



Stationär, temporär oder auf Tour: Wie und warum sich Pop-up Stores immer mehr zu Marketing-Tools entwickeln

DESIGN

FÜR IHR EVENT



Aus Draht geformte Leichtigkeit. Ein ästhetischer, filigraner Körper wie aus einer einzigen Linie gemalt. Das skandinavische Design macht auf Messen und Events eine exzellente Figur.

Mit seinen schlichten Formen ist der Hee Lounge Chair absolut zeitlos und vereint Ästhetik und Funktionalität.

Wir stellen Ihre Veranstaltung gerne mit modernem Design-Mobiliar aus, das Ihre Kommunikationsziele bestmöglich unterstreicht.



partyrent.com
we create atmosphere

Traurige Nachrichten



Nur wenige Tage nach Peter Bremshey, der am 9. April im Alter von 79 Jahren verstorben ist und der gemeinsam mit Ralf Domning die legendäre Agentur kogag gründete, ist mit Volkward Dams eine weitere Ikone aus der Entwicklung der Event-Agenturen in Deutschland von dieser Welt gegangen. Volkward Dams oder

Vok Dams, wie er weltweit in dieser Szene bekannt war, wurde 85 Jahre alt. 1971 hatte er die Agentur Vok Dams, eine der führenden Event- und Live-Marketing-Agenturen weltweit, in Wuppertal gegründet und damit die Basis für eine einzigartige Unternehmensgeschichte gelegt.

Seine Vision und Kreativität ebenso wie seine Haltung, Leidenschaft, Energie und Hingabe haben nicht nur die Erfolgsgeschichte von Vok Dams geprägt. Als einer der Pioniere der ersten Stunde der Eventbranche hat Volkward Dams die Branche selbst und damit viele Generationen von Event-Managern maßgeblich geformt, beeinflusst und begeistert. Für viele von uns war er Vordenker, Vorbild, Visionär. Er hat inspiriert und motiviert – und manchmal polarisiert. Wir waren meist einer Meinung, aber ebenso oft auch nicht.

Volkward Dams begann 1962 seine Karriere als Fotograf. Aus dieser „unternehmerischen Keimzelle im Herzen des Bergischen“ entwickelte sich seine Kommunikations-Agentur mit bundesweitem Einzugsgebiet. Der engagierte Gründer verdiente sein Geld darüber hinaus mit Lehraufträgen für Hochschulen und mit der Organisation von Kunstausstellungen. Außerdem arbeitete er als Journalist. Mit der Eintragung ins Handelsregister erblickte die Agentur Vok Dams dann 1975 in ihrer heutigen Form das Licht der Welt.

Vor mittlerweile 25 Jahren übergab Volkward Dams die Leitung der Agentur an seinen Sohn Colja und gründete später in Wuppertal das „Atelierhaus“, das er als Galerie und Denkfabrik konzipierte und bis zu seinem Tod leitete.

Volkward DAMS ist und bleibt – das kann man nicht anders sagen – eine Legende in der Eventbranche und dafür können wir nur dankbar sein. Eventmarketing, nicht nur in Deutschland, sondern überall auf dieser Welt wäre anders ohne die Leistung von Volkward Dams.

In bleibender Erinnerung

Ihr Peter Blach

inhalt

Titelfoto: Trikot-Launch mit Pop-up Store (Fotos: VFL Wolfsburg)

- | | |
|---|---|
| 4 BUSINESS Digital-Detox-Momente | 14 RÜCKBLICK IMEX Fokus auf News und Education |
| 6 POP-UP STORES Temporäre Shops als Marketing-Tools | 15 SERVICES Neues Digitalmischpult von Mackie |
| 8 BUSINESS facts and fiction BMAS Rahmenvertrag | 16 PEOPLE Jobs + Karriere |
| 10 BUSINESS Vok Dams veröffentlicht neues Whitepaper | 17 MARKETING-SERVICES Lieferantenverzeichnis |
| 11 DIGITAL Neues Multi-LTE Case für das Event-Internet | 26 BACKSTAGE Christian Frank |
| 12 VENUES Avus Tribüne wiedereröffnet | 26 IMPRESSUM |

MEDIA
BOARD

OUT NOW!



WWW.MEDIABOARD.ONE



TAS Emotional Marketing auf dem OMR (Foto: Julian Huke)

TAS-Kneipe „Zum Goldenen Herzen“ war Geheimtipp beim OMR

Digital-Detox-Momente

Erstmals präsentierte sich TAS Emotional Marketing auf dem diesjährigen OMR-Festival. Die Essener Agentur lud Gäste und Besucher in die Pop-up-Kneipe „Zum Goldenen Herzen“ ein. Das Interieur stammte aus einer originalen Kneipe mit 60er Jahre Charme aus dem Ruhrgebiet und setzte den Kontrapunkt zu den vielen perfekt durchgestylten sowie technisch aufwändigen und überdimensionierten Auftritten. Ein Besuch im „Goldenen Herzen“

wurde so zum Digital-Detox-Angebot für die über 70.000 Besucher des OMR.

„Unsere Idee ist komplett aufgegangen. Wir haben die TAS präsentiert, wie sie ist: als Kind aus dem Pott, mit dem Herzen auf der Zunge – ehrlich und nicht inszeniert. Das Herz schlägt den Kopf. Das ist in der aktuellen Zeit besonders wichtig. Traditionen lassen sich mit aktuellen Trends herrlich kombinieren und das Goldene Herz war Anlaufstelle für unterschied-

lichste Menschen“, resümiert Thomas Siepmann, Gründer und Geschäftsführer bei TAS Emotional Marketing.

Ein Highlight im „Goldenen Herz“ war die „Bundeskegelbahn“. Beim OMR Kegel Cup gewann Siegerin Anna eine Tour durch die Ruhrgebietskneipen und einen Besuch bei TAS Emotional Marketing, die mit über 70 Teammitgliedern zu den größten inhabergeführten kreativen Agenturen des Ruhrgebiets zählt.

ECOVADIS SILBER-MEDAILLE FÜR EPICTO

Beim Eventdienstleister epicto zählen soziale Verantwortung, Umweltschutz und Nachhaltigkeit zum Selbstverständnis des Unternehmens. Dieses Engagement für Nachhaltigkeit wurde nun von EcoVadis gewürdigt.

„Die Auszeichnung mit der Silbermedaille von EcoVadis bestätigt uns in unserem Handeln“, freut sich Maja Schenk, Mitglied der Geschäftsleitung der epicto. Mit dem Silber-Sta-

tus ist epicto unter den besten 25 Prozent der Unternehmen weltweit, die unabhängig bewertet wurden.

EcoVadis ist eine der führenden Plattformen zur Bewertung der Nachhaltigkeit von Unternehmen sowie deren weltweiten Lieferketten. Dabei werden die Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen mit ihren ökologischen, sozialen und ethischen Prinzipien zugrunde gelegt.

Über 100.000 Unternehmen vieler Branchen weltweit sind in EcoVadis vertreten, darunter auch viele deutsche DAX-Unternehmen.

Maja Schenk: „Wir nehmen unsere gesellschaftliche Verantwortung sehr ernst – nach innen wie nach außen. Für unsere Kunden und Partner ist die Auszeichnung ein wichtiges Zeichen, in welche Richtung sich epicto entwickelt hat.“



Kick-off für das Convention Bureau Lübeck
(Foto: LTM – Christian Schaffrath)

Aus lübeckKongress wird Convention Lübeck

Convention Bureau Lübeck gegründet

Die Kongressinitiative lübeckKongress, die seit 1995 für den Kongress- und Tagungsstandort Lübeck wirbt, stellt sich auf neue Füße und wird zu Convention Lübeck. Die Tagungswirtschaft in Lübeck und Travemünde präsentiert sich künftig über das neu gegründete Convention Bureau Lübeck als Fachabteilung bei Lübeck und Travemünde Marketing (LTM). Die bisherigen Mitgliedschaften bei lübeckKongress gehen im Convention Lübeck Netzwerk auf, um die etablierte Zusammenarbeit auch in Zukunft zu gewährleisten. Die Kick-off Veranstaltung für Convention Lübeck fand am 15. Mai 2023 in den Media Docks statt, die Web-

seite convention-luebeck.de ging ebenfalls am 15. Mai live.

Das aktuelle Branchennetzwerk besteht aus 40 Partnern aus zertifizierten Kongresszentren, Tagungshotels in allen Preissegmenten, maritimen und anderen Veranstaltungslocations und Eventdienstleistern. Ziel von Convention Lübeck ist es, Lübeck und Travemünde als Tagungs- und Kongressstandorte durch eine professionalisierte Vertriebstätigkeit, optimierten Kundenservice und Synergieeffekte mit der Destinationswerbung gezielt in das Blickfeld der Entscheider im MICE-Bereich zu rücken und die Wertschöpfung für die Branche auszubauen.

en. Fördermitglieder sind Radisson Blu Senator Hotel, Park Inn by Radisson Hotel, KWL und Musik- und Kongresshalle Lübeck.

„Wir wollen die Tagungswirtschaft in Lübeck und Travemünde fit für die Zukunft machen“, erklärt Ilona Jarabek, Vorstandsvorsitzende von lübeckKongress und Geschäftsführerin der Lübecker Musik- und Kongresshalle. „Aufgrund des sich verschärfenden Wettbewerbs und der post-pandemischen Regenerationsphase in der Veranstaltungswirtschaft ist die Auflösung der Vereinsstruktur von lübeckKongress und Gründung des Convention Bureaus Lübeck notwendig geworden.“

mobile.de supported Football Agency Cup

Hauptsponsor

mobile.de Advertising, der Vermarkter von mobile.de und Kleinanzeigen!, ist in diesem Jahr Hauptsponsor des größten Sportevents der Kommunikationsbranche. Etwa 3.000 Teilnehmende sind schon für den „Football Agency Cup powered by mobile.de“ angemeldet, der vom 30. Juni bis 2. Juli 2023 in Düsseldorf stattfinden wird.

mobile.de stellt unter anderem auf dem Turniergelände eine Players Lounge mit Chill-Out-Area, Freigetränken, Kickertisch und Fotobox. Auch auf der Players Night am Abend kann man in einer Chill-Out-Area von mobile.de eine Pause einlegen.

Der Football Agency Cup startet am 30. Juni mit dem Get-together. Am 1. Juli wer-

den dann das Fußballturnier sowie der Wall-Decaux Cheerleader Cup rund um die Merkur-Spiel-Arena in Düsseldorf ausgetragen. Die Agenturen kämpfen neben dem Pokal als beste Fußballmannschaft um die Auszeichnungen als Torschützenkönig oder -königin, um den besten Gesamtauftritt der Agenturen sowie um das beste Cheerleader Team.

STUDIENINSTITUT STARTET NEUE LEADERSHIP ONLINE-SEMINARE

Das Studieninstitut hat zusätzlich zu einer dreiteiligen Leadership Webinar-Reihe am 14., 15. und 16. November 2023 auch die Weiterbildung „Teams virtuell führen“ am 28. November neu ins Portfolio aufgenommen. Dabei werden nicht nur die Voraussetzungen für erfolgreiches Arbeiten in Remote-Teams geklärt, sondern auch effektive Kommuni-

kationsstrategien erarbeitet, die es den Teilnehmenden ermöglicht, das Team auch über räumliche Distanzen hinweg zu motivieren und zu inspirieren.

Die Leadership-Trainings bieten den Teilnehmern die Möglichkeit, ihr Führungspotenzial zu entfalten und ihre Fähigkeiten zur Kommunikation, Entscheidungsfindung, Motivation

und zum Umgang mit Veränderungen zu verbessern. Auch das Stärken der eigenen Fähigkeiten ist hierbei ein zentraler Punkt.

Im Online-Kurs „Resilienz“ am 29. November lernen die Teilnehmer beispielsweise, wie sie effektiv mit Belastungen, Veränderungen und Konflikten umgehen. Dies führt zu mehr Gelassenheit, Energie und Stärke.



Nespresso Bulli auf Vertuo Roadshow
(Foto: Nespresso/Stefan Brandstetter)



145 Vodka
Pop-up Store



Temporäre Shops als Marketing-Tools

Aktuelle Projekte

STATIONÄR, TEMPORÄR ODER AUF TOUR: POP-UP STORES ENTWICKELN SICH IN DEN AKTUELLEN EHER KRISELNDEN ZEITEN FÜR RETAIL-FORMATE IMMER MEHR ZUR BRAND- UND SHOP-PRÄSENZ DER WAHL. EINE REIHE AKTUELLER PROJEKTE, BEI DENEN MARKEN UND DESIGNER IHRER KREATIVITÄT FREIEN LAUF GELASSEN HABEN, STELLEN WIR NACHFOLGEND VOR.

145 Vodka Pop-up Store im KaDeWe

Den Vodka-Newcomer 145 Vodka konnten KaDeWe-Besucher im Mai nicht nur kulinarisch sondern auch visuell erleben. Dort war der bereits mit dem Red Dot Design Award ausgezeichnete Vodka mit einem eigenen Pop-up-Store vertreten – und zwar auf der für seine exquisiten Köstlichkeiten bekannten 6. Etage. Zum Retail-Launch kamen etwa 100 Interessierte, rund 200 Drinks und Cocktails mit 145 Vodka wurden probiert. Carl Mielau, Gründer und Creative Director von 145 Vodka: „Excellent Vodka, Great People, Good Vibes – das Motto, unter dem wir eingeladen hatten, war an dem Abend 1:1 Programm. Das Event glich mehr einer After-Work-Party als einem Retail-Launch: Elegantes Ambiente, coole Musik und natürlich 145 Vodka sorgten für ausgelassene Stimmung und einen Abend, an dem unser Produkt bei dem einen oder anderen mit Sicherheit als neuer Vodka-Favourite im Gedächtnis geblieben ist.“

Der 145 Vodka Pop-up selbst war in den Farben Magenta und Königsblau gehalten, und setzte auf schlicht-elegante und moderne Designelemente. Aus der Auswahl von Tausenden Produkten auf der Food- und Restaurant-Etage des prächtigen KaDeWe sollte das Produkt so hervorstechen. Denn mit 145 Vodka hat der Münchner Jungunternehmer Carl

Mielau eine Marke geschaffen, die Spielfreude, attraktive Produktszenierung und Ästhetik vereint: „Dank des außergewöhnlichen Flaschendesigns lässt sich 145 Vodka trophäengleich und standsicher pyramidenartig stapeln – und damit ikonisch inszenieren“, so der 20-Jährige. Eine solche Inszenierung sollte dann auch in einem der größten Department Stores Europas alle Blicke auf sich ziehen und wie die hochwertigen Glasflaschen der Marke ganz besondere Akzente setzen.

Nespresso auf Vertuo Roadshow unterwegs

Nespresso hat für sein Vertuo Kaffeesystem in Österreich die Vertuo Roadshow-Tour gestartet, bei der es im umgebauten Event-Bus quer durchs Land geht, mit über 50 geplanten Stationen. Der Nespresso Bulli hat dabei zahlreiche Highlights für Kaffeegenuss mit im Gepäck: Außergewöhnliche Kreationen sollen die Kunden zum Ausprobieren, Verkosten und Staunen einladen. Experimentierfreudige Kaffeeliebhaber haben unter anderem die Wahl zwischen Basil Ginger Shot Espresso, Freddo Cappuccino, Iced Nitro oder steirischem Kürbiskern-Kaffee. Ein Milchschaumdrucker verleiht dem Kaffee mit Hilfe eines individuellen Prints eine persönliche Note. Außerdem gibt es die Möglichkeit, hochwertige Preise zu gewinnen.

Individuelle Milchschaumprints sind ein weiteres Highlight der Tour, die Anfang Mai in Wien an den Start ging. „Für die Tour haben wir abwechslungsreiche Kreationen entwickelt, die zeigen, wie viel Spaß die Zubereitung von Kaffee eigentlich machen kann. Unsere Rezepte spiegeln die kreative Vielfalt wider, die Vertuo so einzigartig macht“, so Michael Ilsanker, Coffee Ambassador von Nespresso Österreich. Nespres-



Trikot-Launch mit Pop-up Store
(Fotos: VFL Wolfsburg)



145 Vodka
Pop-up Store
im KaDeWe
(Fotos: diephoto-
designer.de/
145Vodka)



Polestar Space
in Rovaniemi
(Foto: Polestar)

so will seiner jungen Zielgruppe im Rahmen der Roadshow das perfekte Ambiente bieten, um Kaffee mit Stil und in hipper Atmosphäre genießen zu können. Nach einer Kaffeepause sorgen bei ausgewählten Stops Yoga & Fitness Sessions für Abwechslung.

Die Vertuo Roadshow von Nespresso hatte Anfang Mai in Wien seinen Startschuss, geht quer durch Österreich und macht mit über 50 Stationen in allen neun Bundesländern Halt – von Niederösterreich über die Steiermark und Kärnten bis nach Tirol und Vorarlberg. Dabei ist die Nespresso Roadshow auch bei zahlreichen österreichweiten Silent Cinema und Silent Disco Events zu finden und auch bei weiteren Veranstaltungshighlights vor Ort – unter anderem beim 4GameChangers Festival in Wien, beim FM4 Unlimited am Attersee in Oberösterreich und einigen Branchenevents. Die Tour endet nach acht Monaten im Dezember wieder in Wien.

Launch-Event in der Wölfe-Kabine

Zum Launch der neuen Trikots für die Bundesliga-Saison 2023/2024 hat der VFL Wolfsburg eine besondere Aktion gestartet. Am 24. Mai 2023 wurden die Tore zur Mannschaftskabine für die Fans geöffnet: Dort, wo sich sonst das Profiteam des Bundesligisten umzieht, stand zwischen 10 und 17 Uhr ein eigens errichteter Pop-up Store. Für die Präsentation der neuen Jerseys aus dem Hause Nike wurde die Mannschaftskabine der Wölfe kurzerhand einfach mal umfunktioniert – und die Fans von Grün-Weiß hatten die Möglichkeit, als allererstes die neuen Jerseys in der Hand zu halten. Erinnerungsfoto auf dem Rasen der Volkswagen Arena inklusive.

„Das Event war noch viel schöner, als wir es uns vorgestellt hatten. Es ist einfach ein unglaubliches Gefühl, den Fans mit besonderen Aktionen wie dieser ein breites Lächeln ins Gesicht zu zaubern. Der Trikotlaunch war ein voller Erfolg“, zieht Dirk Zelonzewski, Leiter Merchandising, Service & Vertrieb beim VFL Wolfsburg Fazit zur Aktion.

Polestar Snow Space

Zu Beginn des Jahres hat Polestar im finnischen Rovaniemi – knapp zehn Kilometer südlich des Polarkreises – einen temporären Polestar Space eröffnet. Erbaut wurde die Location aus einem Material, das in der Hauptstadt Lapplands im Überfluss vorhanden ist: Schnee. Laut Polestar ist Schnee nicht nur sauber, nachhaltig und kreislauffähig, sondern zufällig auch ein wichtiger der markeneigenen Farbpalette. Das Fertigungsmaterial wurde für den Space aus der unmittelbaren Umgebung gewonnen und mit vollelektrischen Lkw zur Baustelle gebracht. Und nach der Schließung des temporären Polestar Space gelangten Schnee und Eis, aus denen er bestand, wieder komplett in den natürlichen Kreislauf zurück, aus dem sie stammen.

Der Polestar Space war ein Schritt der Marke, um ihre Präsenz im hohen Norden weiter auszubauen. Zum Angebot gehörten unter anderem Testfahrten auf einer nahegelegenen Rennstrecke und das Ausstellen ausgewählter Polestar Komponenten – jedoch mit dem Unterschied, dass es sich diesmal nicht um Originale aus Metall oder Kunststoff, sondern um kunstvolle Nachbildungen aus purem Eis handelte.

facts and fiction erhält erneut den Zuschlag für den BMAS Rahmenvertrag

Etat verteidigt

facts and fiction verteidigt erneut den Etat des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales (BMAS). Die Agentur sichert sich den Rahmenvertrag für das Veranstaltungs- und Konferenzmanagement für weitere drei Jahre. Zum Aufgabenfeld gehören die Konzeption, Planung und Umsetzung von unterschiedlichsten Veranstaltungsformaten des BMAS.

Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales führt aus konkretem Anlass oder als Teil einer Kampagnenreihe eine Vielzahl von Veranstaltungen im Jahr durch. Die verschiedenen Veranstaltungsformate – live, hybrid oder digital umgesetzt – bilden nicht nur die Kernthemen des BMAS ab, sondern behandeln

auch kooperativ Schnittmengen mit anderen Ministerien und Forschungsnetzwerken.

Bereits in den letzten Jahren realisierte facts and fiction zusammen mit dem BMAS unterschiedlichste Veranstaltungsformate von Fachveranstaltungen wie Symposien, Tagungen und Konferenzen über bürgernahe Formate wie Tage der offenen Tür oder Roadshows bis hin zu speziell mit dem Kunden entwickelten, themenbezogenen Formaten wie Talks, Meetups oder Ausstellungen. Zu den Highlights der vergangenen Jahre gehören die Tage der offenen Tür, der jährlich stattfindende Tag der Jobcenter, die Internationale Metropolitiskonferenz und die verschiedenen Veranstaltungsformate



Tag der Jobcenter
(Foto: BMAS/Konrad Schmidt)

zur EU-Ratspräsidentschaft. Die erste Veranstaltung, die im Rahmen der fortgesetzten Zusammenarbeit realisiert wird, ist die dritte Runde des Ideenwettbewerbs der Civic Innovation Platform. Innerhalb dieses Wettbewerbs werden gemeinwohlorientierte KI-Anwendungen prämiert und gefördert.

Das BMAS ist eines von insgesamt drei Bundesministerien, die facts and fiction in Berlin aktuell betreut. Die Agentur arbeitet bereits seit 2009 für Ministerien, Institutionen und Verbände und entwickelt dafür unterschiedlichste Veranstaltungsformate und Ausstellungen im Kontext des politischen Diskurses.

Breite wirtschaftliche Erholung erst ab 2025

Weltmesseplatz Deutschland

Frühestens 2025 rechnet die Messewirtschaft in Deutschland mit einer breiten wirtschaftlichen Erholung nach der Corona-Pandemie. Zuletzt ging die Branche noch von einer deutlichen Besserung an den Messeplätzen ab dem kommenden Jahr aus. Neben geopolitischen Verunsicherungen sorgen nach Ansicht des Messerverbands AUMA vor allem hausgemachte Probleme durch die Bundespolitik für die stockende Erholung. Zum Gedankenaustausch trafen sich die Spitzen der Branche in Berlin zu ihrer Jahrestagung. Zu Gast dabei war der Parlamentarische Staatssekretär beim Bundesminister für Wirtschaft und Klimaschutz, Michael Kellner.

Philip Harting, Vorsitzender des AUMA: „Die Auswirkungen und politischen Entscheidungen in der Corona-Pandemie werden die deutsche Messewirtschaft noch lange beschäftigen. Der Erholungspfad ist zwar eingeschlagen. Nur werden uns unnötigerweise immer mehr Steine in den Weg gelegt.“ Seit dem Ende aller Reisebeschränkungen der Corona-Pandemie seien deutsche Botschaften und Konsulate nicht in der Lage, zeitnah Messe-Visa aus-

zustellen. Betroffen wären wichtige Aussteller- und Besucherländer wie China, Indien und die Türkei. Teilweise dauere es Monate, überhaupt nur Termine zum Beantragen eines Visums zu bekommen. Die Messewirtschaft kritisiert außerdem die jüngsten Kürzungen von Förderprogrammen für die Messeteilnahme von Start-ups in Deutschland und deutschen Unternehmen im Ausland.

Harting: „Weltweit stehen wir als Messeplatz Nummer 1 im größer werdenden Wettbewerb. China, Indien, die Länder am Golf haben erkannt, welch' Treibstoff Messen sind. Wenig hilfreich ist es, dass die Stärkung des Weltmesseplatzes Deutschland derzeit nicht auf der Agenda der Ampel-Koalition zu stehen scheint. Allein die Kürzung der Programme für junge innovative Unternehmen sowie des Auslandsmesseprogramms ist ein strategischer Fehler. Diese Fehlentscheidung muss schnellstens korrigiert werden.“ Zuletzt hat das Bundeswirtschaftsministerium die Unterstützung für Messeteilnahmen von kleinen und mittelgroßen Unternehmen sowie Start-ups in Deutschland

und die Förderung für deutsche Unternehmen an Gemeinschaftsständen im Ausland verringert. Das Auslandsmesseprogramm des Bundes wurde ohne Angabe von Gründen um 20 Prozent gekürzt.

Trotz aller Belastungen wollen die Messengesellschaften in Deutschland bis 2027 mehr als eine halbe Milliarde Euro in ihre Gelände investieren, um auf dem Weg zur Klimaneutralität bis 2040 weiter voranzukommen. 550 Millionen Euro sollen vor allem in Modernisierung und Sanierung von Messehallen fließen. Energetische Maßnahmen wie der Auf- und Ausbau der Photovoltaik, die Umrüstung auf LED-Beleuchtung und energieeffiziente Kühlanlagen sind mit dieser enormen Summe geplant. Darüber hinaus wollen Veranstalter in E-Mobilität und digitale Infrastruktur investieren.

Bereits im vergangenen Sommer hatte sich die deutsche Messewirtschaft als eine der ersten Branchen einheitliche Ziele gegeben, um fünf Jahre vor dem nationalen Ziel Deutschlands klimaneutral zu sein.



Übergabe der Urkunde von Katja Krause (IHK) an Abdal Barazi, Auszubildender familie redlich; Jens Zimmer, familie redlich; Nora Schilling, familie redlich; Jayda Jacobi, Auszubildende familie redlich (von links, Foto: familie redlich)

familie redlich bekommt Auszeichnung für Ausbildungsqualität

Ausbildungsbetrieb mit IHK-Siegel

familie redlich wurde erneut mit dem IHK-Siegel für exzellente Ausbildungsqualität ausgezeichnet. Das ist bereits das dritte Mal in Folge, das die Agentur diese Auszeichnung erhält und somit – nach eigenen Angaben – die einzige Kommunikationsagentur Berlins mit diesem Qualitätsmerkmal bleibt.

Andre Redlich, Vorsitzender des Vorstands der familie redlich AG und selbst Ausbilder:

„Eine exzellente Ausbildungsqualität ist der Grundstein für eine erfolgreiche Zukunft, sowohl für die Auszubildenden als auch für Unternehmen. Mit unserer familie redlich akademie und der erneuten IHK-Auszeichnung als exzellenter Ausbildungsbetrieb zeigen wir, dass wir uns dieser Verantwortung bewusst sind und uns kontinuierlich für eine herausragende Ausbildung einsetzen.“

Die durch die familie redlich akademie gesteuerte Ausbildung wird momentan von 23 Teilnehmern durchlaufen. Unter ihnen befinden sich 13 Auszubildende sowie zehn duale Studierende. Die Ausbildung wird durch zwölf bei der IHK registrierte Ausbilder betreut, die Einfluss auf die Qualität und Effizienz der Ausbildung nehmen und auch Ansprechpartner für andere auszubildende Kollegen sind.

Nächster VDVO Kongress findet am 30. Juni statt

Neuaufgabe in Berlin

Der erste VDVO Kongress fand 2022 in Leipzig mit fast 150 Teilnehmern statt.

In diesem Jahr soll es zur Neuaufgabe am 30. Juni 2023 in Berlin kommen – als eintägiges Format. Es findet in Kooperation mit der Redneragentur Speakers Excellence statt und wird von Mario Schmidt moderiert.

Der Fokus der Vorträge und Breakout-Sessions liegt diesmal auf Inspiration, Begegnung und persönlicher Weiterentwicklung. Um 10

Uhr beginnt der erste Vortragsblock mit Ramona Kühne und dem Thema „Vier Schlüssel für den persönlichen Erfolg“, gefolgt von Ralph Goldschmidt, der sich mit dem Thema Transformation beschäftigt, ehe Thomas Renk das „Dilemma der Transformation“ folgen lässt. Danach starten zwei moderierte Breakout-Sessions.

An die Mittagspause schließt sich der zweite Block an mit den Themen „Powervolle Begegnungen“ und „Das Heldendilemma –

warum Super (Wo)man nicht glücklich ist“. Den digitalen Wandel behandelt Professor Thomas R. Köhler, bevor sich weitere Breakoutsessions anschließen. Abschließend ist noch einmal Keynote-Time: In der letzten Stunde spricht Marcel Knopf über Performance Marketing und Online-Marketing in der Event-Branche. Für den Abschluss sorgt schließlich Peter Brandl mit seinem Vortrag „Warum Piloten versagen und Manager Fehler machen“.



Präsentation des Whitepaper „Diversity, Equity & Inclusion (DE&I) in Events“ (Foto: Vok Dams)

Vok Dams veröffentlicht neues Whitepaper

Diversity, Equity & Inclusion

Vor einigen Monaten hat Vok Dams bereits die DE&I Checkliste für Events veröffentlicht und jetzt das dazugehörige Whitepaper „Diversity, Equity & Inclusion (DE&I) in Events“ vorgestellt.

Hintergrund: Vor gut einem Jahr hat Vok Dams die Charta der Vielfalt unterzeichnet und mit Hochdruck an der Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie auf allen Ebenen gearbeitet – ökonomisch, ökologisch und sozial.

Dabei wurde die Nachhaltigkeitsstrategie eng mit der täglichen Arbeit verknüpft und in das Vok Dams Qualitätsmanagementsystem (nach ISO 9001 zertifiziert) integriert.

Das Vok Dams Team ist davon überzeugt, dass Events eine einzigartige Gelegenheit bieten, DE&I zu fördern und ein inklusives Umfeld für alle Teilnehmenden zu schaffen. Dies ist jedoch kein trivialer Prozess. Es erfordert die kon-

sequente Umsetzung von Maßnahmen, die die Vielfalt, Gerechtigkeit und Inklusion auf allen Ebenen fördern.

In dem Whitepaper werden die Potenziale von DE&I im Eventmarketing zusammengefasst und Ideen für die konkrete Umsetzung von Maßnahmen vorgestellt. Die Veröffentlichung steht auf der Website zum Download zur Verfügung.

ACB-Branchentreff vom 3. bis 5. Juli

Convention4u

Das Austrian Convention Bureau (ACB) veranstaltet seinen Branchentreff Convention4u vom 3. bis 5. Juli im Congress Centrum Alpbach als Green Meeting. Der Kongress für die Tagungsindustrie steht dabei unter dem Motto „Zurück zur Zukunft | Erfahrung und Tradition küsst Mut und Innovation“. Das Thema Transformation soll im Mittelpunkt stehen, ist doch die Kongressindustrie durch Pandemie und Kostensteigerungen mit vielfältigen fundamentalen Veränderungen konfrontiert: „Auf der Convention4u 2023 werden wir uns mit den notwendigen Veränderungen der Branche auseinandersetzen, ihre Treiber identifizieren, bewährte Traditionen wertschätzen und über intensiven Erfahrungsaustausch mutig marktfähige Innovationen entwickeln“, definiert ACB Präsident Gerhard Stübe die Ziele des Events.

Zur 14. Ausgabe des Branchentreffs werden rund 180 Teilnehmer aus allen Bereichen des Tagungs- und Veranstaltungssektors wie Veranstalter, Tagungshotels, Tourismusverbände sowie Agenturen und Dienstleister erwartet. Im Tagungslabor werden dort – auch auf Basis der bedeutenden ACB-Studie „Von der Mee-

ting- zur Meaningindustrie“ – neue Modelle entwickelt und getestet. Als Impulsgeberin zum Auftakt des Kongresses will Nora Wilhelm, Mitgründerin von collaboration helvetica, aufzeigen, was Transformation bedeutet und wie sie in Unternehmen und bei Mitarbeitern gelingen kann. Dabei spielt das Thema Nachhaltigkeit eine entscheidende Rolle, die auch in der Meetingindustrie immer mehr an Bedeutung gewinnt.

„Die Convention4u wird bereits seit 2010 als Green Meeting nach den Richtlinien des österreichischen Umweltzeichens organisiert“, erklärt Geschäftsführerin und Green Meeting Beauftragte des ACB Michaela Schedlbauer-Zipusch und führt weiter aus: „Auch heuer setzen wir auf die Zusammenarbeit mit zertifizierten Partnern. Zudem achten wir nicht nur bei der Organisation bewusst auf eine ressourcenschonende Austragung, Verwendung von saisonalen und regionalen Produkten sowie soziale Aspekte, sondern machen die nachhaltige Entwicklung der Tagungsbranche auch im Kongressprogramm zum Thema.“

Als Mittel- und Treffpunkt des Kongresses steht wie in den Vorjahren die Homebase zur

Verfügung, in der die Teilnehmer in entspannter Atmosphäre zusammenkommen, um sich austauschen können. Nach der Premiere in 2022 startet die Convention4u am Montagmittag mit dem Onboarding-Camp, in dem Neu- und Wiedereinsteigern Facts & Figures zum Tagungsmarkt in Österreich, das „Who is Who“ der heimischen Tagungsindustrie sowie die Grundlagen von Green Meetings nähergebracht wird. Mit Rat und Tat stehen den jungen Teilnehmern erfahrene Kongressprofis als Buddies während der gesamten Convention4u zur Seite.

Als Goldsponsoren und lokale Profis unterstützen das Congress Centrum Alpbach, selbst Träger des Österreichischen Umweltzeichens „Green Location“, sowie das Convention Bureau Tirol, die zu einem besonderen Get2gether einladen, das Tagungslabor. Zudem konnte die Österreich Werbung als strategische Partnerin mit an Bord geholt werden. „Am Dienstagabend erwartet die Teilnehmer ein spezieller Höhepunkt: Das ACB blickt stolz auf 30 Jahre zurück und freut sich, dieses Jubiläum mit der Community im Rahmen der C4u 2023 zu zelebrieren“, sagt Gerhard Stübe.



Performance-App (Foto: Eventnet)

Eventnet stellt neues Multi-LTE Case für das Event-Internet vor

Wachsende Anforderungen

Cloud-basiertes Eventmanagement, Echtzeit-Übersetzungen für internationale Gäste, kontaktloses Bezahlen und personalisierte Event-Apps: Weil das Management von Veranstaltungen digitaler und datenintensiver wird, stoßen herkömmliche Internetlösungen bei Events immer häufiger an ihre Grenzen. Das auf Internet-Lösungen spezialisierte Unternehmen Eventnet reagiert darauf mit der dritten Version des Multi-LTE Case.

Die Adaption der mietbaren WLAN-Koffer-Lösung ist leistungsfähiger und flexibler als seine Vorgängermodelle. Mit bis zu drei LTE- oder 5G-Verbindungen und optionaler Hausleitung oder Satelliten-Internet versorgt es Veranstaltungsorte, Besucher und cloudbasierte Softwarelösungen mit einem schnellen und ausfallsicheren WLAN-Signal.

Das robuste Case in Koffer-Form bringt via Signal-Bündelung – auch Internet-Bonding genannt – Events innerhalb kurzer Zeit ausfallsicher online. Es lässt sich optional mit einer Internetleitung vor Ort oder einem Satelliten-In-

ternet kombinieren. Das System erlaubt Downloads von bis zu 200 Mbit/s und Uploads von bis zu 150 Mbit/s.

Eventnet bringt mit dem Multi-LTE-Case eine Universallösung für Events auf den Markt, die hohe Bandbreiten benötigen und an Orten stattfinden, an denen die Provider-Situation unklar oder unzureichend ist. „Das System nimmt jedes Signal auf, das es bekommen kann, und bündelt sie zu einem starken Signal“, erklärt dazu Maximilian Pohl, Gründer und Geschäftsführer von Eventnet. Dadurch kann das System selbst mit einer schwachen DSL-Leitung umgehen und diese in den Pool einfügen. „Man muss noch nicht einmal vom Ausfall ausgehen, denn bereits Leistungsabfälle können der Eventplanung und -durchführung schaden“, sagt Pohl. Ein Internet-Backup gehöre heute einfach dazu.

Eine Herausforderung für die datenintensiven Anwendungen sind die Bedingungen auf Events: Daher ist der Koffer wetter- und stoßfest ausgestaltet. Alle Antennen, sowie

WLAN-Sender oder Netzkabel lassen sich direkt am Koffer anbringen. Die Inbetriebnahme dauert laut Eventnet nicht mehr als fünf Minuten.

„Zum Multi-LTE Case haben wir ganz bewusst eine Performance-App entwickelt, mit der Kunden die Verbindung jederzeit im Blick behalten und WLAN-Einstellungen wie WLAN-Namen oder Passwort anpassen können“, sagt er. Wichtig etwa, wenn je nach Bereich unterschiedliche Teams auf dem Eventgelände arbeiten und hinzugefügt werden müssen.

Bei sehr entlegenen Orten, bei denen die digitale Netzabdeckung leistungsschwach oder gar nicht gewährleistet ist, lässt sich an das Multi-LTE Case 3.0 zusätzlich ein Starlink-SAT-Case als Backup anschließen. Eventnet kann während des Betriebs per Remote auf das Case zugreifen, um im Supportfall Probleme zu lösen. Das Team ist zudem je nach Absprache sogar 24/7 telefonisch erreichbar.

MOMENTUS TECHNOLOGIES ERWIRBT WETRACK

Momentum Technologies, einer der weltweit führenden Anbieter von Venue- und Eventmanagement Software, gab die Übernahme von WeTrack bekannt. WeTrack, ein Unternehmen mit Sitz in London, Großbritannien, ist einer der Marktführer für Software in den Bereichen Nachhaltigkeitsmanagement, Projektmanagement, Incident Tracking und Kontrollraum-Ma-

nagement. Die „Out-of-the-Box“-Lösung für Nachhaltigkeits-Reporting von WeTrack ist in der Branche für ihr intuitives Design und ihre benutzerfreundlichen Tools bekannt, was sie zur passenden Ergänzung der Venue-Management-Plattform von Momentum macht. Die Projektmanagement- und Incident-Tracking-Software von WeTrack ermöglicht es den Veran-

staltern von Events, Projekte nahtlos zu planen, vorzubereiten und durchzuführen. Dank des integrierten Reporting-Tools können wichtige Erkenntnisse für zukünftige Veranstaltungen gewonnen werden. Die Module von WeTrack ergänzen den „Risk Manager“ von Momentum Technologies und können so neue Impulse in der Veranstaltungsbranche setzen.



Eventschiff „Lieblingsyacht“ (Foto: Riedel)

Berlin Cuisine übernimmt Eventlocation Avus Tribüne

Avus Tribüne wiedereröffnet

Berlin Cuisine, einer der führenden Catering- und Eventdienstleister der Hauptstadt, hat die Wiedereröffnung der Avus Tribüne bekannt gegeben. Bei der Eventlocation, die sich auf dem Gelände der ehemaligen Avus-Rennstrecke befindet, sind damit neue Veranstaltungserlebnisse in Berlin möglich.

Seit ihrer Errichtung im Jahr 1921 hat die Tribüne zahlreiche legendäre Motorsportveranstaltungen beherbergt. Berühmte Renn-

fahrer wie Juan Manuel Fangio, Stirling Moss und Rudolf Caracciola haben hier ihre Fähigkeiten unter Beweis gestellt. Die Nutzung der Avus Tribüne als Eventlocation eröffnet nun eine neue Ära für dieses historische Wahrzeichen. Die Location bietet Platz für bis zu 200 Gäste und durch ihre außergewöhnliche Architektur einen guten Blick auf die historische Rennstrecke. Hannah Beckmann, Betriebsleiterin der neuen Eventlocation: „Die Avus Tribü-

ne ist ein wahrer Schatz in Berlin. Mit unserem erfahrenen Team und erstklassigem Service werden wir sicherstellen, dass jede Veranstaltung in dieser besonderen Location ein voller Erfolg wird.“

Berlin Cuisine ist bekannt für sein Catering und maßgeschneiderte Eventlösungen. Mit der Eröffnung der Avus Tribüne erweitert das Unternehmen sein Portfolio um eine weitere Attraktion.

BMA House in London erweitert Angebot Summer Party Packages

Das BMA House, ein Veranstaltungsort mit Fokus auf ökologische Nachhaltigkeit in London, hat verschiedene „Summer Party Packages“ vorgestellt. BMA House ist der Sitz der British Medical Association. Enthalten sind in diesem Jahr eine Reihe von fleischfreien Grilloptionen, um auf den Fokus des Veranstaltungsortes auf Nachhaltigkeit zu reflektieren. Möglich sind Events für bis zu 320 Personen im Innenhof oder eine in-

timere Veranstaltung für bis zu 90 Personen im Garten.

Das Catering im BMA House in London übernimmt Company of Cooks. Das BMA House achtet insbesondere darauf, Fleisch mit hohem Kohlenstoffgehalt von der Speisekarte zu streichen. Möglich sind BBQs oder auch eine Ausstattung mit Streetfood-Ständen – begleitet von mehreren Getränkepaketen. Dazu zählt eine alkoholfreie Bar mit Sparkling Char-

donnay, Bellini Mocktails, Genie Live Sodas, Dark & Spicy und alkoholfreiem Rum. Zusätzlich lassen sich Extras wie Live-Musik, DJs, Zauberer oder auch Karikaturisten buchen.

Kat Winfield, Venue Manager: „Unser Team hat hart daran gearbeitet, eine Reihe von Packages für alle Geschmäcker und Budgets zu entwickeln, und wir freuen uns darauf, unsere Gäste in diesem Sommer im BMA House begrüßen zu dürfen.“

BARBICAN CENTRE IN LONDON

Das Londoner Barbican hat die Modernisierungen und Renovierungsarbeiten in den Frobisher-Veranstaltungsräumen abgeschlossen. Die Räume zeichnen sich nun durch ein zeitgemäßes Design aus und sollen der Location einen modernen Look verleihen, der den Ruf des Barbican Centre als eine der führenden Veranstaltungsstätten für Konferenzen, Meetings und Events in London unterstützt. Die Location bietet Platz für bis zu 750 Teilnehmer in der Konferenzsuite im 4. Stock des Barbican Centre.

Die Renovierungsarbeiten umfassen die Neuverlegung des Teppichs im gesamten Gebäu-

de. Dabei wurde ein Milliken-Teppich verwendet, der kohlenstoffneutral ist und aus recycelten Garnen und Materialien hergestellt wird. Der neue Teppichboden ist nicht nur nachhaltig, sondern soll auch die Akustik verbessern.

In allen Räumen wurden außerdem erhebliche Investitionen in eine aktuelle AV-Ausrüstung getätigt. Dazu gehören auch neue HD-Projektoren. Abgerundet werden die Arbeiten, die wesentlich zur ökologischen Nachhaltigkeit des Barbican beitragen, durch die Modernisierung der Beleuchtung und der LEDs sowie des Heizungssystems.

Lee Dobson, Leiter des Veranstaltungsmanagements im Barbican: „Ein neuer Teppich und neue Heizungssysteme sind nicht unbedingt die auffälligsten Renovierungsarbeiten, aber sie stellen eine bedeutende Investition dar und sind entscheidend dafür, dass das Barbican seinen Platz als führendes Haus für nachhaltige Konferenzen behaupten kann.“

Das Barbican befindet sich in der Londoner City und kann in seiner voll ausgestatteten Konzerthalle, seinen Theatern, Konferenzsuiten und Sitzungssälen Veranstaltungen für zehn bis 2.000 Gäste durchführen.



Dr. Rolf Krökel, Jochen Nerpel und Jorn Teske (von links, Foto: Hockenheim-Ring)

Hockenheimring erhält ISO-Zertifizierung

Geprüftes Umweltmanagement

Der Hockenheimring Baden-Württemberg setzt ein Zeichen für Nachhaltigkeit: Als Betreiber einer der bekanntesten Rennstrecken und Eventlocations der Welt hat sich die Hockenheim-Ring GmbH das Ziel gesetzt, einen sorgsamsten Umgang mit Ressourcen und Maßnahmen zum Schutz der Umwelt in ihr Tun zu implementieren. Aus diesem Grund hat das Unternehmen sein Umweltmanagement auf den Prüfstand gestellt und wurde mit einer Zertifizierung nach dem Standard DIN EN ISO 14001:2015 in den Bereichen Motorsport und Großveranstaltungen sowie Eventmanagement durch Dekra Certification ausgezeichnet.

Bei der Zertifizierung handelt es sich um eine internationale Norm für Umweltmanagementsysteme, die Unternehmen evaluiert und dabei unterstützt, Umweltbelastungen zu reduzieren und ihre Umweltleistung kontinuierlich zu verbessern. Ende April 2023 überreichte Dr. Rolf Krökel, Geschäftsführer der Dekra Certification GmbH, bei einem persönlichen Besuch an

der Rennstrecke die Zertifikatsurkunde an die beiden Geschäftsführer der Hockenheim-Ring GmbH, Jorn Teske und Jochen Nerpel. „Es ist uns eine Freude, Firmen auf ihrem Weg zur Nachhaltigkeit zu betreuen, insbesondere im Fall des traditionsreichen Hockenheimrings, mit dem wir schon lange, unter anderem im Rahmen unseres DTM-Engagements, partnerschaftlich verbunden sind“, so Dr. Rolf Krökel.

Das mehrtägige Audit von Dekra als unabhängige Prüfstelle fand im März 2023 statt und umfasste sowohl die Bereiche Strecke und Betrieb sowie Verwaltung. „Uns war bewusst, dass wir bereits vieles im Bereich Nachhaltigkeit umsetzen und gesetzliche Vorgaben bei Weitem erfüllen, dennoch ist es bestärkend, dies auch von einer renommierten offiziellen Zertifizierungsstelle bestätigt zu bekommen. Dieses Zertifikat für unser Umweltmanagement ist ein wichtiger Schritt für den Hockenheimring, um seine Umweltleistung weiter zu verbessern und sein Engagement für eine nachhaltige Entwick-

lung zu demonstrieren“, sagt Ring-Geschäftsführer Jorn Teske.

Der Einsatz von Photovoltaikanlagen, die Umrüstung auf LED-Beleuchtung auf dem gesamten Gelände, die Nutzung von moderner Sensortechnik zur energetischen Überwachung und Effizienzsteuerung der Gebäude, eine lückenlose Überwachung und Selbstbeschränkung in Sachen Lärmimmission sowie die Errichtung von Schutzzonen für Artenerhalt sind nur einige Beispiele für bereits eingesezte Maßnahmen.

Die Zertifizierung nach ISO 14001 bescheinigt dem Hockenheim-Ring, dass ein Umweltmanagementsystem etabliert ist, das nicht nur den Anforderungen der Norm entspricht, sondern Umweltschutz und Ressourceneffizienz verbindlich umsetzt. Dies spiegelt sich auch durch die Zertifizierung für Energiemanagement nach DIN EN ISO 50001:2018 wider, welche die Rennstrecke seit Anfang des Jahres besitzt.

Neues Eventschiff in Berlin verfügbar

Lieblingsyacht

Die Lieblingsyacht ist ein vollverglaster schwimmender Veranstaltungsort mit jeweils einer Eventfläche im In- und Outdoorbereich. Auf mehr als 170 qm bietet das Schiff Platz und Raum für 40 Personen.

Die 70 qm große Dachterrasse inklusive Lounge und Bar trägt wesentlich zum „Yachtfeeling mitten in Berlin“ bei. Die Indoorfläche

ist 100 qm groß und punktet mit einem 360°-Panoramablick. Zwei getrennte Sanitärräume und eine voll ausgestattete Bar runden das Angebot ab.

Die beleuchtete 3D-Himacs-Bar, welche gemeinsam mit einem Designer-Team aus Berlin kreiert wurde, bildet das Herzstück im Innenbereich. Dank der Vollausstattung mit Philips

Hue Lampen ist eine individuelle Beleuchtung möglich. Ein freistehender Kamin sorgt auch an kühlen Tagen für Gemütlichkeit und Wärme. Für die Beschallung stehen mobile Lautsprecher zur Verfügung. Liegeplatz der Lieblingsyacht ist zentral in Berlin am Funkhaus Nalepastraße. Touren sind vom Müggelsee bis hin zur Mercedes Benz Arena möglich.

IMEX bleibt auf Erholungskurs

Fokus auf News und Education

DIE IMEX BLEIBT AUF ERHOLUNGSKURS: DIE DREI VERANSTALTUNGSTAGE ÜBERZEUGTEN MIT VIELEN NEWS, ANGEBOTEN FÜR DIE WEITERBILDUNG UND KREATIVEN PRÄSENTATIONEN. ALLERDINGS WAREN DIE STÄNDE UND GÄNGE NOCH NICHT WIEDER SO PRALL GEFÜLLT WIE ZULETZT 2019 – WAS DIE BESUCHER WAHRSCHENLICH EHER ERFREUTE ALS DIE AUSSTELLER.

„Die IMEX 2023 spiegelte deutlich das erneute Vertrauen der Aussteller sowie den starken Wunsch wider, mit Tausenden von Käufern Geschäfte zu machen“, sagte Ray Bloom, der Vorsitzende der IMEX, auf der Abschlusspresskonferenz der IMEX in der Messe Frankfurt. Sein Fazit: Über 3.500 Käufer vereinbarten 55.000 Termine mit den Ausstellern der IMEX, von denen 47.000 individuelle Termine waren. Der Rest bestand aus Gruppen- und Standpräsentationen. Neu in diesem Jahr und kostenlos für alle Aussteller und Käufer war die Möglichkeit, sich gegenseitig mit der IMEX-App zu scannen, um sofortigen Zugriff auf einen Lead-Bericht zu erhalten und so mehr Geschäftsmöglichkeiten zu schaffen.

Aber auch die Aussteller äußerten sich zufrieden. So Pablo Sismanian vom Argentinischen Institut für Tourismusförderung: „Direkt auf der Messe haben wir 15 Veranstaltungen im Wert von mehr als zehn Millionen US-Dollar abgeschlossen – und das war erst der Anfang. Wir haben viele Anfragen für Incentives und einige Kongresse erhalten, die wir jetzt bearbeiten müssen.“ Oder auch Claire Smith, VP Sales & Marketing am Vancouver Convention Centre: „Die Gespräche, die wir geführt haben, wurden von einer sehr positiven Grundstimmung begleitet – zum Beispiel die Meetings mit medizinischen und wissenschaftlichen Vereinigungen für Kongresse zwischen 1.200 und 4.000 Teilnehmern“.

Carina Bauer, CEO der IMEX Group, betonte die Bedeutung des gezielten Designs sowohl in Halle 8 durch die Aussteller als auch in Halle 9 durch das IMEX-Team und seine Industriepartner. Sie hob hervor, dass die visuelle Wirkung und die daraus resultierende Nachhaltigkeit der Messe stärker denn je seien. „Die diesjährige Messe hat gezeigt, wie viel wir alle darüber wissen, Erlebnisse unter Berücksichtigung von Nachhaltigkeit und Zweck zu gestalten, um Zugänglichkeit, Inklusivität, höhere Standards

für psychologische Sicherheit und Wohlbefinden sicherzustellen“, resümierte sie die diesjährige Veranstaltung.

Carina Bauer wies darauf hin, dass IMEX zwar schon vor vielen Jahren Elemente wie die „Be Well Lounge“ eingeführt habe, aber erst in diesem Jahr hätten deutlich mehr Menschen dieses Angebot genutzt und die beruhigende Atmosphäre geschätzt. Eine Auswahl an hochwertigen, lokal bezogenen Lebensmitteln mit geringem Kohlenstoffausstoß, viele komfortable Orte zum Ausruhen und Zusammenarbeiten sowie gedämpftes Licht in Halle 9 machten



IMEX in Frankfurt (Foto: IMEX)

aus ihrer Sicht das gesamte Veranstaltungserlebnis angenehmer und verlängerten letztendlich den Wert als Geschäfts- und Lernplattform für alle Teilnehmer.

Auch die grafische Überarbeitung der IMEX-Cl trug zur Begeisterung und Positivität auf der Messe bei. Riesige Buchstaben in der Galleria wurden zum Instagram-Hit der Messe, während die Teilnehmer positiv auf das „Handshake“-Motiv des IMEX-Logos und die aufgefrischte Farbpalette reagierten.

Für die Zukunft ist geplant, die starke Partnerschaft mit dem Google Experience Institute (XI) im Oktober auf der IMEX America weiter auszubauen. Der Start der Google Co-Labs – Mini-Design-Thinking-Sprints – wurde von zahlreichen Teilnehmern positiv aufgenommen, die außerdem die interaktiven Lernkonzepte von DRPG, Maritz und Encore gewürdigt haben. Die Messe markierte auch den Start des Valuegraphics Belonging Index, der den Planern geschenkt wurde, die an einer Sitzung mit Firmengründer David Allison und Megan Henshall von Google teilgenommen haben.

Mit Blick in die Zukunft erklärte Carina Bauer, dass IMEX weiter daran festhält, seine Netto-Null-Strategie im Sommer zu veröffentlichen und bereits ein engagiertes Projektteam etabliert hat.

Zu einem Highlight entwickelt sich die MICE Impact Academy, die erfolgreich auf der IMEX gelauncht wurde. Entwickelt und organisiert hat das Projekt die MICE Impact Gründerin und IMEX-Markenbotschafterin Tanja Knecht. Gestartet wurde bereits am IMEX-Vortag mit einem Angebot für 60 exklusiv geladene Hosted Buyer, die die Impact Strategien ausgewählter Destinationen – unter anderem vom Innsbruck Convention Bureau, the Hague & Partners und Switzerland Convention & Incentive Bureaus – kennenlernen konnten. Interaktive Workshops vermittelten verschiedene Aspekte der inneren und äußeren Impact Creation: So nahm der Workshop „Find your Purpose“ die Teilnehmer mit auf eine innere Reise zu den eigenen Träumen und Zielen, während der Workshop „Circular Economy“ Hintergründe und Zusammenhänge der Kreislaufwirtschaft erläuterte und der Workshop „SDGs in der MICE-Branche“ konkrete Möglichkeiten für nachhaltigere Veranstaltungen anhand der Sustainable Development Goals darlegte.

Während der IMEX gab es drei Impact Academy Sessions, die alle bis auf den letzten Platz besetzt waren, was die Brisanz der behandelten Themen unterstreicht. Die Keynote „Building a better world – how to create true impact as an industry“ von Zukunftsforscher Andreas Reiter fokussierte die Transformation und das neue Miteinander auf dem Weg in eine nachhaltige Zukunft. Das „Impact Creators Panel“ brachte Nachhaltigkeitsberater und Meinungsbildner der Business Events Branche mit Social Entrepreneurs zusammen und diskutierte Anknüpfungspunkte und wesentliche Herausforderungen, während das „Impact Destinations Panel“ MICE-Destinationen zum Dialog und den offenen Austausch bat.

„Wir haben immer gewusst, dass starke persönliche Beziehungen und Verbindungen das Fundament des Geschäfts bilden, insbesondere in einem globalen Markt, der auf Gastfreundschaft und Reisefreiheit basiert. Deshalb lautet die Mission von IMEX, die globale Veranstaltungsgemeinschaft zusammenzubringen, um Geschäfte zu machen, zu lernen und positive Veränderungen voranzutreiben. Die diesjährige Messe hat positive Veränderungen verkörpert. Das lässt für die Zukunft Gutes erwarten“, so das Fazit von Carina Bauer.

Die nächste IMEX Frankfurt soll vom 14. bis 16. Mai 2024 stattfinden.

Mackie stellt neues Digitalmischpult vor

DLZ Creator

Mackie stellt den DLZ Creator vor – ein leistungsfähiges, adaptives Digitalmischpult für Podcasting und Streaming auf sendefähigem Qualitätsniveau für Einsteiger und erfahrene Anwender. Das Gerät ist eine professionelle Audiolösung für anspruchsvolle Content-Produzenten.

Herzstück ist die Mix Agent-Technologie, eine bordeigene Software, die sich wie ein Produktionsassistent verhält und den User bei jedem Schritt des Produktionsprozesses unterstützt. So justiert der Mix Agent etwa Eingangspegel, wählt abhängig vom Inputsignal passende Presets, konfiguriert den Kopfhörer-Out und vieles mehr. Die AutoMix-Funktion sorgt für gut verständlichen Sound sowie einen gleichmäßigen Ausgangspegel, wenn mehrere Teilnehmer gleichzeitig sprechen.

Der DLZ Work Mode bietet die Optionen „Easy“, „Enhanced“ und „Pro“. Dabei wird das gesamte User-Interface des Gerätes vollständig an die entsprechenden Modi angepasst. Während im „Easy“-Mode zahlreiche Presets eine maximal einfache und schnelle Handhabung ermöglichen, bietet „Pro“ alle Optionen zur „Hands-On“-Bedienung. Sämtliche Modi nutzen gleichermaßen die immense Rechenpower des DLZ Creator.

Zu den integrierten Effekten gehören ein parametrischer EQ, De-Esser, Kompressor/Gate, Atomizer Reverb und Chronotronic Delay. DLZ Creator bietet viele Features von Profi-Equipment in einem einfach zu bedienenden Format. Die Hardware orientiert sich an den aktuellen Bedürfnissen anspruchsvoller

Content-Produzenten: zehn Eingangskanäle, darunter vier Mic/Line-Eingänge mit neu entwickelten Onyx80-Preamps und 80 dB Verstärkung, zwei Line-Eingänge, ein Smartphone-Eingang (Stereo-Miniklinke), sowie Bluetooth und USB-Port. Vier separate Kopfhörer-Ausgänge liefern jedem User seinen individuellen Mix.

Das 10,1-Zoll-Touch-Farbdisplay, neun 100 mm Fader, fünf dynamisch farbcodierte Drehregler und sechs hintergrundbeleuchteten Sample-Pads ermöglichen die Bedienung. Über das 14x4 USB-C Interface lassen sich Mehrspuraufnahmen sowohl auf einem Rechner als auch auf einem externen Flash-Drive oder einer SD-Karte realisieren. DLZ Creator soll ab dem zweiten Quartal 2023 verfügbar sein.

PixMob will Geschäft in Deutschland ausbauen

LED-Technologie für interaktive Lichtshows

PixMob, Entwickler tragbarer LED-Technologie für interaktive Events, hat kürzlich seine Geschäftstätigkeit in Europa erweitert. PixMob arbeitet mit Unternehmen und Künstlern zusammen, um Live-Veranstaltungen zu Lichtspektakeln zu machen. Mit tragbaren LED-Geräten wie Armbändern wird das Publikum in ein Lichtermeer verwandelt und Shows zum interaktiven, kollektiven Erlebnis.

Die PixMob-Technologie kam seit der Gründung des Unternehmens bereits bei mehr als

2.000 Veranstaltungen zum Einsatz. Dabei hat PixMob bereits mit zahlreichen Unternehmen und Künstlern zusammengearbeitet – unter anderem Super Bowl, Olympische Spiele, Eurovision Song Contest, Formel 1 sowie Shawn Mendes, Bad Bunny und Lady Gaga. In diesem Sommer unterstützt PixMob die Band Coldplay auf ihrer Europatournee.

PixMob ist jetzt in Belgien vertreten, um seine Expansion nach Europa zu verstärken und den lokalen Märkten mehr Unterstützung vor

Ort und leichteren Zugang zu seinen Produkten zu bieten. Dazu beauftragte das Unternehmen kürzlich Ysabel Vangrudenberg mit der Leitung seiner europäischen Aktivitäten.

PixMob hat für die Coldplay World Tour ein kompostierbares Armband aus nachhaltigem Zuckerrohr entwickelt. Der LED-Experte übernimmt während der Tour auch die Wiederaufbereitung der Armbänder: Sie werden nach der Show eingesammelt, desinfiziert und mit neuen Batterien versehen.

ENCORE EMEA UND XPAI GEBEN STRATEGISCHE PARTNERSCHAFT BEKANNT

Encore, eines der weltweit führenden Unternehmen für Event-Produktion und -Technologie, hat eine Partnerschaft mit XPAI in der EMEA-Region bekanntgegeben. XPAI ist ein Deep-Tech-Unternehmen, das sich auf die KI-basierte Analyse von Kundenerlebnissen spezialisiert hat. Diese Zusammenarbeit ermöglicht es für Encore, datengesteuerte Events in acht Märkte zu bringen.

Die Technologie von XPAI nutzt einen proprietären Sensor, der Licht in anonymisierte Daten umwandelt und somit ein Echtzeitverständnis von den Reaktionen der Kunden

bei Veranstaltungen ermöglicht. Durch die XPAI-Methode werden Emotionen mit Kaufentscheidungen in Verbindung gebracht und ein prädiktiver Experience Score im Bereich von 0 bis 10 generiert. Dieser Score spiegelt die Wahrnehmungen der Besucher wider und liefert Erkenntnisse, um das Veranstaltungserlebnis zu optimieren und die Kundenbindung zu stärken.

„Diese Kooperation markiert einen bedeutenden Fortschritt für die Eventbranche“, kommentiert Karl Sponholz, Gründer von XPAI. „Indem wir unsere KI-Technologie mit der

Event-Expertise von Encore kombinieren, ermöglichen wir nicht nur messbare, sondern auch vorhersagbare Events.“

Die Partnerschaft zwischen Encore in der EMEA-Region und XPAI soll über herkömmliche Methoden zum Event-Feedback hinausgehen und Fragebögen am Ende der Veranstaltung durch kontinuierliche, datengesteuerte Dialoge ersetzen. Durch diesen Ansatz werden Echtzeit-Anpassungen und -Verbesserungen ermöglicht, die die Effektivität, das Engagement und die Reaktionsfähigkeit der Veranstaltung steigern.

JOBS + KARRIERE

_ Das *Radisson Blu Hotel* am Hamburg Airport hat einen neuen Chef. Der Niederländer **Joost Plantaz** hat die Leitung des 266-Zimmer-Hotels am Flughafen der Hansestadt übernommen. Die Berufung als General Manager in Hamburg markiert Plantaz' erste Position als Hoteldirektor. Vor seinem Umzug nach Hamburg war er seit 2018 im *Park Inn by Radisson Amsterdam City-West* in mehreren Positionen tätig, zuletzt als Operations Manager für die Abteilungen Engineering, Rezeption, Küche und F&B zuständig.

_ Mit **Matthias Heß** hat *Aramark* einen neuen Culinary Director eingesetzt und will damit die gastronomische Entwicklung und die Einbindung innovativer Food-Trends verstärken. In seiner neuen Funktion verantwortet Matthias Heß die Weiterentwicklung der kulinarischen Konzepte und der Food-Strategie, außerdem ist er für die Kreation neuer Rezepturen auf Basis aktueller Food-Trends zuständig. Der gelernte Koch ist seit 25 Jahren in verschiedenen Positionen bei *Aramark* tätig.

_ Die *Jumeirah Group* hat **Harun Dursun** zum Managing Director des *Jumeirah Marsa Al Arab* ernannt. Dursun, der auf mehr als 20 Jahre Erfahrung in der Luxusgastronomie zurückblicken kann, übernimmt damit Verantwortung für alle Bereiche des neuen Luxus-Lifestyle-Resorts. Er war vorher unter anderem bei *Mandarin Oriental* und *Hyatt* tätig.



Sharon Kommer
(Foto: Messe Friedrichshafen)



Timo Koch
(Foto: Riedel Networks)



Theresa Huber-Scheiff und Luisa Gier
(v.l., Foto: MYTY)



Claudio Montanini
(Foto: Bundesverband Marketing Clubs)

NEUE PROJEKTLEITERIN FÜR DIE VERTICAL PRO

Die Fachmesse *Vertical Pro* in Friedrichshafen hat eine neue Projektleiterin bekommen: Seit dem 1. Mai 2023 ist **Sharon Kommer** [28] verantwortlich für die *Vertical Pro* und löst damit **Annika Raff** ab, die die Messeleitung nach ihrem Umzug ins Ausland an ihre Nachfolgerin übergibt.

Über zehn Jahre Erfahrung im Event- und Marketingbereich bringt die neue Projektleiterin mit und auch das Messe-Business ist für sie kein Neuland. Nach ihrem dualen Studium in BWL-Messe-, Kongress- und Eventmanagement übernahm sie bei ihrem vorherigen Arbeitgeber die leitende Rolle bei zahlreichen Großprojekten und Events in Baden-Württemberg.

TIMO KOCH NEUER CCO BEI RIEDEL NETWORKS

Timo Koch ist neuer Chief Commercial Officer der Media Division von *Riedel Networks*, einem Unternehmen der *Riedel-Gruppe*. Koch berichtet an **Michael Martens**, CEO von *Riedel Networks*. Er verantwortet künftig die geschäftliche Entwicklung des Unternehmens im Medien- und Unterhaltungssektor und soll das bestehende Konnektivitätsgeschäft auf Broadcast und Live-Events ausweiten.

Koch verbrachte den größten Teil seiner beruflichen Laufbahn im Bereich der Außenübertragung und Produktionsanlagen. Nachdem seine eigene Outside Broadcast-Firma in Belgien von der *NEP Group* übernommen wurde, blieb er an Bord, um das Geschäft mit großen internationalen Sportereignissen auszubauen.

Später verantwortete Koch das internationale Geschäft der *Euro Media Group (EMG)*, die Einführung eines großen IP-Fly-Away-Systems und die Integration verschiedener Geschäftsbereiche, wie des HF-Betriebs der EMG.

MYTY GROUP BESETZT ZWEI SCHLÜSSELPOSITIONEN

Die *MYTY Group* baut das Holding Team weiter aus: Mit **Luisa Gier** und **Theresa Huber-Scheiff** stärkt das Agenturnetzwerk die Bereiche People & Culture und Kommunikation, um das Zusammenwachsen der Agenturen innerhalb der Gruppe voranzutreiben.

Gier [32], die bereits fünf Jahre als Senior People & Culture Manager bei *Strichpunkt Design* tätig war und im letzten Jahr die Integration aller MYTY Agenturen zu einer neuen HR-Personalsoftware leitete, wird als Director People & Culture verantwortlich für die Definition und den Aufbau von Prozessen und Reportingstrukturen für alle gruppenübergreifende People & Culture Aktivitäten sein.

Huber-Scheiff [31] war zuletzt als Communications Managerin im Bereich Change und Integration beim Schweizer Medienunternehmen *Ringier AG* tätig. Die Kommunikations-Expertin soll die strategischen Kommunikationsziele für MYTY entwickeln.

CLAUDIO MONTANINI NEUER PRÄSIDENT

Die Mitgliederversammlung hat für einen neuen Namen gestimmt: aus *Deutscher Marketing Verband* wird *Bundesverband Marketing Clubs*. Außerdem wurde **Claudio Montanini** einstimmig zum neuen Präsidenten gewählt. Der bisherige Präsident **Dr. Ralf E. Strauß** hatte sein Amt Ende März nach zehn Jahren niedergelegt.

Claudio Montanini ist Mitinhaber der Kommunikationsagentur *PSM&W* und bringt langjährige Erfahrung in der Gremienarbeit mit. Er ist seit 14 Jahren Präsident im *Marketing Club Frankfurt*. Bis zu den Club-Vorstandswahlen im September 2023 wird er diese Funktion noch ausüben und seine Amtszeit in Frankfurt dann offiziell beenden.

Montanini engagiert sich neben seinen beruflichen Aktivitäten und dem Ehrenamt im Marketing Club Frankfurt auch im Vorstand des Clusters der *Kreativwirtschaft* in Hessen (*CLUK*). Zudem ist er Mitglied im Aufsichtsrat der *Eintracht Frankfurt Fußball AG* und Leiter des Marketing- und Kreativ-ausschusses.

anbieter
_ ansprechpartner

anschrift

Telefon . fax . email . internet

angebot

EVENT-AGENTUREN



Wir schaffen Momente für die Ewigkeit

Creative Tours + Concepts
GmbH & Co. KG
managing directors:
Christoph Daake | Conny Lobert

Adolfsallee 15
65185 Wiesbaden

T +49 (0)611 450448-0
contact@ctc-events.de
www.ctc-events.de

Unsere Expertise: über 30 Jahre Erfahrung als international agierende Full-Service-Agentur. Unser Geheimnis: kreative Köpfe und ein gemeinsames Ziel, die Zufriedenheit unserer Kunden. Ergebnis: Hochkarätige Live-Kommunikation und Marken-Inszenierungen!

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 machen Marken erlebbar.
Analog. Digital. Connected.

Als Spezialist:innen für Experience Marketing schaffen wir immersive Erlebnisräume. Strategisch fundiert, kreativ konzipiert, verlässlich geplant und begeistert realisiert. Mit der geballten Kraft der fischerAppelt-Gruppe, agilen Workflows und vor allem: Leidenschaft. So entfesseln wir das volle Potential des Experience Marketings – für perfekte Markenerlebnisse.

Weitere Standorte:
Hamburg
Berlin
München

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



HAGEN INVENT GmbH & Co. KG
_ Catherine Hoffmann

Adlerstraße 74
40211 Düsseldorf

T 0211 67935-0
F 0211 67935-19
info@hagen-invent.de
www.hagen-invent.de

Bei unserer Gründung im Jahr 1979 waren wir Pioniere, heute sind wir eine der stärksten deutschen Eventmarketing-Agenturen. Mit unserer Verbindung aus Kreativität, Erfahrung und Leidenschaft bespielen wir seit über 40 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

JOKE Event AG
Creating Memories

Herbststraße 31
28215 Bremen

T 0421 37888-0
F 0421 37888-88

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 25 Jahren. Über 100 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, Streaming-Studio und Locations sowie ein integriertes Teilnehmer- und Destinationsmanagement gehören zu unseren Kompetenzen. In Deutschland, Europa und weltweit.

Hamburg
Berlin
Frankfurt/Main
Stuttgart
München

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

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.STAGEREPORT.DE

anbieter
_ ansprechpartner

anschrift

telefon . fax . email . internet

angebot

EVENT-AGENTUREN



PP Frankfurt

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

PP Köln



LIVE
SPACE
CONTENT

Pure Perfection | Wiesbaden

Gutenbergplatz 3
65187 Wiesbaden

T +49 (0)611 172196-0
wiesbaden@pureperfection.com

In unseren Disziplinen Live, Space und Content sind wir weltweit verknüpft und geben unseren Kunden ein einzigartiges Versprechen: **Pure Perfection!** 60 Perfektionisten arbeiten an den Standorten Wiesbaden, Düsseldorf und Berlin mit einem Höchstmaß an Inspiration, Kreativität und Umsetzungsqualität.

Pure Perfection | Berlin

Strelitzer Straße 2
10115 Berlin

T +49 (0)30 4005353-0
berlin@pureperfection.com

Pure Perfection | Düsseldorf

Reisholzer Werftstr. 29a
40589 Düsseldorf

T +49 (0)211 55026784
duesseldorf@pureperfection.com



Siegfriedstr. 29
40549 Düsseldorf

Kontakt:
T 0800 2113069
info@red-carpet-event.de
www.red-carpet-event.de

Live-Kommunikation mit Hollywood-Flair!

Red Carpet Event ist der führende Spezialist, wenn es um Ihre erfolgreichen Veranstaltungen im Kino geht. Durch die Realisierung von über 20.000 Events, wie Tagungen, Produktpräsentationen, Personalversammlungen, Roadshows, sowie neuer interaktiver Veranstaltungsformate an 150 Standorten in ganz Deutschland, haben wir Live-Kommunikation im Kino als festen Bestandteil der Unternehmenskommunikation vieler unserer Kunden dauerhaft etabliert. **Düsseldorf – Berlin – Frankfurt**

Red Carpet Event GmbH



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!



AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.BLACHREPORT.DE

anbieter
_ ansprechpartner

anschrift

telefon . fax . email . internet . angebot

EVENT-AGENTUREN

uniplan

Uniplan Köln	Schanzenstraße 39 a/b 51063 Köln	T +49 221 845 69 0 hello@uniplan.com uniplan.com
Uniplan Frankfurt/Main	Speicherstraße 59 60327 Frankfurt/Main	T +49 69 478 625 59 600 frankfurt@uniplan.com
Uniplan Hamburg	Schaartor 1 20459 Hamburg	T +49 40 180 436 040 hamburg@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 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	Room 2A, 2nd 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.



**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!

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.AUTOMOBIL-EVENTS.DE

anbieter
_ ansprechpartner

anschrift

telefon . fax . email . internet

angebot

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

Schönbergstraße 24,
73760 Ostfildern

T 0711 4605376-0
post@emendo-events.de
www.emendo-events.de

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

VERANSTALTUNGSTECHNIK



Aventem GmbH
Audiovisuelle
Dienstleistungen

Düsseldorf
Herderstraße 70
40721 Hilden
Berlin
Rohrdamm 24b
13629 Berlin

T +49 2103 25230-0

T +49 30 367005-70
info@aventem.de
www.aventem.de

Reale und digitale Veranstaltungen in unseren Studios, bei unseren Kunden oder an Veranstaltungsstätten in jeder Größenordnung. Auf unserer eigenen, wandelbaren Plattform setzen wir Ihr Event in Szene und bringen die Emotionen zurück zum Publikum. Wir wollen Ihr Partner mit hoher Beratungskompetenz bei der Umsetzung für den gemeinsamen Erfolg sein.



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

Live.Digital.On-site



Bei uns sind Event-Spezialisten für deine Themen wie **Content, Kreativität** und neue Eventformate im Einsatz. Wir entwickeln **Streaming-, Hybrid- und Live-Events** und liefern dabei u. a. eigens konzipierte **Websites** und maßgeschneiderte **Hygienekonzepte** für dein Event* aus einer Hand.

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.MUSEUMSREPORT.DE

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

VERANSTALTUNGSTECHNIK



NEUMANN & MÜLLER
 VERANSTALTUNGSTECHNIK

Neumann & Müller
 GmbH & Co. KG

Unsere Standorte:
 Berlin | Dresden | Düsseldorf
 Erfurt | Frankfurt | Hamburg
 Hannover | Köln | Leipzig
 Mainz | München | Nürnberg
 Stuttgart

info@neumannmueller.com
 www.neumannmueller.com

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

VIDEO



Screen Visions GmbH
 Waldburgstraße 17/19
 70563 Stuttgart

T +49 711-21414-140
 mail@screenvisions.com
 www.screenvisions.com

- LED-Videowände
- Mobile & modulare Lösungen
- Sonderkonstruktionen

- On-Screen-Vermarktung
- Digitale Promotionmodule
- Beratung für Festinstallationen

- Kameras
- Medienserver
- technische Planung

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.BLACHREPORT.DE

**MEDIA
 BOARD**

BlachReport // StageReport // PocketEvent
 und mehr digitale Ausgaben unter:

www.mediaboard.one



INSIDE

Christian Frank



Christian Frank (Foto: Euratech Rental)

CHRISTIAN FRANK LEITET DEN VERTRIEB BEI EURATECH RENTAL IN DORNACH BEI MÜNCHEN.

Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?

Mir hat es schon immer gefallen, schnell und flexibel auf unvorhersehbare Situationen reagieren zu müssen und wo bitte bieten sich mehr Gelegenheiten dazu als in unserer Branche?

Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?

DJ.

Welchen Traum wollen Sie sich noch erfüllen?

Ach, da gibt es noch den einen oder anderen . . .

Was macht Sie glücklich?

Wenn Dinge funktionieren! Zeit mit der Familie!

Was war bisher Ihre größte Herausforderung?

Die bangen Minuten bis feststand, dass bei der Geburt meiner Tochter letztlich doch alles gut verlaufen ist!

Welche Entscheidungen haben Sie bereut?

In jungen Jahren habe ich mal meine Plattensammlung an einen ‚guten Freund‘ verliehen. Anschließend waren die Platten und der gute Freund verschwunden. Das würde mir nicht mehr passieren!

Was machen Sie gegen Stress?

Bewegung an der frischen Luft und meine kleine Tochter erden mich ungemein!

Wen möchten Sie gern einmal kennenlernen?

Den Dalai Lama! Er strahlt eine Ruhe und Gelassenheit aus, Wahnsinn!

Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?

„Aus dem Leben eines Taugenichts“. Ich liebe Reclam-Hefte!

Was sollen wir hören:

Ihr aktueller Musiktipp? Jan Delay: „Earth, Wind & Feiern“

Welches Live-Ereignis hat Sie bisher am meisten beeindruckt?

Udo Lindenberg vor ein paar Jahren in München! Weltklasse!

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

„das Schuhbauers“ in Kirchdorf! Bei mir ums Eck, gute, regionale und ehrliche Küche und im Sommer ein schöner Biergarten!

Impressum

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


STUDIO BLACH

Alles über Live-Kommunikation



REPORTAGEN UND TALKS FÜR INSIDER AUS DEM MICE BUSINESS



STUDIO BLACH
ALLES ÜBER LIVE-
KOMMUNIKATION
GIBT ES AUF
YOUTUBE 

AKTUELLE VERÖFFENTLICHUNGEN:

WIE GELINGEN IMMERSIVE
MEDIENERLEBNISSE BEI
OUTERNET LONDON?

WIE WERDEN EXPONATE
FÜR MESSEN UND EVENTS
VIRTUELL?

FRAGEN AN DEN NEUEN
VORSTAND: WAS GEHT
BEIM FORWARD?

WAS BEDEUTEN ISO-ZERTIFI-
ZIERUNG UND KONVOI-LÖSUNG
FÜR DIE NACHHALTIGKEIT?

STUDIO BLACH - ALLES ÜBER LIVE-KOMMUNIKATION
IST EIN BROADCAST-FORMAT VOM **BLACHREPORT**.

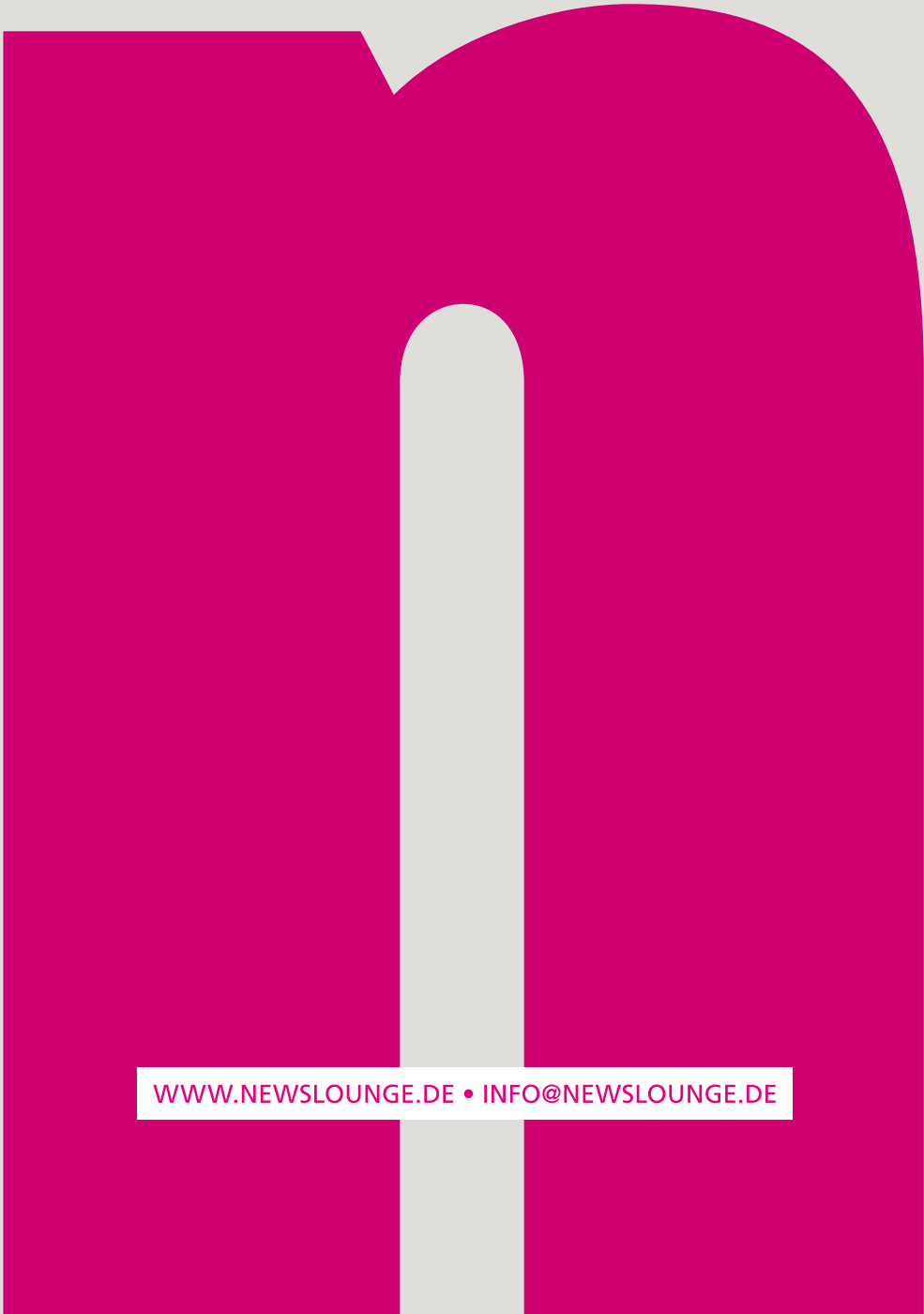
DEN WEBCAST GIBT ES AUCH ALS AUDIOFORMAT
RADIO BLACH AUF ALLEN PODCAST-PLATTFORMEN.

BlachReport

newslounge

PRESSEPORTAL FÜR DIE
MICE BRANCHE NATIONAL
UND INTERNATIONAL

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



WWW.NEWSLOUNGE.DE • INFO@NEWSLOUNGE.DE