



Warum Jesper Götsch von Jazzunique die Auseinandersetzung mit KI in der Agenturkreation als Innovationstreiber bewertet

# 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:

NEU VON N&M:  
WAS IST YEMBY UND  
WAS KANN DAS?

---

DOKUMENTATION:  
KREISLAUFWIRTSCHAFT  
IN DER EVENTBRANCHE

THE ENTRIES:  
WIR DOKUMENTIEREN  
EINREICHUNGEN BEI  
EVENT-AWARDS

---

ENTWICKLUNGEN:  
PROSKE, MAGNID, MERGER  
UND MEHR . . .

**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**

# Das Metaverse lebt



Momentan beherrschen Begriffe wie KI und AR die Medien und lassen kaum noch Platz für andere Entwicklungen wie das Metaverse. Gibt es das überhaupt noch oder ist das schon auf dem Abstellgleis der Kommunikationswirtschaft ge-

landet? Wir meinen, dass Metaverse lebt und wollen diese Aussage mit zwei Beiträgen in dieser Ausgabe untermauern. Einerseits hat Nicole Deisenhofer, Director Strategy & Innovation bei der Agentur Proske, für die Möglichkeiten des Metaversums bei Meetings und Events plädiert: „Durch das Metaverse eröffnen sich neue, innovative Möglichkeiten für virtuelle Events, bei denen Menschen zusammenkommen, um gemeinsam zu interagieren, zu lernen, zu spielen oder zu arbeiten. Virtuelle Events lassen sich in diesem Universum organisieren und veranstalten, um eine nachhaltige, immersive Erfahrung zu schaffen, die es den Teilnehmern ermöglicht, sich in einer realitätsnahen oder fiktiven virtuellen Umgebung zu bewegen und miteinander zu interagieren.“

„Ja, aber . . .“ wird der eine oder andere sofort antworten und darauf hinweisen, dass wir das ja schon mehrfach gehört haben. Das stimmt auch, sollte aber nicht aus dem Zusammenhang gerissen werden. Das Metaverse ersetzt nicht die Livekommunikation, lässt aber die Teilnahme an virtuellen Events zu, ohne tatsächlich physisch anwesend zu sein. Es ist eine Ergänzung mit vielen kreativen Optionen, die nicht zu unterschätzen sind.

Phillip Trompeter, Senior Manager Konsumgüter bei der Management-Beratung Dr. Wieselhuber & Partner (W&P), weist in einem Statement zwar darauf hin, dass die „Erwartungen an das Metaverse und die damit verbundenen Technologien stark angeschlagen sind“. Sein Fazit lautet dennoch: „Wer stattdessen lieber in den aktuellen Abgesang des Metaverse einstimmt, wird den richtigen Zeitpunkt für die Generierung von Kundenmehrwerten, Differenzierung und Wettbewerbsvorteilen durch immersive Technologien und das Metaverse verpassen.“

Verpassen wollen wir alle nichts. Also: dranbleiben.

Herzlichst

Ihr Peter Blach

## inhalt

Titelfoto: Jesper Götsch (Foto: JazzunIQUE)

- |  |   |
|--|---|
| 4 <b>BUSINESS</b> Konferenzmesse im Espace Fontvieille     | 13 <b>WORK</b> Butter. realisiert Brose-Kampagne zur EuroBike |
| 5 <b>BUSINESS</b> Creative Tours + Concepts Wachstumskurs  | 14 <b>VENUES</b> Hannover                                     |
| 6 <b>DIGITALISIERUNG</b> Ph. Trompeter: Zukunft Metaversum | 16 <b>PEOPLE</b> Jobs + Karriere                              |
| 8 <b>DIGITALISIERUNG</b> JazzunIQUE: AI in der Kreation?   | 17 <b>MARKETING-SERVICES</b> Lieferantenverzeichnis           |
| 10 <b>BUSINESS</b> Invictus Games mit Neuland Concerts     | 26 <b>BACKSTAGE</b> Frank Baake                               |
| 12 <b>BUSINESS</b> GIMS vor Rückkehr                       | 26 <b>IMPRESSUM</b>   |

MEDIA  
BOARD

OUT NOW!

StageReport

business- und show-produktionen  
Jürgen May über Netto-Null  
und große Miserverständnisse

BlachReport

BlachReport

WWW.MEDIABOARD.ONE



Konferenzmesse EVER Monaco (Foto: EVER Monaco)

EVER Monaco thematisierte nachhaltige Mobilität

# Konferenzmesse im Espace Fontvieille

Die 18. Ausgabe der Konferenzmesse EVER Monaco thematisierte nachhaltige Mobilität und erneuerbare Energien und integrierte dabei auch den Bereich Air Mobility. Sie ist die größte Fachveranstaltung dieser Art im Fürstentum Monaco. Für 60 Aussteller und 30 Start-ups bot der Espace Fontvieille auf fast 9.000 Quadratmetern einen Ausstellungsbereich sowie In- und Outdoor-Teststrecken, wo beim „Ride & Drive“ Fahrzeuge mit Anspruch auf Nachhaltigkeit aller Marken während der gesamten Veranstaltung getestet werden konnten.

Diskussionen und wissenschaftliche Vorträge brachten Experten aus Forschung und Industrie bei der EVER Monaco zusammen. Die zweitägige Fachveranstaltung thematisierte

Lösungen für die Mobilität der Zukunft in einer dekarbonisierten Wirtschaft.

Eines der Highlights der EVER Monaco in diesem Jahr lieferte Lilium aus Deutschland. Der Hersteller präsentierte das Modell eines Elektroflugzeugs im Maßstab 1:5. Ab 2025 soll dieses Flugzeug in der Lage sein, bis zu sechs Passagiere mit einer Geschwindigkeit von mehr als 250 Stundenkilometer zu befördern. Die maximale Reichweite gab Lilium mit bis zu 200 Kilometern an.

Seit 2006 bildet EVER Monaco eine etablierte Plattform für Aussteller und den Austausch für nachhaltige Mobilität und erneuerbare Energien. EVER Monaco richtet sich aber auch an Energieversorger, Protagonisten aus dem Bereich nachhaltiges Wohnen sowie Un-

ternehmen, die sich mit der Gestaltung einer kohlenstoffarmen Zukunft beschäftigen. Ob Autos, Zweiräder, Baumaschinen oder sogar Flugzeuge: die Aussteller präsentieren der Öffentlichkeit und dem Fachpublikum ihre neuesten Entwicklungen sowohl für den sofortigen Einsatz als auch für zukünftige Anwendungen.

Bei der Preisverleihung des Metha-Europe-Wettbewerbs wurden die innovativsten Projekte ausgezeichnet. Ein Follow-up der Veranstaltung ist die achte Auflage der Riviera Electric Challenge, die vom 13. und 14. September 2023 alle Beteiligten auf einer umweltfreundlichen Strecke zusammenbringt. Dabei führt sie zum dritten Mal durch Italien und zeigt die Möglichkeiten der grenzüberschreitenden Elektromobilität auf.

fwd: kooperiert mit der 16 Steps Initiative

## Klimaneutrale Veranstaltungswirtschaft

Die fwd: Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft und die fwd: Servicegesellschaft kooperieren jetzt mit der 16 Steps Initiative für eine klimaneutrale Veranstaltungswirtschaft bis 2025 – einer branchenweiten Bewegung, die sich für eine nachhaltige Entwicklung in der Veranstaltungsbranche einsetzt. Die Initiative, gegründet von Stefan Lohmann, Sustainable Event Solutions, und Tanja Schramm, Meet Germany, hat das Ziel, gemeinsam mit der gesamten Branche schrittweise klimaneutraler und nachhaltiger zu werden. Quartalsweise werden Teilbereiche der 16 Schritte veröffentlicht, um möglichst viele Akteure zu erreichen. Bis 2025 strebt die Initiative an, einen

Mindeststandard für klimaneutrale und nachhaltige Veranstaltungen in der Eventbranche zu etablieren. Die bisher veröffentlichten Schritte sind: Umstellung auf Ökostrom, nachhaltiges Travelmanagement, nachhaltiger Einkauf und Lieferkette, nachhaltiges Abfallmanagement, Treibhausgase berechnen und Förderung der Biodiversität.

Der fwd: hat es sich zum Ziel gesetzt, das Thema Nachhaltigkeit in den kommenden Jahren ernsthaft und glaubwürdig anzugehen. Zu den geplanten Maßnahmen gehört die Initiierung eines Programmes zur ISO20121 Zertifizierung sowie die aktive Verfolgung des Themas durch einen Referenten für Nachhaltigkeit.

Diese Schritte sollen dazu beitragen, dem Thema Glaubwürdigkeit zu verleihen und die Veranstaltungsbranche auf ihrem Weg zu mehr Nachhaltigkeit voranzubringen. Der Eintritt in die 16 Steps Initiative ist ein weiterer Schritt, um die nachhaltige Entwicklung in der Veranstaltungs- und Messewirtschaft voranzutreiben. Durch die Servicegesellschaft werden zusätzlich zu den Akteuren der Veranstaltungsbranche auch andere Branchen, insbesondere Zulieferbetriebe, erreicht und für nachhaltiges Wirtschaften sensibilisiert. Außerdem bestehen bereits Kooperationen mit dem AUMA, dem IFES, der UFI sowie JMIC im Rahmen der NetZeroCarbonEvents Initiative.



Christoph Daake und Conny Lobert (Foto: Creative Tours + Concepts)

Creative Tours + Concepts bleibt auf Wachstumskurs

## Positive Halbjahresbilanz

Die Agentur Creative Tours + Concepts zieht eine positive Halbjahresbilanz, befindet sich weiterhin auf Wachstumskurs und geht mit positiven Erwartungen in das zweite Halbjahr 2023. Strukturell etablierte das Wiesbadener Unternehmen jüngst seine Leistungssparte Messe und Ausstellungen und kann einen starken Zuwachs an Neukunden mit spannenden Projekten verzeichnen. Auffällig viele Neuanfragen seit 2022 dokumentieren diese Entwicklung.

Auch in der Geschäftsführung wurden bei der Agentur für Markenkommunikation die Voraussetzungen für die weitere Expansion geschaffen. Seit dem Januar 2023 verstärkt Conny Lobert das Management und bildet gemeinsam mit Christoph Daake die Unternehmensspitze. „Nach der schwierigen und nicht immer sorgenfreien Zeit während der Covid-Krise und einem sehr intensiven Jahr 2022 freue

ich mich über die aktuelle Entwicklung. Meine Entscheidung, Conny Lobert in die Geschäftsführung aufzunehmen, hat das Agenturleben durch neue Ideen und wirksame Impulse positiv verändert und trägt erste Früchte. Menschlich harmonisiert es und fachlich ist dies ein großer Zugewinn“, erklärt Christoph Daake, Geschäftsführer von Creative Tours + Concepts.

Zu den Neukunden zählt beispielsweise die Sonova Holding AG, eine international agierende Schweizer Unternehmensgruppe, die zu den weltweit größten Anbietern für Hörsysteme gehört. Für die Schweizer Holding realisierte Creative Tours + Concepts jüngst das Rahmenprogramm beim Leadership-Meeting im Rheingau mit rund 100 Teilnehmenden.

Bereits im März konnte das Team von Creative Tours + Concepts für den neuen Kunden Panasonic eine Veranstaltung erfolgreich durchführen. Der Neukunde PMI German

Chapter – ein weltweiter Zusammenschluss von Projektmanagern mit verschiedenen Landesvertretungen – beauftragte die Agentur mit der Durchführung der für September 2023 geplanten zweitägigen Projektmanagement-Konferenz, die hybrid in Frankfurt umgesetzt werden soll.

Erfolgreich realisiert hat die Agentur die Veranstaltung zum 30-jährigen Jubiläum für den neuen Auftraggeber Nobilis Group. Das Unternehmen mit Sitz in Wiesbaden gehört zu den führenden Distributoren und Service-Partnern für Beauty in der DACH-Region. Zum Jubiläum veranstaltete die Nobilis Group eine mehrtägige Reise nach Paris als Überraschungsziel und -programm für die rund 200 Mitarbeitenden.

Die positive Kunden- und Projektentwicklung begründete auch die jüngste Teamerweiterung mit Cindy Bartmann, die seit Mai als Projektmanagerin für Creative Tours + Concepts tätig ist.

### ONLIVELINE SCHLIESST SICH EUROPÄISCHEM AGENTURENNETZWERK AN

Die Agentur onliveline hat sich 27Names angeschlossen – einem europäischen Netzwerk für Eventagenturen. Community dient als Plattform für grenzüberschreitende Zusammenarbeit, Wissensaustausch und gemeinsames Wachstum. „Wir sind stolz darauf, dass onlive-

line, eine der auf Kreativwettbewerben höchstdekorierten Agenturen, nun Teil von 27Names ist“, meint dazu Ralf Specht, Vorsitzender von 27Names. onliveline ist derzeit auf dem zweiten Platz im Deutschen Event-Kreativranking vom BlachReport.

Neben onliveline traten drei weitere neue Mitglieder der 27Names-Community bei: VO Group aus Belgien, We are Collider aus UK und Xsaga aus den Niederlanden. Die Organisation ist jetzt in 21 europäischen Ländern vertreten.

War es das mit dem Metaversum? Wohl kaum . . .

# Abgesang wird abgesagt

PHILLIP TROMPETER, SENIOR MANAGER KONSUMGÜTER BEI DER MANAGEMENT-BERATUNG DR. WIESELHUBER & PARTNER (W&P) HAT SICH IM FOLGENDEN BEITRAG MIT DER WEITEREN ENTWICKLUNG DES METAVERSUM BESCHÄFTIGT. SEINE EMPFEHLUNG: BESSER NICHTS VERPASSEN.

„Das Metaverse“ war DAS Hype-Thema des letzten Jahres. Analysten überboten sich in der Höhe ihrer Marktprognosen, nahezu täglich gab es neue Berichte zu den Entwicklungen auf Plattformen wie Roblox und den neuesten NFT-Drops. Stand heute? Im Silicon Valley befindet sich das Thema Künstliche Intelligenz jetzt auf der Überholspur. Also: Aus, der Zauber beim Metaverse? Orientiert am Gartner-Hype-Cycle abgestürzt vom ‚Gipfel der überzogenen Erwartungen‘ ins ‚Tal der Enttäuschungen‘? Oder birgt das Metaverse vor dem Hintergrund von Apples angekündigtem AR/VR-Headset Vision Pro eben doch noch Potential?



Phillip Trompeter (Foto: Dr. Wieselhuber & Partner)

## ZUKUNFTSTHEMA GENZ

Bloomberg sagt dem Metaverse im Jahr 2030 ein Marktvolumen von einer Billion Dollar voraus, Goldman Sachs rechnet mit einem Acht-Billionen-Dollar-Markt. Demgegenüber stehen die neuesten Meldungen über Massenentlassungen in den VR-Abteilungen großer Tech- und Entertainmentkonzerne – allem voran bei Meta Reality Labs, Microsoft und Disney. Die Erwartungen an das Metaverse und die damit verbundenen Technologien sind stark angeschlagen. Und doch lohnt ein weiterer Blick, denn diese Entscheidungen sind in einem gesamtwirtschaftlichen Kontext von steigenden Kosten und zurückgehenden Konsumausgaben einzuordnen. Zudem setzt Apple mit Vision Pro neue Standards bezüglich intuitiver Bedienung und User-Experience. Das abstrakte Thema wird durch das Zusammenspiel von Hard- und Software-Entwicklungen zunehmend konkreter. In immersiven Welten verschmelzen die reale und digitale Umgebung, Künstliche Intelligenz ist hierbei nicht Konkurrenz, sondern vielmehr ein Werkzeug, um immersive Technologien voranzutreiben.

Erste Anwendungen sind bereits im Einsatz und haben Auswirkungen auf das Arbeitsleben und Geschäftsmodelle. In der Industrie werden digitale Zwillinge von Produktionsanlagen genutzt, um die Effizienz zu erhöhen, Mitarbeiter zu schulen oder das Leistungsangebot für Kaufinteressenten erlebbar zu machen. Die Anwendungsfälle im Konsumgüterbereich sind ungleich höher, denn Shopping ist nach Gaming und Reisen die Aktivität, der der User im Metaverse am liebsten nachgehen würden. Insbesondere Mode, Sport und Freizeitartikel sind hierbei besonders interessant. Denn gegenwärtig ist das Onlinegeschäft in der Mode-, Sport- und Freizeitbranche aufgrund hoher Retourenquoten häufig wenig profitabel – Verbesserungspotenziale durch AR und VR liegen auf der Hand. Darüber hinaus ist für viele Konsumgüterhersteller die Erschließung von Generation Z als Kundengruppe eines der wichtigsten Zukunftsthemen. Dazu wird die Markenkommunikation über Metaverse-Plattformen wie Roblox und Fortnite zunehmend wichtiger.

## METAVERSABILITY-CHECK

Erfolg und Nutzen immersiver Technologien hängen stark vom Geschäftsfeld und der jeweiligen Unternehmens-DNA ab – und von einer Strategie. Damit unternehmensspezifische Potenziale und Handlungsfelder individuell abgeleitet werden können, sollte zuerst die sogenannte ‚Metaversability‘ bestimmt werden.

- Sehen Kunden Nutzen im Metaverse und halten sich künftig dort auf?
- Wird sich die Markenbildung der Branche durch Metaverse-Plattformen verändern?
- Werden physische Produkte künftig auf Metaverse-Plattformen verkauft?
- Werden künftig digitale Produkte (Skins und Tokens) des Unternehmens verkauft?
- Werden virtuelle Welten Einfluss auf die Wertschöpfung haben?

Basierend auf den Antworten können Zukunftsszenarien mit einer Roadmap für unternehmensindividuelle Initiativen entwickelt werden. Konkret kann das zum Beispiel die Einrichtung eines virtuellen Showrooms sein. Dabei zeigt sich, ob Mitarbeiter zukunftsorientiert eingestellt sind und über ausreichend Know-how verfügen, wie sich Produkte in eine virtuelle Umgebung transferieren lassen und wo virtuelle Welten Prozesse und Kommunikation verbessern können. Die Bewertung, wie gut das eigene Unternehmen auf virtuelle Anwendungen vorbereitet ist, identifiziert also auch implizite Potenziale der digitalen Transformation.

## FAZIT

Wann erweiterte Realitäten in der Mitte der Gesellschaft ankommen, hängt von der Entwicklungsgeschwindigkeit von Hardware und Software ab und ist aktuell nicht exakt vorauszusagen. Dass mit der Verbreitung jedoch drastische Veränderungen im Konsumentenverhalten einhergehen, ist absehbar. Entsprechend sollten Unternehmen der Konsumgüterbranche nun individuell Chancen und Risiken bewerten, um ihren Weg im Umgang mit immersiven Technologien festzulegen. Wer stattdessen lieber in den aktuellen Abgesang des Metaverse einstimmt, wird den richtigen Zeitpunkt für die Generierung von Kundenmehrwerten, Differenzierung und Wettbewerbsvorteilen durch immersive Technologien und das Metaverse verpassen.

---- Autor: Phillip Trompeter

Proske beschreibt Möglichkeiten für Events im Metaverse

# Potenzial für Events

DAS METAVERSE HAT SICH ZU EINEM WICHTIGEN THEMA ENTWICKELT UND BIETET DAS POTENZIAL, UNSERE HANDELSLANDSCHAFT, DIE GESCHÄFTSWELT, DIE ARBEITSWELT, DEN IMMOBILIENMARKT UND DEN FINANZSEKTOR ZU REVOLUTIONIEREN.

Das Metaverse ist ein virtuelles Universum, das aus einer Vielzahl von vernetzten virtuellen Welten besteht, in denen Benutzer in Echtzeit miteinander interagieren können. Es bietet eine immersive und interaktive Erfahrung, die die heutigen virtuellen Events bei weitem übertrifft. Proske hat sich als „Denkfabrik“ positioniert, um das Potenzial von Events im Metaverse zu erschließen.

Nutzer haben mittels VR-Brillen die Chance, in das faszinierende Metaverse einzutauchen und mit Hilfe ihres individuellen Avatars wie in der realen Welt zu agieren. Diese virtuelle Umgebung strebt danach, die Vorteile beider Welten zu vereinen und sich so nahtlos wie möglich



Nicole Deisenhofer, Director Strategy & Innovation bei der Agentur Proske (Foto: Proske)

in den Alltag der Nutzer zu integrieren. Immer mehr Unternehmen erkennen das immense Potenzial des Metaverse und setzen auf innovative Lösungen, um ihre Kunden zu begeistern. Auch Events verlagern sich mehr und mehr ins Metaverse und gehören inzwischen zum Tagesgeschäft bei der Agentur Proske. Für viele Unternehmen realisierte die inhabergeführte Event- und Marketingagentur gemeinsam mit ihrer Marke magnid in der jüngsten Vergangenheit eine maßgeschneiderte unternehmerische Reise ins Metaverse – und die Nachfrage wächst.

Dazu Nicole Deisenhofer, Strategy & Innovation Director bei Proske: „Durch das Metaverse eröffnen sich neue, innovative Möglichkeiten für virtuelle Events, bei denen Menschen zusammenkommen, um gemeinsam zu interagieren, zu lernen, zu spielen oder zu arbeiten. Virtuelle Events lassen sich in diesem Universum organisieren und veranstalten, um eine nachhaltige, immersive Erfahrung zu schaffen, die es den Teilnehmern ermöglicht, sich in einer realitätsnahen oder fiktiven virtuellen Umgebung zu bewegen und miteinander zu interagieren.“

Durch das Metaverse können virtuelle Events auf eine Weise stattfinden, die über die Grenzen von Ort und Zeit hinausgeht. Es ermöglicht Teilnehmern aus der ganzen Welt, an einem virtuellen Event teilzunehmen, ohne tatsächlich physisch anwesend zu sein. Dies macht virtuelle

Events zugänglicher als Live-Veranstaltungen und bietet eine breite Palette von Möglichkeiten für Veranstalter und Teilnehmer. Mit seiner riesigen Anzahl von Spielen bildet das Metaverse beispielweise einen idealen Ort für Gaming-Freaks. Es ist ein Ort der sozialen Interaktion, bei der Menschen aller Altersgruppen ohne lange Lernkurven weltweit in Echtzeit kommunizieren und gemeinsame Aktivitäten erleben. Das Metaverse bildet eine Plattform für virtuelle Galerien, ist ein virtueller Immobilienmarkt, wird zum „virtuellen Zuhause“ für Unternehmen und Verbände und einiges mehr.

Meeting-Teilnehmern kann ein aktives, immersives Erlebnis und eine intuitive Zusammenarbeit wie in der realen Welt garantiert werden – ergänzt durch weitere Angebote wie beispielsweise den Zugang zu einer virtuellen Bibliothek, die passende Beiträge individuell und KI-gesteuert zur Verfügung stellt. Teilnehmer können sich einfach verbinden, als ob sie sich von Angesicht zu Angesicht treffen würden, ohne Zeit und Geld für An- und Abreise zu investieren. Die Vernetzung untereinander kann global auf Basis von Qualifikation und persönlichen Interessen erfolgen – ebenfalls KI-gesteuert.

Besonders geeignet ist die Nutzung des Metaverse für bestimmte Formate wie beispielsweise kurze Sessions von 30 bis 45 Minuten in überschaubaren Gruppen bis 20 Teilnehmern, informelle und formelle Vernetzungssessions, 1:1- oder Kleingruppen-Diskussionen, Beratungsgremien, immersive Workshops sowie VIP-Ausstellungsräume und virtuelle Showrooms. Ihren Mehrwert haben die Events im Metaverse auch für Big-Bang-Momente, Motivationsgespräche, Events zum Aufbau und zur Stärkung geschäftlicher Verbindungen sowie bei einer Kommunikation mit ambitionierten Zielen.

Doch die neue virtuelle Welt hat für bestimmte Formate auch ihre Grenzen. Es ist laut Nicole Deisenhofer weniger geeignet für Veranstaltungen, bei denen überwiegend zugehört wird. Ebenso stoßen Produktpräsentationen, wo Haptik, Riechen und Schmecken eine wesentliche Rolle übernehmen, sowie inhaltslastige Veranstaltungen mit Fokus auf On-Demand im Metaverse an die Grenzen des Machbaren beziehungsweise des Bezahlbaren. Einen geringen Mehrwert bietet die Reise ins Metaverse noch für längere Formate und Incentivierungen. Nicole Deisenhofer: „Die Entwicklung geht aber schnell weiter, so dass wir auch dafür bald marktreife Lösungen sehen werden“.

Grenzen des Machbaren offenbaren sich nicht zuletzt, wenn die technischen Anforderungen zu hoch sind beziehungsweise noch nicht erfüllt werden können. Teilnehmern mit unzureichender technischer Ausstattung oder langsamen Online-Verbindungen bieten virtuelle Events nur ein eingeschränktes Vergnügen. Aktuelle Hardware und eine schnelle Internetverbindung gehören hier zu den Basics.

Es gibt auch noch logistische Herausforderungen, denn in eigene VR-Brillen haben bisher nur wenige Unternehmen investiert. Was aber sinnvoll wäre, denn eine internationale Zusammenarbeit mit Zielgruppen und Mitarbeitern unter Berücksichtigung von Nachhaltigkeitszielen lässt sich remote und mit eigenen Brillen eindeutig effektiver gestalten. Immersive Projektmeetings sind häufig ohne Reiseaufwand möglich.

Um den optimalen Mehrwert mit dem geplanten Event im Metaverse zu erreichen, ist es aus Sicht von Nicole Deisenhofer daher immer notwendig, das Format im Detail zu prüfen, die Vor- und Nachteile abzuwägen und die spezifische Plattform für den jeweiligen Anwendungsfall zu wählen.

## Jazzunique sucht die Auseinandersetzung mit KI AI in der Kreation?

„KÜNSTLICHE INTELLIGENZEN SIND INNOVATIONSTREIBER, DIE UNSER LEBEN IN VIELFÄLTIGER WEISE VERÄNDERN“, SAGT JESPER GÖTSCH VON JAZZUNIQUE. DIE AGENTUR ENGAGIERT SICH IM NETZWERK AI FRANKFURT RHEIN-MAIN, DAS VERSCHIEDENE AKTEURE AUS WIRTSCHAFT, WISSENSCHAFT UND GESELLSCHAFT AUS DER REGION IN DIESEM THEMA ZUSAMMENBRINGT, UND HAT EIN WHITEPAPER ZUM THEMA „AI IN DER KREATIVEN ARBEIT“ VERÖFFENTLICHT. JESPER GÖTSCH HAT EINIGE FRAGEN BEANTWORTET, WIE JAZZUNIQUE AI EINSETZT UND ER CHANCEN UND RISIKEN SIEHT.

*BlachReport:* Wo und wie arbeitet Jazzunique mit KI?

**Jesper Götsch:** Vor allem in unserer Kreation haben wir künstliche Intelligenzen bereits in unseren Alltag integriert. Sie helfen uns dabei, unsere Visionen und Konzepte zu challengen, sie auf Verständnis und Nachvollziehbarkeit zu hinterfragen und diese zu fördern. KI-Tools sind



Jesper Götsch (Foto: Jazzunique)

wertvolle Werkzeuge, um unsere Ideen zu visualisieren und insbesondere die ersten Phasen unserer kreativen Arbeit zu unterstützen. Mit ihrer Hilfe können wir sehr schnell Ideen, Visionen und Gedanken in etwas Greifbares übersetzen. Nicht, um diese visualisierten Gedanken als Ergebnisse zu sehen oder Auftraggebern zu verkaufen, sondern um sie zu hinterfragen und an ihnen eine Vision wachsen zu lassen. Mit diesen

neuen Mitteln lassen sich somit viele vorbereitende Prozesse in kurzer Zeit erledigen, die uns bisher oft lange beschäftigt haben.

Innerhalb unseres eigenen AE Lab haben wir unmittelbar erleben können, dass künstliche Intelligenzen kreative Arbeit nicht ersetzen, sondern ergänzen. An verschiedenen Installationen haben wir die Anwendbarkeit von diversen KI-Applikationen getestet und unseren Besuchern und Mitarbeitern näher gebracht, indem wir KI nicht nur nutzbar, sondern räumlich zugänglich und erlebbar gemacht haben

*BlachReport:* Wo sieht Jazzunique die größten Chancen von KI?

**Jesper Götsch:** Unsere Branche entwickelt sich rasant und lernbasierte künstliche Intelligenzen haben daran bereits heute einen großen Anteil. Einige KI-Applikationen sind seit weniger als einem Jahr auf dem öffentlichen Markt und dennoch bereits fester Bestandteil der Arbeit vieler Kreativschaffenden. Sie haben einen neuen Status Quo geschaffen. Eine derartige disruptive Veränderung fordert uns auf, unser Wissen zu erweitern und uns täglich mit aktuellen Entwicklungen auseinanderzusetzen. Auf dem neuesten Stand zu bleiben, bietet zudem die Möglichkeit, fortwährend neue Blickwinkel und Perspektiven einzunehmen und den eigenen kreativen Horizont zu erweitern. Insofern bieten künstliche Intelligenzen große Chancen, sich an bahnbrechenden Entwicklungen früh und nachhaltig zu beteiligen.

ChatGPT, DALL-E 2, Midjourney und ähnliche Tools können dabei helfen, Ideen schneller und effektiver auszudrücken und durchzusetzen. Durch die Unterstützung bei der präzisen Formulierung von Gedanken und der Visualisierung von Bildern können sie uns bei der Entfaltung unserer Kreativität helfen und als wertvolle Partner bei Brainstorming-Meetings dienen. Sobald man sich mit der Funktionsweise dieser Tools vertraut gemacht hat, können sie eine wertvolle Ergänzung für kreative Arbeit sein.

*BlachReport:* Wo seht ihr Risiken?

**Jesper Götsch:** Trotz der Potenziale, die KI-Systeme bieten, bleiben menschliche Kuratoren ein kritischer und fundamentaler Faktor für den Erfolg. Ohne menschliche Kuration kann eine KI-Technologie nur begrenzten Nutzen bieten und im Worst Case sogar dazu führen, dass ungenaue, irrelevante, unverständliche oder gar hinderliche Inhalte generiert werden. KI-Systeme allein können zwar schnelle und effiziente Ergebnisse liefern, aber sie können menschliche Kreativität, Intuition, Emotionen und Erfahrung nicht ersetzen. Daher sollte der Fokus darauf liegen, KI-Systeme mit menschlicher Expertise zu ergänzen, um sicherzustellen, dass generierte Inhalte zielführend, ansprechend, relevant und verständlich sind.

Aus welchen Quellen speisen sich die Ergebnisse, die KI uns präsentiert? Wie kann man sichergehen, dass kein geistiges Eigentum unrechtmäßige Verwendung findet? Diese Fragen ergeben sich zwangsläufig aus der Auseinandersetzung mit dem Thema und müssen in der Frage an sich selbst gipfeln, wie man die eigene Originalität bewertet und sicherstellt.

*BlachReport:* Wie geht es jetzt weiter?

**Jesper Götsch:** Ein entscheidender Faktor für den Erfolg von Unternehmen ist Innovation. Aber es kann zur Herausforderung werden, eine Kultur der Innovation zu schaffen und aufrechtzuerhalten. Deshalb haben wir einen Workshop entwickelt. In drei Schritten – verstehen, definieren und Ideen finden – werden wir konkrete Tools und Methoden erarbeiten, mit denen innovationsfördernde Kultur in Teams analysiert und verbessert werden kann. Unterstützt wird die kreative Ausarbeitung der Ideen dabei von bahnbrechenden Anwendungen, die künstliche Intelligenzen nutzen. Unser Ziel ist es, die Kultur der Innovation zu unterstützen und dabei spielerisch State-of-the-Art-Tools im Bereich KI kennenzulernen.



Saint Elmo's hat Electrifying Diffusion Instance vorgestellt  
(Illustration: Saint Elmo's)

Saint Elmo's launcht rechtssicheren KI-Bildgenerator

# Electrifying Diffusion Instance

KI-BILDER ERSTELLEN OHNE URHEBER-, MARKEN- UND PERSÖNLICHKEITSRECHTE ZU VERLETZEN – DAS KI-TOOL ELECTRIFYING DIFFUSION INSTANCE VON SAINT ELMO'S HAMBURG SOLL MARKETERN DAFÜR AB SOFORT DIE NÖTIGE RECHTSSICHERHEIT BIETEN.

Saint Elmo's Hamburg hat das erste Tool für generative künstliche Intelligenz entwickelt, bei der „keine Unsicherheiten in Bezug auf die Verletzung von Drittrechten“ entstehen sollen. EDI, kurz für Electrifying Diffusion Instance, ist ein fürs Marketing maßgeschneidertes User Interface für den KI-Bildgenerator Stable Diffusion, mit dem Marken und Medien Bildmaterial zum Beispiel für Kampagnen erstellen können. Der große Unterschied zu bestehenden Anwendungen ist der klare rechtliche Rahmen: Die Bildrechte liegen uneingeschränkt beim Nutzer.

„Mit EDI haben wir die Möglichkeit, von Anfang bis Ende zu kontrollieren, welche Daten zum Trainieren der KI verwendet werden. Dies er-

möglicht es, markenspezifische Bilder und Grafiken als Grundlage für das Erstellen von weiterem Corporate-Bildmaterial zu verwenden und so maßgeschneiderten Content für Kunden effizient und rechtssicher zu erstellen“, sagt Kevin Präsel, Geschäftsführer Saint Elmo's Hamburg.

Zudem können mit EDI Bildinhalte genauer definiert werden, zum Beispiel was Posen, Licht und Perspektive betrifft. Auch weitere Bilder derselben Person oder Situation, zum Beispiel für Storyboards oder Fotoecken, sind leichter zu generieren. Dabei ist jede Bildgröße möglich. Wie die Open-Source-Software Stable Diffusion wird EDI über Text- und Bildeingabe bedient.

„Die Einsatzmöglichkeiten sind für viele Marken relevant. Für Kampagnenbilder genau im Markenlook oder auch für viele kleine Symbolbilder auf Websites oder im Bereich Content Marketing, für die man bisher Stockbilder lange suchen und bezahlen musste“, zeigt sich Peter Gocht begeistert, Kreativgeschäftsführer und Partner Saint Elmo's Hamburg.

simpleshow will KI-Skriptautomatisierung ermöglichen

# Story Generator

EINE NEUE FUNKTION DES SIMPLESHOW STORY GENERATOR, DIE SPEZIELL FÜR UNTERNEHMENSKUNDEN ENTWICKELT WURDE, NUTZT GENERATIVE KI-TECHNOLOGIE, UM AUTOMATISCH VIDEOSKRIPTEN ZU ERSTELLEN.

Die Erklärvideo-Plattform simpleshow ist bekannt für die einfache Erstellung von Erklärvideos mit hochautomatisierter Text-to-Video-Technologie. Mit dem neuen Story Generator will die Plattform die Benutzerfreundlichkeit auf ein neues Level bringen. Der bisher händische Teil der Drehbuch-Erstellung als Grundlage des Videos soll mit dem neuen Feature deutlich vereinfacht werden.

Der Story Generator wurde laut simpleshow „von Profis mit jahrelangen Storytelling- und Videoskript-Erfahrungen“ entwickelt und erstellt passgenaue Skripte für Erklärvideos – mit nur wenigen Benutzerein-

gaben. Die Funktion ist bereits live und für alle Nutzer der simpleshow-Plattform verfügbar.

Sandra Böhrs, Chief Marketing Officer von simpleshow: „Die rasante Entwicklung der generativen KI-Technologie ist sehr spannend. Der wichtigste Aspekt für simpleshow ist jedoch, eine nützliche automatisierte Skriptfunktion zu schaffen, die nicht nur professionelle Story-Skripte produziert, sondern auch die Sicherheit nicht beeinträchtigt. Unser Ziel ist es, die Videoproduktion für unsere Geschäftskunden einfacher und schneller zu machen, und die Anpassung an ihre spezifischen Geschäftsbedürfnisse bleibt unsere oberste Priorität“.

Der neue simpleshow Story Generator nutzt nicht nur KI zur Textgenerierung, sondern ist auch mit Datensicherheits- und Storytelling-Funktionen angereichert. Er soll die schnelle und mühelose Erstellung von Inhalten ermöglichen, die speziell auf das Zielpublikum zugeschnitten sind.

## Opening und Closing der Invictus Games von Neuland Concerts

# Deutschlandpremiere

Der Hamburger Konzert- und Tourneeveranstalter Neuland Concerts produziert die Eröffnungsfeier und die Abschluss-Show der Invictus Games Düsseldorf 2023 presented by Boeing, die beide in der Merkur Spiel-Arena stattfinden. Das internationale Sportfestival wird nach London, Orlando, Toronto, Sydney und Den Haag erstmals in Deutschland veranstaltet. Die Invictus Games Düsseldorf 2023 werden vom 9. bis 16. September 2023 in der Landeshauptstadt ausgetragen und wollen ei-

nen Beitrag zur Bewusstseinsbildung für Inklusion und Diversität leisten.

Neuland Concerts ist dabei verantwortlich für die Kreativ-Konzeption und Umsetzung von Opening- und Closing-Ceremony. Als Mainact für die Opening Ceremony am 9. September konnte der US-amerikanische Rapper Macklemore gewonnen werden. Die Beauftragung von Neuland Concerts erfolgte über D.Live. Das Unternehmen ist der zentrale Ansprechpartner für nationale und internationale Profi- und



Joshua Premkumar, Christian Gerlach, Oliver Suput, Akshara Jagtap und Ron Hoyne von Neuland Concerts (v.l., Foto: Ulf Büschleb)

Spitzensport-Veranstaltungen in der Landeshauptstadt Düsseldorf und bildet mit der Bundeswehr ein gemeinsames Projektteam für die Austragung der Invictus Games 2023.

Bei Neuland Concerts ist für Konzeption und Umsetzung der beiden Veranstaltungen die Kreativabteilung Creations in Berlin zuständig. Sie wird geleitet von Joshua F. Premkumar, Executive Creative Director und Head of Creations. Die Creations Division besteht aus einem Team für Show-Inszenierung und Event-Produktion.

## Premiere in Wiesbaden

# Nextlive.Festival

Am 21. November 2023 soll im RMCC Wiesbaden die Premiere vom Nextlive.Festival stattfinden, das sich intensiv mit den Themen Live-Kommunikation und Event-Marketing auseinandersetzen will. Die zentrale Frage des Festivals lautet: „How to create brand experience with impact?“. Inhaltlich geht es um Nachhaltigkeit, Event-Design und Digitalisierung.

Die Veranstaltung richtet sich in erster Linie an Marketing- und Event-Budgetentscheider aus der Wirtschaft und Industrie, die für die Organisation von Veranstaltungen

verantwortlich sind. Teilnehmer kommen sowohl aus Markenunternehmen als auch aus öffentlichen Einrichtungen und Non-Profit-Organisationen.

Zusätzlich wird eine junge Zielgruppe aus den Generationen Y und Z mit Entscheidungsträgern von morgen adressiert. Dazu Sjoerd Weikamp, Chefredakteur beim Veranstalter Nextlive: „Wir wollen vielversprechende Startups präsentieren und den Austausch zwischen jungen Unternehmern und erfahrenen Marketing-Profis fördern.“

Das Nextlive.Festival verspricht inspirierende Vorträge, interaktive Diskussionen und zielführende Networking-Möglichkeiten. Interessierte finden weitere Informationen auf der Website des Festivals und können sich bereits jetzt registrieren. Jeder teilnehmende Marketing- und Event-Budgetentscheider ist aufgerufen, bis zu fünf Kollegen aus den folgenden Unternehmens- oder Non-Profit-Bereichen mitzubringen: Marketing, Vertrieb, Brand Experience, Event-Management, Human Resources oder Customer-Relationship-Management.

## P. E. SCHALL UND MESSE STUTTGART SETZEN PARTNERSCHAFT FORT

Das Messeunternehmen P. E. Schall und die Messe Stuttgart setzen ihre langjährige Partnerschaft fort und erweitern sie bis 2030. Durch den neuen Vertrag werden etablierte Fachmessen wie die Blechexpo, die Schweisstec, die Control, die Motek und die Bondexpo auch in den kommenden Jahren auf dem Messegelände in Stuttgart stattfinden.

P. E. Schall ist einer der größten privaten Messeveranstalter Deutschlands und feierte im letz-

ten Jahr sein 60-jähriges Bestehen. Die langfristige Vertragsverlängerung ermöglicht es dem Unternehmen, aktuelle Veranstaltungskonzepte zu entwickeln, um den Anforderungen der Industrie gerecht zu werden. Geschäftsführerin Bettina Schall freut sich über die Partnerschaftsverlängerung und betont die Bedeutung der Zusammenarbeit für die erfolgreiche Durchführung ihrer hochwertigen Messen. Die Fortsetzung der Zusammenarbeit hat eine er-

hebliche wirtschaftliche Bedeutung für die Region Stuttgart. Die Messen bringen nicht nur internationale Aussteller und Besucher nach Stuttgart, sondern tragen auch zur Stärkung des regionalen Wirtschaftsgefüges bei. „Die Verlängerung des Vertrags ist ein großer Erfolg für uns als Haus, aber noch mehr für die Region. Gemeinsam werden wir den Messestandort Stuttgart weiter stärken“, sagt Stefan Lohnert, Geschäftsführer der Messe Stuttgart.



Dr. Stefan Eckert, Senior Vice President Services Koelnmesse, Sebastian Nitsch, Head of Product Management Services Koelnmesse, Johanna Soboll, Sustainability Manager Uniplan, Fabian Gleisner, Group Head & Key Account Director Uniplan (v.l., Foto: Koelnmesse, Oliver Wachenfeld)

Uniplan konnte sich erneut Koelnmesse-Etat sichern

## Klimaneutralität im Fokus

Uniplan sichert sich erneut den Etat der Koelnmesse. Die Partnerschaft ist kein Neuland für Uniplan und die Koelnmesse, denn beide verbindet bereits eine vierzigjährige gemeinsame Geschichte. Die Agentur für Markenerlebnisse überzeugte die Koelnmesse mit einem Konzept für klimaneutrale Messestände und wird jährlich rund 25.000 Quadratmeter Systemstände CO<sub>2</sub>-neutral umsetzen.

Mit einem Rahmenvertrag bis 2027 bleibt die Agentur mit Hauptsitz in Köln wichtiger Partner für die Koelnmesse. Uniplan unterstützt seinen Kunden damit maßgeblich, dessen Ziel zu erreichen, bis 2035 klimaneutral zu sein. Ganz im Sinne der Kreislaufwirtschaft werden vielfach wiederverwendete Materialien, wie

beispielsweise Wände, die durch Abnutzung nicht wieder im Systemstand verwendet werden können, als Verpackungen oder Bodenschutz eingesetzt, bevor sie dem Recycling zugeführt werden. Durch Optimierungen in der Logistik, dem hundertprozentigen Bezug von Ökostrom und weiteren internen Maßnahmen senkt Uniplan die eigene Energiebilanz und verpflichtet sich zu einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess.

Johanna Soboll, Sustainability Manager bei Uniplan, verantwortet die Bilanzierung der Projekte. „An erster Stelle steht für uns eine Reduktionsstrategie zur Vermeidung von Emissionen. Wir schaffen das insbesondere durch die kontinuierliche Anpassung inter-

ner Prozesse.“ Dr. Stefan Eckert, Geschäftsbereichsleiter Services bei der Koelnmesse, ergänzt: „In den kommenden Jahren werden wir unser gesamtes Portfolio für Systemstandbau und Standbegrenzungswände komplett auf CO<sub>2</sub>-neutral umstellen. Nur so erreichen wir unser oberstes Ziel, bis 2035 klimaneutral zu sein.“

Nachhaltigkeit im Systemstandbau findet für die Agentur Uniplan seinen Ursprung in den 1970 Jahren als Hans Brühe den Miet-Systemstand erfunden und populär gemacht hat. „Wir treiben gemeinsam mit unseren Kunden, Partnern und Mitarbeitern den Wandel in der Branche voran“, beschreibt Soboll diese ko-kreative Haltung.

familie redlich kommuniziert für das Futurium

## Social-Media-Auftritt

Die Berliner Agentur familie redlich hat den Pitch um die Betreuung der Social-Media-Aktivitäten des Futuriums gewonnen. Die Rahmenvereinbarung mit dem Berliner Haus der Zukünfte umfasst zunächst eine Laufzeit von zwei Jahren mit der Option auf Verlängerung und beinhaltet sämtliche Aufgaben rund um den Social-Media-Auftritt. Dazu zählen die Weiterentwicklung der aktuellen Social-Media-Strategie, Multimedia-Produktionen, Community Management, Kreation von besonderen Kam-

pagnen bis hin zur Evaluation, Projektmanagement und Reportings. Das Auftragsvolumen soll 1,2 Millionen Euro betragen.

„Das Futurium ist deutschlandweit und international eine Institution. Hier können wir unsere Erfahrungen einbringen, um eine heterogene Zielgruppe auf den unterschiedlichen Kanälen einzubinden, zu aktivieren und um das Futurium als digitalen Dreh- und Angelpunkt für Zukunftsthemen zu etablieren“, so Claudio Gallio, Vorstand der familie redlich AG.

Das Futurium liegt im Berliner Regierungsviertel. Besucher können sich in der großen interaktiven Ausstellung auf rund 3.000 Quadratmetern und im Futurium Lab mit verschiedenen Zukunftsentwürfen befassen und sie in vielfältigen Dialogformaten sowie in Workshops gemeinsam diskutieren. Das Futurium versteht sich dabei als eine unabhängige Plattform für Dialog und Vernetzung zwischen Politik, Wissenschaft, Wirtschaft, Kultur und Zivilgesellschaft.



Sandro Mesquita und Alexandre de Senarclens  
(v. l., Foto: Guillaume Megevand)

Automobil-Salon Genf soll 2024 sein Comeback feiern

## GIMS vor Rückkehr

Die Mitglieder der Stiftung „Comité permanent du Salon international de l'automobile de Genève“, haben kürzlich Alexandre de Senarclens zum neuen Stiftungs-Präsidenten gewählt. De Senarclens hat zum 1. Juli 2023 die Nachfolge von Maurice Turrettini angetreten, da dieser das Ende seiner Amtszeit erreicht hat. Dabei wurde auch bekanntgegeben, dass die Planungen für den Automobil-Salon Genf 2024 laufen: Vom 26. Februar bis zum 3. März 2024 soll die Automesse ihr Comeback und dabei gleichzeitig ihr 100-jähriges Bestehen feiern.

„Wir freuen uns, mit Alexandre de Senarclens einen erfahrenen und engagierten Präsidenten zu haben, der den Internationalen Automobil-Salon Genf weiter verankern und voranbringen wird“, kommentiert Sandro Mesquita, Generaldirektor der GIMS, die Wahl. „Alexandre de Senarclens verfügt nicht nur über ein großes nationales Netzwerk und internationale Erfahrung, sondern durch sein Engagement auch über umfassende politische Erfahrung. Ideale Voraussetzungen, um unsere

Stiftung und die GIMS in den kommenden Jahren voranzubringen.“

„Es ist mir eine große Ehre, die Präsidentschaft einer so bedeutenden Veranstaltung zu übernehmen, die einen wesentlichen Beitrag zum internationalen Ruf von Genf leistet. Die Bedeutung dieser Veranstaltung für die regionale Wirtschaft und den Schweizer Automobilsektor ist sehr groß. Für die Marken und ihre Importeure stellt sie ein hervorragendes Schaufenster für technologische Innovationen in diesem Sektor dar. Das GIMS-Team ist voll motiviert, zwei Automobil-Shows zu organisieren, eine in Doha diesen Herbst und diejenige in Genf Ende Februar 2024“, sagt Alexandre de Senarclens über seine neue Aufgabe.

De Senarclens wurde 1975 in Genf geboren. Er hat ein Lizentiat in Rechtswissenschaften der Universität Freiburg und einen Master in Rechtswissenschaften der Georgetown University in Washington D.C. erworben. Er tritt die Nachfolge von Maurice Turrettini an, der sein Engagement für die Stiftung nach zwölf Jah-

ren als Präsident beendet. „In den letzten Jahren haben wir die GIMS mit Herzblut entwickelt und die großen Herausforderungen im Zusammenhang mit der Covid-Pandemie gemeistert. Heute ist die Veranstaltung auf dem richtigen Weg, um wieder in die Zukunft zu blicken“, so Turrettini. „Ich wünsche Alexandre de Senarclens und der Stiftung, die mir sehr am Herzen liegt, viel Erfolg.“

Sophie Dubuis, Präsidentin des Stiftungsrates von Genf Tourismus & Convention: „Genf hat lange von der internationalen Ausstrahlung und der wirtschaftlichen Bedeutung des Automobilsalons profitiert. Nach dem Ende der Pandemie ist es nun äußerst wichtig, die volle Legitimität und Führungsrolle in einem rasch wachsenden Sektor wiederherzustellen.“ Die erste Ausgabe der Geneva International Motor Show Qatar findet vom 5. bis 14. Oktober 2023 in Doha statt. Von Montag, 26. Februar bis Sonntag, 3. März 2024 soll dann der Genfer Automobilsalon sein Comeback und sein 100-jähriges Bestehen feiern.

### KNAPP SIEBEN MILLIONEN MESSE-BESUCHER VON JANUAR BIS JUNI

Deutschlands Messen starten dynamisch in die zweite Jahreshälfte: Nach einem starken ersten Halbjahr deuten erste Prognosen des Verbands der deutschen Messewirtschaft AUMA auf ein Gesamtjahr 2023 mit bis zu 180.000 ausstellenden Unternehmen und bis zu 13 Millionen Besuchern auf deutschen Messen hin. Damit nähern sich die Kennzahlen dem Niveau vor der Corona-Pandemie.

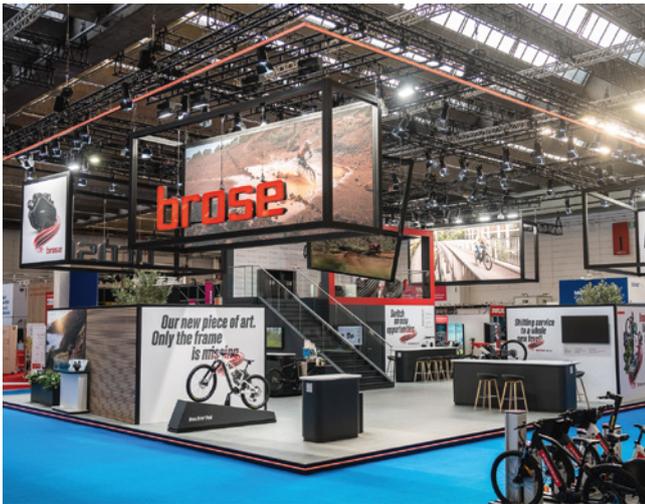
Nach einer kurzen Sommerpause markieren den Beginn des zweiten Messehalbjahres Ende August die internationale Spielemesse Gamescom in Köln, die Reise- und Freizeitmesse Caravan Salon in Düsseldorf und die Weltleitmes-

se für Unterhaltungselektronik und Haushaltsgeräte IFA Anfang September in Berlin. Weitere 125 Messen sind bis Jahresende geplant.

200 Branchenschauen fanden in den ersten sechs Monaten in Deutschland statt. Über 115.000 ausstellende Unternehmen zogen bislang das Interesse von 6,8 Millionen Besucherinnen und Besuchern an. Gegenüber dem ersten Halbjahr 2022 stieg die Zahl der Aussteller damit um ein Viertel an, die der Besucher um ein Drittel. Jörn Holtmeier, Geschäftsführer des Dachverbandes der deutschen Messewirtschaft AUMA: „Derweil verstetigen sich Sommertermine für Messen nicht, die 2022 wegen

des großen Nachholbedarfs noch zu sehen waren. Fast alle Messetermine kehren 2024 wohl auf ihre lang angestammten Daten außerhalb der großen Ferien- und Urlaubszeiten zurück.“

Weitere Trends und Perspektiven auf das Messegeschäft beleuchtet der AUMA in seiner nun veröffentlichten Jahrespublikation „AUMA-Trends 2023/2024“. Die Digitalbrochure gibt einen Rundumblick in die Themen der deutschen Messewirtschaft nach der Corona-Pandemie. Interviews zeigen die Sicht der ausstellenden Wirtschaft, die Erwartungen von Besuchern und thematisieren Kompetenzen der Messedienstleister.



Brose bei der EuroBike 2023  
(Foto: Butter)

Butter. realisiert Brose-Kampagne zur EuroBike

## Neuer Messestand

Nachdem Butter. sich zu Beginn des Jahres den Etat für den Brose Markenauftritt sichern konnte, hat der Hersteller von E-Bike Antriebssystemen nun seinen brandneuen, von der Kreativagentur entwickelten Auftritt präsentiert. Den Start bildet die Eurobike in Frankfurt, bei der Brose mit seinen neuen Messestand unter dem Motto „Brose like never before“ am Start war. Der Stand wurde im Look & Feel des neuen Auftritts gestaltet.

Zusätzlich hatte der Antriebshersteller im Vorfeld der Messe in Print, Online, Bewegtbild und Digital Out of Home für einen Standbesuch geworben. Außerdem informierte eine

Landingpage die Messebesucher vorab über die Neuheiten auf der Eurobike.

Das Motto „Brose like never before“ gilt auch für den neuen Markenauftritt, den Butter. entwickelte. Reinhard Henke, Geschäftsführer Kreation: „Für uns war schon im Pitch klar: Wir müssen Brose zum Leuchten bringen. Die Marke steht für soviel Qualität und Leidenschaft, und das in einem emotionalen Umfeld wie dem des E-Bikens. Es galt, diese Attribute neu aufladen und selbstbewusst nach vorne zu stellen.“ Kernstück des neuen Markenauftritts ist der „Brose Boost“, der dynamisch aus dem Motor oder dem Unternehmenslogo schießt und

kollagenhafte Fahrradwelten oder auch spielerisch-selbstbewusste Headlines zum Leben erweckt. Der neue Claim, der ebenfalls zur Eurobike eingeführt wurde, lautet „Quality on“.

Antje Geyer, Marketingleiterin von Brose Drive Systems: „Der neue Markenauftritt markiert einen Wendepunkt für uns. Nachdem wir uns in den letzten Jahren etwas zurückgehalten haben, war es jetzt Zeit, mit neuen innovativen Produkten und einem dazu passenden Auftritt, lauter, lebendiger und selbstbewusster im Markt zu strahlen und sowohl die Endkonsumenten wie auch unsere Fachzielgruppen neu für unsere Marke Brose zu begeistern.“

BBDO Wien und Österreichische Post gründen „Werbeagenturen“

## Einfach Werben

Eine Marketingaktion der Kreativagentur BBDO Wien begleitete den Auftakt der neuen Kampagne „Einfach Werben“ der Österreichischen Post. Dabei haben BBDO Wien und die Österreichische Post hunderte neue „Werbeagenturen“ in ganz Österreich gegründet – und das ganz einfach über Nacht. Der neue Service „Einfach Werben“ soll es Unternehmen mit kleinen Budgets möglich machen, direkt über das Portal der Österreichischen Post digitale und auch Printkommunikation an ihre Zielgruppen in ganz Österreich zu transportieren

Aus Bars, Restaurants, Büchergeschäften und vielen weiteren lokalen Companies wur-

den für die Aktion Agenturen gemacht – sichtbar zu erkennen durch den Zusatz „Werbeagentur“, der über Nacht unter den Markenlogos an den Fassaden auftauchte. „Das Echo war unglaublich – viele unserer Gäste haben nachgefragt, ob wir unser Unternehmen erweitert haben und was wir als Werbeagentur jetzt genau anbieten“, sagt David Schwarz, ein Gastronomiebetreiber in Klosterneuburg, und ergänzt: „Da war es natürlich auch super, dass wir direkt eine Antwort geben konnten. Nämlich, dass das kein Werbegag ist, sondern dass wir unsere Eventaussendungen tatsächlich selbst über ‚Einfach Werben‘ erstellen und

direkt versenden können – und das macht uns zu unserer eigenen Werbeagentur.“

Neben der Fassadenkommunikation läuft seit Anfang Juni eine österreichweite Print- und Digital Kampagne. „Wir sind richtig happy, dass die Österreichische Post diese Kampagne mit uns realisiert hat – weil sie insightbasiert und überraschend ist“, berichten Rita-Maria Spielvogel und Elke Bocksrucker von BBDO Wien. „Schön, dass wir es mit dieser Kampagne geschafft haben, als Agentur ein kleines bisschen Selbstironie an den Tag zu legen, die offensichtlich wirkt“, ergänzt Jana David-Wiedemann, CEO BBDO Wien.



Swiss Life in Hannover  
(Foto: Swiss Life)



Veranstaltungsraum im Parkhotel Kronsberg  
(Foto: BWH Hotel Group Central Europe)

Neues vom norddeutschen Kongress- und Messestandort

## Eventlocations in Hannover

AUCH IN NIEDERSACHSEN ZIEHT DER TOURISMUS NACH DEN KRISENJAHREN DER PANDEMIE WIEDER AN, WIE DAS LANDESAMT FÜR STATISTIK NIEDERSACHSEN MIT AKTUELLEN POSITIVEN ZAHLEN VERMELDEN KANN: ÜBER ZWEI MILLIONEN ÜBERNACHTUNGEN KONNTE DIE LANDESHAUPTSTADT HANNOVER IM JAHR 2022 VERZEICHNEN, IN DER GESAMTEN METROPOLREGION WAREN ES SOGAR 3,6 MILLIONEN.

Mit 2.031.876 Übernachtungen liegt Hannover damit nur noch 13,12 Prozent hinter dem Rekordjahr 2019. Für die MICE-Branche ist neben Klassikern wie dem Expo-Gelände oder dem HCC vor allem das Seminar- und Tagungszentrum Karriere-Campus als Flagship-Eröffnung dazugekommen. Das Zentrum sowie eine Reihe anderer neuer Locations stellen wir nachfolgend vor.

### SWISS LIFE SEMINAR- UND TAGUNGSZENTRUM

Das Versicherungs- und Finanzberatungsunternehmen Swiss Life Deutschland hat im Herbst 2022 das neue Seminar- und Tagungszentrum Karriere-Campus Hannover in Betrieb genommen. Mit seiner modernen Ausstattung will der Karriere-Campus die Metropolregion Hannover um eine attraktive Eventlocation bereichern.

Der Campus bietet auf mehr als 7.000 Quadratmetern Fläche auf mehreren Etagen Platz für bis zu 650 Personen und unterschiedlichste Veranstaltungsformate von analog bis virtuell. Die über 30 Schulungs- und Tagungsräume sowie ein über 650 Quadratmeter großer Veranstaltungssaal stehen auch anderen Unternehmen und Institutionen zur Verfügung. Eine gehobene technische Ausstattung inklusive Highspeed-Internet, Videokonferenz- und Audiotechnik, ClickShare-Präsentationssystem, Touch-Back-Funktion und mehr ist bereits vorhanden.

Der Neubau erfüllt die Gold-Zertifizierungskriterien der deutschen Gesellschaft für nachhaltiges Bauen (DGNB), ist in allen Bereichen barrierefrei und bietet Lademöglichkeiten für Elektroautos und Elektrofahrräder. Betreiber des Karriere-Campus Hannovers ist die Karriere-Campus & Gastronomie GmbH, ein Tochterunternehmen von Swiss Life. In den Bau des Karriere-Campus Hannover investierte Swiss Life rund 30 Millionen Euro.

### BEST WESTERN PREMIER PARKHOTEL KRONSBURG

Das Best Western Premier Parkhotel Kronsberg in Hannover hat nochmals umfangreiche Renovierungsmaßnahmen vorgenommen. Nicht nur die Lounge und das Restaurant „Bock's“

wurden renoviert, auch die Tagungsräume des Hotels wurden mit neuer, moderner Tagungstechnik ausgestattet.

Bei der Umgestaltung der „Witwe Bolte Stube“ im hoteleigenen Restaurant „Bock's“ wurden die vorhandenen rustikalen Eichentische abgeschliffen und neu gestrichen. Neue Stühle aus hochwertigem Holz heben den bodenständigen Charakter des Restaurants hervor. Hier können Gäste des 200-Zimmer-Hotels regionale Gerichte erleben. Das „Helenenstübchen“ im Restaurant hat ebenfalls ein Facelift erhalten und wurde mit neuen Polsterbänken in Königsblau sowie modernen Lichtelementen ausgestattet.

Im Zuge der Renovierung des Hotels sind auch die Tagungsräume mit State-of-the-Art-Tagungstechnik ausgestattet worden. Dabei wurden die Räume mit neuen Displays und kabellosem Präsentationssystem versehen. Mit der drahtlosen Präsentationssystem Barco ClickShare CSE-200 können bis zu acht Teilnehmer mit nur einem Klick ihre Inhalte gleichzeitig auf dem zentralen Bildschirm, auf einer Leinwand oder auf einem Display einfach und intuitiv präsentieren. Zudem wurden in vier Tagungsräumen neue Laser-Beamer installiert. Für die Tagungsräume Nienburg, Celle und Calenberg wurde ein neuer Full HD-Projektor angeschafft. Außerdem kann – gegen Aufpreis – eine Videokonferenz-Soundbar in die Tagungsräume integriert werden.

## NEW WORK CLUB IM HCC

Getreu dem Motto des Hauses „Tradition und Innovation“ hat das HCC Hannover Congress Centrum im November 2022 seinen New Work Club eröffnet. Die neue Location komplettiert eine ergänzende Raumstruktur, die zukünftigen Veranstaltungsformaten und Ansprüchen von Veranstaltern und Teilnehmenden bestmögliche Voraussetzungen schaffen will.

Bereits 2018 wurde mit der Eröffnung des Future Meeting Space, eine interaktive Plattform für kommunikativen und analogen Austausch mit digitaler Unterstützung geschaffen. 2021 kam mit der Video Conference Lounge mit ihren technischen Voraussetzungen für spontane und kurzfristige Digitalveranstaltungen in einem besonderen Ambiente hinzu.

Der New Work Club „Anrichte“ ist optisch dem Zeitgeist der 60er / 70er Jahre nachempfunden und bietet einen veranstaltungsbegleitenden Rückzugsraum für Veranstaltungsteilnehmer. Mobile Laptop-Tische und Lademöglichkeiten für mobile Geräte an vielen Sitzplätzen



New Work Club  
(Foto: HCC Hannover Congress Centrum)

zen ermöglichen ein komfortables mobiles arbeiten. Von jedem der Sitzplätze ist einer der fünf schwenkbaren 42 Zoll-Bildschirme einsehbar. Über diese und eine fest installierte Beschallungsanlage können beispielsweise das Kongressprogramm oder ein Live-Streaming aus einem anderen Veranstaltungsraum dargestellt werden.

Auch als interaktiven Kommunikationsbereich kann der New Club Club „Anrichte“ genutzt werden. Zwei große Drehwände ermöglichen die Abtrennung einzelner Bereiche für beispielsweise Gruppenarbeiten. Zeitgleich dienen Sie als Whiteboards, da sie auf großflächig beschreibbar und trocken abwischbar sind.

Im hinteren Raumbereich befindet sich die Milchbar als zentrale Anlaufstelle für die gastronomische Versorgung. In Verbindung mit der Möglichkeiten der Einbeziehung von Außenflächen wird der New Work Club so auch zu einer individuell bespielbare Eventfläche.

## ALTE DRUCKEREI

Die Industrielocation Alte Druckerei Hannover bietet Platz für bis zu 3.000 Menschen (Indoor) auf rund 29.500 qm. Die Location ist mit fünf Eventflächen flexibel und bedarfsge-



Alte Druckerei Hannover  
(Foto: Madsack Medien Hannover GmbH & Co. KG)

recht teilbar. Nur wenige Autominuten von dem Messegelände Hannover oder der Autobahn entfernt, war die Halle früher Standort der ehemaligen Druckerei für die Tageszeitungen und Wochenblätter der Madsack Mediengruppe.

Die Location ist ideal für große Tagungen, Kongresse, Veranstaltungen oder Präsentationen. Das besondere Flair bietet auch eine interessante Kulisse für Film- und Fotoproduktionen auf einer Gesamtfläche von circa 9.500 m<sup>2</sup> Indoor und 20.000 m<sup>2</sup> outdoor. Die großzügige Infrastruktur ermöglicht vielseitige Arrangements, erlaubt den Betrieb diverser Servicebereiche für Catering, und bietet viel Flexibilität in Sachen Hängemöglichkeiten und Beleuchtungskonzepte.

## TURMUHRENHAUS

Das Turmuhrenhaus ist eine von Pohlposition betriebene historische Location vor den Toren Hannovers. Luxus, Geschichte und Moderne



Turmuhrenhaus  
(Foto: Pohlposition)

finden hier zueinander: Das 1874 erbaute Gebäude steht heute unter Denkmalschutz. Früher wurde es zunächst als Unternehmensge-

bäude der Ziegelei Heyer und der Turmuhrenfabrik Kannengießer und Sohn genutzt, bis es zu einem Wohnhaus wurde. Heute steht das Turmuhrenhaus für exklusive Veranstaltungen zur Verfügung.

Das Turmuhrenhaus kann für exklusive Veranstaltungen mit 60 bis 80 Personen gebucht werden, im Außenbereich gibt es Platz für bis zu 120 Personen. Das Gebäude bietet ein historisches Ambiente, einen Pool, Gästezimmer und ausreichend Parkplätze. Für die Eventplanung steht zudem das Team von der Agentur Pohlposition zur Verfügung.

## FORA HOTEL HANNOVER BY MERCURE

Seit dem 1. Februar 2023 ist das Fora Hotel Hannover by Mercure Teil des Hotelportfolios von Accor in Deutschland. Partner und Betreiber ist die Fora Beteiligungs GmbH. Das Vier-Sterne-Hotel am Großen Kolonnenweg umfasst 140 Zimmer sowie zwei Suiten und fokussiert sich mit seiner Lage zwischen Flughä-



Fora Hotel Hannover by Mercure, Tagungsraum  
(Foto: Accor)

fen und Messe besonders auf MICE- und Business-Gäste. Das hauseigene Restaurant ist sowohl für Frühstücks-, als auch Dinnergäste geöffnet und bietet im Rahmen von Veranstaltungen ergänzend einen Business-Lunch an.

Für Veranstaltungen und Meetings stehen insgesamt zehn Räume zwischen 27 und 120 Quadratmetern mit unterschiedlichen Bestuhlungsoptionen zur Verfügung. Die beiden Räume Bad Lauterberg und Lüneberg können zudem miteinander verbunden werden und haben dann eine Gesamtgröße von 108 Quadratmetern. Gut über die Hauptverkehrsadern der Stadt und die öffentlichen Verkehrsmittel angebunden, erreichen Gäste die Innenstadt Hannovers in etwa zehn Minuten, bei ruhiger Lage des Hauses am Mittellandkanal, der sich bei einer ausgedehnten Joggingrunde oder einer Fahrradtour mit den kostenlosen Leihrädern des Fora Hotel Hannover by Mercure erkunden lässt.

## JOBS + KARRIERE

\_ Mit Wirkung zum 1. Juli hat **Vera Krings** die Position als Pressesprecherin und Direktorin der Kommunikation bei *Hertha BSC* übernommen. Die 36-Jährige, die seit 2009 in Berlin lebt, arbeitet seit Januar 2023 beim Hauptstadtclub und war zunächst als stellvertretende Pressesprecherin tätig. Vera Krings ist studierte Sportwissenschaftlerin und hat auch schon in der Kommunikation von *Viktoria Berlin* und beim *Berliner Fußball-Verband* gearbeitet.

\_ **Antje Maas** übernahm zum 1. Juli die vakante Leitung der Markenkommunikation von *Volkswagen Nutzfahrzeuge (VWN)* und wurde in dieser Funktion auch Teil des erweiterten Markenvorstands von VWN. Antje Maas leitete seit 2019 die globale Unternehmenskommunikation der *Audi AG*. Sie folgte bei VWN auf **Eric Felber**, der am 1. April die Leitung der Kommunikation der *Autostadt* übernommen hat.

\_ **Richard Teyssier**, bisher Regional General Manager Europe bei *Puma*, leitet seit dem 1. Juli 2023 die globale Marketingorganisation von Puma als Global Brand & Marketing Director. Teyssier verfügt über umfassende Erfahrung in den Bereichen Markenmanagement und Marketing aus 17 Jahren in führenden Marketingfunktionen bei *Mars*. Bevor er 2010 zu Puma wechselte, war er in Frankreich für einige der bekanntesten Marken des Unternehmens wie *M&M's* und *Twix* verantwortlich.



Frank Bölzle, Sven Rudeloff und Jörn Huber  
(v.l., Foto ottomisu)



Tom Drechsler  
(Foto: Škoda Auto)



Holger Marggraf  
(Foto: privat)



Aufsichtsratsvorsitzender Marcus König mit dem neuen Management der NürnbergMesse:  
(Foto: NürnbergMesse/Ralf Rödel)

#### OTTOMISU HOLT SVEN RUDELOFF IN DIE GESCHÄFTSLEITUNG

Die Agentur *ottomisu* in Heidelberg meldet Veränderungen in der Geschäftsleitung: **Jörn Huber** und **Frank Bölzle** hatten zuletzt – nach dem Rückzug von **Helge Thomas** aus der Geschäftsleitung – über ein Jahr die Aufgaben unter sich aufgeteilt.

Jetzt kehren sie nun zur einer Dreier-Konstellation zurück und berufen den langjährigen Mitarbeiter **Sven Rudeloff** in die Geschäftsleitung. Er verantwortete bislang das Projektgeschäft und übernimmt in seiner neuen Rolle nunmehr die Leitung der Operations.

Durch diese personelle Erweiterung können auch die übrigen Zuständigkeiten wieder restrukturiert werden. So wird sich Jörn Huber verstärkt auf seine Kernaufgaben konzentrieren können und sich als CEO um Finanzen, die Markenführung und das Account-Management kümmern. Frank Bölzle übernimmt neben seinen Aufgaben als Leiter Strategie, Inhalte und Beratung auch die Kreativdirektion.

#### TOM DRECHSLER FOLGT BEI ŠKODA AUF ARIANE KILIAN

**Tom Drechsler** übernimmt zum 1. Juli die Leitung der *Škoda* Kommunikation. Damit folgt er auf **Ariane Kilian**. Sie wird den *Volkswagen* Konzern aus persönlichen Gründen vorübergehend verlassen.

Kilian hatte ihre Aufgabe mit dem Antritt von **Klaus Zellmer** als Vorstandsvorsitzender der Marke *Škoda* im Juni 2022 übernommen. Seit 2006 ist sie im *Volkswagen* Konzern aus persönlichen Gründen vorübergehend verlassen. Sie leitete die Interne Kommunikation des *Volkswagen* Konzerns sowie die Kommunikation der *Volkswagen Group Components* und des Vorstandsorts Technik.

Tom Drechsler startete seine Karriere in Lüneburg, bevor er 1991 zum *Axel Springer Verlag* wechselte. Drechsler bekleidete verschiedene Führungsfunktionen als Bild-Politikchef und stellvertretender Chefredakteur von *Bild* am Sonntag. Von August 2017 bis Februar 2023 verantwortete er als Chefredakteur und Geschäftsführer von *Auto Bild* Autothemen markenübergreifend für alle Titel der *Bild-Gruppe*.

#### HOLGER MARGGRAF STEIGT ALS CSO BEI PLAZZ EIN

Die *plazz AG*, Anbieter im Bereich der Event- und Community-Plattformen, gibt den Beitritt von **Holger Marggraf** als neuem Chief Sales Officer (CSO) bekannt. In seiner Position soll Marggraf eine Schlüsselrolle einnehmen, um die Vertriebsaktivitäten des Unternehmens auszubauen und die Positionierung der Produkte auf dem Markt weiter zu stärken.

Als diplomierter Betriebswirt und Event-Software-Experte verfügt Marggraf über ein fundiertes Verständnis von Marketing, Vertrieb, Management und Leadership und kann auf langjährige Tätigkeit in der Event-Branche zurückblicken. Vor seinem Eintritt in das Unternehmen war er Gründer und Geschäftsführer von *Event App Partner* und *Event Tech Partner*. „Ich freue mich, die *plazz AG* mit ihren beiden Produkten, der *MEA – Mobile Event App* und *Polario*, der neuen Plattform für Event- und Mitarbeiterkommunikation, bei den nächsten Wachstumsschritten zu unterstützen“, so Holger Marggraf.

#### NÜRNBERGMESSE BEKOMMT EIN NEUES FÜHRUNGSTEAM

Die *NürnbergMesse Group* passt ab dem 1. August 2023 ihre Führungsstruktur an. **Peter Ottmann** [56], der seit 2011 die *NürnbergMesse Group* gemeinsam mit **Prof. Dr. Roland Fleck** als CEO leitet, übernimmt nach dessen Eintritt in den Ruhestand zum 1. August die alleinige Geschäftsführung.

Das neue Führungsteam besteht aus vier Mitgliedern der Geschäftsleitung. Das Ressort „Product Management“ von **Petra Wolf** [52] bündelt alle Veranstaltungsaktivitäten am Standort Nürnberg, im Ressort „Group Development“ von **Dr. Thomas Koch** [46] werden alle internationalen Aktivitäten sowie Themen der Unternehmenssteuerung zusammengefasst, **Dr. Martin Kassubek** [42] verantwortet im Ressort „Business Development“ alle Strategie-, Digital- und Service-Themen und **Dirk Blums** [57] Zentralbereich „Finance & Facility“ fokussiert sich auf die Themen Geländeinfrastruktur und Finanzen. Der erweiterten Geschäftsleitung gehören unverändert die bisherigen Bereichsleiter an.



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 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](http://WWW.AUTOMOBIL-EVENTS.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](http://WWW.BLACHREPORT.DE)

**MEDIA  
BOARD**

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

[www.mediaboard.one](http://www.mediaboard.one)



INSIDE

# Frank Baake



Frank Baake (Foto: Rhein Sieg Forum)

**FRANK BAAKE IST DIREKTOR DES RHEIN SIEG FORUMS IN SIEGBURG.**

**Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?**  
Mich reizt die Inszenierung besonderer Momente.

**Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?**  
Freier Schriftsteller.

**Welchen Traum wollen Sie sich noch erfüllen?**  
So manche Reisen . . .

**Was macht Sie glücklich?**  
Zeit haben.

**Was war bisher Ihre größte Herausforderung?**  
Beruflich die bauliche Erweiterung des Rhein Sieg Forums zu einem modernen Kongresszentrum.

**Welche Entscheidungen haben Sie bereut?**  
Och ja.

**Was machen Sie gegen Stress?**  
Spaziergänge.

**Wen möchten Sie gern einmal kennenlernen?**  
Ich liebe Zufallsbekanntschaften.

**Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?**  
Von Andrea Camilleri ‚Die Pension Eva‘ und ‚Betty‘ von Georges Simenon. Zwei großartige Nichtkrimis von zwei Krimiautoren.

**Was sollen wir hören: Ihr aktueller Musiktipp?**  
‚Stay‘ und ‚Man down‘ von Rihanna, ‚Ne me quitte pas‘ von Jacques Brel, ‚So what‘ von Miles Davis, ‚La Traviata‘ von Puccini und natürlich die späten Streichquartette von Beethoven.

**Welches Live-Ereignis hat Sie bisher am meisten beeindruckt?**  
‚Die Stunde, da wir nichts voneinander wussten‘ von Peter Handke im Hamburger Thalia Theater.

**Auf die Gefahr hin, dass Sie dort nie wieder allein sind: Nennen Sie uns Ihr Lieblingsrestaurant?**  
Das wechselt. Aktuell: ‚Die Kurve‘, ein jüdisches Restaurant in Düsseldorf.

## Impressum

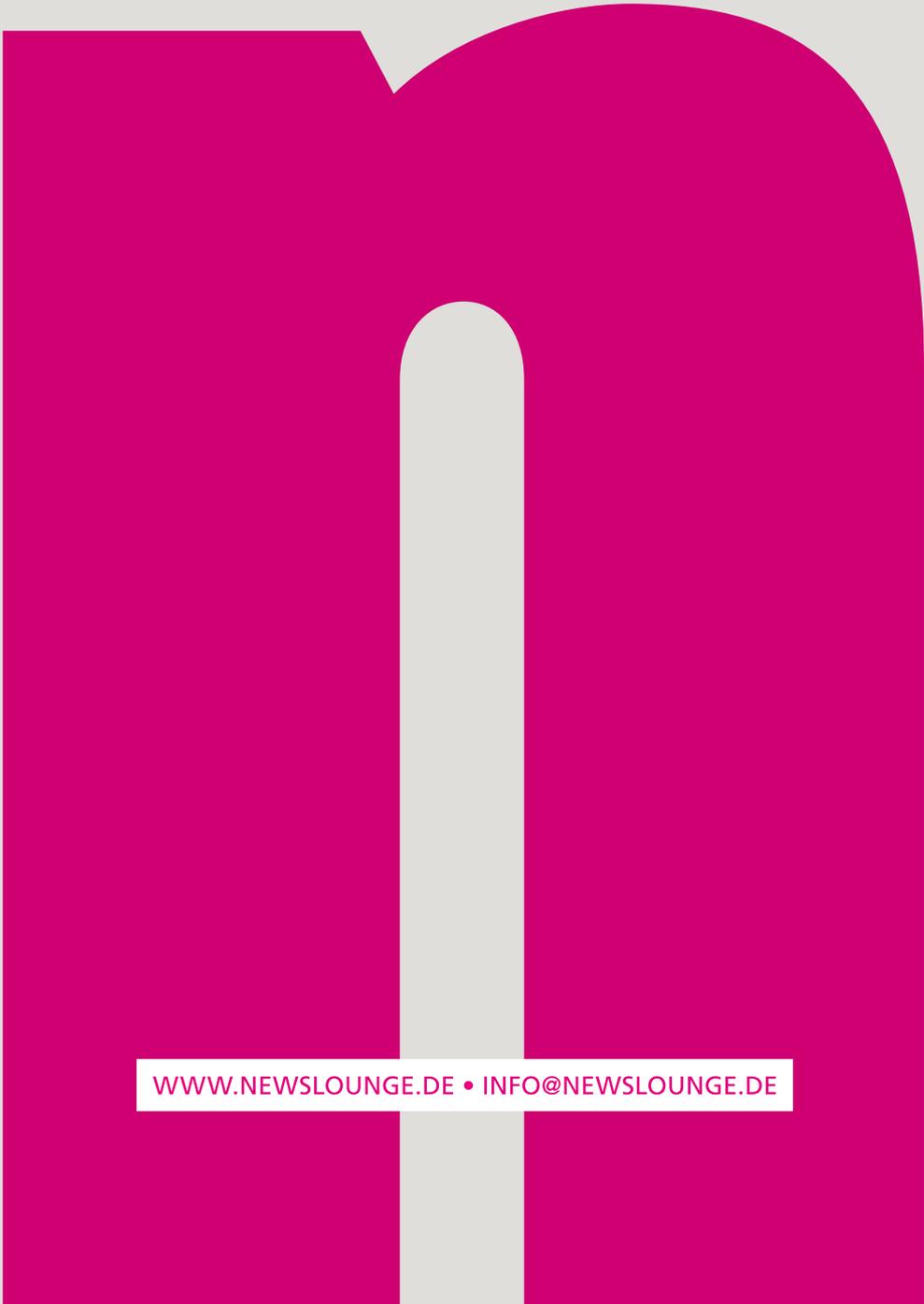
25. Jahrgang \_ VERLAG AktivMedia GmbH / Zum Bahnhof 10 / 31311 Uetze - Dedenhausen // Tel 05173 9827-0 / Fax 05173 9827-39 / eMail [info@blachreport.de](mailto:info@blachreport.de) / [www.blachreport.de](http://www.blachreport.de) \_ CHEFREDAKTION Peter Blach [pblach@blachreport.de](mailto:pblach@blachreport.de)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

ISSN 1611-8308

# newslounge

PRESSEPORTAL FÜR DIE  
MICE BRANCHE NATIONAL  
UND INTERNATIONAL

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



[WWW.NEWSLOUNGE.DE](http://WWW.NEWSLOUNGE.DE) • [INFO@NEWSLOUNGE.DE](mailto:INFO@NEWSLOUNGE.DE)

# 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](http://www.mediaboard.one)



AktivMedia  
Marketing- und  
Medienkommunikation GmbH