

Was kann die neue Datenbrille beziehungsweise das neue Headset Apple Vision Pro für Messen und Events bringen?

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

AI und Marketingevents?



Künstliche Intelligenz (KI) kann heute schon mit einer Vielzahl von Möglichkeiten zur Planung, Realisierung und Erfolgskontrolle von Marketing-Events beitragen und dafür auch Mehrwert generieren. Das gilt für die Datenanalyse,

die Automatisierung von Prozessen, die Auswertung bereits durchgeführter Events, die Echtzeit-Evaluation oder auch die Integration immersiver virtueller Erlebnisse.

KI kann zum Beispiel große Datenmengen analysieren, um daraus Erkenntnisse über das Verhalten, die Vorlieben und die Bedürfnisse der Teilnehmer zu gewinnen. Basierend auf diesen Erkenntnissen könnten Eventplaner personalisierte Erfahrungen und Inhalte entwickeln, um die Teilnehmerbindung zu stärken und die Veranstaltung für jeden Gast relevanter zu machen.

Mit Unterstützung durch die Künstliche Intelligenz (nein, das ist keine Person . . .) lassen sich wiederkehrende Aufgaben automatisieren und so die Effizienz der Eventplanung erhöhen. KI-gesteuerte Planungstools können bei der Auswahl von Veranstaltungsorten, Zeitplänen und Logistik unterstützen, wenn die richtigen Fragen gestellt oder entsprechende Apps entwickelt werden.

Ein besonders wichtiger Aspekt wird auf neudeutsch mit Predictive Analytics bezeichnet: KI kann Daten aus vergangenen Events, sozialen Medien und anderen Quellen nutzen, um Vorhersagen über den Erfolg von Marketingevents zu treffen. Dies ermöglicht Eventplanern, fundierte Entscheidungen zu treffen und Ressourcen gezielt einzusetzen, um die gewünschten Ergebnisse zu erzielen.

Während ein Event bereits läuft, wäre es Veranstaltern sogar möglich, über eine Echtzeit-Analyse schnell auf die Bedürfnisse der Teilnehmer zu reagieren, das Programm anzupassen oder personalisierte Benachrichtigungen und Empfehlungen bereitzustellen. Das ist insbesondere dann interessant, wenn sich ein Event nicht auf wenige Stunden beschränkt, sondern wie eine Messe über mehrere Tage geht.

Beachten sollte man bei allem Hype aber auch, dass KI nur dann „intelligent“ sein kann, wenn Daten und Richtlinien für die Auswertung dieser Daten zur Verfügung stehen. KI wird niemals ein Ersatz für menschliche Kreativität, strategisches Denken und zwischenmenschliche Interaktion sein.

Herzlichst

Ihr Peter Blach

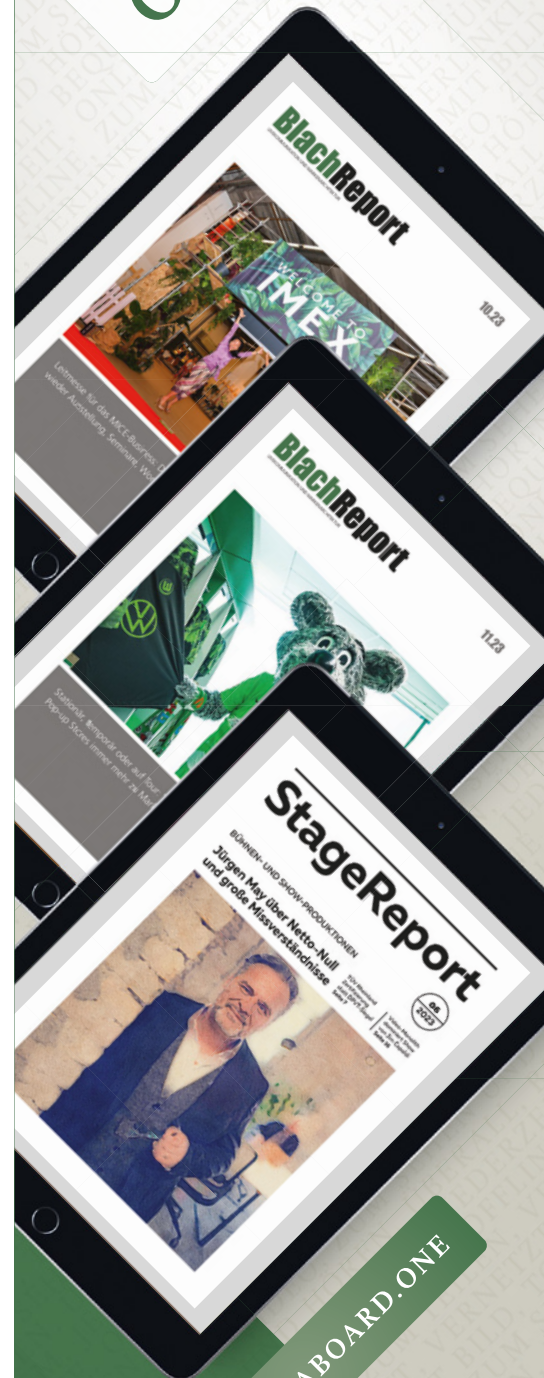
inhalt

Titelfoto: Vision Pro (Foto: Apple)

- | | |
|---|--|
| 4 BUSINESS BrandEx Award 2024 | 13 WORK fritz-kola geht mit eigenem Späti auf Festivals |
| 6 DIGITALISIERUNG Apple Vision Pro | 14 VENUES Frankfurt |
| 8 DIGITALISIERUNG Künstliche Intelligenz in der Praxis | 16 PEOPLE Jobs + Karriere |
| 9 BUSINESS Österreich kräftiges Comeback | 17 MARKETING-SERVICES Lieferantenverzeichnis |
| 11 SERVICES Zwei Jahre N&M Iberia | 26 BACKSTAGE ChatGPT |
| 12 WORK Atelier Markgraph konzipiert Festprogramm | 26 IMPRESSUM |

MEDIA
BOARD

OUT NOW!



WWW.MEDIABOARD.ONE



BrandEx Award 2023 (Foto: Gesa Niessen)

Einreichungsphase gestartet

BrandEx Award 2024

Die Einreichungsphase für die sechste BrandEx Award-Verleihung hat begonnen. Interessierte können ab sofort ihre Projekte einreichen. Stattfinden soll die Veranstaltung im Rahmen der BOE Messe in Dortmund. Auf das BrandEx Festival haben die Veranstalter wie schon in diesem Jahr verzichtet.

Die Ausschreibungsunterlagen stehen auf der Website des BrandEx Award zum Download bereit. Die Frist für Einreichungen endet am 31. August 2023. Erstmals erfolgt die Bewertung in drei Stufen, wobei nach einem Punktesystem der Rang der Einreichungen entscheidend ist und nicht das olympische Prinzip angewendet wird.

In Stufe eins ist lediglich ein One-Pager mit der Konzeptidee und maximal drei Bildern er-

forderlich. Die Jury entscheidet anhand dieser Unterlagen, welche Einreichungen zur nächsten Stufe zugelassen werden. In der zweiten Stufe sind zusätzliche Unterlagen beizubringen. Anschließend trifft die international besetzte Jury die Entscheidung, welche Projekte mit einem Preis ausgezeichnet werden.

In der letzten Stufe werden die besten Einreichungen während der Veranstaltung live bewertet. Hierbei entscheidet sich, ob die Projekte mit Gold, Silber oder Bronze ausgezeichnet werden. Zusätzlich werden zwei weitere Awards exklusiv für das beste Projekt sowie den besten Einreicher/die beste Einreicherin verliehen.

Der Kreativwettbewerb unterteilt sich in die Hauptsegmente „Event“, „Architecture“ und den Nachwuchs-Award „Fresh“. Das

„Event“-Segment besteht aus den Unterkategorien „Best Brand Activation“, „Best Live PR“, „Best Motivation/Employee Event“, „Best Corporate Event“, „Best Conference“, „Best Digital“, „Best Execution“ und „Best Formats“. „Architecture“ unterteilt sich in die Kategorien „Best Stand“, „Best Brand Architecture“, „Best Thematic Exhibition“, „Best Store Concept“, „Best Digital“, „Best Execution“ und „Best Formats“. Im Bereich „Best Stand“ können Teilnehmer ihre Beiträge in den Formaten „S“, „M“ und „L“ gemäß der Projektgröße einreichen.

Das Briefing für den „Fresh“-Award hat diesmal die Agentur Schachzug entwickelt und ist bereits online. Wettbewerbsbeiträge für Brand Ex „Fresh“ können bis zum 17. November eingereicht werden.

Weltweit größte internationale Messe für Textil- und Bekleidungstechnologie

Deutsche Messe erhält Zuschlag für ITMA 2027

In einem internationalen Ausschreibungs- und Bewerbungsverfahren konnte sich die Deutsche Messe in Hannover den Zuschlag für die ITMA 2027 sichern. Die weltweit größte internationale Messe für Textil- und Bekleidungstechnologie soll vom 16. bis 22. September 2027 in Hannover stattfinden und voraussichtlich eine Gesamtfläche von 220.000 Quadratmetern in 13 Messehallen belegen. Die ITMA gehört zu Cematex, das Europäische Komitee der Textilmaschinenhersteller, das sich aus insgesamt neun

europäischen Textilmaschinenverbänden zusammensetzt. Die Deutsche Messe gewann die Ausschreibung mit ihrem Konzept, das auf maximale Standortflexibilität, hohe Serviceorientierung, eine moderne digitale Infrastruktur und Nachhaltigkeit setzt. Das Konzept wurde in enger Zusammenarbeit mit der niedersächsischen Landeshauptstadt und dem Büro des Oberbürgermeisters entwickelt und eingereicht.

„Wir freuen uns, dass wir mit der ITMA eine international renommierte Messe nach Hanno-

ver holen konnten, die jedes Mal rund 1.600 ausstellende Unternehmen aus 44 Ländern und über 100.000 Besucher aus aller Welt anzieht“, sagt Dr. Jochen Köckler, Vorsitzender des Vorstands der Deutschen Messe.

Seit 1951 findet die ITMA alle vier Jahre an wechselnden Messeplätzen statt, unter anderem in den Städten Barcelona, Basel, Birmingham, Brüssel, Lille, Mailand, München, Paris und Hannover. Derzeit läuft die ITMA noch bis zum 14. Juni 2023 in Mailand.



DACH-Messefachtagung 2023 (Grafik: FAMA)

DACH-Messefachtagung 2023

Branchentreff in Basel

Das Programm für die Premiere der gemeinsamen DACH-Messefachtagung von Expo Event, FAMA und Messen Austria steht fest. Ein „Lineup voller Expertise, Inspiration und Empathie“ kündigen die drei Verbände für den 10. bis 11. Juli 2023 an: Im Congress Center der Messe Basel sollen Vision-Notes für inspirierende Impulse sorgen, Deep Dives und Best-Case-Circles sollen den Know-how-Transfer fördern und die Abendveranstaltung Zeit für wertvolles Networking liefern.

Nach der Eröffnung mit einer Talkrunde aus Gastgeber Roman Imgrüth (MCH/Expo Event), Christian Mayerhofer (Messen Austria) und Henning Könicke (FAMA) starten die Vision-Notes mit einem Impuls aus der Praxis. Eva-Christine Klinger von der Messe Frankfurt Venue spricht zum Thema „Nachhaltige Messen – Traum oder Wirklichkeit? Nur gemeinsam geht's!“. Auf sie folgt das Tandem aus Sandra Hübner (adventics) und Nils Schoepe (Frankfurter Buchmesse) mit dem Thema „Zukunftsstrategien, Digitalisierung und Transformation: Frankfurter Buchmesse“. Zum Abschluss der Vision-Notes sprechen Matthias Baldinger (Conteo) und Sebastian Grein (Aditus) zum Thema „Der Schlüssel zum digitalen

Geschäftsmodell: Wie Content und Ticketing bei der Swissbau zusammenspielen“.

Nach den Elevator-Pitches und einer Pause zum Netzwerken, starten die parallelen Deep-Dive-Sessions. In der ersten Runde zum Thema „Nachhaltigkeit: Ein langer Weg?“ hat Moderator Mike Seidensticker (Seidensticker Kommunikation) Eva-Christiane Klinger (Messe Frankfurt Venue), Stefan Trieb (mac. brand spaces) und Jürgen May (2bdifferent) zu Gast. In der zweiten Runde empfängt Moderator Oliver Schmitt (agendum) Gunnar Heinrich (adventics), Nils Schoepe (Frankfurter Buchmesse) und Dominic Burkhalter (Bernexpo Group) zum Thema „Mit Mut zur digitalen Transformation“. Zur dritten Runde lädt Moderator Michael Köhler (RX Austria & Germany) Matthias Baldinger (Conteo) und Sebastian Grein (Aditus) zum Thema „Der Schlüssel zum digitalen Geschäftsmodell“ ein. Bei allen Deep-Dives dürfen und sollen sich die Teilnehmenden aktiv einbringen.

Bevor schließlich die Association Night startet, hält Bruno Walter (ITB Advisory Prätto Consulting) das Thema „The Market is back: Challenges and Opportunities for Events“ für die Teilnehmer bereit.

Der Dienstag beginnt mit dem traditionellen Wachmacher von Martin Glöckner (GK Rechtsanwälte) und Thilo Könicke (AFAG) unter dem Titel „Recht aktuell und die betriebliche Praxis“. Daran schließen sich direkt die Best-Case-Circles B2C-Messen (Maik Heißer/AFAG, Melanie Seger/KMK mit den Gästen Thomas Bauer/DHBW und Josef Albert Schmid/JWS sowie Hans Holzmann/Thermofonte), B2B-Messen (Michael Köhler/RX), Veranstaltungsleitung & Organisation (Martin Glöckner/GK, Thilo Könicke/AFAG), Gelände-eigner (Stefan Köster/Deutsche Messe, Heike Schmid/Messe Augsburg) und HR & Organisation / Kulturwandel & Diversity (Juliane Jähne/agendum) an.

Den Abschlussvortrag hält diesmal Silvia Agha-Schantl zum Thema „Power Selling für Messen und Ausstellungen“. Interessierte können sich danach noch einer Geländeführung der Messe Basel anschließen.

Die DACH-Messefachtagung findet vom 10. bis 11. Juli 2023 im Congress Center der Messe Basel statt. Die FAMA-Messefachtagung im Herbst wird auf Einladung der Messe München vom 20. bis 21. November 2023 in deren Conference Center North abgehalten.

IST ERWEITERT „STUDIUM FÜR ALLE“ UM DIGITALE KOMMUNIKATIONSGEHÄLTEN

Die IST-Hochschule für Management und das IST-Studieninstitut bieten Weiterbildungen und Studiengänge im Fachbereich „Kommunikation & Wirtschaft“. Interessierte können kostenlos und ohne Verpflichtungen einen Einblick in die Lehrmethoden erhalten: mit neuen Inhalten im für alle frei zugänglichen „Studium für alle“.

Das umfangreiche freie IST-Bildungsangebot wird um zahlreiche Online-Vorlesungen

zu aktuellen Themen erweitert. Dabei stehen die Weiterbildungen Digital Marketing Manager sowie Hybride und Digitale Events und das Modul Digitale Transformation aus dem Master-Studium Business Transformation Management im Fokus.

Weitere Module aus den Fachbereichen „Fitness“, „Sport & Management“, „Kommunikation & Wirtschaft“, „Tourismus & Hos-

pitality“ sowie „Gesundheit & Wellness“ stehen schon seit längerem für alle Interessierten zur Verfügung. Aus den Lehrinhalten der Studiengänge und Weiterbildungen werden sowohl Online-Vorlesungen, Studienhefte und Podcasts als auch digitale Studieninhalte und weitere Lehrvideos angeboten.

In Zukunft soll das „Studium für alle“ kontinuierlich um neue Inhalte ergänzt werden.



Vision Pro
(Fotos: Apple)



Prof. Dr. habil. Philipp A. Rauschnabel
(Foto: Thomas Benz)

Datenbrille, Headset, räumlicher Computer

Was bringt die Apple Vision Pro für Messen und Events?

WAS KANN DIE NEUE DATENBRILLE BEZIEHUNGSWEISE DAS NEUE HEADSET APPLE VISION PRO – VOM UNTERNEHMEN SELBST ALS RÄUMLICHEN COMPUTER BEZEICHNET – FÜR MESSEN UND EVENTS BRINGEN? UND WAS BEDEUTET DAS FÜR DAS METAVERSE?

Wir haben nachgefragt und Antworten von Prof. Dr. habil. Philipp A. Rauschnabel von der Fakultät für Betriebswirtschaft an der Universität der Bundeswehr München und Social Sciences, Economics and Business Administration an der Otto-Friedrich-Universität Bamberg bekommen. Prof. Dr. habil. Philipp A. Rauschnabel hat erst kürzlich gemeinsam mit Anja von Bosse, Dominik O.W. Hirschberg und Sarah Schmid die „Studie zu AR Brillen: Apple und Samsung hätten gute Chancen“ veröffentlicht.

Die Vision Pro mit der Anmutung der eleganten Variante einer Taucherbrille soll nahtlos digitale Inhalte mit der physischen Welt verbinden. Sie schafft dafür eine „unendliche Arbeitsfläche“ für Apps, die über die Grenzen eines traditionellen Displays hinaus geht, sowie eine dreidimensionale Benutzeroberfläche, die mit den Augen, den Händen und der Stimme der Nutzer gesteuert wird. Mit dem eigenen Betriebssystem visionOS soll die Apple Vision Pro den Anwendern ermöglichen, mit digitalen Inhalten auf eine Art zu interagieren, die so wirkt, als seien die Inhalte physisch mit ihnen im Raum.

Die Apple Vision Pro hat ein Displaysystem mit ultrahoher Auflösung, das 23 Millionen Pixel auf zwei Displays unterbringt. Es ist so konzipiert, dass jedes Erlebnis wirkt, als ob es in Echtzeit vor den Augen der Anwender stattfindet. Um das zu erreichen, hat sich Apple einiges einfallen lassen.

BlachReport: Wie bewerten Sie die technischen Lösungen der Apple Vision Pro?

Philipp Rauschnabel: Kurz gesagt: bahnbrechend. Zumindest wenn man bedenkt, dass es sich um die erste Version der Brille handelt und die Mitbewerber zum Vergleich heranzieht. Apple hat kein anderes Gerät kopiert, sondern sich von Grund auf nutzerzentriert der Vision nachhaltiger XR-Erlebnisse verschrieben – übrigens schon seit Jahren.

BlachReport: Was sind die Benefits von Apple Vision Pro im Vergleich zu den Wettbewerbsprodukten?

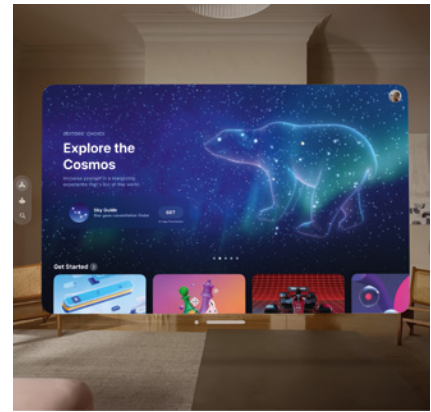
Philipp Rauschnabel: Neben den technischen Spezifikationen, bei denen Apple praktisch alle Mitbewerber übertrumpft, ist das Design zu nennen sowie die Funktion, die Augenpartie des Nutzers für andere Personen in der Umgebung sichtbar zu machen. Das können bisher nur so genannte Optical See-Through Displays, wie wir sie beispielsweise von der Microsoft HoloLens oder der xreal-Brille (ehemals Nreal) kennen. Diese haben aber noch den Nachteil, dass das Sichtfeld recht klein ist und Farben oder Kontraste nicht so gut dargestellt werden können. Video See-Through Displays (auch: Passthrough Modus) gibt es auch von anderen Anbietern. Diese sind aber oft nicht wirklich überzeugend, haben leichte Latenzen und sind vor allem nicht transparent. Auch das Headset von Apple ist nicht transparent, hat aber auf der Vorderseite ein Display, das die Augenpartie des Nutzers zeigt – zumindest, wenn andere Personen in der Nähe sind. Das nennt man ‚reverse passthrough‘, Apple nennt es EyeSight.

BlachReport: Was sind die Zielgruppen von Apple Vision Pro?

Philipp Rauschnabel: In diesem frühen Stadium sind dies die Entwicklungsgemeinschaft und Unternehmen. Also außer ein paar Enthusiasten noch keine Privatpersonen. Die kommen frühestens in der zweiten oder dritten Generation. Letztlich ist das ein ganz typisches Vorgehen bei der Einführung neuer Technologien. Aber wenn man sich die Visionen von Tim Cook anschaut, kann man davon ausgehen, dass sie AR so etablieren wollen wie Smartphones – als unverzichtbar im Alltag. Das wird aber noch dauern – beim Smartphone hat es auch ein paar Jahre gedauert.

BlachReport: Für welche Use Cases ist das Headset positioniert: VR, AR, Metaverse, Medienproduktion, Office-Anwendungen . . . ?

Philipp Rauschnabel: Apple hat in der Keynote zahlreiche Use Cases ‚angeteasert‘ und damit gezeigt, dass das Headset das Potenzial hat, eine Vielzahl von Bedürfnissen zu befriedigen. Socializing, Arbeit, Simulation, Entspannung, Gesundheit, Zusammenarbeit, Unterhaltung et



cetera. Viele der Beispiele waren noch recht unspektakulär, zum Beispiel ein Microsoft Office Fenster im Raum zu platzieren. Spannend wird es dann, wenn sich die Potenziale von AR stärker entfalten – wenn ein zweidimensionales Diagramm in Excel plötzlich in 3D lebensgroß neben einem steht und ein Team von Analysten gemeinsam über diese Daten diskutieren kann.

Den Begriff Metaverse hat Apple bewusst vermieden. Zu stark ist die Assoziation mit dem Konkurrenten Meta und dessen noch überschaubaren Erfolgen in VR-Welten. Apple setzt in erster Linie auf AR – also die Einbettung virtueller Inhalte in die Umgebung – und weniger auf VR. Die Vision Pro wird aber auch VR können.

BlachReport: Wie fügt sich die Nutzung des Headsets in ‚Alltagsumgebungen‘ wie Home Offices, Studios, Messen, Veranstaltungen, Museen oder öffentliche Räume ein? Anders gefragt: Ist die Vision Pro alltagstauglich?

Philipp Rauschnabel: Sie ist noch nicht alltagstauglich. Der externe Akku, der hohe Preis, noch wenige echte Killerapplikationen und so weiter: das braucht Zeit. Im Enterprise Bereich wird man hier schneller Erfolge erzielen können. Für den privaten Bereich fehlen aus meiner Sicht auch noch die Individualisierungsmöglichkeiten. Das Gerät muss ja auch zu meinem Stil passen. Aber das wird sicher kommen.

Ein großes Potenzial liegt in der Tat im Messe- und Eventbereich. Messebauer könnten beispielsweise 3D-Modelle ihrer Stände auf die Brille projizieren und das Personal beim Aufbau unterstützen. Agenturen könnten einen virtuellen Messestand in Originalgröße auf einer freien Fläche platzieren und mit ihren Kunden diskutieren. Auf Messen selbst lassen sich mit AR komplexe Produkte besser erklären. Aussteller könnten demnächst Brillen am Stand auslegen und den Besuchern die Nutzung ermöglichen – das wäre ein Publikumsmagnet. Spannende Use Cases sind der ‚Röntgenblick‘ in komplexe Produkte oder Unterhaltungsinhalte. Einige Messeagenturen experimentieren bereits mit solchen und ähnlichen Use Cases und können auch Erfolge vorweisen. Die neue Brille dürfte diese Aktivitäten beflügeln. Das merken wir auch daran, dass wir immer mehr Anfragen von Agenturen bekommen, die mehr über die Potenziale von XR auf Events wissen möchten.

BlachReport: Welche Auswirkungen hat das auf den mittlerweile deutlich abgeklungenen Hype um das Metaverse und die Nutzung von Avataren?

Philipp Rauschnabel: Bei dem Begriff Metaverse denken wir fälschlicherweise oft nur an skurrile Avatare in einer VR-Welt. Das liegt ein wenig an den Marketingaktivitäten von Facebook, aber vor allem an den vielen Anbietern von VR-Lösungen, die plötzlich alle von ‚Metaverse‘ sprechen. Die eigentliche Vision des Metaverse ist aber viel größer, zum Beispiel,

dass das Internet dreidimensional wird, Machtstrukturen verschwinden und Eigentum möglich wird. AR und VR – aus meiner Sicht aber vor allem AR – sind die Zugänge dazu. Vergleichbar mit dem Smartphone als Zugang zum Internet. Ich könnte zum Beispiel in München durch die Innenstadt gehen und einen guten Freund virtuell bei mir haben. Er wäre dann im VR-Modus bei mir, ich würde ihn aber im AR-Modus bei mir sehen. Quasi als Avatar. In einer Mirror-World.

Apple verzichtet auf den Begriff Avatar und spricht von einer Digital Persona – also einem möglichst realistischen Abbild einer Person statt einer fiktiven Person. Das schließt nicht aus, dass man über eine Apple-Brille auch eine Anwendung nutzen kann, in der man als fiktive Person agiert. Apple will aber deutlich machen, dass sie ‚mehr‘ können als ‚nur‘ fiktive Personen. Die Technologie dafür werden sie haben.

Um auf die Ausgangsfrage zurückzukommen: Ich bin fest davon überzeugt, dass wir in absehbarer Zeit zunehmend ein dreidimensionales Internet haben werden. Es wird das klassische Internet nicht ersetzen, so wie auch das Web 2.0 die statische Website nicht vollständig verdrängt hat. Ob es dann Spatial Web, Metaverse oder wie auch immer heißen wird – und wie es im Detail aussehen wird – wird sich zeigen, und auch das wird nicht statisch bleiben. Wir sprechen heute auch nicht mehr vom Daten Highway oder Cyberspace, den Buzzwords des Internets aus den 90ern.

BlachReport: Mit dem Produkt reflektiert Apple sowohl auf den Consumer-/Gamer-Markt als auch auf den Pro-Markt. Lässt sich dieser Spagat bei einem angekündigten Preis von rund 3.500 Dollar umsetzen?

Philipp Rauschnabel: Auf lange Sicht nicht. Der erste Schritt ist, die Technologie zu testen und das Ökosystem aufzubauen, also Apps, die die Möglichkeiten von AR und VR nutzen und den Menschen einen echten Nutzen bieten. Mittelfristig wird der Preis sinken, und ich gehe auch davon aus, dass es neben der Pro-Version auch eine günstigere Variante geben wird. Das erste iPhone war ja auch kein Massengerät.

BlachReport: Apple kam mit seinen Produkten häufig nicht als erster Anbieter auf den Markt, dafür dann aber mit einem attraktiven Angebot inklusive ‚Will-haben-Reflex‘. Könnte die Vision One ebenfalls zum Katalysator für neue technologische Entwicklungen werden?

Philipp Rauschnabel: Genau – Apple schaut sich den Markt lange an, lernt aus den Fehlern der anderen, baut Wissen auf, auch durch Zukauf von IP, und ist dann erfolgreich. Quasi: Die zweite Maus kriegt den Käse. Eine starke Marke, gutes Design und eine loyale Community helfen zusätzlich. Die anderen Player passen sich dann an und versuchen meist über den Preis zu punkten. Auch hier hilft der Vergleich mit dem Smartphone – das iPhone war keineswegs das erste Smartphone, hat dann aber den Standard für alle anderen gesetzt.



Sebastian Krüger von Ray Sono und Dirk Hofmann von Dain Studios (v.l., Foto: Ray Sono)

Ray Sono und Dain Studios bringen AI Monday nach München

Künstliche Intelligenz in der Praxis

Mit dem AI Monday bringt der Digitalspezialist Ray Sono in Kooperation mit Dain Studios die KI-Networking-Plattform nach München. Die Experten-Circles sollen ab dem 3. Juli 2023 eine wichtige Erweiterung der internationalen Eventreihe werden und regelmäßig stattfinden. Diese bringt seit 2017 an verschiedenen Orten Digitalenthusiasten aus etablierten Unternehmen, Start-ups, Forschung und Politik zusammen, um das Potenzial dieser Schlüsseltechnologie greifbar zu machen.

Ray Sono will gemeinsam mit Dain Studios den Fokus auf Praxisbeispiele und Erfahrungsberichte legen. Der AI Monday setzt auf den konstruktiven Umgang mit der technologischen Zeitenwende und soll einen Rahmen

schaffen, in dem das Wissen der Digital Community gebündelt und gemeinsame Lösungswege erarbeitet werden können. Kurze Vorträge identifizieren die Herausforderungen der digitalen Zukunft und zeigen konkret auf, wie KI viele Bereiche positiv beeinflussen kann.

KI ist bei Ray Sono seit langem im Alltag verankert und ist fester Bestandteil vieler Projekte: von der Weiterentwicklung eines Chatbots für Bosch über eine lernfähige cloudbasierte Lösung zur optimalen Nutzung des Energienetzes für E.ON bis zu einem selbstlernenden Assistenztool für User von bahn.de. Aktuell arbeiten Digitalspezialisten an einem Frühwarnsystem für Instandhaltung und Vorfalmanagement in der Stahlindustrie. Ray So-

no ist bei diesem Projekt für User-Research, User-XD, Co-Kreation und Business Modeling verantwortlich.

Als strategischer Partner ergänzt Dain Studios mit seiner langjährigen Erfahrung in Sachen intelligenter Daten- und KI-Strategien das digitale Portfolio des Münchner Unternehmens. Die Zusammenarbeit hat sich bereits im Zuge vieler erfolgreicher Innovationsprojekte bewährt – seit 2023 sogar unter einem Dach in München.

Interessenten für eine Teilnahme an der Veranstaltung am 3. Juli können sich unter www.ai-monday.de/munich oder mit einer E-Mail an marketing@raysono.com bei Ray Sono anmelden.

US-Patent für Amex GBT

KI-gestütztes Kundenzufriedenheits-Tool

American Express Global Business Travel (Amex GBT) hat vom US-Patentamt das Patent für ein KI-gestütztes Tool erhalten, das Kundenzufriedenheit misst und optimiert. Das Patent mit dem Titel „Determining Customer Risk of Attrition“ („Bestimmung des Risikos der Kundenabwanderung“) schützt die bahnbrechende Nutzung datenwissenschaftlicher Methoden zur Wahrung hoher Kundenzufriedenheitswerte.

Die effizient arbeitende Entwicklung, die auf einer baumartigen Datenstruktur beruht, nutzt maschinelles Lernen, um „Stimmungswerte“

aus großen Datenmengen der Kundenkommunikation der Gegenwart und der Vergangenheit zu sammeln. Die daraus gewonnenen Informationen werden analysiert, um herauszufinden, welche Faktoren zu hoher Zufriedenheit und hoher Kundenbindung beitragen – und umgekehrt zu niedrigen Werten.

Die Erfindung zeigt die Ergebnisse auf einer interaktiven grafischen Nutzeroberfläche, visualisiert Trends vom Startpunkt der Kundenbeziehung an und ermöglicht es, Maßnahmen zur Optimierung der Werte in die Wege zu leiten.

„Wir arbeiten laufend an neuen und innovativen Wegen, um die Erwartungen unserer Kunden zu erfüllen“, sagt Marc Braner, Vice President Senior Counsel Technology and IP bei Amex GBT. „Datenwissenschaft und Techniken des maschinellen Lernens ermöglichen uns die kontinuierliche Bewertung der Kundenstimmung und die schnelle Reaktion auf alle möglicherweise auftretenden Probleme. Die Kombination aus neuer Technologie und Service mit menschlicher Note ist ein Gewinn für alle Seiten.“

Österreich meldet Verdoppelung bei Tagungen und Kongressen

Kräftiges Comeback

Die österreichische Kongress- und Tagungsbranche konnte im Jahr 2022 mit doppelt so vielen gemeldeten Veranstaltungen (20.843) wie 2021 (10.402; +100,4 %) ein kräftiges Comeback verzeichnen und sich damit dem Niveau von 2019 annähern. Im Rekordjahr wurden 25.178 Tagungen und Kongresse in Österreich abgehalten. Das Ergebnis des Jahres 2022 entspricht einer Quote von 82,8 Prozent von 2019.

Gemessen an der Anzahl der Veranstaltungen fällt rund die Hälfte auf den Bereich der Firmentagungen (45,6 %) und jeweils rund ein Viertel auf Kongresse (28,8 %) und Seminare (25,6 %). Die Teilnehmerzahl stieg 2022 im Vergleich zum Vorjahr auf rund 1,35 Millionen (+170,3 %) und erreicht somit 77 Prozent des Niveaus von 2019 (rund 1,76 Millionen Teilnehmer). Auch die durchschnittliche Teilnehmerzahl ist mit 65 schon nahe dem Niveau von 2019 (70). Die durchschnittliche Teilnehmerzahl bei internationalen Veranstaltungen ist mit 129 Personen sogar höher als im Jahr 2019 (120).

Die Übernachtungen verdreifachten sich im Vergleich zu 2021 von 811.186 auf rund 2,66 Millionen und erreichen somit circa 78,5 Prozent des Übernachtungsniveaus von 2019 (3,39 Millionen). Somit macht der Tagungsbereich 1,9 Prozent aller erfassten Touris-

musübernachtungen in Österreich aus (circa 137 Millionen).

Die durchschnittliche Dauer der Veranstaltungen verhält sich ähnlich wie im Vorjahr mit 2,06 Tagen (+1,3 %) und ist damit geringfügig höher als 2019 (1,99 Tage). Die durchschnittliche Dauer der internationalen Veranstaltungen ist mit rund 2,8 Tagen gleich lang wie im Jahr 2019. Die durchschnittliche Übernachtungsanzahl pro Teilnehmer liegt ähnlich wie 2019 bei 2,19 Nächten, wobei nationale rund eine und internationale Veranstaltungen rund vier Übernachtungen pro Teilnehmer generieren.

2022 wurden 136 Veranstaltungen als Green Meeting abgehalten, dies entspricht mehr als einer Verdoppelung (+138,6 %) zu 2021 (57). Insgesamt nahmen im Jahr 2022 60.000 Teilnehmer an Green Meetings teil. Ende 2022 verzeichnete das Umweltzeichen 106 Lizenznehmer, die eine Veranstaltung als Green Meeting nach den Kriterien der Umweltzeichenrichtlinie 62 zertifizieren können. Dies entspricht einem Zuwachs von +17,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (90).

Gegenüber 2021 konnte im Jahr 2022 mit 1.354 Veranstaltungen die Zahl internationaler Kongresse mehr als verdoppelt werden und nähert sich der Anzahl von 2019 (1.591). „Da Kongresse mit internationaler Ausrichtung ei-

ne durchschnittlich höhere Teilnehmeranzahl sowie eine längere Dauer aufweisen, haben diese einen besonders starken Einfluss auf die generierten Übernachtungen. Über drei Viertel aller Kongress- und Tagungsübernachtungen wurden 2022 durch internationale Kongresse (1.414.221) generiert“, berichtet Gerhard Stübe, Präsident des Austrian Convention Bureau (ACB). „Dass Österreich stark am internationalen Kongressgeschäft vertreten ist, bestätigt die erst kürzlich veröffentlichte ICCA-Statistik (International Congress and Convention Association). Das Tagungsland Österreich erzielte Platz 11 im weltweiten Wettbewerb und Wien als Kongressstadt verteidigte erfolgreich den ersten Platz“, erklärt Sandra Neukart, Chief Operating Officer der Österreich Werbung.

ACB und Österreich Werbung haben in den vergangenen Monaten intensive Gespräche zum Ausbau ihrer Kooperation geführt, um die Position Österreichs im sehr kompetitiven internationalen Wettbewerb zu stärken. „Internationale Kongresse bringen die höchste Wertschöpfung unter allen touristischen Angeboten. Deshalb ist es ein Gebot der Stunde, dass alle Anbieter und Institutionen Österreichs kooperieren, um unseren Anteil an diesem Geschäft nicht nur zu verteidigen, sondern auch auszubauen“, so Sandra Neukart.

ÖSTERREICH SETZT AUF BWM DESIGNERS & ARCHITECTS

Vom 13. April bis 13. Oktober 2025 findet unter dem Motto „Designing Future Society for Our Lives“ die nächste Weltausstellung im japanischen Osaka statt. Mehr als 160 Länder und internationale Organisationen werden teilnehmen, über 28 Millionen Besucher erwartet. Österreich möchte sich dort mit einem spektakulären Pavillon präsentieren, der bereits durch seine außerordentliche Architektur für Aufmerksamkeit sorgt. BWM Designers & Architects und facts and fiction konnten sich nun bei einem mehrstufigen europaweiten Wettbewerb durchsetzen. Das Siegerprojekt „Composing the Future“ soll die Position Österreichs in Japan und auch international stärken.

„Die Expo in Osaka hat für die österreichische Wirtschaft eine große Bedeutung. Eine globale Veranstaltung wie die Weltausstellung bringt viele internationale Gäste aus den verschiedensten Wirtschaftsbereichen zusammen.

Diese Plattform gilt es für österreichische Unternehmen zu nutzen, um neue Partnerschaften in der Welt zu schmieden und bestehende Wirtschafts- und Handelsbeziehungen weiter zu vertiefen“, erklärt Arbeits- und Wirtschaftsminister Martin Kocher anlässlich der Präsentation des Österreich-Pavillons für die Expo 2025 in Osaka gemeinsam mit dem Präsidenten der Wirtschaftskammer Österreich, Harald Mahrer, Regierungskommissärin Ursula Plassnik, dem japanischen Botschafter in Wien, S.E. Ryuta Mizuchi, sowie dem Architekten Johann Moser.

Die Gäste des österreichischen Beitrags werden auf einer Fläche von 270 qm durch das Trägermedium der Musik aus der Vergangenheit in die Zukunft, vom Bekannten ins Unbekannte, in ein zeitgenössisches, modernes Österreich geführt. „Visueller Taktgeber und Leitfaden durch die Ausstellung ist eine sich spektakulär in die Luft erhebende und weithin sicht-

bare Spiralskulptur. Aus der Nähe erweist es sich als überdimensionales Notenband, das aus einer Konstruktion miteinander verschraubter Holzlamellen besteht“, so Johann Moser, Architekt des Österreich-Pavillon.

Im Inneren des Pavillons befindet sich die Ausstellungshalle, gegliedert in drei Räume, rund um die Themenbereiche Beziehung, Mensch, Idee. Eine musikalische Inszenierung führt die Gäste durch den Ausstellungspavillon – von der Vergangenheit über die Gegenwart in die Zukunft. In einer abschließenden Show komponieren die Besucherinnen und Besucher schließlich gemeinsam die Welt von morgen.

Die architektonische Gestaltung und das Generalthema stammen von BWM Designers & Architects. Für Konzeption und Gestaltung zeichnet facts and fiction in Zusammenarbeit mit BWM verantwortlich. Als Generalübernehmer ist die Nüssli Gruppe mit an Bord.

Pilotprojekt für einen Messestand

Kreislaufwirtschaft

Kreislaufwirtschaft kann die CO₂-Emissionen deutlich reduzieren und gilt als Chance für mehr Nachhaltigkeit in der Veranstaltungsbranche. Doch aktuell fehlt es an praktikablen Konzepten für Messen und Kongresse. Für einen kreislauffähigen Messestand hat sich nun die CSR-Agentur 2bdifferent mit den Messearchitekten imb troschke und der Fachpublikation tw tagungswirtschaft zu einem Pilotprojekt zusammengetan.

Gemeinsam planen, bauen und nutzen sie für die IMEX 2024 in Frankfurt den Stand von tw tagungswirtschaft nach den Prinzipien und mit den Mitteln der Kreislaufwirtschaft. In verschiedenen Schritten rücken dafür alle drei Säulen der Nachhaltigkeit sowie ihre entsprechenden Handlungsfelder in den Fokus. Dazu zählen unter anderem Kommunikation, Catering, Mobilität, Lieferketten und Barrierefreiheit. Das Pilotprojekt hat Leuchtturmcharakter und gilt als

Best Practice mit dem Ziel, die Handelnden in der Veranstaltungswirtschaft zu inspirieren und für eine Nachahmung zu gewinnen.

Der Pilotprozess ist auf den Zeitraum 2023 bis 2026 angelegt und startete direkt auf der IMEX 2023. Das Projekt wird ganzheitlich angelegt. Dazu zählen Überlegungen zur Barrierefreiheit ebenso wie die Planung einer nachhaltigen Beschaffung von Produkten und Dienstleistungen oder auch die Berücksichtigung sozialer Aspekte und Inklusion. Weiterhin sind Gespräche über Energie, Catering und Abfallmanagement mit der IMEX Group und der Messe Frankfurt als Veranstalter und Veranstaltungsort geplant, denen sich eine Nullmessung und eine Stoffstrom-Analyse der bisher verwendeten Materialien anschließen.

Der Prozess wird crossmedial aufbereitet. Ziele, Strategien, Maßnahmen sowie Learnings und die Erfolgsmessung sollen so nach-



Simone Hammer/tw, Kerstin Wünsch/tw, Christoph Soukup/2bdifferent, Andrea Walburg/imb troschke, Justine Hein/tw und Jürgen May/2bdifferent auf der IMEX 2023 (v. l., Foto: 2bdifferent)

vollziehbar sein. Eine Roadmap legt die Handlungsfelder für drei Jahre fest. Die Hochschule Osnabrück begleitete das Projekt.

Die Kreislaufwirtschaft wird dringend benötigt, um die deutschen und europäischen Klimaziele zu erreichen. Sie beschreibt ein regeneratives System. Angesichts des hohen Ressourcenaufwandes und der Schnelllebigkeit in der Messebranche muss nach Ansicht des Gründers und Geschäftsführers von 2bdifferent, Jürgen May, der Gedanke an „refuse, rethink and reduce“ immer am Projektanfang stehen. „Es wird noch viel zu viel über den dringend benötigten Systemwandel gesprochen und zu wenig in der Eventbranche gehandelt. Mit diesem Gemeinschaftsprojekt wollen wir transparent darstellen, wie wichtig für einen nachhaltigen Prozess zirkuläres Wirtschaften und Handeln ist“, erklärt er die Teilnahme von 2bdifferent am Pilotprojekt.

MCH Group veröffentlicht Nachhaltigkeitsbericht 2022

Zentrales Anliegen

Die MCH Group hat ihren Nachhaltigkeitsbericht für das Jahr 2022 vorgelegt. Der Bericht ist vor dem Hintergrund der bedeutenden strategischen und organisatorischen Herausforderungen entstanden, welche die vergangenen fünf Jahre der MCH Group geprägt haben. Mit der Integration der ESG-Aspekte (Environment, Society, Governance) in die Wertschöpfung will die MCH Group Mehrwert schaffen. Die Nachhaltigkeitsstrategie steht im Einklang mit der Strategie des nachhaltigen Wachstums und der Expansion. Ziel der MCH Group ist die langfristige Wertsteigerung der globalen Unternehmensgruppe zum Wohle aller Stakeholder, der Aktionärinnen und Kunden, Partnerinnen und Lieferanten, der Mitarbeitenden, der Branchen-Netzwerke sowie der Wirtschaftsstandorte Basel und Zürich.

Wichtiger Bestandteil der jährlichen Berichterstattung der MCH Group ist die Transparenz

über die relevanten Nachhaltigkeitsthemen und die Nachhaltigkeitsleistung. Um ein tieferes Verständnis für die Bedeutung der Nachhaltigkeit für das Unternehmen zu entwickeln, hat die MCH Group im Jahr 2022 eine Befragung von mehr als 200 externen und internen Stakeholdern durchgeführt (Kundinnen, Partner, Mitarbeitende, Shareholderinnen, Experten) und die wesentlichen Themen bestimmt.

„Nachhaltigkeit ist für uns ein zentrales Anliegen und sie bedeutet Verantwortung. Im Wissen, dass unsere Geschäftstätigkeit einen Einfluss auf die Umwelt und Gesellschaft hat, haben wir Massnahmen ergriffen, um uns hinsichtlich des ökologischen Fussabdrucks und unserer sozialen Verantwortung zu verbessern. Nachhaltiges Denken und Handeln sind in der 100-jährigen Geschichte unseres Unternehmens nicht neu, sie haben unsere Geschäftstätigkeit geprägt und werden auch unseren

Weg in die Zukunft bestimmen“, sagt Florian Faber, Group CEO.

Sarah Borrey, Chief Strategy & Sustainability Officer, ergänzt: „Wir möchten mit dem Nachhaltigkeitsbericht aufzeigen, welche Bedeutung das Thema für uns hat, welches unsere unternehmerischen Schwerpunkte und Initiativen sind. Wir wollen den Klimazielen sowie der laufend angepassten Gesetzgebung gerecht werden. Wir haben uns gemäss SBTi (Science-Based Targets Initiative) verpflichtet, auf globaler Ebene den Absenkpfad in Übereinstimmung mit dem Pariser Abkommen zu definieren und Emissionsreduktionsziele festzulegen.“

Der Nachhaltigkeitsbericht 2022 ist laut MCH Group in Übereinstimmung mit dem neuesten Standard der Global Reporting Initiative (GRI) erstellt worden und erscheint als separater Bericht.



Messegelände in Barcelona (Foto: Fira de Barcelona)

Neumann & Müller zieht Bilanz

Zwei Jahre N&M Iberia

Im Rahmen einer Service-Partnerschaft mit der Messe Barcelona ist Neumann & Müller auf dem spanischen Festland gestartet. Zwei Jahre später ist längst nicht mehr nur die Dienstleistung „Rigging“ in den Hallen gefragt. Vor allem Auftraggebende aus Deutschland nutzen seitdem den Service von N&M Iberia für ihre Messe-Präsenz im Ausland.

„Wir haben jeden Tag vor neuen Herausforderungen gestanden“, blickt Tobias Nitsch auf die Anfänge von Neumann & Müller Iberia zurück. Zwei Jahre ist es jetzt her, dass er als Geschäftsführer mit drei Mitarbeitenden in einem Co-Working-Space startete. Zu dem Zeitpunkt war die Vereinbarung mit der Fira de Barcelona frisch unterschrieben, künftig als einer von zwei Service-Partnern den Messekunden in der katalanischen Metropole Rigging-Dienstleistungen anzubieten. Equipment, Prozessabläufe, Mitarbeiter-Recruiting – zügig bauten sie die Grundlagen dafür auf, dass sich Kunden künftig auf eine optimale Umsetzung ihrer

Messe-Präsenz durch N&M verlassen können. Im März 2022 bezog der heute 42-Jährige mit seinem Team die neuen Büros, denn es war erklärtes Ziel, mit einem eigenen Standort direkt am Messegelände präsent zu sein. Heute sind zehn Kollegen hier im Büro tätig, 25 weitere in den ihnen überantworteten Hallen.

Über den technischen Support bei den sicherheitsrelevanten Gewerken der Abhängungen und im Rigging hinaus bietet N&M den Ausstellern und ihren Dienstleistern – Agenturen und Messebauern – auf der Fira de Barcelona die komplette technische Ausstattung für Messestände an, aber auch für Events in deren Umfeld. Nitschs Team ist es gelungen, jenen Kunden, mit denen N&M beispielsweise in Deutschland bereits zusammenarbeitet, von den Vorzügen einer Kooperation mit einem bekannten Partner zu überzeugen. „Dass sie Leistungen und Services in der Art garantiert bekommen, wie sie diese von uns in Deutschland kennen, ist für unsere Kunden ein massiver

Mehrwert“, berichtet Nitsch über die Rückmeldungen. Die Kompetenz in Planung und beim Materialeinsatz sei bereits bestens bekannt, Abstimmungen im Vorfeld würden unkompliziert ablaufen – da mache sich die Zusammenarbeit mit einem erprobten Lieferanten und seinem Netzwerk in Geld- und Zeitersparnissen schnell bemerkbar.

Mit eigenem Equipment in Barcelona werden nicht nur Nachhaltigkeitsbemühungen der ausstellenden Unternehmen flankiert, schnelle Reaktionen auf akute Technik-Anforderungen sind somit auch möglich und tragen zur steigenden Zufriedenheit bei. Techniker:innen vor Ort, die um die Infrastruktur auf der Messe wissen und mit ihrem Know-how für ein gleichbleibend hohes Qualitätsniveau sorgen, sind ein weiterer Erfolgsfaktor für das N&M-Team in Barcelona. „Uns ist es mit diesem Angebot gelungen, eine Lücke zu füllen – dass unsere Kunden auch auf Auslandsmessen eine Top-Qualität bekommen“, resümiert Tobias Nitsch.

Solar Carport

POOLgroup investiert in Photovoltaik

Die POOLgroup will künftig immer mehr auf selbst erzeugte Energie setzen. Bereits im vergangenen Jahr haben die Eventprofis bei ihrem Hauptsitz in Emsdetten in eine neue Photovoltaik Anlage auf den Dächern der Produktionshallen investiert. 448 Solarmodule auf 1.400 qm Dachfläche liefern seitdem bis zu 160.000 kWh Strom. Nun ist auch der neue Solar Carport in vollem Umfang nutzbar: An insgesamt zehn Ladesäulen können neben der

zunehmenden Anzahl der hybriden oder elektrischen Firmen-PKWs des Veranstaltungsprofis aus Emsdetten auch die privaten PKW der Mitarbeitenden geladen werden. Darüber hinaus gibt es weitere Ladesäulen für E-Bikes.

Damit setzt die POOLgroup um, was sie sich schon länger zur Maxime gemacht hat, denn für das Unternehmen der Veranstaltungsbranche hat der nachhaltige Umgang mit der Umwelt eine hohe Priorität bekommen.

Auch wenn die Photovoltaik-Anlage zunächst am Hauptsitz der Event-Produktions-Firma errichtet wurde, spielte der Aspekt der Nachhaltigkeit und die Unabhängigkeit der Energieversorgung an allen weiteren Standorten der POOLgroup in Berlin, Stuttgart und München eine elementare Rolle und soll weiterentwickelt werden. Auf dieser Basis sollen auch geplante Gebäude mit autarkem Energieversorgungskonzept umgesetzt werden.



Paulskirchenfest 2023
(Fotos: Kristof Lemp/
Atelier Markgraph)

Atelier Markgraph konzipiert Festprogramm für das Paulskirchenfest

Open-Air-Inszenierungen

Zum Anlass des Paulskirchenfests hat die städtische Tourismus+Congress GmbH Frankfurt am Main (TCF) die Agentur Atelier Markgraph mit der Konzeption und Umsetzung der begleitenden Open-Air-Inszenierungen zum Festakt beauftragt. Die Frankfurter Agentur setzte dabei auf die Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger sowie den Support von Künstlern. Für Video, Motion Design, Sound-Konzept, Visualisierung sowie die Durchführung der Inszenierung zeichnete die bright! GmbH verantwortlich.

Vom 18. bis 21. Mai 2023 feierte Frankfurt am Main das Paulskirchenfest. Die mit der Konzeption des Festprogramms beauftragte Agentur Atelier Markgraph hat bereits zahlreiche große Ausstellungen und Anlässe visualisiert und dramaturgisch ausgerichtet. Thomas Fedta, Geschäftsführer der TCF: „Wir freuen uns, dass wir zum 175. Jahrestag der ersten frei gewählten deutschen Nationalversammlung einen abendlichen Höhepunkt zeigen konnten, der dieses Ereignis gebührend in Szene setzt. Mit Atelier Markgraph ist eine Frankfurter Agentur beteiligt, die sich mit spektakulären Inszenierungen einen Namen gemacht hat.“

Für das Paulskirchen-Jubiläum war es Markgraph wichtig, die Bürgerinnen und Bürger unmittelbar in die Inszenierungen einzubeziehen:

„Dem gewichtigen Thema einen festlichen Rahmen zu geben und dabei den abstrakten Demokratie-Begriff konkret greifbar und erlebbar zu machen, war eine große Aufgabe, die wir gemeinsam mit Bürgern und Künstlern ausgestaltet haben. In der Inszenierung wurden Gebäude, Wasser, Menschen und Musik zur Leinwand – durch künstlerische und technische Veredelung ist ein ganzheitliches Erlebnis entstanden“, so Stefan Weil, Geschäftsführer (CCO) bei Atelier Markgraph.

Am Grunde des Mains verankerte Pontons bildeten drei Projektionsflächen mit jeweils 25 Metern Breite und zehn Metern Höhe. Mit 1.600 Litern Wasser pro Minute (sechs Bar Druck) erzeugten diese einen Wassernebel, welcher als Projektionsfläche diente. Ergänzt durch 75 Scheinwerfer und 40 Lautsprecher wurde so in Zusammenarbeit mit den bright! Studios aus Maintal eine publikumswirksame Inszenierung realisiert. Vier Tage dauerte der Aufbau für die knapp zwanzigminütige Show, die an zwei Tagen aufgeführt wurde. Jelena Zickner, Technische Leiterin des Projektes, über die Herausforderungen: „Von Schifffahrtsperrern über Einbeziehung des DLRG galt es für die Inszenierung zahlreiche Rahmenbedingungen zu beachten. Nicht kontrollierbar waren für uns Wasser, Wind, Wetter sowie der

Publikumsverkehr – bei Open Air Veranstaltungen muss man flexibel mit Unsicherheiten umgehen“.

Den künstlerischen Prozess haben das Künstlerinnenduo HSI (Katharina Zorn und Schauspielerin Jasna Fritzi Bauer) sowie der Musiker Chima unterstützt. Zu Chimas exklusiv komponierten Song wurden Gesichter auf die Wasserfontänen projiziert, die zur Musik den „Chor der Freiheit“ bildeten. Für die Inszenierung wurden Bürger einbezogen – dem öffentlichen Aufruf „Dein Gesicht für die Demokratie“ folgten zahlreiche Menschen, deren Gesichter und Statements im Rahmen der Show zu sehen waren. Zehntausende Besucher des Paulskirchenfestes verfolgten die Show live vor Ort, die auch vom Hessischen Rundfunk übertragen wurde.

Ergänzend zu der Inszenierung auf dem Main erwartete die Besucher eine vom Künstlerinnenduo „HSI“ inszenierte lyrische Darstellung. Mit dem Aufruf „Wir suchen dein Gedicht“ startete lange vor der eigentlichen Ausstellung die Einladung, sich aktiv zu beteiligen. Aus allen Einreichungen entstand, arrangiert und kuratiert vom Künstlerinnenduo, der „Hain der Freiheit“. 43 Platanen sowie die Paulskirche selbst wurden mit über 400 Gedichten der Bürger geschmückt.



fritz-kola spāti (Foto: Malik Boysen)

fritz-kola geht mit eigenem Spāti auf Festivals

Anti-Plastik-Lösung

In diesem Sommer will fritz-kola Festivalbesucher mit dem fritz-kola spāti versorgen. Die Hamburger Indie-Brand positioniert sich als Anlaufstelle für alle Open-Air-Fans, die sich umweltfreundlich erfrischen möchten. Die fritz-kola Getränke inklusive kohlenstoffhaltiges Mineralwasser werden im Festivalspāti frisch und eiskalt gezapft in gebrandete SIGG Isolierflaschen als „Anti-Plastik-Lösung“ abgefüllt und soll das Glasflaschenverbot auf Festi-

vals kompensieren. Pro Flasche zahlt der Gast inklusive erster Füllung zehn Euro, kann aber auch seine eigene Flasche mitbringen.

Zum Einsatz soll der fritz-kola spāti 2023 bei Rock im Park, Melt, Full Force, Splash, Deichbrand und dem Highfield kommen. Bei den drei Festivals Melt, Full Force und Splash macht fritz-kola zudem unter dem Motto „Dein Pfand für ein Zuhause“ auf das Müllproblem durch Einwegflaschen aufmerksam. Als Teil dieser

Kunstaktion errichten die Besucher aus PET-Flaschen ein Pfandhaus.

Der Festivalspāti ist unter der Leitung von Oliver Piskora, Leitung Marketing Camp Germany, und Rike Kuberg, Leitung Events & Experiential Marketing, entstanden. Spāti ist eine vor allem in ostdeutschen Städten wie Berlin, Dresden und Leipzig gebräuchliche Bezeichnung für einen kleinen Laden, der außerhalb der üblichen Ladenöffnungszeiten geöffnet ist.

livewelt wird für Mitarbeiter-Event „Vonovia Day 2022“ ausgezeichnet

Gold beim Global Eventex Award

Die Agentur livewelt hat es bei den 13. Global Eventex Awards auf das Siegerpodest geschafft. Die inhabergeführte Agentur mit Sitz in Gütersloh darf sich über eine Auszeichnung in Gold freuen. Sie erhielt den Preis für das Projekt „Vonovia Day 2022“ in der Kategorie „Employee Engagement Event“.

„Der Vonovia Day hat ein starkes Gemeinschaftsgefühl unter den Mitarbeitern aus drei Ländern geschaffen, von dem wir bis heute profitieren. Dass die Veranstaltung auch bei Kreativwettbewerben ausgezeichnet wird, un-

terstreicht noch einmal mehr, was hier auf die Beine gestellt wurde“, zieht Kathrin Mergenschroer, Leiterin Marketing bei Vonovia, ein positives Fazit.

Bei dem prämierten Projekt „Vonovia Day“ handelt es sich um einen Mitarbeiter-Event für Teams aus Deutschland, Österreich und Schweden. Dafür entwickelte und realisierte livewelt im Bochumer Ruhrstadion eine Open-Air-Veranstaltung für mehr als 5.700 Gäste, deren Höhepunkt das Konzert der deutschen Hip-Hop-Legenden von „Die Fantastischen Vier“ war.

Die Global Eventex Awards zeichnen seit 2009 Kreativität, Innovation und Effektivität in der Event- und Marketingbranche aus und würdigen damit herausragende Leistungen in der Erlebnis- und Veranstaltungsbranche. Die eingereichten Award-Beiträge wurden von einer Jury bewertet, die sich aus Journalisten führender Eventmagazine, Vertretern von Verbänden und Convention Bureaus, Kreativen, Top-Influencern und Vordenkern zusammensetzt. In diesem Jahr gab es insgesamt 761 Einreichungen aus 49 Ländern weltweit.

AEG VERTRAUT STUDIO BACHMANNKERN DEN IFA-AUFTRITT AN

Für den internationalen Auftritt auf der IFA, der weltweit größten Messe für Unterhaltungselektronik und Haushaltsgeräte, entschied sich die Hausgerätemarke AEG, die zur schwedischen Electrolux Group gehört, für Studio Bachmannkern. In einem mehrstufigen Pitch konnten sich die Design-Spezialisten für Spa-

tial Experience durchsetzen. Die IFA 2023 findet vom 1. bis 5. September 2023 auf dem Gelände der Messe Berlin statt. Auf einer Fläche von 3.000 qm sollen Innovationen und Produkte der Marken AEG sowie Electrolux vorgestellt werden. Im Vordergrund der Präsentation soll ein „herausragendes Erlebnis“ stehen, um

dem Markenclaim von AEG gerecht zu werden: „Für alle die mehr erwarten“. „Wir freuen uns, eine herausragende Marke wie AEG und deren besondere Produkte zu inszenieren, bei denen Verantwortungsbewusstsein, Nachhaltigkeit und Innovation stark im Vordergrund stehen“, so CCO Dirk Bachmann-Kern.

Neue Eventlocations in Frankfurt

MICE-Metropole am Main



Frankfurt Convention Bureau bei der IMEX 2023 (Foto: #meetfrankfurt)

ERST IM VERGANGENEN JAHR WURDE IN FRANKFURT DIE KOOPERATION „FRANKFURT MICE 2030“ GESTARTET, EIN SCHULTERSCHLUSS DES FRANKFURT CONVENTION BUREAU (FCB) MIT PARTNERN WIE DEM DEHOGA HESSEN, DER MESSE FRANKFURT VENUE ODER DER FRANKFURT HOTEL ALLIANCE.

Ziel der Partnerschaft ist es, die Position Frankfurts als eine der führenden MICE-Destinationen entscheidend auszubauen. Weitergeführt wurden diese Bemühungen zuletzt auch auf der IMEX Frankfurt, wo das FCB mit diversen Partnern und einem besonderen Messestand für Aufmerksamkeit sorgte. Eine kleine Auswahl an neuen Eventlocations in der Mainmetropole stellen wir nachfolgend vor.

FLEMINGS HOTELS ONE UNIT-KONZEPT

Die Flemings Hotels haben in zentralster Lage in Frankfurt am Main eine große Tagungs- und Eventlocation erschaffen. Ab sofort vereint die familiengeführte Hotelgruppe das Flemings Hotel Frankfurt-Central und das Metropolitan Hotel by Flemings, direkt am Frankfurter

Hauptbahnhof, zu einer Einheit. Damit können Veranstaltungen mit bis zu 800 Personen ein neues Zuhause in der Main-Metropole finden.

Ganz zentral in Frankfurt liegen direkt nebeneinander das Metropolitan Hotel by Flemings und das Flemings Hotel Frankfurt-Central. Für sich zwei Häuser mit eigenem Stil und



Tagungsraum im Metropolitan Hotel (Foto: Flemings Hotels)

Charakter, bilden sie zusammen eine Einheit mit gemeinsamem Innenhof und somit eine Top-Location für große Tagungen. Das Duo befindet sich 100 Meter neben dem Frankfurter Hauptbahnhof. Das Messegelände, das Rathaus und das Museumsufer erreichen Gäste in 15 Minuten zu Fuß, die Stadtmitte ist vier Kilometer, der Deutsche Bank Park sechs Kilometer entfernt.

Durch den Zusammenschluss der Häuser nutzen Businessgäste zeitgleich bis zu 14 Tagungsräume mit knapp 1.000 Quadratmetern Platz. Der Komplex bietet so beste Voraussetzungen für Tagungen und Meetings aller Art mit bis zu 777 Personen. Ein exklusiver Meeting-Concierge steht während des gesamten Aufenthalts zur Verfügung. Er sorgt für einen reibungslosen Event-Ablauf mit effektiver Tagungstechnik. Moderne Jabra-PanaCast-Videokonferenztechnik ermöglicht Hybrid-Meetings, sodass auch internationale Zuschaltungen möglich sind. Für den kreativen Austausch sorgen Grillabende oder Kaffeepausen im großen Innenhof. Die versteckte, ruhige Terrasse in zentraler Lage verleiht jeder Veranstaltung ein überraschendes Extra und sorgt an warmen Sommertagen für die nötige Erfrischung. Auf Wunsch oder je nach Witterung serviert das Team der Flemings Hotels in den Tagungspausen Speisen und Getränke in den Veranstaltungsräumen.

FRAPORT BESUCHERZENTRUM

Das Fraport Besucherzentrum im Frankfurter Flughafen ist für Veranstaltungen mit bis zu 200 Gästen als Event-Fläche buchbar. Die Aus-

THINK TERMINAL

stellungsräume ermöglichen mit flexiblen Set-ups eine Vielfalt unterschiedlicher Veranstaltungsformate: Produktpräsentationen, Vorträge und Pressekonferenzen, Netzwerktreffen sowie festliche Empfänge werden vor der Kulisse des Airports und inmitten interaktiver Exponate rund um das Thema Aviation zum Highlight.

Panorama-Fenster geben den Blick auf die Flughafen-Szenerie frei: Parkende Flugzeuge und Spezialfahrzeuge im Einsatz rund um deren Abfertigung sind zum Greifen nah. Im Hintergrund starten und landen Maschinen aus aller Welt. Am Abend verwandelt sich die Aussicht in eine Lichterkulisse. Auf der Event-Fläche laden interaktive Erlebnis-Angebote zur Erkundung der Airport-Welt ein. Die Gestaltung des Fraport Besucherzentrums vermittelt eine besondere Atmosphäre, die geprägt ist von internationalem Flair, moderner Mobilität und digitalem Wissenstransfer.

Im öffentlichen Bereich des Terminal 1 gelegen, verfügt das Fraport Besucherzentrum über eine wohl einzigartige Verkehrsanbindung: Das



Fraport Besucherzentrum (Foto: Fraport AG)

Besucherzentrum ist per Auto, Bahn und Bus sowie Flugzeug erreichbar. Weitere Konferenz- und Tagungsräumlichkeiten sowie Hotels befinden sich in fußläufiger Entfernung.

Das Fraport Besucherzentrum erstreckt sich auf einer Gesamtfläche von 1.200 Quadratmetern über zwei Etagen. Es verfügt über einen repräsentativen Empfangsbereich und lässt sich veranstaltungsspezifisch möblieren. Zusätzliche Services wie Catering, technische Ausstattung, Dekoration und Entertainment runden den perfekten Event ab. Eine Veranstaltung im Fraport Besucherzentrum lässt sich außerdem optimal mit einer Airport-Rundfahrt verknüpfen.

KENNEDY 89 HOTEL

Hyatt Hotels Corporation hat mit dem Luxushotel Kennedy 89 ein neues Frankfurter Luxushotel angekündigt. Das 181-Zimmer-Hotel befindet sich derzeit in der Entwicklung und soll im Rahmen der Marke The Unbound Collection

by Hyatt noch in diesem Jahr eröffnet werden. Das Haus wird auf anspruchsvolle Gäste zugeschnitten sein und befindet sich in Frankfurts elegantem und ruhigem Stadtteil Sachsenhausen, umgeben von Konsulaten und Wohnhäusern aus dem 19. Jahrhundert. Alle 181 Zim-



Kennedy 89 von außen (Foto: Hyatt)

mer, davon 68 Suiten, werden über einen eigenen Balkon verfügen, viele mit Blick auf die Frankfurter Skyline.

Der Name des Hotels ist durch seine Lage an der Kennedy-Allee inspiriert. Die Immobilie liegt an der Kreuzung von Kennedy- und Stremannallee, weniger als fünf Minuten vom grünen Mainufer und seinen zahlreichen Museen entfernt. Mit den typischen Kopfsteinpflasterstraßen und Plätzen in der unmittelbaren Umgebung ist das Hotel nur jeweils eine zehnjährige Autofahrt vom internationalen Flughafen Frankfurt, dem Hauptbahnhof sowie dem Sportstadion Deutsche Bank Park und dem Frankfurter Messegelände entfernt.

Das Hotel verfügt über ein Restaurant im Erdgeschoss mit ebenerdigen Zugang und zahlreichen Sitzgelegenheiten im Freien. Außerdem bietet es Besuchern mehrere Bars im ersten Stock und auf der Dachterrasse. Den Hotelgästen stehen auch ein Fitnessstudio und eine große Tiefgarage zur Verfügung. Der Veranstaltungsbereich des Hauses umfasst eine ele-

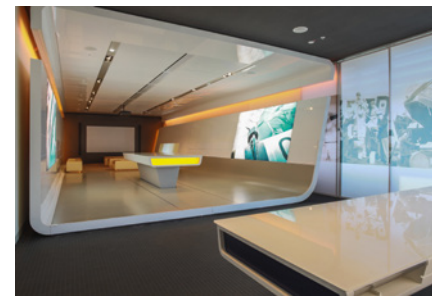


Meetingraum im Kennedy 89 (Foto: Hyatt)

gante Lounge mit einer Bar, die durch raumhohe Fenster besonders hell ist und von einer fast 130 Quadratmeter großen Bankettfläche mit Tagungsräumen für hochkarätige Veranstaltungen und maßgeschneiderte Events ergänzt wird.

Im Konferenzhotel Lufthansa Seeheim, nahe des Frankfurter Flughafens, bietet die Veranstaltungs-Location „Think Terminal“ in moderner Airport-Atmosphäre ein ausgefallenes Ambiente für Events. Das Terminal ist auf mehr als 650 m² eine Location für Open-Space Workshops, Konferenzen, Abendveranstaltungen und extravagante Events entstanden. Exklusiv und abgeschlossen von den anderen Teilen des Konferenzhotels herrscht im „Think Terminal“ Airport-Atmosphäre: Typische Elemente eines Flughafens wie eine Flug-Anzeigetafel, ein Tower und Equipment-Klassiker wie Boardtrolleys und Lounge-Sessel sollen hier ein inspirierendes Tagungsumfeld kreieren.

Die Gäste checken am Hospitalitydesk ein und werden über einen individuell beschreibbaren Leuchtstreifen am Boden in das Terminal geführt. Hier bildet die Halle (377 m²) mit großer Szenenfläche und vielfältig bestuhlbarem Open Space den Mittelpunkt der Tagungslocation. Die Halle besticht durch ihre ungewöhn-



Think Terminal (Foto: Lufthansa Seeheim)

liche Raumhöhe und eignet sich sowohl für die zentralen Sessions als auch für Abendveranstaltungen vom Dinner bis zum Club-Event.

Die drei sich an die Halle anschließenden Break-out-Rooms, die sogenannten „Gates“, präsentieren mit unterschiedlichen Designs die Themen Lufthansa Feeling, Dolce Vita und Focus on Creativity. Sie sind zwischen 37 m² und 130 m² groß und ermöglichen diverse Veranstaltungsszenarien mit flexiblen Sitzarrangements, beschreibbaren Tischen und Wänden oder zum Entspannen. Insgesamt bietet das „Think Terminal“, das ausschließlich als gesamte Veranstaltungsräumlichkeit gemietet werden kann, Platz für bis zu 100 Personen.

Gastronomisch stehen passend zum „Think Terminal“ verschiedene kulinarische Angebote zur Verfügung. Vom leichten Drei-Gang-Menü aus dem Boardtrolley angelehnt an die Business Class über einen Quick Lunch oder die Wahl zwischen vier Dinnerkonzepten werden die Speisen auf das jeweilige Veranstaltungsprogramm zugeschnitten.

jobs + karriere

_ **Rebecca Ludwig** übernahm die Leitung der Strategieabteilung von *Pinktum*, einem der führenden Digitalanbieter für Personalentwicklung in Europa. Rebecca Ludwig leitete seit 2020 das Business-Development-Team der Pawlik Group. Zu ihren Verantwortungsbereichen zählen die Entwicklung und Umsetzung der Unternehmensstrategie und die Unterstützung des CEO in Investor Relations. Pinktum gehört zur *Pawlik Group*.

_ **Nicole Aversch** [52] wurde zum 1. Juni 2023 Geschäftsführerin des *BDU* und der *BDU-Servicegesellschaft für Unternehmensberatungen* und folgt damit auf **Christoph Weyrather**, seit 1991 Geschäftsführer beim *BDU*. Christoph Weyrather [66] wird zum 30. Juni 2023 in den Ruhestand gehen. Nicole Aversch kommt von *HolzLand*, wo sie seit 2019 Geschäftsführerin war.

_ **Kathrin Möllers** wird Group Director Sustainability & ESG der *TUI Group*. Sie übernimmt zum 1. Juli 2023 die Führung des internationalen Nachhaltigkeitsteams von **Charlotte Wwiebe**. Ihre Karriere bei TUI begann Kathrin Möllers 2014 als Beraterin im Projekt- und Prozessmanagement, später übernahm sie verschiedene Führungspositionen im Bereich der internationalen *TUI Airline Organisation*. Derzeit ist sie Head of Aircraft Asset & Business Management.



Meike Kern
(Bild: Messe Frankfurt/Sutera)



Leif-Erik Lindner
(Foto: IFA Management GmbH)



Kevin Dühr
(Foto: 2bdifferent)



Kai Opitz
(Foto: Düsseldorf Congress)

WECHSEL VON DER MESSE FRANKFURT ZUR MESSE HUSUM

Zum 15. August 2023 wird **Meike Kern** [52] die Geschäftsführung der *Husumer Messegesellschaft* übernehmen. Messe Husum-Interimgeschäftsführer **Michael Lohmann** sowie Husum-Wind-Projektleiter **Arne Petersen** sollen laut aktueller Planung bis Ende September an Bord bleiben und somit für einen reibungslosen Übergang sorgen. Meike Kern kommt aus leitender Position bei der *Messe Frankfurt*, wo sie über Jahre die Weltleitmesse Heimtextil verantwortet hat.

Meike Kern: „Die Aufgabe in Husum reizt mich sehr aufgrund ihrer Vielfältigkeit und – mit Blick auf die Husum Wind – aufgrund der Bedeutung des Standortes für diese zukunftssträchtige Wind- und grüne Wasserstoffregion.“ Die kommende Husum Wind findet vom 12. bis zum 15. September 2023 auf dem Gelände der Messe Husum & Congress GmbH statt.

LEIF-ERIK LINDNER WIRD NEUER IFA-GESCHÄFTSFÜHRER

Zum 1. Oktober 2023 wechselt **Leif-Erik Lindner** von Samsung als neuer Geschäftsführer zur *IFA Management GmbH*. Lindner folgt auf den bisherigen Geschäftsführer **Oliver Merlin**, der die IFA Management GmbH seit November 2022 interimistisch gemeinsam mit Co-Geschäftsführer **Jörg Arntz** leitet. **Lisa Hannant**, Chief Executive Officer bei *Clarion*. „Seine Branchenkenntnisse, seine Vertriebserfahrung und seine Herangehensweise an Großprojekte werden einen wertvollen Beitrag zur Stärkung unsere Position als weltweit führende Fachmesse unserer Branche leisten.“

Leif-Erik Lindner wird zum 1. Juli 2023 zur IFA Management GmbH wechseln und nach seiner Einarbeitung die Verantwortung für die Planung und Umsetzung der IFA Berlin 2024 übernehmen. Oliver Merlin soll die zukünftige Strategie und Transformation der IFA leiten.

Leif-Erik Lindner war mehr als 15 Jahre für *Samsung Electronics Deutschland* tätig, zuletzt als Vice President für Consumer Electronics.

2BDIFFERENT MELDET TEAMVERSTÄRKUNG

2bdifferent hat seine Leistungen im Projektmanagement verstärkt. Neuer Projektmanager bei den Spezialisten für Nachhaltigkeit in der Veranstaltungswirtschaft ist **Kevin Dühr**. Er begleitet vor allem die Beratungsprozesse im Rahmen der ISO-Norm 20121. Zusammen mit Projektkoordinatorin **Amelie Wegeler** koordiniert er die verschiedenen Handlungsstränge und Aufgaben als Schnittstelle zu den Kunden.

Neuzugang Kevin Dühr war zehn Jahre im Kontext verschiedener Kulturveranstaltungen tätig. Aufgrund seiner Tätigkeit als Regieassistent, Produktionsleiter oder Projektleiter für regionale Kulturprojekte kennt der 36-jährige die Hintergründe namhafter Kulturinstitutionen und weiß um den Nachholbedarf, aber auch um das Potential und den Innovationsgeist von Kunst und Kultur bei nachhaltigen Veranstaltungen. Der neue Projektmanager von 2bdifferent hat Germanistik und Literaturvermittlung in Stuttgart und Bamberg studiert.

KAI OPITZ WIRD SALES DIRECTOR BEI DÜSSELDORF CONGRESS

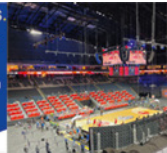
Zum 1. Juni trat **Kai Opitz** seine neue Position als Leiter Sales und Business Development bei *Düsseldorf Congress* an. Mit dem 33-jährigen Betriebswirt kommt ein Veranstaltungs- und Vertriebsmanager ins Unternehmen, der bereits über eine Expertise in der Vermarktung von Events verfügt. Das gilt insbesondere für den Bereich kombinierter Veranstaltungsformate wie Konferenzen mit angeschlossenen Ausstellungen.

Nach dem Studium Messe-, Kongress- und Eventmanagement und dem beruflichen Einstieg bei *Karlsruher Messe- und Kongress* war Opitz als Sales Manager für *Reed Exhibitions* tätig. Zuletzt verantwortete er als Projektmanager den internationalen Vertrieb im Geschäftsbereich Messen und Kongresse der „*Avoxa – Mediengruppe Deutscher Apotheker*“ mit Sitz in Eschborn.

MARKETING SERVICES

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

AUTOMOTIVE EVENT SERVICE / PREMIUM EVENT REINIGUNG



KIWI
Event Services GmbH

Kasinostrasse 19-21
42103 Wuppertal

T 0202 89015232
M 0174 8822232
info@kiwi-services.de
www.kiwi-services.de

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

BUCHUNGSPORTAL & MICE-SERVICE



Hotels | Locations | Tagungsportal

HGI hotel reservation
worldwide GmbH
_ Marco Reinkens
_ Carolin Nenov

Moltkestrasse 6
50674 Köln
www.hgi-worldwide.com
www.hgi-tagungsportal.com

T 0221 82008-0
F 0221 82008-25
m.reinkens@hgi-worldwide.com
c.nenov@hgi-worldwide.com

Öffnungszeiten:
Mo. - Fr.: 08:30 - 17:30 Uhr

Wir sind auf weltweite Hotelbuchungen und Veranstaltungsplanung für Firmenkunden spezialisiert und betreuen nationale und internationale Firmenkunden, Organisationen, Verbände sowie Agenturen. Umfassende Recherche, Prozessoptimierung, Kostensenkung, strategische MICE Beratung und Rechnungsabwicklung sind Kern unseres Services. HGI verbindet kundenorientierten und persönlichen Service mit innovativer, webbasierter Buchungstechnik zum selber buchen. Unsere Veranstaltungsprofis unterstützen Sie gerne von der Anfrage bis zur Abreise kostenfrei.

DUFTREGIE



Systeme zur olfaktorischen Immersion
Geschichten und Emotionen nachhaltig transportiert

MAGIC BOX® eK
DUFTREGIE
_ Inh. Elke Kies

Büdericher Str. 9
41460 Neuss
www.duftregie.de

T +49 (0)2131 591810
F +49 (0)2131 591806
info@magicbox.de

Duftberatung und -Komposition. Professionelle Ausbringungs-Technologie für alle Konzepte und Raumgrößen kaufen oder mieten. Hygienekonzepte mit 100% pflanzlichen Aerosolen für Ihr Luft-Management. Duft-zum-Bild Inszenierung auch für den Nahbereich.

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.AUTOMOBIL-EVENTS.DE

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



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

LMC | Live Marketing Company

lmc.communication GmbH
_ Oliver Langjahr

Relenbergstraße 88
70174 Stuttgart

T +49 711 389 500 500
o.langjahr@l-mc.com
www.l-mc.com

LMC realisiert als agiles Powerhouse Marken-Events auf dem ganzen Globus. Live und Digital. Mit echtem Full Service Support und einer exzellenten Umsetzungskompetenz bieten wir unseren Kunden das gesamte Spektrum für eine zielgerichtete Kommunikation in den Bereichen Event, Retail, Guest und Drive.

ottomisu

Connecting people, brands and markets.

ottomisu
communication GmbH

Im Klingebühl 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**.



MEDIA
BOARD

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

www.mediaboard.one



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 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.



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

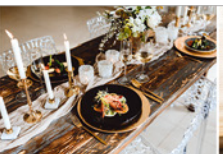
anbieter
_ ansprechpartner

anschrift

telefon . fax . email . internet

angebot

EVENT-CATERING / EVENT-LOCATIONS

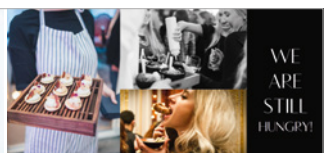
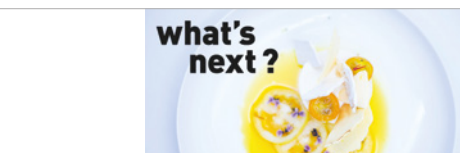


FSGG - EVENT- & MESSECATERING
FSGG - FULL- SERVICE
FSGG - KOCHSTUDIO TV/ INCENTIVE
FSGG - LOCATION
FRANK SCHWARZ
GASTRO GROUP GMBH

Grossmarkt Duisburg
Auf der Höhe 10
47059 Duisburg

T 0203 450390
F 0203 4503915
info@fsgg.de
www.fsgg.de

Es sind die feinen Details die ein FSGG-Catering auszeichnen: Deshalb setzen wir ein besonderes Werkzeug ein: die menschliche Hand und einen guten Geschmack. Nur so kann aus kostbaren, natürlichen Zutaten, perfektem Equipment und herzlicher Gastfreundschaft ein so unnachahmliches Gesamtbild entstehen. Perfekter Event-Genuss, den Sie mit allen Sinnen erleben und genießen werden!



Kofler Kompanie
NewCo GmbH

Unter den Linden 2
10117 Berlin

T +49 (0) 30 259289 0
berlin@kofler-kompanie.com
www.kofler-kompanie.com

Innovation trifft Tradition. Kreativität wird kombiniert mit höchster Qualität. So schreiben wir die Gastronomische Erfolgsgeschichte von Kofler & Kompanie weiter. Wir entwickeln unvergessliche, fantasievolle und wegweisende Cateringkonzepte aus Leidenschaft. Unser Motto „Satisfying All Senses“ ist tief in unserer DNA verankert und wird von uns allen gelebt.

EVENT-FACHMESSEN



FASZINATION.
INSPIRATION.
INNOVATION.

BOE INTERNATIONAL
17.-18.01.2024
MESSE DORTMUND

#boe24

BOE INTERNATIONAL
Internationale Fachmesse
für Erlebnismarketing
17. – 18. Januar 2024
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.

MESSE- UND EVENTBAU



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.

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

MESSE- UND EVENTBAU



Artlife GmbH
 _ Stephan Haida

Hessenstraße 6
 65719 Hofheim

T +49 (0)6122 504-0
 F +49 (0)6122 504-200
 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 sowie Bühnen- und Themen-Sets.



DEKO-Service Lenzen GmbH
 www.deko-service.net

Standort Lohmar (b. Köln):
 Im Rohnweiher 47
 53797 Lohmar
 T +49 (0)2205 9060
 F +49 (0)2205 90630
 main@deko-service.net

Standort Berlin:
 Zur Alten Börse 79
 12681 Berlin
 T +49 (0)30 54709770
 F +49 (0)30 54709772
 nl-berlin@deko-service.net

Eventausstattung, Messe- Bühnenbild- und Großdekora- tions- und Ladenbau von der Konzeption/Präsentation über die perfekte Realisation bis zur Einlagerung. Fachabteilungen der Holz-, Metall-, Kunststoff- und Textilverarbeitung sowie Digitaldruck. Vermietfundus und Lager. Der Service mit dem Know-How und Erfahrung im Veranstaltungsbereich national und international seit 1987.



DER PLUSFAKTOR
 LIMBURG
 BERLIN
 SARDINIEN

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

Limburg
 T 06431 26290-20
 M 0176 12629022
 info@na1.de
 www.na1.de



Mitgliedsunternehmen im BVMW



32 Jahre temporäres stilsicheres individuelles Design für Messe, Event, Retail, Grossdekora- tionen, Möbel und Exponatbau. Wir sind Partner national und International. Rein und ehrlich in die Zukunft.

MIETMÖBEL



Besser mieten.

SUITESTUFF GmbH

Haimhausener Str. 17
 D-85386 Deutenhausen
 bei Eching

T 08133 78299-0
 F 08133 78299-19
 info@suitestuff.de
 suitestuff.de

Durch das Prinzip des vorübergehenden Einsatzes für unterschiedliche Anlässe und eine Vielzahl von Kunden teilen wir im weitesten Sinne unsere Produkte mit vielen. Verschiedene Loungelinien in fünf Stilrichtungen sind individuell anpassbar an CI und Veranstaltungszweck. Wir planen für Sie und übernehmen auch Logistik und Aufbau.

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.STAGEREPORT.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.



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

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
_ansprechpartner

anschrift

telefon . fax . email . internet

angebot

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®

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:

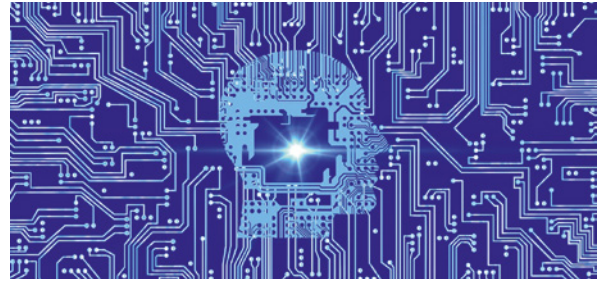
www.mediaboard.one



INSIDE

ChatGPT

CHATGPT IST DERZEIT DIE POPULÄRSTE STIMME
IM AI-BEREICH.



Welche Rolle kannst Du für die Eventbranche spielen?

Als KI-Modell kann ich umfassende Informationen über verschiedene Aspekte der Eventplanung und -durchführung liefern, Veranstaltern dabei helfen, neue Ideen und Konzepte für Marketingevents zu entwickeln, bei der Überwindung von Planungshürden, Budgetrestriktionen, Teilnehmerengagement und anderen Aspekten der Eventorganisation unterstützen sowie über aktuelle Trends und Entwicklungen informieren.

Welche Rolle können VR und AR für die Eventbranche spielen?

Virtual Reality (VR) und Augmented Reality (AR) haben das Potenzial, die Eventbranche zu revolutionieren und neue Möglichkeiten für interaktive und immersive Erlebnisse zu schaffen. Dazu zählen virtuelle Veranstaltungen, Ausstellungen und Messen oder auch immersive Erlebnisse.

Wie muss sich die Event-Branche aufstellen, um zukunftsfähig zu sein?

Um die Marketingevents-Branche zukunftsfähig aufzustellen, gibt es mehrere Aspekte, die optimiert werden können. Die Integration moderner Technologien wie künstliche Intelligenz, Augmented Reality, Virtual Reality und Live-Streaming kann die Interaktion und das Engagement der Teilnehmer verbessern. Veranstalter sollten innovative Technologien nutzen, um personalisierte und interaktive Erlebnisse zu schaffen. Durch die effektive Nutzung von Daten können Veranstalter personalisierte Marketingkampagnen und Erlebnisse für die Teilnehmer entwickeln. Das Verständnis der Teilnehmerbedürfnisse, Präferenzen und Verhaltensweisen ermöglicht es, maßgeschneiderte Veranstaltungen zu planen und relevante Inhalte anzubieten. Weitere Aspekte sind Nachhaltigkeit oder auch eine gezielte und differenzierte Zielgruppenansprache.

Was sind die größten Herausforderungen, die Eventplaner künftig bewältigen müssen?

Eventplaner stehen vor einer Reihe von Herausforderungen, die sie in Zukunft bewältigen müssen: Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein, Technologie und digitale Transformation, Budgetierung und Kostenkontrolle, Teilnehmermanagement und Personalisierung sowie Sicherheit und Krisenmanagement. Diese Herausforderungen erfordern Flexibilität, Anpassungsfähigkeit und eine proaktive Herangehensweise seitens der Eventplaner.

Welche Möglichkeiten wird KI für Marketing-events bringen?

KI kann große Mengen an Daten analysieren, um wertvolle Erkenntnisse über das Verhalten, die Vorlieben und die Bedürfnisse der Teilnehmer zu gewinnen. Basierend auf diesen Erkenntnissen können Eventplaner personalisierte Erfahrungen und Inhalte entwickeln, um die Teilnehmerbindung zu stärken und die Veranstaltung für jeden Teilnehmer relevanter zu machen.

KI kann repetitive Aufgaben automatisieren und so die Effizienz der Eventplanung erhöhen. KI-gesteuerte Planungstools können bei der Auswahl von Veranstaltungsorten, Zeitplänen und Logistik unterstützen.

KI kann Daten aus vergangenen Events, sozialen Medien und anderen Quellen nutzen, um Vorhersagen über den Erfolg von Marketingevents zu liefern. Dies ermöglicht Eventplanern, fundierte Entscheidungen zu treffen und Ressourcen gezielt einzusetzen, um die gewünschten Ergebnisse zu erzielen.

KI kann Echtzeit-Analysetools bereitstellen, um während eines Events Feedback und Daten zu sammeln. Eventplaner können diese Informationen nutzen, um schnell auf die Bedürfnisse der Teilnehmer zu reagieren, das Programm anzupassen oder personalisierte Benachrichtigungen und Empfehlungen bereitzustellen.

Es ist wichtig zu beachten, dass KI kein Ersatz für menschliche Kreativität, strategisches Denken und zwischenmenschliche Interaktion ist, sondern als leistungsstarkes Werkzeug effektive und beeindruckende Marketingevents unterstützt.

ChatGPT – sieht aber bestimmt anders aus ... (Illustration: Pixabay)

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]

ISSN 1611-8308

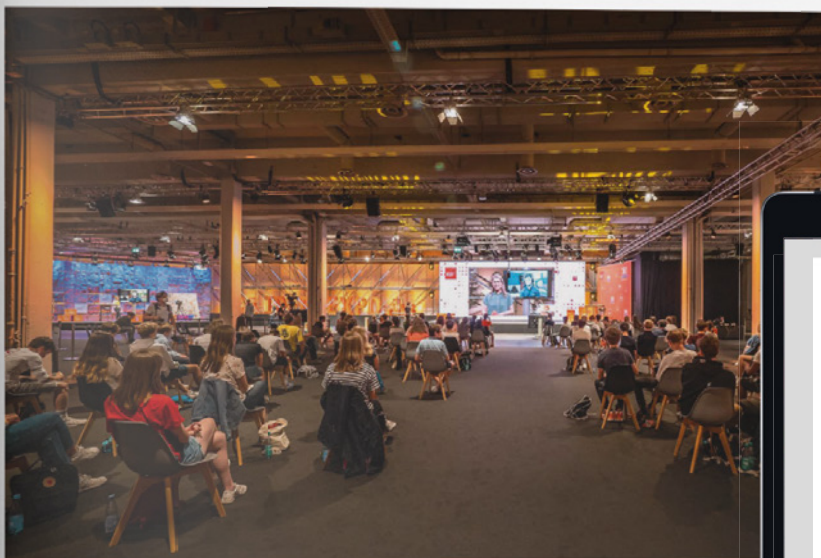
POCKETEVENT

*23

POCKETEVENT

*23

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 2023, 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 *23 gibt es auf www.mediaboard.one



AktivMedia
Marketing- und
Medienkommunikation GmbH

EVENT DICH DOCH AN UNS



NEUMANN & MÜLLER
VERANSTALTUNGSTECHNIK

→ **CORPORATE EVENTS**

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

→ **PUBLIC EVENTS**

Kultur, Sport, Musik, Ausstellungen, TV/Hörfunk

→ **DIGITAL-LIVE ODER HYBRIDE EVENTS**

[NEUMANNMUELLER.COM](https://www.neumannmueller.com)