

Warum Alexander Kirchgessner mit Creative Gestaltung zum OSPI-Partner wurde und was das für seine Kunden bringt

# DESIGN

# FÜR IHR EVENT



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

**M**it seinen schlichten Formen ist der Hee Lounge Chair absolut zeitlos und vereint Ästhetik und Funktionalität.

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



**partyrent.com**  
we create atmosphere

# Maschinenraum der Zukunft?



In der Livekommunikation eröffnet KI (= Künstliche Intelligenz) zahlreiche Möglichkeiten, um Veranstaltungen effizienter zu planen, zu vermarkten und zu optimieren. Aber reicht das aus, um zum „Maschinenraum der Zukunft“ für das Marketing zu werden?

Eine der zentralen Anwendungen von KI in der Livekommunikation liegt in der personalisierten Kundenansprache. Mithilfe von Algo-

rithmen analysiert KI Daten über das Verhalten von potenziellen Teilnehmern und erstellt individuelle Ansprachestrategien. Dadurch können Events zielgerichteter konzipiert werden.

Ein weiterer Vorteil liegt in der Optimierung des Event-ROI. KI ermöglicht es, Daten in Echtzeit zu analysieren und Anpassungen vorzunehmen, um den Erfolg eines Events zu maximieren. Dies betrifft beispielsweise die Platzierung von Werbematerialien, die Ausgestaltung der Location oder die Planung von Zeitabläufen.

Trotz dieser Vorteile sollten Event-Veranstalter jedoch auch die potenziellen Nachteile und Gefahren von KI im Blick behalten. Ein zentrales Thema ist der Datenschutz. Die Verarbeitung von großen Datenmengen erfordert eine klare Strategie zur Datensicherheit, um Datenschutzverletzungen zu verhindern.

Ein weiteres Risiko ist die mögliche Fehlinterpretation von Daten. KI-Modelle basieren auf Algorithmen, die auf Trainingsdaten basieren. Wenn diese Daten fehlerhaft sind oder unzureichend repräsentativ für die Zielgruppe, wird dies unweigerlich zu ungenauen Ergebnissen führen.

Schließlich muss betont werden, dass KI keine Allzwecklösung ist. Sie kann als unterstützendes Werkzeug zum Einsatz kommen, das die Kreativität und das strategische Denken von Event-Profis ergänzt, wird sie aber nicht ersetzen können.

Insgesamt bietet der Einsatz von KI im Eventmarketing enorme Chancen zur Steigerung der Effizienz und Wirksamkeit von Veranstaltungen. Dennoch sind eine sorgfältige Planung, transparente Kommunikation und eine kluge Balance zwischen Technologie und menschlicher Expertise entscheidend, um die vollen Vorteile zu nutzen und potenzielle Risiken zu minimieren.

Das waren in der kurzen Zusammenfassung die zentralen Ergebnisse unserer Diskussionsrunde zum Thema KI in der Livekommunikation beim BlachReportDialog in Cannes. Impressionen über unseren Ausflug nach Cannes gibt es auch auf den Seiten 14/15 in dieser Ausgabe und mehr zu den Inhalten in Kürze auf dem YouTube-Channel Studio Blach.

Herzlichst

Ihr Peter Blach

## inhalt

Titelfoto: Alexander Kirchgessner (Foto: Creative Gestaltung)

- |  |   |
|--|---|
| 4 BUSINESS EMAS-Zertifizierung für facts and fiction | 12 NACHHALTIGKEIT FÜR MESSEN Nachhaltigkeitspreis |
| 5 BUSINESS Allseated sammelt 20 Millionen Dollar ein | 14 BLACHREPORTDIALOG IN CANNES KI                 |
| 6 MARKENARCHITEKTUR OSPI Netzwerkpartner             | 16 PEOPLE Jobs + Karriere                         |
| 8 MARKENARCHITEKTUR Inklusion und Barrierefreiheit   | 17 MARKETING-SERVICES Lieferantenverzeichnis      |
| 10 BUSINESS mac Jubiläum in Langenlonsheim           | 26 BACKSTAGE Caroline Adolph                      |
| 11 WORK event it realisiert Amarak Event             | 26 IMPRESSUM                                      |

MEDIA BOARD

OUT NOW!



WWW.MEDIABOARD.ONE



Kölner Team von facts and fiction, das die EMAS-Zertifizierung begleitet hat:  
Serina Hahner, Dietmar Jähn, Kira Brucksch (v. l., Foto: facts and fiction)

## EMAS-Zertifizierung für facts and fiction

# Umweltmanagementsystem

Als EMAS-geprüfte Agentur will facts and fiction einen wirksamen Beitrag zum Umweltschutz leisten und gesellschaftliche Verantwortung belegen. Die Zertifizierung wurde offiziell durch die Einreichung bei der Industrie- und Handelskammer und dem Eintrag in das EMAS-Register bestätigt.

Seit ihrer Gründung im Jahr 1992 empfindet die Agentur mit Sitz in Köln und Berlin eine große Verantwortung gegenüber der Gesellschaft, die sich zum Beispiel in vielen Pro-Bono-Aktivitäten zeigt. Neben wirtschaftlicher Nachhaltigkeit fühlt sich die Agentur auch schon immer der sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit verpflichtet. „Die Eta-

blierung eines Umweltmanagementsystems nach EMAS war ein logischer nächster Schritt für uns. EMAS ermöglicht es uns, negative Auswirkungen unseres agenturinternen Handelns auf die Umwelt systematisch zu erfassen und Schritt für Schritt zu eliminieren. Damit kommen wir unserem Ziel näher: Wir wollen mittelfristig ein umweltpositives Unternehmen werden“, sagt Dietmar Jähn, geschäftsführender Gesellschafter von facts and fiction.

Mit dem europäischen Umweltmanagementsystem EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) sind Unternehmen in der Lage, Ressourcen intelligent einzusparen. EMAS stellt sicher, dass alle Umweltaspekte von Energie-

verbrauch bis zu Abfall und Emissionen rechtsicher und transparent umgesetzt werden.

Neben den direkten Umweltaspekten werden auch indirekte Umweltaspekte berücksichtigt. Denn facts and fiction ist als Agentur sowohl Dienstleister für seine Kunden als auch selbst Kunde vieler Dienstleister und möchte diese engen Beziehungen nutzen, um negative Umweltauswirkungen über den gesamten Prozess hin fortschreitend zu minimieren und wenn möglich vollständig zu vermeiden. Es werden dabei Kooperationspartner und Dienstleister bevorzugt, die nachweislich umweltverträgliche und ressourcensparende Materialien und Verfahren zum Einsatz bringen.

## New Business bei Vagedes & Schmid

### Drei Neukunden

Vagedes & Schmid ist erfolgreich ins dritte Quartal gestartet. Gleich drei Neukunden setzen auf die Live-Expertise der Agentur: das Marketing Tech Lab, gematik, die nationale Agentur für Digitale Medizin und NOW, die nationale Organisation Wasserstoff- und Brennstoffzellentechnologie. Darüber hinaus freuen sich die Hamburger über den neu aufgesetzten Rahmenvertrag mit dem Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen sowie weitere Aufträge für das Kaufhaus des Bundes, darunter vom Bundeskanz-

leramt, dem Auswärtigen Amt und dem Bundesministerium für Gesundheit. Im vergangenen Jahr gewann Vagedes & Schmid den millionenschweren Etat im Bereich Öffentlichkeitsarbeit der Einkaufsplattform des Bundes.

Für die Neukunden übernimmt Vagedes & Schmid die Aufgabenbereiche strategische Beratung, Konzeption und Umsetzung verschiedenster Veranstaltungsformate – von Messen, Karrieretagen über Festivals bis Kongresse, Workshops und Informationskampagnen als Live-, Hybrid- oder Digitalevents.

„Live ist zurück, und sogar intensiver denn je“, sagt Michael Vagedes, Geschäftsführer von Vagedes & Schmid. „Mit der rasanten Entwicklung der digitalen Kommunikation steigt das Bedürfnis nach sozialer Nähe und menschlicher Interaktion. Damit hat Begegnungskommunikation im Marketing-Mix nochmals deutlich an Relevanz gewonnen. Das spiegelt sich nicht zuletzt auch in der verstärkten Nachfrage wider. Wir freuen uns sehr, dass wir mit unseren Kunden wieder persönliche Begegnungen und gemeinsame Erlebnisse schaffen können.“

Allseated sammelt 20 Millionen Dollar ein

# Finanzierungsrunde

Allseated hat eine neue Finanzierungsrunde in Höhe von 20 Millionen US-Dollar bekanntgegeben – unter Beteiligung von Level Structured Capital, einer Tochtergesellschaft von Level Equity, und den bestehenden Investoren Magma Ventures, Vestech Partners, NYFF und WGG soll die Raumvisualisierungs- und Kollaborationsplattform weiterwachsen.

Das Kapital soll es dem SaaS-Unternehmen ermöglichen, seine globale Expansion voranzutreiben und weiterhin Pionierarbeit in der internationalen Hospitality- und Eventbranche mit innovativen Ressourcen und Produktentwicklungen zu leisten.

Parallel zur Finanzierung gliedert Allseated seinen Geschäftsbereich Meetaverse aus. Dies umfasst eine Einheit mit einer speziellen Mission: die Vorreiterrolle bei immersiven Erlebnissen wie virtuellen Veranstaltungen und Unternehmensumgebungen innerhalb einer aufstrebenden Marktlandschaft zu übernehmen.

Die globale Eventindustrie hat sich durch die Pandemie, das verstärkte Umweltbewusstsein

und die Zunahme des remote Arbeitens bei der Zusammenarbeit mit Interessenten, Kunden und Partnern verändert. Dies gilt auch für die Strategien, mit denen Veranstaltungsorte ihre Räumlichkeiten verkaufen und bewerben. Während „statische“ digitale Zwillinge in der Immobilienbranche de facto zum Standard gehören, erfordert ihr Einsatz im Gastgewerbe und bei Veranstaltungen eine deutlich höhere Wertschöpfung, um die Bedürfnisse von Veranstaltungsorten und Eventplanern zu unterstützen. Die immersive Raum- und Eventplanungstechnologie von Allseated basiert auf Planungen in Echtzeit, vorausschauenden Erkenntnissen und realitätsgetreuen 3D Simulationen. Benutzer können Risiken minimieren und eine neue Ära von Präzision, Innovation, Zugänglichkeit, Design, Analyse und Zusammenarbeit auf einer Plattform erleben.

Allseated leistet Pionierarbeit bei der Umwandlung digitaler Räume in kollaborative Planungsumgebungen und bietet Echtzeit-Funktionen für die Hospitality- und Eventbranche.

## PORTFOLIOERWEITERUNG

Vom 27. bis 29. November 2024 feiert die Messe Frankfurt Istanbul die Premierenausgabe der Light + Intelligent Building Istanbul. In Zusammenarbeit mit dem türkischen Verband der Hersteller von Beleuchtungsanlagen (AGID) soll die Veranstaltung eine Plattform für dekorative, architektonische und technische Beleuchtung, elektrische Lampen, Komponenten und Zubehör, Elektrotechnik, Smart Home und Gebäudeautomation bieten.

„Damit erweitern wir unser starkes Angebot der Light + Building Technology-Messen – mit der Weltleitmesse Light + Building in Frankfurt und einem Netz aus zwölf Veranstaltungen weltweit“, erklärte Wolfgang Marzin, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Frankfurt.

Die erste Ausgabe der Light + Intelligent Building Istanbul wird im Istanbul Lutfi Kirdar International Convention and Exhibition Centre stattfinden. Die Anmeldungen für die Ausgabe 2024 sollen bereits in den ersten Monaten des kommenden Jahres beginnen. Ab 2025 wird die Light + Intelligent Building Istanbul immer in den ungeraden Jahren durchgeführt, in denen keine Light + Building in Frankfurt stattfindet.

Veranstaltungen in Karlsruhe:

# Licht. Leben. Lieblingort – die Stadthalle

Drei Ebenen mit 6.000 m<sup>2</sup> Veranstaltungsfläche und unendlich viele Möglichkeiten für Kongresse, Firmenevents oder klassische Konzerte. Historische Fassade trifft modernste Technik, ideal geeignet für 200 bis 2.000 Teilnehmende. Wir freuen uns auf Ihre Veranstaltung. Wir freuen uns auf Sie in Karlsruhe.

Mehr auf [messe-karlsruhe.de/stadthalle](https://messe-karlsruhe.de/stadthalle)

Buchbare  
Termine  
ab 2026

messe  
— karlsruhe

Fragen an Alexander Kirchgessner von Creative Gestaltung

# Was Creative Gestaltung als OSPI Netzwerkpartner bieten kann



Alexander Kirchgessner  
(Fotos: Creative Gestaltung)

MIT SEINEM UNTERNEHMEN CREATIVE GESTALTUNG ENTWICKELT UND PRODUZIERT ALEXANDER KIRCHGESSNER „BRAND SPACES“ IN DER DIGITALEN UND ANALOGEN WELT UND MACHT DABEI MARKEN UND PRODUKTE SICHTBAR UND ERLEBBAR. KÜRZLICH WURDE DAS UNTERNEHMEN PARTNER IM INTERNATIONALEN OSPI NETZWERK. WIR HABEN IHN DAZU BEFRAGT UND UM EINE EINSCHÄTZUNG DER AKTUELLEN ENTWICKLUNGEN IM MARKTSEGMENT „KOMMUNIKATION IM RAUM“ GEBETEN.

**BlachReport:** Hallo Herr Kirchgessner, sie sind jetzt OSPI Netzwerkpartner. Was ist das überhaupt?

**Alexander Kirchgessner:** Das OSPI Netzwerk ist eine große internationale Partnerschaft mit 141 Partnern in 40 Ländern. OSPI steht für Octanorm Service Partner International. Als Netzwerkpartner können wir unsere Kunden international besser bedienen und gleichzeitig internationale Auftraggeber besser in Deutschland versorgen.



OSPI Flaggen vor dem Haus: Creative Gestaltung in Göppingen  
(Foto: Creative Gestaltung)

**BlachReport:** Wie wird man OSPI Netzwerkpartner? Wird man ausgewählt? Muss man sich qualifizieren?

**Kirchgessner:** Die Anforderungen sind sehr groß. Es beginnt mit einer Partnerschaft mit Octanorm, dem weltgrößten Systemhersteller und Aluminiumlieferanten im Bereich Messebau und Ausstellungswesen. Wir haben klein begonnen, mussten uns bewähren und auch gewisse Umsatzzahlen bringen, um Partner im Netzwerk zu werden.

Man wird ausgewählt, wenn die Basis stimmt, und gefragt, ob man sich zutrauen würde, ein international tätiger Partner im Bereich Messebau zu werden. Die finale Entscheidung trifft dann ein Gremium.

**BlachReport:** Was bedeutet diese Partnerschaft für Ihr Unternehmen und Ihre Kunden?

**Kirchgessner:** Im Prinzip hat jeder Messestandort in Deutschland, Europa und weltweit andere Regularien. Das geht schon los mit den Aufbauzeiten, den Bauhöhen und den ganzen anderen Vorschriften. Ein internationales Partnernetzwerk bietet uns daher einen Riesenvorteil, wenn wir einen Messestand in Shanghai, Singapur, Mexiko oder wo auch immer auf dieser Welt betreuen, dass wir dann einen Partner vor Ort haben, der das Regelwerk dort kennt. Wir planen dafür weiter hier bei uns in Göppingen und übermitteln dann die Pläne nach Mexiko. Der Partner vor Ort checkt die Details und prüft die Möglichkeiten. Für die Umsetzung sind dann unsere Projektleiter dabei,



Ist vorsichtig optimistisch: Alexander Kirchgessner  
(Foto: Creative Gestaltung)

die den Kunden kennen und vor Ort betreuen. Kostenmäßig bedeutet das große Vorteile für den Kunden, weil wir das Material nicht auf die große Reise schicken müssen, sondern es vor Ort ja bereits vorhanden ist.

**BlachReport:** Wer sind Ihre Kunden?

**Kirchgessner:** Unser Kundenstamm ist wirklich sehr breit gefächert und reicht vom KMU bis zu Konzernen wie Mercedes oder Porsche, wo wir gelistet sind, oder auch anderen Global Playern. Unser größter Kunde ist ein indischer Konzern, für den wir weltweit tätig sind und auch ganz viele Themen bespielen.

**BlachReport:** Ihr Kerngeschäft sind Messestände und Brand Spaces mit den Leistungen, die dazugehören. Was sind denn die aktuellen Trends in diesem Segment?

**Kirchgessner:** Der Trend geht ganz klar zu den kleinen und feinen Flächen mit Fokus auf die Optimierung der Kommunikationsmöglichkeiten – zum Beispiel mit einer schönen Lounge. Die ganz großen Flächen sind momentan weniger angesagt. Das passt auch zu den Besuchern von heute, die Messen viel gezielter besuchen und legitimiert sind, Abschlüsse zu tätigen. Die Qualität der Messebesucher ist also höher geworden. Für sie betreiben die Aussteller einen größeren Aufwand.

**BlachReport:** Gilt das nur für Deutschland oder auch international? Welche Bedeutung hat für Sie das internationale Geschäft?

**Kirchgessner:** Der internationale Anteil hat in unserem Unternehmen deutliche Schwankungen. Wir sind aber ein Unternehmen, das nicht nur international tätig ist, sondern auch einen hohen Anteil von Kunden auf nationalen Veranstaltungen betreut. Bei uns kommt die



Alexander Kirchgessner wurde mit seinem Unternehmen OSPI-Partner  
(Foto: Creative Gestaltung)

Wertschöpfung zu 70 Prozent von den Messen und zu 30 Prozent von Events und Werbetechnik, die wir ja auch im Haus haben. Im Bereich Messebau liegt bei uns der internationale Anteil dann bei circa 15 bis 20 Prozent.

Um die Frage nach den Trends zu beantworten: Es gibt globale Entwicklungen, die ähnlich sind – zum Beispiel die Veränderungen bei den Standgrößen und der Anzahl von Exponaten auf dem Stand. Dennoch sollte man die regionalen Anforderungen bei der Art der Präsentation nicht unterschätzen. Manches, was in Deutschland optimal ist, funktioniert vielleicht in Barcelona, Rio, Tokio oder New York dafür nicht. Hier kommen dann wieder unsere Partner im OSPI ins Spiel, die uns da gut beraten können. Und das ist wichtig, denn der Köder muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler. Manchmal sind das nur Details. In den USA muss immer ein dicker, flauschiger Teppich vorhanden sein, während in Deutschland häufig ein Materialmix gewünscht ist: im Präsentationsbereich ein eher harter Belag und im Kommunikationsbereich ein weicher Belag.

**BlachReport:** Wir haben ja jetzt eine Situation, wo die Konjunktur gerade ein bisschen schwächelt. Wo wir Preissteigerungen auf der einen Seite und einen Mitarbeitermangel auf der anderen Seite haben. Wie sehen Sie das und welche Erwartungen haben Sie an die nächsten zwölf Monate?

**Kirchgessner:** Die Marktentwicklung ist sehr, sehr schwierig vorauszusagen. Ich bin seit über 30 Jahren in diesem Business tätig. Eigentlich habe ich jedes Jahr gesagt, so schwer war es noch nie, aber dieses Jahr ist es wirklich ganz schwierig vorhersehbar – auch wegen der aktuellen Entwicklungen in der Wirtschaft, der weltpolitischen Lage und der Klimakrise. Jedes Problem für sich führt zu höheren Kosten. In der Kombination lässt sich das neutral kaum noch abschätzen.



Präsentation auf der Euroshop in Düsseldorf  
(Foto: Creative Gestaltung)

Die Situation am Arbeitsmarkt kommt dazu. Man findet kaum qualifizierte Mitarbeiter. Wir sind kontinuierlich auf der Suche, um unser Team aufzustocken, kommen aber nicht wirklich voran. Und das haben wir auf der Kundenseite natürlich auch, dass die Kunden, sprich die Aussteller, auch gern mehr machen möchten, aber ihnen die Mitarbeiter fehlen. Sie müssen sich daher schon aus Kapazitätsgründen auf die Teilnahme an den wichtigsten Messen reduzieren.

In der Summe gibt es also gerade sehr viele Herausforderungen, was eine seriöse Voraussage ziemlich schwierig macht. Dennoch ist der Bedarf da, Unternehmen müssen sich und ihre Produkte auch in Zukunft präsentieren, um ihren Platz im Markt zu behaupten oder auszubauen. Insofern bin ich vorsichtig optimistisch.

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



Findet kaum qualifizierte Mitarbeiter: Alexander Kirchgessner  
(Foto: Creative Gestaltung)



Ben Erben, ECD bei Mutabor (Fotos: Mutabor)



Volkswagen-Präsentation in der Münchner Innenstadt

Fragen an Ben Erben von Mutabor

# Inklusion und Barrierefreiheit auf der IAA Mobility

FÜR BEN ERBEN, ECD BEI MUTABOR, SIND DIE FÖRDERUNG VON INKLUSION UND DIE SCHAFFUNG VON BARRIEREFREIHEIT BEDEUTENDE TREIBER IN DER MESSE- UND EVENTBRANCHE. DER EXPERTE FÜR EXPERIENTIAL DESIGN VERANTWORTET MIT SEINEM TEAM BEI DER IAA MOBILITY 2023 DIE KONZEPTION DES VOLKSWAGEN AUFTRITTS, DIE ARCHITEKTUR DES PAVILLONS SOWIE DIE BEGLEITENDE KAMPAGNE – ALLES WURDE MÖGLICHSST DIALOGORIENTIERT UND BARRIEREFREI AUSGERICHTET. DER BLACHREPORT HAT NACHGEFRAGT.

*BlachReport:* Hallo Herr Erben, auf der SXSW haben Sie das Thema Inklusion als Megatrend für die USA ausgemacht. Ist diese Entwicklung auch in Deutschland angekommen?

**Ben Erben:** Inklusion und Barrierefreiheit sehe ich als großen Innovationstreiber für Kommunikationsdesign sowohl in den USA als auch in Deutschland. Aus meiner Sicht stehen wir hier noch am Anfang der Entwicklung mit viel Luft nach oben. Trotzdem sind mir in den letzten sechs Monaten einige tolle Beispiele begegnet, die zeigen, dass die Themen auch in Deutschland immer mehr Aufmerksamkeit finden.

So gab es zum Beispiel beim diesjährigen ADC eine Reihe sehr guter Arbeiten. Als Juror ist mir hier besonders die Arbeit von Etienne Wagner und Dominik Krüger für Hornbach im Gedächtnis geblieben. Sie haben im Rahmen ihrer Bachelorarbeit sowohl das komplette Corporate Design als auch die Instore-Experience von Hornbach nach den Regeln von ‚Accessibility‘ überarbeitet: Neue Farben sorgen für mehr Kontrast, eine vereinfachte Schrift für mehr Lesbarkeit und neue Leitsysteme im Handel für bessere Orientierung.

Ein weiteres gutes Beispiel ist für mich der FC St. Pauli, der wirklich viel für Inklusion und Diversität macht. Ein kleines, aber sehr sichtbares Beispiel ist, dass sie auf ihrer Webseite Spielberichte in einfacher Sprache anbieten. Aber auch in meiner persönlichen Arbeit ist das Thema präsenter denn je. Zusammen mit Volkswagen haben wir uns vorgenommen, Inklusion und Barrierefreiheit auf der IAA Mobility für alle sichtbar und erlebbar zu gestalten.

*BlachReport:* Was bedeutet Inklusion für die Event- und Messeplanung?

**Ben Erben:** Inklusion ist ein Innovationstreiber, der Umdenken und Bewusstsein fördert und erfordert. Die praktische Auseinandersetzung mit dem Thema zeigt immer wieder, wie wenig wir in unserer bisherigen Arbeit Aspekte von Diversität und gleichberechtigter Teilhabe berücksichtigt haben. Während Nachhaltigkeit, zumindest in der Dimension des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes, zu einem festen Bestandteil unserer Konzeption, Planung und Ausführung geworden ist, fehlt es in Sachen Inklusion häufig noch an Erfahrungswerten. Vor allem Barrierefreiheit hat aber einen erheblichen Einfluss auf die Planung. Das fängt bei der Gestaltung der Eventwebsite an und endet bei der Schulung des Personals vor Ort. Mangelnde Erfahrungswerte lassen sich mit Expertenwissen teilweise kompensieren, deshalb gilt: Ein direkter Austausch mit Vertretern und Vertreterinnen der jeweiligen Community ist unabdingbar. Denn inklusives Design sollte mit ihnen und nicht für sie entwickelt werden.

*BlachReport:* Wie wird sich das auf die temporäre Architektur auswirken?

**Ben Erben:** Für diejenigen Marken, die sich dem Thema widmen, hat es große Auswirkungen. Angefangen beim klassischen Welcome-Counter, der für Menschen im Rollstuhl alles andere als ‚Welcoming‘ ist. Hier gilt es, in der Höhe angepasste Möbel zu entwickeln, die ein Gespräch auf Augenhöhe ermöglichen. Das allein kann für die Marken zu einer kompletten Überarbeitung ihres Möbelsystems führen. In der kommunikativen Architektur nimmt die Bodengestaltung eine neue Rolle ein. Ein Blindenleitsystem, welches zu den wichtigsten Stellen auf dem Stand führt, kann zum Beispiel im Kontrast zu einer Bodenzonierung oder eine Bodengrafik stehen.

*BlachReport:* Wie ist ihr Eindruck von der Umsetzung des Themas auf der IAA Mobility in München?

**Ben Erben:** Das Thema selbst wird vom Veranstalter in den Richtlinien erwähnt, fokussiert sich hier aber vor allem auf die Gewährleistung



der Zugänglichkeit und Erreichbarkeit. Und genau das sieht man auch auf den meisten Ständen. Viel mehr als eine Rampe an der Standkante wird oft nicht gemacht. Gemeinsam mit Volkswagen haben wir einen Auftritt im Open Space geschaffen, der Inklusion und Barrierefreiheit in den Mittelpunkt stellt. Ich denke, das ist ein wichtiger Schritt in die richtige Richtung.

*BlachReport:* Was haben sie konkret mit Volkswagen umgesetzt?  
**Ben Erben:** Viele Kommunikationspunkte im Rahmen des Volkswagen Auftritts wurden barrierefrei gestaltet. Dazu gehören zum Beispiel ein Bodenleitsystem mit taktilen Führungstreifen, Treppenlifte sowie unterfahrbare Counter. Auf Wunsch stehen im Bühnenbereich Hörhilfen zur Verfügung, um die akustische Verständlichkeit zu verbessern. Neben den ausgestellten Fahrzeugen sind taktile QR-Codes an den Stellen angebracht, die es ermöglichen, Informationen in einfacher Sprache abzurufen. Auch die Exponate selbst wurden inklusiv gestaltet. Zum Beispiel sind nachhaltige Innenraummaterialien und Felgen so integriert, dass sie angefasst und ertastet werden können. Bei der Konzeption des Open Space haben wir mit Vertretern der Blinden-Community und der Schwerbehinderten-Vertretung von Volkswagen zusammengearbeitet. Eine tolle Erfahrung, die hoffentlich den Beginn eines branchenweiten Umdenkens und Bewusstseinswandels beschreibt.

## ESA Space Pavilion auf der SIAE gestaltet Science Experience

Die „Salon International de l’Aéronautique et de l’Espace“ (SIAE) in Paris, Le Bourget ist eine der weltgrößten Fachmessen der Luft- und Raumfahrtindustrie. Auf 125.000 Quadratmetern präsentierten in diesem Jahr 2.453 internationale Aussteller Produkte und Innovationen, darunter die European Space Agency, kurz ESA. Der ESA-Messeauftritt, genannt „Space Pavilion“, stellt die zentralen Aufgaben und Missionen der Europäischen Weltraumorganisation vor und wurde von Ars Electronica Solutions mitgestaltet. Die Präsentation auf der Internationalen Pariser Luftfahrtausstellung kombinierte interaktive Elemente, Artefakte, Licht und Sound.

Von „Science and Exploration“ über „Space Safety“ und „Applications“, bis zu „Enabling and Support“ eröffnete der Space Pavilion Einblicke in den Kosmos der Europäischen Weltraumorganisation. Die vom Team der Ars Electronica Solutions gestaltete „Science Experience“ stellte alle aktuellen und zukünftigen Missionen interaktiv dar. Die Besucher konnten farbige Licht- und Klangwelten kreieren und erleben, die in einem zentralen Element mündeten, das für die zukünftigen Ambitionen der ESA steht. Highlight war eine Linienanimation, die sich permanent durch den Raum bewegt und als programmiertes Vermittlungstool eingesetzt wurde.

Alle Auftragsarbeiten, die Ars Electronica Solutions für die ESA entwickelt und umsetzt, haben das Ziel Wissensvermittlung als immersive Erlebnisse zu inszenieren, die eine breite Öffentlichkeit ansprechen, für komplexe Themen interessieren und die Bedeutung wissenschaftlicher Forschung für unsere Gesellschaft und Zukunft vermitteln. Ars Electronica Solutions, ein Unternehmensbereich der Ars Electronica Linz GmbH, konzipiert, gestaltet und implementiert interaktive und multisensorische Erlebnisse für temporäre und permanente öffentliche Ausstellungen, Markenlandschaften, Messen und Events.

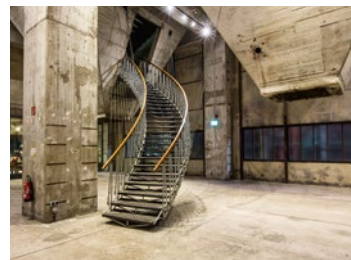


**Stiftung  
 Zollverein.**  
 Jede Menge Raum.  
 Unvergessliche  
 Events.



**Gewinner 2017**  
 Kulturlocations  
 für Events

Multifunktionale Räume, moderne Technik und die authentische Atmosphäre der „schönsten Zeche der Welt“ zeichnen die sieben Event-Hallen der Stiftung Zollverein auf dem UNESCO-Welterbe Zollverein in Essen aus.



[www.zollverein.de/eventlocations-stiftung](http://www.zollverein.de/eventlocations-stiftung)



**Stiftung  
 Zollverein**



Dr. Bernd Köhler, Andreas Pieroth, Daniela Schmitt und Stefan Trieb  
(v.l., Foto: mac. brand spaces GmbH/Linda Deutsch)

Fifty years

# mac feiert in Langenlonsheim sein 50-jähriges Jubiläum

Unter dem Motto „Fifty years“ feierte mac. brand spaces kürzlich sein 50-jähriges Jubiläum. Hochrangige Gäste, darunter auch die rheinland-pfälzische Wirtschaftsministerin Daniela Schmitt waren zum Festakt auf den Campus in Langenlonsheim geladen. „Wichtig ist, dass Unternehmen Werte schaffen und Nutzen stiften“, sagt mac-CEO Stefan Trieb. „Und das macht mac seit 50 Jahren sehr erfolgreich.“ mac gestaltet und produziert Markenräume für große, weltweit tätige Konzerne und Mittelständler. Trieb: „Wir schaffen Kommunikationsplattformen, um die Marken und Produkte namhafter Unternehmen mit ihren Kunden zusammenzubringen.“

So gestaltet mac seit 1973 Messen, Showrooms und Events im physischen und im digitalen Raum. Firmengründer Elmar und Kuno Pieroth gründeten damals eine ausgelagerte Messeabteilung der Pieroth Weinkellerei Burg Layen mit den beiden ersten Geschäftsführern Werner Hasskerl und Wolf M. Sprys. In den Anfangsjahren war mac vor allem auf Verbraucherausstellungen im Einsatz,

Später kamen mehr und mehr Fachmessen hinzu. „1975 haben wir 300 Messestände gebaut, dann jährlich 200 mehr“, erinnert sich Kuno Pieroth. Als sein größtes Erlebnis bezeichnete er seine Unterschrift auf der Gründungsurkunde. Sein Leitsatz: „Immer nah bei den Kunden und deren Anliegen sein.“ Das ist bis heute so. Trieb fügt hinzu: „Im Kern unseres Geschäfts bringen wir Menschen zusammen und schaffen Räume, die emotionalisieren, die in Erinnerung bleiben und als effektive Verkaufsplattform für unsere Kunden Werte schaffen.“

Das Erreichen des runden Jubiläums dokumentiere für mac ein halbes Jahrhundert Firmengeschichte, sagt Wirtschaftsministerin Daniela Schmitt. Dass ein Unternehmen sich so lange erfolgreich am Markt behaupte, verdiene höchste Anerkennung. „Mit internationalen Standorten wie beispielsweise Shanghai verkörpern Sie den rheinland-pfälzischen Mittelstand in idealtypischer Weise. Sie zeigen, dass Qualität made in RLP weltweit gefragt ist. Gleichzeitig wissen Sie um Ihre erfolgreiche Ausgangsbasis in Rheinland-Pfalz und sind Ihrem Stammsitz treu geblieben“, sagt Schmitt. mac sei es gelungen, sich in der für die Messebranche herausfordernde Zeit der Corona-Pandemie zukunftsfähig aufzustellen: „Durch Ihre innovative Herangehensweise haben Sie für Ihre Kunden virtuelle Messen, Showrooms, Imagevideos, Green-Screen-Livestreams, 360°-Werksführungen und neue digitale Vertriebstools konzipiert und umgesetzt.“

Dr. Bernd Köhler, Vorsitzender des Beirats, betont: „Die mac hat und ist eine 50-jährige Erfolgsgeschichte, auf die alle, die daran mitgewirkt haben, sehr stolz sein können. Das Unternehmen ist hervorragend aufgestellt und krisenresilient. Und es besitzt eine DNA mit Einsatz- und Leistungsbereitschaft, Innovationsfreude, Flexibilität und Kundenorientierung. Wenn diese DNA weiter gepflegt wird, dann wird diese Erfolgsgeschichte ohne Zweifel weitergehen.“ In dieser schwersten Krise – während die Branche in den Abgrund geschaut hat – habe mac den Blick nach vorne gerichtet, wie Trieb berichtet: „Wir haben über diese Zeit unsere Mannschaft an Bord gehalten. So konnten wir im Frühjahr 2022 direkt durch-

starten. Und unsere Zuversicht hat sich ausgezahlt. Unsere Geschäfte laufen heute besser als vor der Krise.“

Mit dem Neustart der Veranstaltungsbranche im zweiten Quartal 2022 wurde deutlich, dass ein Thema immer relevanter wird: Nachhaltigkeit unter Beachtung ökologischer, sozialer und ökonomischer Aspekte ist in den Mittelpunkt der gesellschaftlichen Diskussion gerückt.

Nachhaltigkeit ist in der DNA der mac tief verankert. Seit 2005 beschäftigt das Langenlonsheimer Unternehmen einen Nachhaltigkeitsbeauftragten. mac investiert kontinuierlich, um den Carbon Footprint des Betriebes und den der Einzelaufträge zu reduzieren. In der Krise hat mac umfangreiche Investitionen getätigt. Dazu gehören neue, energiesparende Maschinen, Beleuchtung, eine PV-Anlage und ein Fuhrpark, der schon zu über einem Drittel auf Elektromobilität umgerüstet und mit einer entsprechenden Ladeinfrastruktur unterstützt ist. „Aktuell streben wir die Zertifizierung nach ISO 20121 für nachhaltiges Eventmanagement an, um das Thema weiter voranzutreiben“, sagte Trieb.

Dank der neuen Business Unit mac. sustainable brand spaces, ist das Unternehmen in der Lage eine CO<sup>2</sup>- Bilanz für Projekte und den gesamten Betrieb zu erstellen. „Das Team spielt auch eine wichtige Rolle in der Berichterstattung, der Kundenberatung und der Optimierung unserer Prozesse und Strukturen“, so Trieb. Auch nach 50 Jahren hat mac allen Grund optimistisch in die Zukunft zu blicken. „Und wir haben die Kraft und den Willen und vor allem die Ideen diese zu gestalten“, sagte Trieb abschließend.



Offroad mit dem Amarok von Volkswagen Nutzfahrzeuge (Foto: Dani Heyne)

Verkäufereinführungstraining für deutschen Markt

## event it realisiert Amarok Event

Erneut stellt die event it AG ihre Veranstaltungsexpertise im Automotive-Segment unter Beweis. Die Eventagentur aus Hannover setzte das Markteinführungstraining des neuen Pick-up Amarok von Volkswagen Nutzfahrzeuge um. Rund 1.500 Verkäuferinnen und Verkäufer aus ganz Deutschland kamen im Veranstaltungszeitraum in Churfranken in Wörth am Main zusammen, um die Verbindung aus Nutzfahrzeug und Premiummodell kennenzulernen.

In einem umfangreichen Ausschreibungsverfahren für das Markteinführungstraining konnte sich event it durchsetzen und realisierte das Projekt als Leadagentur. Damit zeichnete sich die Agentur für die ganzheitliche Planung und Steuerung aller Prozesse verantwortlich. Das umfasste unter anderem die ganzheitliche Konzeption des Events inklusive der technischen Planung, die Ablaufkoordination vor

Ort, die Beauftragung und Koordination von Messebau und Technik sowie der anderen Gewerke, die Auswahl der Location und die Entwicklung eines dazu passenden ländlich-rustikalen Catering-Konzepts. Auch den Auftrag für das Teilnehmermanagement der Veranstaltung inklusive Gästebetreuung und -akkreditierung konnte event it für sich gewinnen.

In 14 Wellen à 120 Gästen fuhren die Verkäuferinnen und Verkäufer bei Wind und Wetter durch die churfränkische Landschaft, um den neuen Pick-up von Volkswagen Nutzfahrzeuge auch unter herausfordernden Bodenbedingungen im Offroad-Gelände kennenzulernen. Nach dem Eintreffen im Hofgut von Hünersdorff vermittelten Experten-Workshops und weitere Testfahrten alle relevanten Informationen zum Produkt und ermöglichten den Teilnehmern individuelle Fahrerlebnisse mit dem neuen Volkswagen Amarok.

Zu den Highlights des Events zählte die Offroad-Fahrt durch einen speziell für die Veranstaltung von der Volkswagen Driving Experience errichteten Parcours in einem Waldstück der Location, der von erfahrenen Trainern betreut wurde. Das Gelände war zuvor für diesen Zweck präpariert, gesichert und von allen zuständigen Behörden freigegeben worden. Es bot die Chance, den Amarok unter veränderten Bedingungen – also bei deutlich größerer Wattiefe und Böschungswinkeln – auf Herz und Nieren zu testen und dessen Offroad-Qualitäten wie der höheren Bodenfreiheit in der Praxis zu erleben.

Ines Krawinkel, Leitung Training Sales & Converter von Volkswagen Nutzfahrzeuge, über das Markteinführungstraining: „Das Erleben einer Marke ist letztendlich das, was zählt. Und das konnte durch das Markteinführungstraining nochmal unterstrichen werden“.

Škoda unterstützte Veranstaltung des Bundespräsidenten

## Bürgerfest im Schloss Bellevue

Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier hat am 8. und 9. September 2023 gemeinsam mit Elke Bündenbender das ehrenamtliche Engagement in Deutschland mit einem Bürgerfest im Park von Schloss Bellevue in Berlin gewürdigt. An zwei Tagen lud das Staatsoberhaupt dazu ein, das breite gesellschaftliche Engagement kennenzulernen und sich untereinander auszutauschen. Škoda Auto Deutschland hat mit einem eigenen Stand am Bürgerfest

teilgenommen und die Besucher eingeladen, für „eine gute Sache“ aktiv zu werden. Auf zwei fest montierten Fahrrädern konnten Gäste Kilometer und damit Spendengelder für die „Tour der Hoffnung“ erradeln. Diese karitative Radsport-Rundfahrt sammelt seit 40 Jahren Geld für den Kampf gegen Krebs bei Kindern und die dafür nötige Forschung. Škoda unterstützt die Veranstaltung seit zehn Jahren als Partner.

Pro gefahrenen Kilometer spendet Škoda zehn Euro an die karitative Radveranstaltung „Tour der Hoffnung“. Libor Myška, Geschäftsführer Finanzen von Škoda Auto, überreichte die Spende an Vertreter der Tour der Hoffnung.

Organisation und Durchführung vom Bürgerfest des Bundespräsidenten übernahm erstmals die Agentur fischerAppelt, live marketing, mit der das Bundespräsidialamt einen Rahmenvertrag geschlossen hat.

Preisstatuette  
Deutscher Nachhaltigkeitspreis  
(Foto: Frank Fendler)



Messegelände in Nürnberg  
(Foto: NürnbergMesse/Heiko Stahl)

## Nachhaltigkeitspreis als Bestätigung

# Deutsche Messewirtschaft auf dem Weg zur Klimaneutralität

DIE DEUTSCHE MESSEWIRTSCHAFT HAT SICH EHRGEIZIGE KLIMASCHUTZZIELE GESETZT: IM VERGANGENEN JAHR KOMMUNIZIERTE DER MESSEVERBAND AUMA DAS ZIEL DER MESSEWIRTSCHAFT BIS 2040 KLIMANEUTRAL SEIN ZU WOLLEN. SPÄTESTENS BIS 2025 WOLLEN SICH DIE DEUTSCHEN MESSEN ZUDEM MIT 100 PROZENT ÖKOSTROM VERSORGEN.

Diese und weitere Ziele haben sich die 69 im Dachverband der deutschen Messewirtschaft AUMA organisierten Veranstalter, Verbände und Gastgeber von Messen in Deutschland 2022 auf ihrer Jahrestagung in Berlin gegeben.

Ein gutes Jahr später können einige deutsche Messeplätze Erfolge in dieser Richtung vermelden: Für ihr Engagement in Sachen Nachhaltigkeit wurden die NürnbergMesse sowie die Messen Frankfurt, Stuttgart, Hamburg und Freiburg für den Deutschen Nachhaltigkeitspreis nominiert. Im November werden die Preise in Düsseldorf verliehen.

Die NürnbergMesse sieht in der Nominierung eine Bestätigung ihrer langjährigen Bemühungen im Bereich der Nachhaltigkeit. Die Jury würdige damit die vielfältigen Initiativen, die die NürnbergMesse seit 2021 in ihrer Nachhaltigkeitsstrategie zusammengefasst und in ihrem nunmehr zweiten Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht hat.

Den hohen Stellenwert unterstreicht die NürnbergMesse auch mit der Schaffung ihrer neuen Abteilung Corporate Liaison & Sustainability unter der Verantwortung von Executive Director Tanja Rättsch. „Nachhaltigkeit wird der Gradmesser für die Zukunftsfähigkeit vieler Branchen. Aus diesem Grund verankern wir das Thema nicht nur in der NürnbergMesse selbst, sondern auch in immer mehr Messen bei uns in Nürnberg

und international“, so Tanja Rättsch. „Besonders freut uns, dass mit der Messe Frankfurt und der Landesmesse Stuttgart zwei weitere Messegesellschaften nominiert wurden und damit das Engagement der gesamten Branche gewürdigt wird“, so CEO Peter Ottmann, gleichzeitig 1. Stellvertretender Vorsitzender des Branchenverbandes AUMA – Ausstellungs- und Messeausschuss der deutschen Wirtschaft.

Die neue Abteilung Corporate Liaison & Sustainability wird neben der Umsetzung und Fortentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie auch die Erfüllung neuer regulatorischer Vorgaben wie der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) verantworten sowie alle Gremien-Themen der Geschäftsführung, der Gesellschafter und des Aufsichtsrats. Tanja Rättsch ist Diplom-Kauffrau und seit 2005 bei der NürnbergMesse, unter anderem als Bereichscontrollerin im Facility Management. Als persönliche Referentin von CEO Peter Ottmann hat sie die Nachhaltigkeitsstrategie der NürnbergMesse federführend entwickelt.

Die strategische Ausrichtung der Messe Frankfurt orientiert sich seit Jahrzehnten an den Prinzipien der Nachhaltigkeit und des nachhaltigen Wirtschaftens: „Wir sind sehr erfreut über die Nominierung für den Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2023 und verstehen sie als Bestätigung dafür, dass wir mit unseren klar definierten Zielen, Handlungsfeldern und Maßnahmen auf einem guten Weg in Richtung Nachhaltigkeit sind“, sagt Wolfgang Marzin, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Frankfurt. Bereits im Juli hatte die Messe Frankfurt für ihr nachhaltiges Engagement den AEO Excellence Award 2023 in der Kategorie „Best Sustainability Initiative“ des britischen Verbands AEO (Association of Event Organisers) für herausragende Leistungen in der Veranstaltungsbranche erhalten. Bis Ende 2023 strebt sie ein Zertifikat des Umweltma-

Messegelände  
in Frankfurt  
(Foto: Messe  
Frankfurt)



Neuer Leitfaden für nachhaltige  
Veranstaltungsplanung  
(Foto: Landesmesse Stuttgart GmbH)



Jörn Holtmeier  
(Foto: AUMA)



Stefan Lohnert  
(Foto: Landesmesse  
Stuttgart GmbH)

nagementsystems EMAS (Eco-Management und Audit Scheme) an. 2022 beteiligte sich die Messe Frankfurt erstmals an einem ESG-Rating (Environmental, Social, Governance) und hat die Bronze-Medaille erreicht.

Als einer der weltweit führenden Veranstalter von Messen, Kongressen und Events mit eigenem Gelände versteht sich die Unternehmensgruppe als Treiber für den Klimaschutz und ein nachhaltiges Event-Business. Sie orientiert sich dabei seit langem an nationalen und internationalen Standards und bekräftigt darüber hinaus ihr nachhaltiges Handeln mit einer Reihe von freiwilligen Selbstverpflichtungen, wie etwa dem United Nations Global Compact, der Charta der Vielfalt sowie dem Nachhaltigkeitskodex fairpflichtet. Die Messe Frankfurt unterstützt zudem die Nachhaltigkeitsinitiativen der Branchenverbände AUMA und UFI und hat den „Net Zero Carbon Events Pledge“ unterzeichnet. Das verstärkte nachhaltige Engagement der Messe Frankfurt zeigt sich auch im neuen Webauftritt unter [www.messefrankfurt.com/sustainability](http://www.messefrankfurt.com/sustainability).

Die ebenfalls für den Deutschen Nachhaltigkeitspreis nominierte Messe Stuttgart präsentierte auf der Imex 2023 in Frankfurt ihre neu aktualisierte Broschüre für eine nachhaltige Veranstaltungsplanung. Diese soll Veranstaltern helfen, ihre Messen und Events umweltfreundlicher und nachhaltiger zu gestalten. Die Broschüre beinhaltet Tipps und Empfehlungen zur Vermeidung von Abfall, zum Energiesparen und wie sich umweltfreundliche Materialien verwenden lassen. „Als Messeveranstalterin tragen wir eine große Verantwortung gegenüber der Umwelt und den kommenden Generationen“, sagt Stefan Lohnert, Geschäftsführer der Messe Stuttgart. „Wir selbst setzen uns seit Jahren aktiv für Nachhaltigkeit und Umweltschutz ein und möchten unsere Erfahrungen und unser Wissen teilen. Wir sind davon überzeugt, dass Nachhaltigkeit und

wirtschaftlicher Erfolg Hand in Hand gehen können. Wir hoffen, dass unsere aktualisierte Broschüre einen Beitrag zur Förderung einer nachhaltigen Veranstaltungsbranche leisten wird.“

Auch das Thema nachhaltige Mobilität wird in der Broschüre behandelt. Bereits heute ist die Messe Stuttgart mit der S-Bahn und seit Dezember 2021 mit der Stadtbahnlinie U6 erreichbar. Ein weiterer Meilenstein wird die Inbetriebnahme des Fernbahnhofs im Rahmen von S21 sein. „Ab 2025 wird unser Messeplatz dann auch bequem von allen großen europäischen Metropolen aus erreichbar sein. Und das Veranstaltungsticket der Bahn ist Co2-neutral“, betont Lohnert weiter. Für kurze Strecken stehen vor Ort am Eingang West des Messegeländes zusätzlich Pedelecs und Fahrräder an einer RegioRadStuttgart-Station zum Entleihen zur Verfügung. Weitere Informationen zum Nachhaltigkeitsengagement der Messe Stuttgart gibt es im offiziellen Nachhaltigkeitsbericht des Unternehmens.

Neben der NürnbergMesse, der Messe Frankfurt und der Messe Stuttgart wurden die Hamburg Messe und Congress und die Messe Freiburg in der Kategorie „Freizeit und Veranstaltungen“ für die Branche „Veranstaltungs- und Messegewirtschaft“ nominiert. Die drei Finalisten aus jeder Branche werden demnächst bekanntgegeben. Am 23. und 24. November 2023 dreht sich dann bei der Preisverleihung in Düsseldorf alles um die Sieger der Wettbewerbe und um die Wertschätzung für verschiedene, erfolgreiche Wege zum Ziel. Erstmals ist AUMA-Geschäftsführer Jörn Holtmeier dabei Mitglied in der Jury des Deutschen Nachhaltigkeitspreises.

BlachReportDialog in Cannes

# KI in der Livekommunikation

BEIM BLACHREPORTDIALOG IN CANNES GING ES BEIM ROUND TABLE UM DAS THEMA „KI IN DER LIVEKOMMUNIKATION“. WAS DAS BEDEUTEN KANN?



BlachReportDialog auf dem Floating Penthouse von Raising Stones Events (Fotos: BlachReportDialog)

Carlton Beach



Caroline Adolph



Brasserie von Bruno Oger



Round Table in Cannes



Carlton Hotel



Floating Penthouse



Christian Seidenstücker,  
Rachid Boulannour,  
Christian Poswa



Hans Reitz und  
Karin Schneider



Tanja Habbe



Rachid Boulannour und  
Michael Hasselbusch

Künstliche Intelligenz in der Livekommunikation bietet bereits Möglichkeiten zur personalisierten Interaktion, automatisierten Datenanalyse und effizienten Ressourcenverwaltung. Aber kommt da noch mehr? Kann uns die KI auch Konzepte schreiben, Content produzieren und die ideale Location suchen? Diskutiert darüber haben die Branchen-Insider Michael Hasselbusch von jaeger + haeckerhase, Tanja Habbe von Habbe. Live, Stephanie Gonder von Gonder | Research, Caroline Adolph von Voss+Fischer, Christian Seidenstücker von Joke Event, Christian Poswa von insglück, Karin Schneider von Schachzug und Hans Reitz von circ mit Aliko Heinrich vom Palais des Festivals/Cannes Convention Bureau, Verena Kuhn vom Carlton Hotel Cannes, Rachid Boulannour von Raising Stones Events und Mirko Zieher von Air Partner.

Der Round Table fand auf dem Floating Penthouse von Raising Stones Events statt, das dafür vom Heimathafen in Antibes nach Cannes „übersetzt“. Untergebracht war die Gruppe in der frisch renovierten Hotel-Ikone Carlton am Boulevard de la Croisette, und ein kleines Besichtigungsprogramm gab es auch. Unter anderem konnten die Eventlocations im Palais des Festivals inklusive dem Tagungsraum der Jury beim weltberühmten Filmfestival und der Ballsaal sowie das Penthouse im Carlton Hotel in Augenschein genommen werden, das gern für Events genutzt wird. Impressionen beim Sternekoch Bruno Oger, auf der Insel Saint Honorat, in der Markthalle und der Altstadt von Cannes sowie auf dem Floating Penthouse rundeten das Programm ab. Weitere Details zu den Locations in Cannes inkludieren

dem legendären Palm Beach, der nach einer umfangreichen Renovierung bald wieder zur Verfügung steht, erscheinen in der nächsten Ausgabe vom BlachReport.

In Kürze erscheint auch die Gesprächszusammenfassung vom Round Table in Cannes (siehe dazu auch das Editorial „Maschinenraum der Zukunft?“ in dieser Ausgabe).

Last but not least: Vielen Dank für die Unterstützung beim BlachReportDialog in Cannes an Air Partner, Palais des Festivals/Cannes Convention Bureau, Carlton Hotel Cannes und Raising Stones Events.

## jobs + karriere

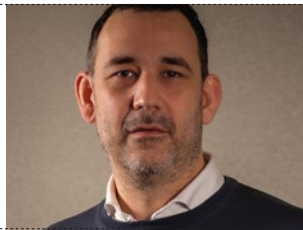
\_ **Dorian Schneider** leitet jetzt den Bereich Data Solutions beim Premium-Vermarkter *WallDecaux*. Der Experte für Maschinelles Lernen und Künstliche Intelligenz soll die Verknüpfung von Daten und Out of Home weiter vorantreiben. Er war zuvor als Director bei *Ernst & Young Global* als Senior Machine Learning Architekt tätig.

\_ **Steffen Waris** hat die Veranstaltungsleitung der *Biofach* übernommen und verstärkt damit Danila Brunner, die die Gesamtverantwortung des Messe-Duos *Biofach* und *Vivaness* behält. Waris war vorher in verschiedenen Positionen bei den *Mineralientagen* München tätig.

\_ Zum 1. September 2023 hat **Andreas Mayer** [50] die Leitung der Marken *Abarth*, *Fiat* und *Fiat Professional* in Deutschland übernommen. Andreas Mayer soll im PKW-Bereich die Elektrifizierungsoffensive fortsetzen. Mayer war bis 2018 Brand Country Manager Fiat Professional bei der damaligen *FCA Germany* und kam nach einer fünfjährigen Geschäftsführertätigkeit außerhalb der Automobilindustrie zu Abarth, Fiat und Fiat Professional zurück.



Kira Dederichs und Julia Molle  
(Foto: Schwartz PR)



Can Noack  
(Foto: Encore)



Führungstrio von Atelier Markgraph  
(Foto: Axl Jansen)



Sandra Waidelich  
(Foto: Volkswagen)

#### BERATERINNENZUWACHS FÜR SCHWARTZ PUBLIC RELATIONS

*Schwartz Public Relations* setzt seinen personellen Wachstumskurs fort und gewinnt mit **Kira Dederichs** und **Julia Molle** zwei erfahrene Beraterinnen. Beide kommen von *Maisberger*.

Kira Dederichs verstärkt das Technologie-Team mit ihrer umfangreichen Erfahrung in der strategischen Beratung internationaler IT-Kunden. Davon profitieren bei *Schwartz Public Relations* nun Kunden aus Branchen wie Automotive, IT- und Telekommunikationsinfrastruktur.

Julia Molle bringt langjährige Erfahrung in der B2C- und B2B-Kommunikation sowie im Bereich Social Media mit in ihre neue Rolle bei *Schwartz Public Relations*. In ihren vorherigen beruflichen Stationen bei *Maisberger* und *LHLK* betreute sie Kunden in Bereichen wie Consumer-Tech, Photonik, Industrie, HR und IT. Ihre thematische Vielseitigkeit wird sie bei *Schwartz PR* nun in den Bereichen Plattformwirtschaft, e-Commerce und Digitalisierung einbringen.

#### CAN NOACK WIRD REGIONAL DIREKTOR BEI ENCORE EMEA

*Encore*, ein weltweit führender Anbieter von Eventproduktions- und Technologieservices, hat **Can Noack** zum Regional Direktor in der DACH-Region ernannt. Noack bringt mehr als 15 Jahren Erfahrung in seine neue Position ein, in der er die operative Leistung und Service-Exzellenz in Süddeutschland, Österreich und der Schweiz vorantreiben wird.

Can Noack ist bereits seit 2015 Teil der *Encore*-Familie und war vorher in der Hotellerie in Europa und im Nahen Osten tätig. Er hat einen Bachelor-Abschluss in Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Internationales Hotelmanagement/Marketing. Seine vorherige Position als Field Sales Director EMEA bei *Encore* hat ihm, so Noack, „auch ein tiefes Verständnis für die Chancen und Herausforderungen vermittelt, die die Meeting- und Eventbranche heute prägen“.

Noack will unter anderem für mehr Nachhaltigkeit in die Kundenlösungen sorgen und sie in den Vordergrund der Aktivitäten von *Encore EMEA* in der Region stellen.

#### ATELIER MARKGRAPH ERWEITERT DAS MANAGEMENT

Die Frankfurter Agentur *Atelier Markgraph* stellt sich neu auf und erweitert das Management, das bisher aus **Lars Uwe Bleher**, **Tom Schubert** und **Stefan Weil** bestand.

**Antonia Eisert** [36] ist seit 15 Jahren bei *Markgraph* beschäftigt. In der Geschäftsleitung bildet die Betriebswirtin (B. A.) eine Doppelspitze mit **Sebastian Bausch** [40]. Der Diplom-Ingenieur für Architektur ist seit 2010 im Unternehmen.

**Sarah Roßbach** [46] vertritt die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die Innenarchitektin war zunächst 13 Jahre im Projektbereich tätig. Seit 2017 liegt ihre Verantwortung im Personalbereich und in der Personalentwicklung.

Strategische Zukunftsthemen sollen mehr im Fokus stehen. Zum einen die Seite der Auftraggeber mit New Business und Business Development, für die **Jennifer Ussner** [44] verantwortlich ist. Die Diplom-Betriebswirtin ist seit 2018 im Unternehmen. Zum anderen das Mammut-Thema Digitalisierung unter der Leitung von **Christoph Diederichs** [35]. Er ist seit 2012 im *Atelier* tätig und bringt viel Expertise mit.

#### SANDRA WAIDELICH WURDE MARKETINGLEITERIN VON VWN

**Sandra Waidelich** übernahm zum 1. September 2023 die Leitung des Bereichs Marketing & Sales Experience bei *Volkswagen Nutzfahrzeuge (VWN)*. In dieser Funktion verantwortet sie künftig weltweit alle zentral gesteuerten Marketingkampagnen, Events, Trainings sowie das digitale Marketing und CRM-Lösungen von *VWN*. Sie berichtet in ihrer Funktion direkt an *VWN* Vertriebs- und Marketingvorstand **Lars Krause**.

Waidelich ist seit 18 Jahren bei *Volkswagen*, während der zurückliegenden sieben Jahre leitete sie das Experience Marketing der Marke *Volkswagen* in Wolfsburg. Sie folgt auf **Stefan Pfeiffer**, der nach 31 Jahren im *Volkswagen* Konzern – davon 17 Jahre bei *VWN* – das Unternehmen im Rahmen einer Altersregelung verlässt.







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](http://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](http://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

PP Köln  
Patrick Birkenfeld  
M 0173 919 80 85  
p.birkenfeld@pp-live.com

PP LIVE GmbH steht für Live Kommunikation, strategische - und Personallösungen und hat sich zum Ziel gesetzt, Ihre Marke im Rahmen von Events, Messen oder am POS emotional erlebbar zu machen... live, digital oder hybrid! Für einzigartig nachhaltige Erlebnisse verbinden wir strategische Beratung und Konzeption mit einem effizienten Projekt- und Personalmanagement.



Pure Perfection | Wiesbaden      Gutenbergplatz 3  
65187 Wiesbaden  
T +49 (0)611 172196-0  
wiesbaden@pureperfection.com

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

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.



Siegfriedstr. 29  
40549 Düsseldorf

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

Red Carpet Event GmbH

**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**



trendhouse      Innsbrucker Ring 15  
event marketing GmbH      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

MESSE- UND EVENTBAU



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

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

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

Ob Bühnenbild, Großveranstaltung, Messe oder individuelle Markenerlebnisse – wir realisieren Ihre Visionen in jedem Bereich der Live-Kommunikation. Von der Planung bis zur Einlagerung bieten wir maximale Flexibilität durch vielfältige Inhouse-Abteilungen der Bereiche Design & Digitaldruck, Holz- & Metallverarbeitung sowie Textil- & Elektrowerkstätten. Große Lagerflächen und eine Vielfalt an Mietartikeln bieten die individuell passende Lösung für jeden Bedarf.



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



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

MIETMÖBEL



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.

MODERATION



Louisa Schlang  
MODERATION

Hoxbergstraße 29  
66822 Lebach

T 0174 7959893  
info@louisaschlang.de

Charmant. Bezaubernd. Professionell. Louisa Schlang ist ausgebildete Moderatorin, vielseitig einsetzbar und Gewinnerin des bundesweiten Nachwuchsmoderatoren-Wettbewerb.

AKTUELLES IM INTERNET \_ WWW.STAGEREPORT.DE







INSIDE

# Caroline Adolph

CAROLINE ADOLPH IST DIRECTOR CORPORATE COMMUNICATIONS UND MITGLIED DER GESCHÄFTSLEITUNG BEI DER AGENTUR VOSS+FISCHER.



Caroline Adolph (foto: Voss+Fischer)

## Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?

Weil sie eine einzigartige Kombination aus Kreativität, Kommunikation und Organisation in einem Umfeld aus unglaublich inspirierenden, leidenschaftlichen und begeisternden Menschen bietet. Die Möglichkeit, Begegnungsmomente und -erlebnisse zu schaffen, kann abwechslungsreicher, dynamischer und erfüllender nicht sein.

## Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?

Aktuell schwer vorstellbar, da meine Tätigkeit meine Leidenschaft ist, und was kann einem Schöneres im beruflichen Kontext passieren? Aber in einer davon losgelösten, romantisierten Vorstellung bin ich Besitzerin eines Chambre d'hôtes mit blauen Fensterläden nebst eigenen Weinhängen im Lubéron. Voilà.

## Was war bisher Ihre größte Herausforderung?

Mir kam kurz in den Sinn, es wäre jene gewesen, als ich Job und Wohnung kündigte, ohne jeweils etwas Neues zu haben, aber das glich letztendlich doch mehr einem Abenteuer mit glücklicher Fügung. Daher ist die ehrlichere Antwort: mein Wechsel in die Geschäftsleitung, beruflich wie persönlich. Die eigene Wirkkraft verändert, Ansprüche und Erwartungen vervielfachen sich. Da ist man erst einmal beschäftigt.

## Welche Entscheidungen haben Sie bereut?

Keine – Entscheidungen zeigen einem, wer man wirklich ist. Im Moment der Entscheidung war es immer das, was ich wollte und wovon ich überzeugt war. Alles andere ist Entwicklung und Learning.

## Was machen Sie gegen Stress?

Stress lässt sich für mich am besten in Bewegungsenergie umwandeln – also nennen wir es Sport. Ansonsten reicht auch manchmal ‚aufs Wasser schauen‘ – was in Hamburg zum Glück nahezu überall geht.

## Wen möchten Sie gern einmal kennenlernen?

Wenn ich die Zeit zurückdrehen könnte: Amelia Earhart und Astrid Lindgren. Im Hier und Jetzt: Jil Sander. Eine beeindruckende Frau, mit der ich liebend gerne über das Entwickeln ihrer Klarheit und ihren Willen zur Veränderung und Verwirklichung schnacken würde.

## Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?

Ich lese meist drei Bücher gleichzeitig, um eine Auswahl für den jeweiligen Gemütszustand des Tages zu haben, daher: ‚Das Glück des Zauberers‘ von Sten Nadolny, ‚Achtsam morden am Rande der Welt‘ von Karsten Dusse und ‚Der Schwimmer‘ von Joakim Zander.

## Was sollen wir hören: Ihr aktueller Musiktipp?

The Slow Show.

## Auf die Gefahr hin, dass Sie dort nie wieder allein sind:

### Nennen Sie uns Ihr Lieblingsrestaurant?

Rive | Fish&Faible in Hamburg – ich sage nur ‚aufs Wasser schauen‘. Wenn sich dazu noch bester Fisch und ein gutes Glas Wein gesellen, braucht man eigentlich nicht mehr.

## 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]

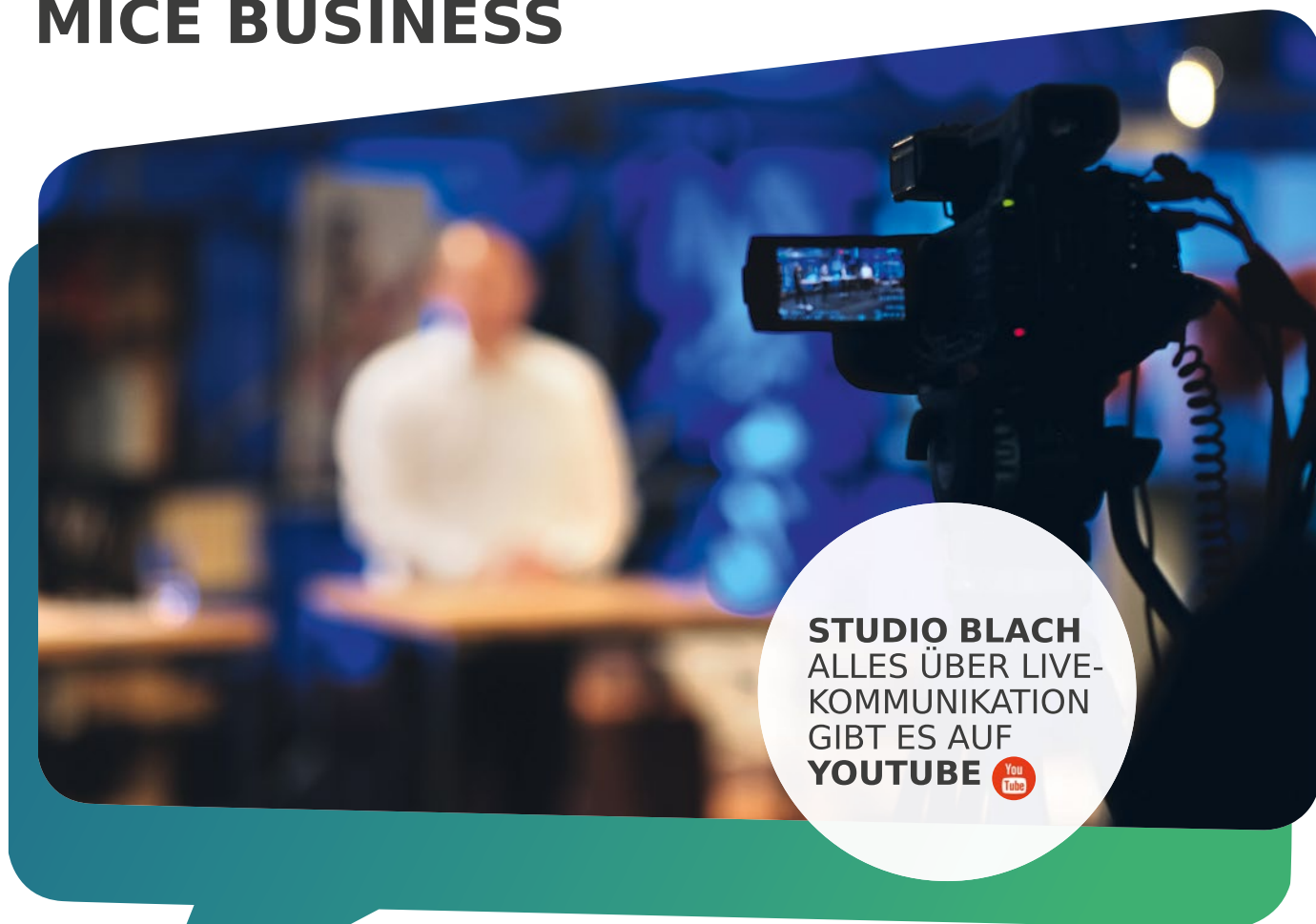
ISSN 1611-8308

# 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

---

SEBASTIAN OLSOWSKI  
ÜBER DIE MOTORWORLD  
MOBILITY DAYS

**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**

# Der Ort für faszinierende Erlebnisse.



*Ob klangvolle Konzerte, Kleinkunst,  
leuchtende Multivisionsshow, Fachvor-  
träge oder informative Messen – wir haben  
die passenden Veranstaltungen mit Tickets  
für Sie. Das TurmQuartier in Pforzheim:  
Die Mischung macht's!*

[www.turmquartier.de](http://www.turmquartier.de)