.de)
- 9 (7) satis&fy, Karben, [www.satis-fy.com](http://www.satis-fy.com)
- 10 (19) Holtmann+, Langenhagen, [www.holtmannplus.de](http://www.holtmannplus.de)

- 11 (-) Neospace Group, Düren, [www.neospace.group](http://www.neospace.group)
- 12 (9) Baugold Messebau & Ausstellungsbau, Blankenfelde-Mahlow, [www.baugold-gmbh.de](http://www.baugold-gmbh.de)
- 13 (8) meplan, München, [www.meplan.com](http://www.meplan.com)
- 14 (-) Soundline, Mainz, <https://soundline.de>
- 15 (14) Aventem, Hilden, [www.aventem.de](http://www.aventem.de)
- 16 (-) Blickfang Messebau, Köln, <https://blickfang.de>
- 17 (-) Dekoservice Lenzen, Lohmar, [www.deko-service.net](http://www.deko-service.net)
- 18 (11) Beckmann Fair Partner, Erfstadt, [www.beckmann-gmbh.com](http://www.beckmann-gmbh.com)
- 19 (-) Uniplan, Köln, [www.uniplan.com](http://www.uniplan.com)
- 20 (-) expopartner, Flörsheim, [www.expopartner.de](http://www.expopartner.de)



Motorenfabrik Darmstadt  
(Foto: Motorenfabrik)



GWV-Event auf Schloss Biebrich  
(Foto: GWV)



Motorworld Metzingen  
(Foto: Winfried W. Bischoff)

Leser wählten beliebteste Veranstaltungsorte in Deutschland

# Die beliebtesten Eventlocations 2025 in Deutschland

ZUM ZEHNTEN MAL HAT DIE REDAKTION DES BLACHREPORT IHRE LESER IN EINER ONLINE-ABSTIMMUNG ÜBER DIE BELIEBTESTEN VERANSTALTUNGSORTE DEUTSCHLANDS ENTSCHEIDEN LASSEN.

Das Ranking 2025 zeigt bekannte Favoriten und spannende Neuzugänge: Erstmals vertreten sind Locations wie die Upper East Site, der Westhafen Pier 1 und das Freigt in Frankfurt, die Motorenfabrik in Darmstadt, die Motorworld in Metzingen, die Station Berlin sowie Schloss Biebrich in Wiesbaden. Diese Veranstaltungsorte sind nicht unbedingt neu, haben sich jedoch durch Innovationen oder frische Impulse neu positioniert.

Nachfolgend die Top 20 Eventlocations 2025 in Deutschland – gewählt von unseren Lesern (Vorjahresplatzierungen in Klammern).

- 1 (19) Deutsches Sport & Olympia Museum, Köln, [www.sportmuseum.de](http://www.sportmuseum.de)
- 2 (3) Seepavillon, Köln, [www.see-pavillon.de](http://www.see-pavillon.de)
- 3 (2) Halle 45, Mainz, [www.halle45.de](http://www.halle45.de)
- 4 (4) Grand Hall Zollverein, Essen, [www.grand-hall.de](http://www.grand-hall.de)
- 5 (20) Schokoladenfabrik, Köln, [www.schokoladen-fabrik.com](http://www.schokoladen-fabrik.com)
- 6 (-) Upper East Site, Frankfurt, <https://uppereastsite.de>
- 7 (6) Flora, Köln, [www.koelncongress.de/locations/flora-koeln](http://www.koelncongress.de/locations/flora-koeln)
- 8 (10) Areal Böhler, Düsseldorf, [www.arenal-boehler.de](http://www.arenal-boehler.de)
- 9 (-) Freigt, Frankfurt, [www.freigt-frankfurt.de](http://www.freigt-frankfurt.de)
- 10 (-) Motorenfabrik, Darmstadt, [www.motorenfabrik-darmstadt.de](http://www.motorenfabrik-darmstadt.de)
- 11 (-) Westhafen Pier 1, Frankfurt, [www.westhafenpier.de](http://www.westhafenpier.de)
- 12 (-) Motorworld, Metzingen, <https://motorworld.de>
- 13 (5) Hofgut von Hünersdorff, Wörth am Main, [www.huenersdorff.com](http://www.huenersdorff.com)
- 14 (11) XPOST, Köln, [www.kofler-kompanie.com](http://www.kofler-kompanie.com)
- 15 (13) Gate22, Filderstadt, [www.gate22.de](http://www.gate22.de)
- 16 (-) Station, Berlin, [www.station-berlin.de](http://www.station-berlin.de)
- 17 (12) The Frame, Düsseldorf, [www.theframe.de](http://www.theframe.de)
- 18 (-) Schloss Biebrich, Wiesbaden, [www.schlossbiebrich-restaurant.de](http://www.schlossbiebrich-restaurant.de)
- 19 (1) K21 Ständehaus, Düsseldorf, [www.duesseldorf-convention.de/a-k-21](http://www.duesseldorf-convention.de/a-k-21)
- 20 (7) Luftschiffhangar Mülheim, Mülheim, [www.wdl-gruppe.de](http://www.wdl-gruppe.de)







Mira Wölfel (Foto: Messe Frankfurt)



Prolight + Sound in Frankfurt (Foto: Robin Kirchner)

## Prolight + Sound 2025 feiert 30. Geburtstag

# Jubiläumsshow

Die Prolight + Sound, Fachmesse für Event- und Entertainment Technology in Frankfurt, feiert 2025 ihr 30-jähriges Bestehen. Vom 8. bis 11. April präsentiert die Messe eine Jubiläumsausgabe mit einem erweiterten Programm, neuen Arealen und verschiedenen Bildungsangeboten. Unter dem Motto „Zukunft im Fokus“ adressiert die Veranstaltung die wichtigsten Themen der Branche, von Nachhaltigkeit über immersive Technologien bis hin zu flexiblen technischen Lösungen.

Für Fachbesucher bietet die Messe verschiedene Programme wie den Business Club und das Hosted Buyer Programm, die Networking und exklusive Veranstaltungen ermöglichen. Informationen und Anmeldungen für den Business Club und das Hosted Buyer Programm sind online möglich.

Mira Wölfel, Director Prolight + Sound, erklärt: „Mit dieser Jubiläumsausgabe möchten wir ein inspirierendes Umfeld schaffen, das Innovationen fördert und Networking erleichtert. Der 30. Geburtstag ist für uns ein Meilenstein, aber vor allem eine Gelegenheit, den Blick nach vorne zu richten.“

### THEMENSCHWERPUNKTE DER JUBILÄUMSMESSE

Für die Ausgabe 2025 hat die Messe drei zentrale Themenfelder definiert, die sich sowohl im Rahmenprogramm als auch in den Ausstellungsgebieten widerspiegeln:

#### 1. ProGreen: Nachhaltige Eventbranche

Unter diesem Schwerpunkt beleuchtet die Messe Innovationen, die zu umweltfreundlicheren Veranstaltungen beitragen. Führende

Branchenvertreter und Experten präsentieren Ansätze für Energieeffizienz, nachhaltige Materialien und „grüne“ Veranstaltungsplanung.

#### 2. FutureScapes:

##### Immersive Technologien und KI

Dieser Fokus liegt auf immersiven Technologien wie Virtual Reality, Augmented Reality und der Anwendung von KI im Eventbereich. Vorträge und Präsentationen sollen zeigen, wie diese Technologien die Branche revolutionieren.

#### 3. MultiTech:

##### Flexible und smarte Lösungen

Hier geht es um Vielseitigkeit und Innovation. Intelligente Konzepte und Produkte stehen im Mittelpunkt, die die Arbeitsweise von Veranstaltern, Technikern und Kreativen nachhaltig verändern.

### NEUES KONZEPT FÜR THEATER- UND BÜHNENTECHNIK

Die Prolight + Sound 2025 verstärkt ihr Angebot für Theater- und Bühnentechnik. In einem neu gestalteten Areal können Besucher passende Produkte und Dienstleistungen entdecken.

Zentral ist das Theatre College in Zusammenarbeit mit dem VPLT (Verband für Medien- und Veranstaltungstechnik). Hier erwarten die Teilnehmer zweisprachige Seminare und Workshops. Ein Highlight ist die Theatre Stage, auf der Branchenexperten und Unternehmen ihre Produkte und Lösungen präsentieren. Ergänzend dazu bietet die Networking Area tägliche Events und die Möglichkeit, in lockerer Atmosphäre Kontakte zu knüpfen.

Ein weiteres Highlight ist die Guided Tour Theatre & Light, die an vier Tagen kostenfrei

stattfindet und technologische Neuheiten im Bereich Theatertechnik vorstellt.

### PROAUDIO – KLANGWELTEN UND NETWORKING

Das ProAudio-Areal (Halle 11.0) bietet ein umfassendes Programm für Audio-Profis und Nachwuchskräfte. Die Live Sound Arena ermöglicht es den Besuchern, leistungsstarke PA-Anlagen unter Realbedingungen zu erleben. Auf der Silent Stage präsentiert InEar innovative Soundtechnologien.

Das ProAudio College, realisiert in Kooperation mit dem VDT (Verband Deutscher Tonmeister), bietet Seminare und Workshops zu Live- und Studio-Audio. Neu ist das MixLab, das die Welten von Live-Sound und Studio miteinander verbindet. Es kombiniert praktische und kreative Aspekte und bietet eine Plattform für Workshops, Wissenstransfer und Networking.

Zum Highlight soll das neue MusicOneX-Areal werden, das kreative und technologische Aspekte der Musikproduktion kombiniert. Auf über 3.000 Quadratmetern erwartet die Besucher eine interaktive Plattform, die Live-Performance, Musikproduktion, Gaming und Lifestyle verbindet.

### LICHTTECHNIK WIRD NACHHALTIG

Die Halle 12.1 bleibt das Zentrum für Lichttechnik. Key Player der Branche präsentieren energieeffiziente Lösungen, intelligente Systeme und die Integration von KI in moderne Lichttechnologien. Das LightLab, entwickelt in Zusammenarbeit mit der HAW Hamburg, bietet Vorträge und Demonstrationen zu aktuellen Themen wie Nachhaltigkeit und innovativer Lichtgestaltung.

Die Women in Lighting Lounge dient als zentraler Treffpunkt für Frauen in der Branche. Hier finden Interviews, Networking und Informationen zu Karrierechancen statt. Männer sind ebenfalls willkommen, sich über die Themen zu informieren.

### BILD- UND VIDEOTECHNIK

Der Image Creation Hub, in Zusammenarbeit mit dem BVFK (Bundesverband der Fernsehkameralente), wurde 2025 erweitert. Neben einer größeren Studiofläche und einer Videowall werden interaktive Workshops angeboten. Das Camera College bietet praxisnahe Einblicke in Themen wie Sicherheit, Technik und die Zukunft der Bildproduktion.

### GRÜNE INITIATIVEN UND NACHWUCHSFÖRDERUNG

Die Themen Nachhaltigkeit und Nachwuchsförderung stehen 2025 besonders im Fokus. Im Future Hub (Halle 11.0) informieren Bildungs-

einrichtungen über Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten. Im Career Center können sich junge Talente direkt mit Unternehmen vernetzen. Zudem gibt es eine Start-up Area, die neue Marken vorstellt.

Das Programm wird ergänzt durch die Guided Tour Sustainability/Green Events, die nachhaltige Produktinnovationen und -lösungen präsentiert. Die Green Sessions des EVVC (Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren) setzen Impulse für umweltbewusste Veranstaltungen.

### JUBILÄUMS-EVENTS UND AUSZEICHNUNGEN

Die Prolight + Sound feiert ihr Jubiläum mit drei exklusiven Community Nights in Frankfurter Locations. Das Highlight bildet die große Geburtstagsfeier „30 Years of PLS“ am Mittwoch, 9. April 2025, im Depot 1899.

Zu den Preisverleihungen zählen der Sinus – Systems Integration Award und der neu aus-

gerichtete Opus International Stage Award, der künftig internationale Bühnenprojekte auszeichnet.

### KEYNOTES UND EXPERTENVORTRÄGE

Das Keynote-Programm umfasst unter anderem folgende Sprecher und Themen:

- Guy Bigwood (Global Destination Sustainability Movement): Strategien für nachhaltige Veranstaltungen.
- Sven Ortel (Projection Designer): Vorträge zu immersiven Technologien.
- Anouk Wipprecht (FashionTech-Designerin): Robotic Couture und smarte Technologien.
- Yasi Hofer (Musikerin): Frauen in technischen Berufen.
- Dr. Michael Neubauer (BVFK): Die Zukunft der Film- und Fernsehproduktion.

Die Prolight + Sound findet vom 8. bis 11. April auf dem Frankfurter Messegelände statt.

## Forschungsprojekt Future Meeting Space 2024

# Ergebnisse vorgestellt

Mit seinem Forschungsschwerpunkt 2024 adressierte der Innovationsverbund Future Meeting Space (FMS) die Frage, welche Standards und Prozesse im Ökosystem von Business Events künftig bestehen bleiben, welche verschwinden werden und welche neu entstehen. Unter dem Motto „Neue Potenziale & zeitlose Klassiker: Business Events in einer transformativen Welt“ präsentierten die FMS-Initiatoren – das GCB German Convention Bureau e.V. und das Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO – nun gemeinsam mit Experten die wesentlichen Erkenntnisse ihrer Arbeit in einem Online-Event.

Der Forschungsprozess 2024 hatte zunächst damit begonnen, eine Reihe von insgesamt 13 Megatrends als Treiber des Wandels genauer unter die Lupe zu nehmen – von A wie Automatisierung bis U wie Urbanisierung. Dabei ging es nicht nur um deren gesamtgesellschaftliche Relevanz, sondern im Sinne der Forschungsfragen vor allem um die Veränderungswirkungen auf das Ökosystem von Business Events.

In seinem Impuls beim FMS-Online-Event am 23. Januar 2025 gab Tilman Naujoks (Fraunhofer IAO) daher zunächst einen Einblick in diese Megatrends und erläuterte das Prinzip einer Heatmap, die Veränderungswirkungen der 13 Megatrends auf den Event-Lifecycle aufzeigt.

Sie identifiziert „Hot Spots“ mit hoher Relevanz und starker Veränderungswirkung ebenso wie „Cold Spots“ mit geringerer Relevanz. „KI, Nachhaltigkeit oder der demografische Wandel scheinen uns als Einflussfaktoren bereits bekannt. Es ist aber unabdingbar, diese Faktoren in einem größeren Kontext zu betrachten und weitere mögliche Treiber zu identifizieren“, so Dr. Stefan Rief, Institutsdirektor und Leiter des Forschungsbereiches Organisationsentwicklung und Arbeitsgestaltung am Fraunhofer IAO. „Dabei werden auch bislang unbekanntere Trends sichtbar, die es gleichermaßen zu berücksichtigen gilt.“

Die zentrale Frage „Was kommt, was geht, was bleibt?“ diskutierte anschließend auch ein interdisziplinär besetztes Experten-Panel: Astrophysiker Dr. Tobias Moldenhauer (sci-an GmbH), die digitale Nomadin und Unternehmensberaterin Leonie Müller sowie Mathias Sondermann (Senior Director Experience Excellence bei SAP) ordneten die Ergebnisse vor dem Hintergrund ihren jeweils ganz spezifischen Perspektiven und Erfahrungen im Live-Talk ein.

Abschließend erhielten die über 500 Online-Teilnehmer einen Ausblick auf insgesamt fünf Business Opportunities, die im Laufe des FMS-Forschungsprozesses erarbeitet und empirisch evaluiert wurden. Diese Produktideen wurden auf Basis der identifizierten Markt-

veränderungen entwickelt, durch Experteninterviews angereichert und auf den Hotspots der Heatmap verankert. Ob „ExpertDetect“, eine Plattform zur Identifikation von Speakern, „EventTwin“, der digitale Zwilling für effiziente Veranstaltungsplanung, oder „Learn-Loop“, ein Tool zur automatisierten Versendung von Learning Nuggets: die identifizierten Ideen haben das Potenzial, das Ökosystem von Business Events nachhaltig zu bereichern. Matthias Schultze, Managing Director des GCB: „Diese jüngsten Forschungsergebnisse verdeutlichen einmal mehr, dass wir flexibel und anpassungsfähig bleiben müssen, um den sich verändernden Marktbedingungen gerecht zu werden. Die Integration von Technologie, die Berücksichtigung der Bedürfnisse unterschiedlicher Generationen und innovative Lösungen sind unverzichtbare Elemente für die Zukunft von Business Events und den Erfolg des Tagungs- und Kongressstandorts Deutschland.“

Die Management Summary mit den zentralen Forschungsergebnissen von FMS 2024 kann kostenfrei online heruntergeladen werden. Dort wurde auch eine Aufzeichnung der Ergebnispräsentation zugänglich gemacht.

Die vollständige Studie des Fraunhofer IAO soll im Laufe des Februars publiziert werden.



Trendhouse feierte 30-jähriges Jubiläum

# Kontinuierliche Verjüngung

DIE MÜNCHENER AGENTUR TRENDHOUSE FEIERTE IHR 30-JÄHRIGES JUBILÄUM. WIR HABEN DAS ALS ANLASS GENOMMEN, UM MIT DER GRÜNDERIN UND GESCHÄFTSFÜHRERIN BRIGITTE NUSSBAUM ÜBER GESTERN, HEUTE UND MORGEN IN DER LIVE-KOMMUNIKATION ZU SPRECHEN. BRIGITTE NUSSBAUM LEITET TRENDHOUSE GEMEINSAM MIT MARTIN DANNER.

**BlachReport:** Trendhouse gibt es jetzt seit 30 Jahren. Herzlichen Glückwunsch zum Jubiläum. Denkt man dabei vielleicht auch schon mal über ein Ausstiegsszenario nach?

**Brigitte Nußbaum:** Nein, Eventmarketing ist meine Leidenschaft. Es gibt kein Ausstiegsszenario für mich oder Trendhouse. Ganz im Gegenteil: Es gibt noch ganz viele Ideen und Ziele, die wir erreichen wollen.

**BlachReport:** Wie bist Du zum Eventmarketing gekommen? Gab es Alternativen?

**Brigitte Nußbaum:** Eigentlich hatte sich das früh angebahnt. Die ersten Shows – wobei der Begriff vielleicht zu hoch gegriffen ist, aber damals habe ich das so empfunden – habe ich schon zuhause und in der Schule gemacht. Menschen zusammenbringen und begeistern lag mir einfach. Ich habe dann eine Ausbildung zur Werbekauffrau gemacht, ein Jahr in Paris gearbeitet, bei Privatsendern gejobbt, Messekunden gehabt, Promotions gemacht und anschließend Kommunikationswissenschaften studiert. Zufälligerweise – oder auch nicht – kam dann ein Bekannter aus einem BMW Autohaus auf mich zu und fragte, wie man den damals neuen 7er BMW präsentieren könnte. Trendhouse gab es noch nicht. Ergebnis war, dass wir den BMW oben auf dem Olympiaturm gestellt haben, als ‚Talk of the town‘ eine riesige Aufmerksamkeit bekamen und ich mich anschließend mit Trendhouse und zwei Startkunden selbständig machte. Ziel war es, Events anders zu denken, die Zielgruppen zu überraschen und sie zu emotionalisieren. So ging die Story los.

Und um die Frage nach Alternativen zu beantworten. Ja, die gab es wahrscheinlich, aber Veranstaltungen zu planen und Menschen zu begeistern war einfach mein Ding.

**BlachReport:** Was waren die Highlights der Trendhouse-Story?

**Brigitte Nußbaum:** Ganz allgemein waren es immer die Momente, wenn eine Show

startet und wenn die Dinge, die wir uns überlegt haben, zum Leben erweckt wurden und wir sehen und erleben konnten, dass alles so funktioniert, wie das geplant war. Oder anders: Wenn die Story bei den Gästen ankommt, der Funke überspringt und wir die strahlenden Gesichter sehen – das sind die Highlights.



Brigitte Nußbaum (Fotos: Ina Zabel)

Ansonsten waren es natürlich die vielen tollen Kunden und Projekte. Also wenn wir zum Beispiel mit unseren Kunden aus Deutschland nach Singapur oder Kapstadt gegangen sind, um dort eine Veranstaltung zu inszenieren. Highlights gab es aber auch ganz in der Nähe. Ein herausragendes Projekt – aber mit einer ganz anderen Tonalität – war die Eröffnung

vom Luise-Kiesselbach-Tunnel in München am 25. Juli 2015 mit einem großen Bürgerfest inklusive Livemusik, einem Biergarten und einem Café im Tunnel, den die Münchner zu Fuß erkunden konnten, bevor er dann ein paar Tage später für den Verkehr zur Verfügung stand.

Andere Highlights aus München waren das Stadtfest 850-Jahre München oder unser En-

gagement als Leadagentur im Eventpool für den Public-Event zur Münchner Olympiabewerbung 2018. Da gibt es aber noch viele andere Beispiele, die in den 30 Jahren Trendhouse zusammengekommen sind. Voraussetzung waren immer mutige Kunden und oft der Wunsch, etwas zu inszenieren, was es so noch nicht gab.

**BlachReport:** Was waren die – bisher – letzten Jobs?

**Brigitte Nußbaum:** Da könnte ich einiges aufzählen. Ein echtes Highlight für mich war das Nachhaltigkeitsfestival der TU München: der TUM Sustainability Day 2024 auf dem Forschungscampus Garching mit tausenden Gästen von der TUM und aus Wissenschaft, Wirtschaft, Politik und der interessierten Öffentlichkeit. Voraussetzung für den Sustainability Day war natürlich eine konsequent nachhaltige Umsetzung für das komplette Projekt, was uns gelungen ist. Als Moderator konnten wir den früheren Formel 1-Weltmeister und heutigen Nachhaltigkeitsinvestor Nico Rosberg gewinnen.

**BlachReport:** Was macht Trendhouse seit 30 Jahren erfolgreich? Was ist der USP?

**Brigitte Nußbaum:** Konzeptionsstärke, zielgruppengerechte Kreativität, erstklassiger Content, Verzicht auf 0-8-15, Organisationsqualität, Neugier. Insbesondere letzteres ist uns sehr wichtig, um immer am Puls der Zeit zu sein, neue Locations und Technik zu kennen und die Trends und Entwicklungen in der Mode, der Gesellschaft und der Kultur bewerten und integrieren zu können.

Wir sind nie stehen geblieben – war es in den ersten Jahren vor allem das Organisieren können, ist in den Folgejahren die Kommunikationsexpertise immer wichtiger geworden. Heute machen wir Beratung, Storytelling, ent-

wickeln ganzheitliche Inszenierungen und haben dazu umfangreiches Handwerkszeug im Haus. Content, Interaktive Exponate, Apps, Websites, Musik, Regie, die passenden Spea-



ker, Licht- und Bühnendesign. Alle Elemente schlaue zusammen zu setzen und stringent eine (Event-)Geschichte erzählen zu können – ich denke das macht uns aus und auch erfolgreich.

**BlachReport:** Welche Leistungen werden von Trendhouse erbracht?

**Brigitte Nußbaum:** Zunächst einmal: Wir sind international aufgestellt und inszenieren Corporate und Public Events, sind stark in den Bereichen Meetingdesign, Motivations- und Mitarbeitererevents, setzen Incentives, Shows und Jubiläen um. Unabhängig vom Format kommt es – siehe letzte Frage – immer auf eine überzeugende, einzigartige Idee und schließ-

lich ein durchgängiges, lebendiges, emotionales Storytelling mit einem klar erkennbaren ‚roten Faden‘ an. Wir meinen, dass wir hier möglichst viele der Einzelfäden in unserer Hand halten sollten, damit wirklich ein ganzheitliches Ergebnis entsteht – und nicht eine Aneinanderreihung von einzelnen Programmpunkten. Nicht die Größe oder die Art, sondern die Qualität und Emotionalität einer Veranstaltung entscheiden über ihren Erfolg.

**BlachReport:** Wie geht der Weg von Trendhouse weiter?

**Brigitte Nußbaum:** Wir wünschen uns weiterhin tolle Kunden, die uns ihr Vertrauen schenken und mit uns neue Wege beschreiten, damit wir gemeinsam Menschen auf Veranstaltungen begeistern können. Dazu gehört eine kontinuierliche Verjüngung der Agentur – also ein enger Kontakt zu Newcomern und die Akzeptanz von Youngstern, die wir ausbilden oder die als Trainees zu uns kommen. Oder die meinen Vorlesungen an der Uni folgen. Ihnen wollen wir Orientierung geben, aber auch von ihnen lernen.

**BlachReport:** Was würdest Du anders machen, wenn Du heute noch mal starten könntest?

**Brigitte Nußbaum:** Ich würde alles wieder so machen.

**BlachReport:** Vielen Dank für die Beantwortung unserer Fragen.

fritz-kola mit Aktivierung zur Grünen Woche

## Neue Kampagne

Mit einer Kampagne rund um die Grüne Woche in Berlin will die Marke fritz-kola ihren Anspruch unterstreichen, bewussten Konsum zu fördern. Gemeinsam mit dem Marktforschungsinstitut YouGov hatte fritz-kola zuvor den sogenannten Portionsgrößeneffekt im Zusammenhang mit kohlesäurehaltigen Softdrinks untersucht und festgestellt, dass bei größeren Verpackungen auch der Konsum steigt. Diese Ergebnisse mündeten nun in der Kampagne mit dem Aufruf, zu kleinen Portionsgrößen zu greifen, um bewusst den eigenen Konsum zu reduzieren.

Im Mittelpunkt der Plakat-Aktion im Rahmen der Grünen Woche in Berlin steht ein Dino, der humorvoll darauf aufmerksam macht, wie groß man eigentlich sein müsste, um ohne Probleme

drei Liter Kola am Tag trinken zu können. „Bewusster Konsum beginnt mit der Größe der Flasche“, erklärt Mirco Wolf Wiegert, Gründer und Geschäftsführer von fritz-kola. „Kolas, Limos und Co. sind für uns bei fritz-kola Kulturgüter für Erwachsene, die wir nur in 0,2 Liter, 0,33 Liter und 0,5 Liter Flaschen anbieten. Unser Ziel ist es, mit kleinen Verpackungsgrößen bewusste Genussmomente zu fördern und einen nachhaltigeren Konsum zu unterstützen.“

Statt mit erhobenem Zeigefinger will die neue Kampagne spielerisch und auf humorvolle Art die Relation von Körpergröße zur Zuckermenge ins Verhältnis setzen. Die Botschaft „Klar kannst du 3 Liter Kola am Tag trinken“ macht auf die Bedeutung der Flaschengröße aufmerksam. Der Sternchen-Text löst auf:

„Wenn du 15 Meter groß bist.“ Mit dem Slogan „Entscheide dich für die Flaschengröße, die zu dir passt“ ruft fritz-kola dazu auf, bewusste Entscheidungen zu treffen – für sich selbst und die Umwelt.

Anlässlich der Grünen Woche, die am 25. Januar zu Ende gegangen ist, war das Visual an verschiedenen Standorten rund um das Gelände der Messe Berlin auf mobilen Poster Bikes oder einer Projektion am Alex zu sehen. „Wir wollen mit unserer Kampagne darauf aufmerksam machen, wie bewusster Konsum ermöglicht werden kann. Seit unserer Gründung gibt es bei fritz-kola ausschließlich kleine Portionsgrößen. Wir wollen hier aber echte Impulse setzen, die sich auf die Getränkeindustrie auswirken“, so Wiegert.



Warum Agenturen und Unternehmen jetzt handeln müssen – und wie eine klare Strategie zum Gamechanger wird

# KI-Kompetenzpflicht – verpflichtend seit dem 1. Februar 2025



Patric Weiler (Foto: privat)

EIN ARTIKEL VON PATRIC WEILER: DIE KI-ZUKUNFTSKOLUMNE TEIL 3, POWERED BY EBRAIN

## Einmal tief durchatmen.

Stell dir vor, es ist das Jahr 2026. Du sitzt in einem Pitch-Meeting mit einem großen Kunden. Alles läuft perfekt – bis die Frage kommt: „Wie stellen Sie sicher, dass Ihre Eventprozesse KI-konform sind?“ Ein kurzer Moment der Stille. Ein flüchtiger Blick auf den Kollegen. Dann die Erkenntnis: Niemand in deinem Team kann diese Frage fundiert beantworten.

Das Problem? Der EU AI Act, die weltweit erste umfassende KI-Regulierung, ist längst in Kraft. KI-Kompetenz ist keine optionale Zusatzqualifikation mehr. Und wer nicht nachweisen kann, dass sein Unternehmen KI sicher und verantwortungsvoll einsetzt, verliert Aufträge, Glaubwürdigkeit und im schlimmsten Fall viel Geld.

Jetzt spulen wir zurück ins Jahr 2025. Noch ist Zeit, sich richtig aufzustellen.

## Der Wendepunkt: KI ist jetzt reguliert – und du trägst Verantwortung.

Der EU AI Act unterscheidet KI-Systeme nach Risikoklassen und bringt eine entscheidende Neuerung: Jedes Unternehmen, das KI nutzt, muss sicherstellen, dass seine Mitarbeiter über das nötige Wissen verfügen.

Das betrifft nicht nur Tech-Konzerne – sondern alle Industrien und Unternehmen, in denen KI-Prozesse zum Einsatz kommen. Und die Eventbranche ist mittendrin:

- Dynamisches Ticketing: KI berechnet Preise basierend auf Nachfrage.
- Marketing-Automation: Personalisierte Kampagnen durch KI-gestützte Analysen.
- Echtzeit-Optimierung: KI erkennt Besucherströme und passt Event-Layouts an.
- KI-Chatbots: Automatische Interaktion mit Teilnehmern.

All' das muss dokumentiert und rechtlich abgesichert sein. Unternehmen, die das nicht ernst nehmen, riskieren:

- Hohe Strafen: Bis zu 35 Millionen Euro oder sieben Prozent des globalen Umsatzes.
- Verlust von Ausschreibungen: KI-Compliance wird zur Grundvoraussetzung.
- Reputationsrisiko: Fehlende KI-Kompetenz = Vertrauensverlust.

## Der fatale Fehler: KI-Kompetenz losgelöst von der Strategie behandeln.

Viele Unternehmen reagieren panisch – sie buchen wahllos Schulungen oder verteilen PDFs mit Richtlinien. Doch das ist der falsche Weg. KI-Wissen ist keine isolierte Checkbox. Es muss in die gesamte Unternehmensstrategie integriert werden.

>>> *Die richtige Herangehensweise? KI-Kompetenz mit der KI-Strategie verbinden.*

WARUM DAS ENTSCHEIDEND IST:

1. Nur wer KI versteht, kann sie sinnvoll einsetzen. Wer weiß, wie KI funktioniert, erkennt Potenziale und optimiert Prozesse gezielt.
2. Haftungsrisiken minimieren. Wissen schützt vor Compliance-Fällen – und vor Strafen.
3. Bessere Entscheidungen treffen. Mit einer klaren Strategie wird KI zum Business-Vorteil.

## Der richtige Weg: KI-Kompetenz strategisch aufbauen

### 1. KLARHEIT SCHAFFEN: KI-CHECK & ZIELSETZUNG

Was du tun solltest:

- Analysiere, welche KI-Tools dein Unternehmen nutzt. Definiere, welche KI Tools in Zukunft genutzt werden sollten.
- Prüfe, ob sie unter die „hohes Risiko“-Kategorie des AI Act fallen.
- Definiere, welche Teams mit KI arbeiten – und welches Wissen sie brauchen.
- Setze klare Ziele: Wo willst du in zwölf Monaten mit KI stehen?

>>> *Warum das wichtig ist: KI-Kompetenz ist kein Selbstzweck – sie muss dazu dienen, dein Business besser und sicherer zu machen.*

### 2. KI-WISSEN GEZIELT AUFBAUEN

Was du tun solltest:

- Entwickle eine interne Roadmap für KI-Wissen.
- Sorge dafür, dass alle relevanten Teams (nicht nur IT!) geschult werden.
- Nutze zertifizierte Schulungen und Workshops, um Nachweise für den AI Act zu haben.
- Dokumentiere den Fortschritt – Regulierer verlangen Belege.

>>> *Tipp: Die Schulung eines Eventmanagers sollte anders aussehen als die eines Marketing-Analysten. Es gibt kein „One-size-fits-all“.*

### 3. KI IN DIE STRATEGIE INTEGRIEREN

Was du tun solltest:

- Entwickle eine klare Policy für den Einsatz von KI in deinem Unternehmen.
- Mache KI-Compliance zu einem festen Bestandteil deiner Strategie.
- Etabliere eine regelmäßige Überprüfung der KI-Risiken und Compliance-Anforderungen.
- Stelle sicher, dass KI nicht nur aus Pflichtgefühl genutzt wird – sondern echte Wettbewerbsvorteile bringt (konkrete Ansätze findest Du in den ersten beiden und den noch folgenden Ausgaben dieser Kolumne).

*Warum das entscheidend ist: Unternehmen, die KI bewusst und strategisch einsetzen, haben einen klaren Vorteil gegenüber der Konkurrenz.*

Fazit: Wer jetzt klug handelt, sichert sich den entscheidenden Vorsprung.

## Hier kommt die Wahrheit: KI ist keine Zukunftsmusik mehr – sie ist hier, sie ist reguliert, und sie ist Pflicht.

Aber in jeder großen Veränderung liegt eine Chance. Die KI-Kompetenzpflicht kann als bürokratische Hürde gesehen werden – oder als Anstoß, dein Unternehmen nachhaltig für die Zukunft aufzustellen.

- Unternehmen, die KI nur „irgendwie“ nutzen, werden bald nicht mehr mithalten können.
- Unternehmen, die KI verstehen, strategisch einsetzen und Kompetenz mit Strategie verbinden, werden die nächste Evolutionsstufe des Business erleben.

Die Entscheidung liegt bei dir. Willst du nur mitlaufen – oder willst du gestalten?

- Was du jetzt tun kannst:
- KI-Check durchführen: Welche Tools nutzt du jetzt und in Zukunft? Welche Risiken bestehen?
- Strategie-Workshop buchen: Entwickle eine KI-Roadmap für dein Unternehmen.
- Mitarbeiter fit machen: Schulungen für KI-Kompetenz starten.

## Starte jetzt – denn KI ist kein Trend, sie ist das Fundament der Zukunft.

\*\*Über den Autor\*\*

### Patric Weiler – AI powered Business Transformation

Patric Weiler unterstützt Unternehmen als Berater, Trainer und Umsetzer bei der Integration von Künstlicher Intelligenz, digitalen Strategien und Business-Transformation. Sein Fokus liegt weiterhin auf der Optimierung von Positionierung, Marketing und Vertrieb, um Wachstum, Effizienz und Kundenerlebnisse nachhaltig zu steigern.

Seit 1996 in der Eventkommunikation tätig, gehört Patric Weiler zu den prägenden Köpfen der digitalen Transformation der Kommunikationsbranche. Als Mitgründer und CEO von 7th Sense, einer der ersten crossmedialen Agenturen Europas, gestaltete er früh die Verbindung von Event- und Online-Marketing. Später steuerte er als Strategieleiter und stellvertretender Deutschlandchef von American Express Meetings & Events die strategische Ausrichtung des Unternehmens und führte für die Agentur Prose die virtuelle Eventplattform magind ein.

Heute berät er mit seinem Beratungsunternehmen pwbc Unternehmen und Agenturen bei der Implementierung von KI, digitalen Strategien sowie Positionierung, Marketing und Vertrieb. Er ist mehrfach ausgezeichnete Branchenexperte, Mitglied der BrandEx Expertenjury und arbeitete bereits für diverse internationale Top-Marken wie Siemens, eBay, SAP, BMW, die Deutsche Bundesregierung, das Goethe Institut und Kempinski.

Weitere Infos auf der Website von Patric Weiler [www.pwbc.de](http://www.pwbc.de) oder via Mailanfrage an [pw@pwbc.de](mailto:pw@pwbc.de).

\*\*Über eBrain\*\*

eBrain revolutioniert die Eventbranche als weltweit erstes KI-gestütztes Teilnehmermanagementsystem. Mit innovativen Automatisierungslösungen verschlankt eBrain komplexe Prozesse wie Teilnehmerregistrierung, Check-in, Kontingentmanagement und Datenauswertung. Veranstalter sparen bis zu 80 Prozent der Zeit, Fehlerquellen werden auf ein Minimum reduziert. eBrain läutet eine neue Generation von hoch performanten, KI-basierten Eventtech-Tools ein.

---- INFO: [www.ebrain.events](http://www.ebrain.events)







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

EVENT-AGENTUREN



**JOKE Event AG**  
Creating Memories

Herbststraße 31  
28215 Bremen

T 0421 37888-0  
F 0421 37888-88

Hamburg  
Berlin  
Frankfurt/Main  
Stuttgart  
München

kontakt@joke-event.de  
www.joke-event.de

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

**marbet**

 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

**ottomisu**      **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**.



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

EVENT-AGENTUREN



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 Personalösungen 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**      LIVE SPACE CONTENT

 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**      DO YOUR LIVE EXPERIENCES REACH THEIR FULL POTENTIAL?

 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!

**trendhouse**  
event marketing

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.



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



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

EVENT-AGENTUREN

<b>uniplan</b>	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	Thuraya Telecommunications Tower, Barsha Height PO Box 900181, Dubai United Arabs Emirates	T +971 4 3232117 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 Brüche, 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**

EVENT-FACHMESSEN

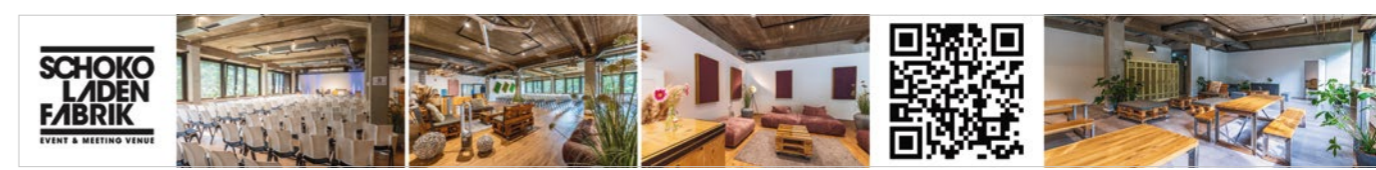
**BOE INTERNATIONAL**  
 15.-16. JAN. 2025 MESSE DORTMUND  
 Internationale Fachmesse für Erlebnismarketing

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.
--	---	---	--

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

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

EVENT-LOCATIONS



Schokoladenfabrik Event und Meeting Venue owned by format:c live communication GmbH	Stollwerkstraße 27-31 51149 Köln Ihre Ansprechpartner: _ Natalie Driesnack _ Tobias Weber	T 0162-4596001 T 0176-23177122 hello@schokoladen-fabrik.com www.schokoladen-fabrik.com	Kölns neueste Location bietet 900m² in Design-Räumen, zwei Außenbereiche mit 1000m², ein weißes Hohlkehlen-Studio. Top Veranstaltungstechnik, hochwertiges Catering und perfekte Begleitung garantieren reibungslose Events. Kostenfreie Parkplätze. ÖPNV-, Autobahn-, Flughafennähe.
--	---	---	---

MEDIENTECHNIK / 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.
-------------	---------------------------------------	---	--

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



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

MESSE- / EVENTBAU

MIT PROFIS ARTLIFEN

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

Hessenstraße 6  
 65719 Hofheim

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

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

**CG Creative Gestaltung.** MESSEBAU<sup>®</sup> EVENTS<sup>®</sup> WERBETECHNIK<sup>®</sup> BRANDING<sup>®</sup> DIGITAL DESIGN<sup>®</sup> APPS & WEB<sup>®</sup>

**Creative Gestaltung GmbH**

Heininger 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.

f @ in y





**DEKO-Service Lenzen GmbH**  
 www.deko-service.net  
 Event / Expo / Live Marketing

**Standort Lohmar / Köln**  
 Im Rohnweiher 47  
 53797 Lohmar  
 T +49 (0) 2205 9060  
 main@deko-service.net

**Standort Berlin**  
 Zur Alten Börse 79  
 12681 Berlin  
 T +49 (0) 30 5470 9770  
 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.






**STANDORTE**

LIMBURG  
 BERLIN  
 SARDINIEN  
 PRAG

**HEADQUARTERS:**

NA+1  
 Gunnar Zessel e.K.  
 Jahnstraße 10  
 65549 Limburg

Limburg  
 T +49 (0)6431 26290 20  
 M +49 (0)176 126290 22  
 info@na1.de  
 www.NA1.de

Wir sind national und international Ihr Partner für temporäres, stilsicheres und individuelles Design – mit 35 Jahren Erfahrung in den Bereichen Messe, Event, Retail, Großdekorationen, Möbel und Exponatbau. Rein und ehrlich bis ins Detail.

AKTUELLES IM INTERNET \_ WWW.AUTOMOBIL-EVENTS.DE

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

MIETMÖBEL / EVENTLOGISTIK / SONDERBAU / EVENTCATERING




**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

**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




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.

NACHHALTIGKEIT

**Wir denken nachhaltig!**  
 2bdifferent steht seit über 12 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

2bdifferent ist eine führende Beratungsagentur, die sich auf Nachhaltigkeitsstrategien, Sustainable Event Management und Unternehmensanalysen für Eventdienstleister spezialisiert hat. Das Unternehmen unterstützt die Event-, Messe- und Meetingbranche bei der Entwicklung klimafreundlicher Strategien und nachhaltiger Geschäftsmodelle. Mit fundierter Expertise – darunter Qualifikationen nach ISO 14001, EMAS und als interne Auditoren für ISO 20121:2024 – begleitet 2bdifferent Unternehmen von der Betriebsanalyse bis zur Umsetzung praxisnaher Handlungsempfehlungen. Ein Schwerpunkt liegt auf der Analyse und Optimierung von Veranstaltungen wie Messen, Kongressen und Corporate-Events für veranstaltende Unternehmen unter ökologischen, sozialen und ökonomischen Kriterien. Lassen Sie uns gemeinsam Ihre Nachhaltigkeitsziele erreichen. 2bdifferent unterstützt Sie dabei, Ihre Veranstaltungen effizient und nachhaltig zu optimieren.

AKTUELLES IM INTERNET \_ WWW.MUSEUMSREPORT.DE

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

TECHNISCHES PLANUNGSBÜRO



PRODUCTION OFFICE GbR      Schlesische Straße 28  
Ingenieurbüro für      10997 Berlin  
Entertainment  
\_ Dipl. Ing. Joachim Koppe  
\_ Dipl. Ing. Ralf Schafstall

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      Riedstraße 25  
GmbH & Co. KG      73760 Ostfildern  
\_ Philipp Sautter  
Managing Partner

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      Düsseldorf  
Audiovisuelle      Herderstraße 70  
Dienstleistungen      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.



Live.Digital.On-site



btl next GmbH      Berlin • Düsseldorf  
Frankfurt • Hannover  
München • Poznań

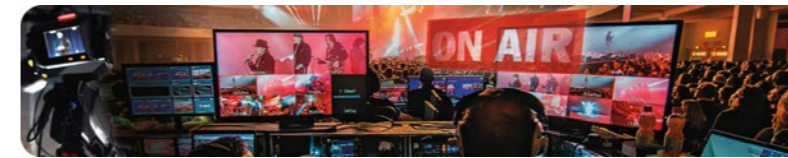
T +49 (0)211 90449-0  
F +49 (0)211 90449-444  
contact@btl-x.de  
www.btl-x.de

Seit über 35 Jahren realisieren wir professionelle Events und staten 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.

AKTUELLES IM INTERNET \_ WWW.BLACHREPORT.DE

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

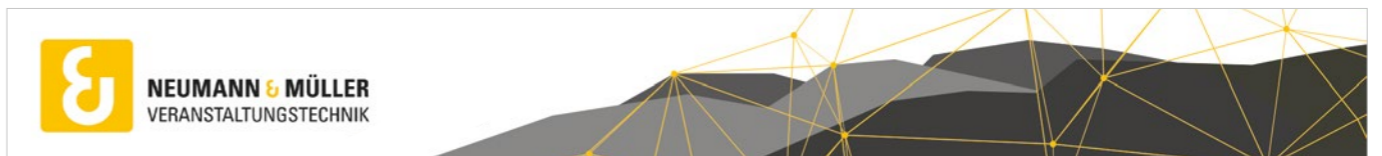
VERANSTALTUNGSTECHNIK



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

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

**MEDIA BOARD**      Digitale Ausgaben unter:  
www.blachreport.de





INSIDE

# Pat Kalt

**PAT KALT** INSZENIERT SEIT ÜBER 25 JAHREN ERFOLGREICH MARKEN IM RAUM. SEIT VERGANGENEM JAHR VERSTÄRKT ER MIT SEINER EXPERTISE UND ERFAHRUNG DAS TEAM UM GRÜNDER UND GESCHÄFTSFÜHRER DIRK BACHMANN-KERN ALS CREATIVE CONSULTANT UND MANAGER IM GLEICHNAMIGEN *STUDIO BACHMANNKERN*.



Pat Kalt (Foto: Studio Bachmannkern)

**Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?**  
Ich finde es großartig, gemeinsam im Team Räume so zu inszenieren und zum Leben zu erwecken, dass sie Geschichten erzählen und Begegnungen ermöglichen: Hier bei uns im Studio Bachmannkern nennen wir das Spatial Experience Design.

**Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?**  
Weine zu inszenieren, das würde mir auch sehr gut gefallen, so als Weinberater oder Sommelier. Weingüter, Rebsorten, Winzer, Methoden, Geschichten – hier gibt es so viel Stoff und Substanz für emotionales Storytelling . . .

**Was ist ihr größter Traum?**  
Mehr Zeit und das nötige Kleingeld für Entdeckungsreisen zu haben.

**Wen möchten Sie gern einmal kennenlernen?**  
Vielleicht mal mit Freddie Mercury im Münchner Paradiso feiern, David Lynch auf ein Shooting begleiten oder Cy Twombly beim Malen zusehen? Aber da bin ich leider etwas zu spät dran.

**Was macht Sie glücklich?**  
Meine Kids.

**Was war bisher Ihre größte Herausforderung?**  
Meine Kids.

**Welche Entscheidungen haben Sie bereut?**  
No Complaints. No Regrets. ;-)

**Was machen Sie gegen Stress?**  
Ich gehe vor jedem Arbeitstag in der Früh auf dem Waldfriedhof nebenan laufen, um gelassener in den Tag zu starten. Die Nähe zum Toten relativiert den Stress im Leben . . .

**Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?**  
Auf meinen Nachttisch liegen gerade die Space Opera ‚Nophek Gloss‘ von Ella Hansen, Dietmar Daths Essay über Miley Cyrus und das Sachbuch ‚Erzählende Affen‘ von Samira El Oussail und Friedemann Karig.

**Was sollen wir hören: Ihr aktueller Musiktipp?**  
Je nach Stimmung höre ich sehr unterschiedliche Stilrichtungen. Aber Sofi Tukker finde ich große Klasse, die beiden würde ich gerne mal als Live-Act buchen.

**Welches Live-Ereignis hat Sie bisher am meisten beeindruckt?**  
Aus professioneller Sicht hat mich bei meinem letzten Vegas-Trip der Besuch der Sphere schon sehr fasziniert, definitiv aber auch polarisiert. Auf persönlicher Ebene ziehe ich Naturschauspiele in den Bergen oder am Wasser vor.

**Nennen Sie uns Ihr Lieblingsrestaurant?**  
Ich habe jetzt eher nicht so das eine Lieblingsrestaurant, weil ich immer wieder gerne Neues ausprobieren und testen möchte. Wenn ich in Shanghai bin, gehe ich immer wieder gerne ins Shintori, nach wie vor ein beeindruckendes Gesamt-Erlebnis aus Raum, Design und Genuss.

# newslounge

PRESSEPORTAL FÜR DIE  
MICE BRANCHE NATIONAL  
UND INTERNATIONAL

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

## Impressum

27. 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

RAUM & FORMATE

# Der Ort für erfolgreiche Tage

Ihre Veranstaltung im TurmQuartier Pforzheim



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

Mehr Informationen unter  
[www.turmquartier.de](http://www.turmquartier.de)

 **Turm  
Quartier**