



Porsche im Museum: Interaktive Ereignisse, exklusive Einblicke und ein Erlebnisprogramm zum Jubiläum der Sportwagen-Ikone

# 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

# Atemlos an der Lidl-Kasse



(Foto: Lidl)

Helene Fischer bringt Lidl-Kunden in den Rausch: Als offizieller Partner der Live-Tournee 2023 verlost der Lebensmitteleinzelhändler ein Ticketkontingent für die Städte Mannheim, Hannover, München sowie Frankfurt unter seinen Kunden, um ihnen das Konzerterlebnis des Jahres zu bieten. Seit dem 17. April 2023 haben registrierte Nutzer der „Lidl Plus“-App ab einem Einkaufswert von zehn Euro pro Einkauf die Möglichkeit, einen Gewinnspiel-Coupon pro Stadt einzulösen. Insgesamt können Lidl-Kunden somit im ersten Aktionszeitraum bis zum 23. April 2023 jeden Tag bis zu vier Coupons aktivieren und 1.250 x 2 Tickets für „Helene Fischer live – die Tour 2023“ gewinnen. Bis zum 21. Mai 2023 erhalten alle App-User wöchentlich weitere Ticket-Gewinnmöglichkeiten.

Das ist nicht nur eine coole Aktion zur Kundenaktivierung und -bindung beim Discounter im Einzelhandel, sondern trifft auch den Nerv vieler Pandemiegeschädigten mit ihrem Nachholbedarf bei Erlebnissen. Bereits im vergangenen Jahr haben sich auffällig viele Marken auf den großen Festivals engagiert, was in diesem Jahr weiter zunehmen dürfte. In der Vergangenheit war diese Verbindung von Festivalatmosphäre und ihren klassischen Attributen wie Sex, Drugs, Rock 'n' Roll und Zeltlager dagegen eher ein No-Go. Es drohte ein Kontrollverlust für Markenwerte und ihre mögliche Verknüpfung mit negativen Ereignissen. Heute stehen Erlebniswert, Community-Bildung und die Suche nach Authentizität in der Freizeit im Fokus der Marketiers, um ihre Zielgruppen zu erreichen.

Atemlos mit Helene Fischer an die Lidl-Kasse – dieses Ziel dürfte aufgehen.

Herzlichst

Ihr Peter Blach



inhalt		Titelfoto: Porsche Museum (Foto: Porsche)
4	BUSINESS AUMA attestiert desaströse Pandemie-Bilanz	12 CORPORATE MUSEUM Automobil-Ausstellungen
5	BUSINESS Metaverse Basics	14 VENUES Eventlocations in Bern
6	EVENTCATERING Johannes Molderings von lemonpie	16 PEOPLE Jobs + Karriere
8	BUSINESS Deutsche Beteiligung an der EXPO Osaka	17 MARKETING-SERVICES Lieferantenverzeichnis
10	WORK Markenerlebnis im Fortbildungszentrum	26 BACKSTAGE Alikei Heinrich
11	DIGITAL Marktplatz für Hospitality-Komplettpakete	26 IMPRESSUM

## AUMA attestiert desaströse Pandemie-Bilanz

# Tiefe Spuren

Die Corona-Pandemie und die damit verbundenen Messeverbote haben tiefe Spuren in der deutschen Messewirtschaft hinterlassen: fast 670 gestrichene Messen seit März 2020, bis zu 87 Prozent weniger ausstellende Unternehmen und Besucher auf den wenigen veranstalteten Messen zwischen den Lockdowns sowie mehr als 60 Milliarden Euro gesamtwirtschaftliches Minus und rund zehn Milliarden Euro weniger Steuereinnahmen. Das ist die Schlussrechnung der Branche zum Auslaufen der Corona-Normen im Infektionsschutzgesetz am Karfreitag. In der Hochphase der Pandemie konnten bis zu 180.000 Arbeitsplätze in der Branche nur noch durch Kurzarbeit gesichert werden. Wegen lange fehlender Öffnungsperspektive haben ungezählte Fachkräfte dennoch die Messewirtschaft verlassen. Nach mehr als zwei Jahren Eiszeit haben sich Messen im dritten Jahr unter Corona-Bedingungen seit dem vergangenen Frühjahr als enormer Anziehungspunkt bewiesen.

Jörn Holtmeier, Geschäftsführer des Dachverbandes der deutschen Messewirtschaft AUMA: „Novemberhilfen, Überbrückungsgelder sowie Kurzarbeit haben funktioniert und geholfen, das Schlimmste zu verhindern. Beißende Widersprüche in dieser Pandemie bleiben. Messeprofis wurde zwar der schnelle, unkomplizierte und ideenreiche Aufbau von Test- und Impfzentren anvertraut, nicht aber das sichere Durchführen ihres Kerngeschäfts zugetraut. Bei dreimal so hoher Inzidenz wie

in Deutschland wurden in Madrid Messen unter erprobten Hygienekonzepten durchgeführt, in Amsterdam das Messe-Gelände von Lockdowns ausgenommen. In Paris, London und Dubai waren Messen längst möglich, als hierzulande Lockdowns noch ein großes Thema waren. Gezieltes Ermöglichen wie in Nordrhein-Westfalen hätte den enormen Schaden am Welt-Messeplatz Deutschland begrenzen können.“

Der vom Bund aufgelegte Sonderfonds Messen lief überwiegend ins Leere. Dieser sollte Veranstalter, die Messen aufgrund eines behördlichen Messeverbots absagen mussten, entschädigen. Fast immer waren die Gründe für Absagen aber andere: Strenge Regelungen wie starre Personenobergrenzen führten dazu, dass Messen wirtschaftlich nicht mehr machbar waren. Ein weiterer Grund war, dass Aussteller wegen Restriktionen nicht an- oder einreisen konnten. Auch wurden Messeverbote meist kurzfristig verhängt. Veranstalter, die freiwillig Messen wegen des Infektionsgeschehens absagten, gingen komplett leer aus. Für ausstellende Unternehmen fehlte ein Absicherungsprogramm.

Beim Neustart des Messegeschäfts im späten Frühjahr vergangenen Jahres entstanden neue Hindernisse: Allein für die Anerkennung aller Corona-Impfstoffe der Weltgesundheitsorganisation brauchte das Bundesgesundheitsministerium ein halbes Jahr länger als die meisten anderen Länder. Unzählige ausländische

Messeteilnehmer konnten dadurch nicht nach Deutschland einreisen.

Jüngste Zahlen des Welt-Messeverbandes UFI spiegeln den Hürdenlauf der deutschen Messewirtschaft auch im sogenannten Global Barometer wider: Während in etlichen Wettbewerbsmärkten die Umsätze bereits ein Vor-Corona-Niveau erreichen, werden viele deutsche Messegesellschaften in diesem Jahr noch dahinter zurückbleiben. Ein Vor-Corona-Niveau hierzulande erwarten AUMA-Fachleute frühestens im kommenden Jahr. Auch der Positivbeitrag der deutschen Messewirtschaft zum Bruttoinlandsprodukt bleibt hinter den Vorjahren deutlich zurück: Trug die Branche 2019 noch mit 28 Milliarden Euro dazu bei, waren es 2022 knapp 14 Milliarden Euro.

Mehr als 7,2 Millionen Besucherinnen und Besucher sowie über 142.000 ausstellende Unternehmen waren in Summe 2022 zu Gast auf deutschen Messen. Das sind etwa 70 Prozent der Aussteller und knapp 65 Prozent der Besucher der Vor-Corona-Zeit.

Während der Pandemie haben Veranstalter in kurzer Zeit verschiedenste Formate digitaler Ersatz-Messen entwickelt – 2020 waren es 50. Die Nachfrage danach ist mit jedem Öffnungsschritt zurückgegangen. 2022 fand nur noch eine Messe digital statt, in der Pandemie-Spitze 2021 waren es fast 70. Je nach Wirtschaftszweig dienen digitale Formate mittlerweile als Verlängerung oder Erweiterung der Präsenzmesse, teils auch als ganzjährige Branchenplattform.

## Erster MarketingFrauen Kongress findet in Leipzig statt

# Visibility als Erfolgsfaktor

Der erste MarketingFrauen Kongress soll vom 11. bis 12. Mai 2023 in Leipzig stattfinden. Die zweitägige Veranstaltung will sich speziell an Frauen aus dem Bereich Marketing & Kommunikation aus ganz Deutschland richten und ist eine Kooperationsveranstaltung des Deutschen Marketing Verbandes und des Marketing Club Leipzig.

Unter dem Motto „It’s all about Visibility – Visibility als Erfolgsfaktor im Marketing“ erwartet die Teilnehmerinnen am ersten Tag ein spannendes Panel mit sechs Frauen, die alle

ihre eigene Story zu „Visibility“ geschrieben haben: Dr. Katrin Leonhardt, Vorsitzende des Vorstands Sächsische Aufbaubank/Förderbank, Prof. Dr. Anne-Katrin Neyer, Lehrstuhlinhaberin für Personalwirtschaft und Business Governance an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg (MLU) und Professorin des Jahres 2022, Ulrike Lerchl, CEO Kommunikationsagentur Oberüber Karger, Nora Lob, Influencerin 500.000 Follower, Romy Gottschalk, Gründerin Locally Happy und Ute Poprawe, Vorstandin MarketingFrauen des Deutschen Marketing

Frauen. Moderiert wird das Panel von Prof. Dr. Margit Enke, Professorin für Marketing.

Am zweiten Tag stehen thematische Vorort-Workshops auf der Agenda, in denen das Motto aus Sicht von Marken wie Rotkäppchen, der Stadt Leipzig, dem RB Leipzig sowie aus Unternehmenssicht eines „bedeutsamen Leipziger Unternehmens“ beleuchtet werden soll. Ergänzend bietet ein Rahmenprogramm mit Innenstadtführung, Dinner und Entertainment.

Alle Informationen zum Programm sind auf der Website des DMV veröffentlicht.



Tom Inden-Lohmar und Dominik Griese (v. l., Foto: Studieninstitut)

Weiterbildung beim Studieninstitut

## Metaverse Basics

Lassen sich die Möglichkeiten des Metaverse einfach erklären? Das soll im neuen Online-Training „Metaverse Basics“ beim Studieninstitut für Kommunikation am 27. April 2023 möglich sein – unter anderem mit vielen Beispielen aus der Praxis. Dazu der Dozent Tom Inden-Lohmar: „Das Web3 und seine Metaversen kreieren völlig neue Tätigkeiten, Jobprofile oder Berufsfelder.“

Das Metaverse wird als nächster großer Schritt in der Entwicklung des Internets angesehen, bei dem virtuelle und physische Welten

miteinander verschmelzen. Das Online-Training „Metaverse Basics“ soll die Basis-Kenntnisse vermitteln: Was genau ist das Metaverse? Welche Chancen und Risiken warten auf Marken und Marketing? Welche Rolle kann das Metaverse für Unternehmen in den Bereichen Marketing, Vertrieb und HR spielen?

„Der Hype ist vorüber, die Spekulantenkarawane ist zum Glück weitergezogen. Deshalb ist jetzt die Zeit gekommen, sich fundiert, unaufgeregt und kreativ mit dem Metaverse und der Zukunft des Internets zu beschäftigen“,

so Dominik Griese, ebenfalls Dozent bei den Metaverse Basics.

Die beiden Dozenten sind nicht nur ein starkes Duo im Online-Training, sondern hosten auch gemeinsam wöchentlich den Metaverse-Podcast Pracht&Elend, in dem das Metaverse aus Sicht zweier Internetgenerationen beleuchtet wird. Im Frühjahr 2023 erscheint ihr gemeinsames Essential „Marken im Metaverse“.

Weitere Infos zu den Metaverse Basics gibt es online.

Messe Düsseldorf baut Geschäft in Nordafrika aus

## Wachstumsmarkt Ägypten

Die Messe Düsseldorf verzeichnet starkes Wachstum in Ägypten und baut ihre Marktposition weiter aus. Vom 2. bis zum 4. September 2023 bringt das Unternehmen erstmals die Fachmessen GIFA MEA, Metec MEA, wira MEA und Tube MEA nach Kairo. Das Unternehmen ist bereits seit 2019 mit der pacprocess MEA und seit 2022 mit der FoodAfrica Cairo in Ägypten aktiv; weitere Messeprojekte sind in Planung. Damit eröffnet die Messe Düsseldorf ihren Kunden nicht nur den Zugang zum attraktiven ägyptischen Binnenmarkt. Ägypten ist auch das Tor zu Afrika und zum Nahen Os-

ten. Die Expansion ist Teil der internationalen Neugeschäftsoffensive, die die Wettbewerbsposition der Messestandorte Düsseldorf / NRW stärkt und zukunftssicher aufstellt.

Die Messe Düsseldorf kooperiert dabei eng mit der ägyptischen Regierung. Das Handels- und Industrieministerium fördert Delegationsreisen afrikanischer Wirtschaftsvertreterinnen und -vertreter zu den Messe-Düsseldorf-Veranstaltungen in Ägypten. Das Unternehmen steht darüber hinaus der Ägyptischen Messe- und Kongressbehörde (EECA/Egypt Expo and Convention Authority) bei der (Weiter-)Ent-

wicklung von Messezentren beratend zur Seite. Im Februar 2023 fand ein Gespräch zwischen Ahmed Samir Saleh, Handels- und Industrieminister, und Bernd Jablonowski, Executive Director Trade Fairs der Messe Düsseldorf, zu einer intensiveren Zusammenarbeit sowie weiteren möglichen Plattformen für andere Branchen statt. „Ägypten sieht ganz klar den hohen Wert unserer Messen. Sie fördern die wirtschaftliche Entwicklung und die globale Vernetzung Ägyptens, indem sie internationale und lokale Unternehmen zusammenbringen, um gemeinsam Projekte anzustoßen.“



Johannes Molderings (Foto: lemonpie)

Johannes Molderings von lemonpie über das Catering-Business

## „Generationen Y und Z stellen uns vor neue Herausforderungen“

DIE CATERINGBRANCHE HATTE WÄHREND DER PANDEMIE MIT BESONDERS INTENSIVEN HERAUSFORDERUNGEN ZU KÄMPFEN. UND JETZT – IM JAHR 1 NACH CORONA? ALLES WIEDER IM LOT? WIR HABEN DARÜBER MIT JOHANNES MOLDERINGS VON LEMONPIE GESPROCHEN.

*BlachReport:* Wie entwickelt sich postpandemisch ihr Catering-Business?  
**Johannes Molderings:** Wirklich gut! Unsere gesamte Museumsgastronomie in Düsseldorf und Köln ist wesentlich besser besucht als im Vorjahr. Besonders die Osterferien waren mehr als zufriedenstellend. Die Reisekasse wird offensichtlich geschont und der Kulturbedarf gesteigert.

2022 war für lemonpie das stärkste Geschäftsjahr seit der Gründung 2002. Und das in nur neun statt zwölf Monaten. Sowohl die Nachfragen als auch die Buchungen sind enorm gestiegen – Events wurden und werden also nachgeholt!

*BlachReport:* Was ist anders im Vergleich mit 2019?

**Johannes Molderings:** Gefühlt ist alles, wie es war – als hätte es keine Pandemie gegeben. Bis auf eine kleine Ausnahme: Bei unseren Karnevals-sitzungen hatten wir 20 Prozent weniger Gäste. Die ältere Generation hat sich hier zurückgezogen und die jungen Leute feiern wie ‚früher‘.

*BlachReport:* Konnten Sie auf die Entwicklungen und Veränderungen der letzten drei Jahre adäquat reagieren?

**Johannes Molderings:** Ja, wir konnten – nach dem ersten Schock – sogar positiv reagieren. Wir haben unser Portfolio erweitert und uns auf das Schul- und Kitacatering unter dem Label ‚Biologisch‘ fokussiert. Damit sind wir heute breiter aufgestellt.

Zudem investieren wir derzeit in eine EU-zugelassene Großküche (Rechtsgrundlage für sogenannte Großhandelstätigkeiten wie den „Partyservice für Firmen“ – die Red.), zentralisieren also die Produktion. Alles unter dem Aspekt der Automatisierung und Prozessoptimierung sowie des bestmöglichen Einsatzes von Personalressourcen. Das ist ein sehr wichtiger Meilenstein in unserer Unternehmensentwicklung.

*BlachReport:* Insbesondere der Personalmangel wurde ab Mitte 2022 zu einem zentralen Problem im Eventcatering. Ist das weiterhin ein Thema?

**Johannes Molderings:** Dieses Problem betrifft ja die komplette Wirtschaft! Wir müssen uns alle als Arbeitgeber attraktiv zeigen und permanent an unseren Unternehmensbildern arbeiten. Die Generationen Y und Z stellen uns vor neue Herausforderungen. Mich persönlich spornen diese Anforderungen an, zu den Besten zu gehören, denn: Die Besten bekommen die Besten.

*BlachReport:* Was sind aktuell die angesagten Produkte und Speisen, die beim Catering nicht fehlen dürfen?

**Johannes Molderings:** Das Bewusstsein für eine nachhaltige, saisonale und vegane Küche ist deutlich gestiegen. Unsere Kunden sind außerdem begeistert von unserem sogenannten ‚Clean Eating‘, ein Ernährungskonzept, bei dem alle Speisen unverfälscht selbst zubereitet werden und keine Convenience-Produkte oder fragwürdige Zusätze wie Konservierungsstoffe, Farbstoffe, Geschmacksverstärker und Aromen zum Einsatz kommen – echtes Handwerk eben.

*BlachReport:* Wie reagieren die Auftraggeber auf die gestiegenen Preise?

**Johannes Molderings:** Wir müssen uns viel häufiger erklären als früher – zurzeit ist beispielsweise das Gemüse extrem hochpreisig, dazu kommen die gestiegenen Personalkosten und nicht zuletzt die Energie- und Transportkosten. Da die Budgets aber leider selten aufgestockt werden, ist es häufig ein Balanceakt für beide Seiten.

*BlachReport:* Welche Anforderungen bringen die gestiegenen Erwartungen an ökologische Nachhaltigkeit für das Eventcatering?

**Johannes Molderings:** Da wir uns schon sehr lange diesen Anforderungen stellen und sie in all‘ unseren Unternehmensprozessen implementiert haben, sind die gestiegenen Erwartungen für uns einfach zu befriedigen. Ich finde es toll zu sehen, dass die Kunden kein Fancy-Food mehr wollen, sondern Wert auf Regionalität und Bodenständigkeit legen. Das ist unser Zeitgeist, der Verantwortung verlangt. Wir haben es hier mit einer Werteververschiebung auf ganzer Linie zu tun: Auch die Loyalität bei Kunden, Geschäftspartnern und Lieferanten ist spürbarer – für uns ein positiver, täglicher Motivator!

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

L & D Event-Catering meldet „extrem erfolgreiches Geschäftsjahr“

# Boomendes Eventgeschäft in Berlin

Das Cateringunternehmen L & D freut sich über ein „extrem erfolgreiches Geschäftsjahr 2022“ inklusive einer Umsatzsteigerung von über 300 Prozent im Vergleich zu 2021. Vor allem in der Hauptstadt Berlin boomt das Event-Geschäft. Ein gewohnt hohes Niveau, die enge Kunden- und Mitarbeiterbindung und Kontinuität seien die wesentlichen Erfolgsfaktoren, so Daniel Steinert, Key Account & operativer Leiter Vertrieb.

L & D Event Catering mit Sitz in Berlin und Köln bietet Event-Catering aus einer Hand an: Große Firmenfeiern mit bis zu 5.000 Personen, Messe- und Kongress-Catering sowie

die tägliche Business-Versorgung bei wiederkehrenden Veranstaltungen gehören genauso zum Portfolio wie Jubiläen. Daniel Steinert hat



Daniel Steinert (Foto: L & D Event-Catering)

beobachtet, dass die meisten Unternehmen in Bezug auf Angebotsbreite oder Portionsgröße mittlerweile ein verändertes Verhalten zeigen: „Wir erhalten deutlich mehr Anfragen als früher, in denen statt opulenter Buffets lieber weniger, aber dafür handwerklich hergestellte Speisen aus saisonalen und regionalen Zutaten gewünscht werden“.

L & D hat festgestellt, dass eine deutliche Verlagerung der Auslastung hin zu Aufträgen mit Meeting-Versorgung und Lunchbuffets zu verzeichnen ist. Diese Art des Event Caterings gewinnt in gleichem Maße an Bedeutung wie die klassische Veranstaltungsversorgung.



Geplanter Deutsche Pavillon auf der Expo 2025 in Osaka (Illustration: BMWK)

Konzept für deutsche Beteiligung an der EXPO Osaka vorgestellt

## Wa! und Wow!

Beim Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz in Berlin wurde jetzt das Konzept für den Deutschen Pavillon auf der Expo 2025 in Osaka/Japan vorgestellt. Der deutsche Beitrag greift architektonisch und auch in der Ausstellung die Thematik der Kreislaufwirtschaft auf. Der Pavillon trägt den Titel „Wa! Germany“.

Das Leitmotiv der Zirkularität wirkt sich auf alle Aspekte der deutschen Beteiligung aus: den Pavillon selbst, das Besucherlebnis, das Design und die präsentierten Technologien und Zukunftsvisionen. Ins Gestalterische übersetzt entspricht das der Form des Kreises. Dieser Ansatz wird schon auf den ersten Blick deutlich: Sieben kreisförmige Baukörper aus Holz laden zum Besucherlebnis ein.

Auch der Titel des Pavillons soll eine „runde Sache“ sein: „Wa! Germany“ hat im Japanischen gleich mehrere positiv besetzte Bedeutungen: „Wa“ bedeutet zum einen „Kreis“ und passt somit zum Leitmotiv. Zum anderen steht der Begriff aber auch für „Harmonie“

und repräsentiert den Einklang von Natur und Technik, dem Ziel der Kreislaufwirtschaft. Und schließlich steht „Wa“ eben auch für den Ausruf „Wow!“ und damit für die Begeisterung, die der Pavillon auf der Expo hervorrufen soll.

„Als vollständig zirkuläres Gebäude zeichnet sich das begehbare Exponat durch einen minimalen Materialeinsatz und die Verwendung innovativer zirkulärer Werkstoffe aus. Der Pavillon verbindet Architektur, Landschaft und Ausstellung“, sagt Christian Tschersich, Partner von LAVA – Laboratory for Visionary Architecture. LAVA zeichnet sich für Architektur und das räumliche Konzept des Deutschen Pavillons verantwortlich.

Wie für Deutsche Expo-Pavillons üblich leitet sich das architektonische Konzept aus der Idee für die Ausstellung ab: Die Besucherinnen und Besucher begeben sich auf eine emotionale und multisensorische Reise, in der sie Visionen für das Leben in einer zirkulären Gesellschaft kennenlernen. Das Ausstellungserlebnis

ist dabei auf das japanische Publikum ausgerichtet, denn rund 90 Prozent der erwarteten Gäste werden voraussichtlich aus Japan stammen. Die Ausstellung wurde gezielt barrierefrei und inklusiv gestaltet.

Dr. Wiebke Hahn von der Agentur facts and fiction, die das inhaltliche Konzept sowie die Ausstellungs- und Mediengestaltung für den Pavillon beisteuert: „In der Ausstellung tauchen die Besucher immer wieder in neue Atmosphären ein, und Inhalte werden spielerisch vermittelt. So können komplexe Themen auf eine Weise erfahrbar gemacht werden, die lange in Erinnerung bleibt und die Gäste vor allem emotional anspricht.“

Organisiert wird das Projekt in Osaka von der Koelnmesse im Auftrag des Bundeswirtschaftsministeriums. Für die baufachliche Aufsicht des Projekts ist Laumann / Scheßl / Weismüller Projectmanagement an Bord. Für die bauliche Ausführung übernimmt GL events die Verantwortung.

### STUDIO BACHMANNKERN EXPANDIERT NACH MÜNCHEN

Studio Bachmannkern hat eine Niederlassung in München eröffnet. Ziel ist es, Beratung, Kreation und Projektsteuerung für Spatial Experience-Projekte den Stamm- und Neukunden auch mit regionaler Nähe anzubieten. Für das Büro konnte ein Team von Design- und Projektspezialisten gewonnen werden.

Die studierte Industriedesignerin und erfahrene Kreative Patricia Kempf ist als Design

Director Spatial Experience für den Bereich Konzeption und Entwurf zuständig. Sie bringt ihre langjährige Erfahrung ein, die sie bei Messe-, Retail- und Corporate Interior-Projekten für große Marken sowohl international als auch national gesammelt hat.

Benjamin Obholzer, Senior Projektleiter, hat einen Background als Architekt und Designer. So betreute er als Architekt, Scenograph und

Projektleiter während längerer USA-Aufenthalte internationale Brands. Ruven Demel komplettiert das Team als Senior Projektleiter für Spatial Experience.

„Durch die dynamische Entwicklung mit neuen Kunden und Projekten sind dieser Schritt und ein Aufstocken des Teams konsequent“, so Dirk Bachmann-Kern, CEO und Gründer von Studio Bachmannkern.





Uniplan ist Partner der Franke Gruppe (Foto: Uniplan/mathiasmagg.com)

Uniplan verantwortet räumliche Markenauftritte der Franke Gruppe

## Rebranding-Partner

Uniplan verantwortet den globalen Etat für räumliche Markenauftritte mit integriertem Ansatz über alle Geschäftsbereiche der Franke Gruppe. Die Experten für Brand Experience realisieren im Rahmen des Mandats in 2023 ein breites Portfolio an Messen, Showrooms und Events in über hundert Projekten in Europa, Amerika, Südafrika und Asien-Pazifik.

Uniplan übernimmt die Konzeption sowie internationale Umsetzung des neuen Brandings für Messen und Showrooms der Franke Gruppe für die Geschäftsbereiche Franke Home Solutions, Franke Foodservice Systems und Franke Coffee Systems. Der fortwährend wachsende Etat mit aktuell 116 Projekten wird in diesem Jahr von der Agentur sukzessive umgesetzt. Nach dem Start in Europa folgen in diesem Jahr weitere Showrooms und Messeauftritte in Amerika, Europa, Asien-Pazifik sowie Südafrika. Eine Großzahl weiterer Projekte in den Folgejahren ist in Planung. Franke gehört zur Artemis Group und ist ein weltweit täti-

ger Hersteller und Anbieter von Lösungen und Ausstattungen für die Haushaltsküche sowie für die professionelle Systemgastronomie und Kaffeezubereitung.

Das von einem Team in Basel um den Schweizer Managing Director Kristijan Duspara sowie Group Head Sören Borgeest im Headquarter Köln geleitete Projekt, wird in der globalen Umsetzung im Schulterschluss mit den asiatischen Büros der Brand Experience Agentur realisiert. Die Stärke der Agentur im chinesischen Markt wird durch ein breit aufgebautes globales Partnernetzwerk ergänzt. „Die internationale Zusammenarbeit mit unseren agilen Teams und starken Partnern zeigt, wie hervorragend die enge Verzahnung innerhalb der Agentur funktioniert“, kommentiert Duspara die Führung des Franke Etats.

Die weltweite Übertragung des von Wayra Pauwels, Design Director und Petra Dinter, Creative Director entwickelte Architektur- und Kommunikationskonzepts wird mit Hilfe eines

divisionsübergreifendem Styleguide in Premiumqualität vorgenommen. Zudem erlaubt ein flexibles Design-Prinzip digitaler und sensorischer Mix- und Match-Elemente auf verschiedene Messe-, Showroom- und Event-Begebenheiten zu reagieren.

„Für Franke ist das Rebranding eine entscheidende strategische Phase, an der alle Geschäftsbereiche beteiligt sind. Das umgesetzte Konzept von Uniplan für Messen und Showrooms spiegelt unseren One-Franke-Ansatz ausgezeichnet wider“, sagt Gabriele Hepp, Head of Communications Franke Gruppe, zur bisherigen Zusammenarbeit mit Uniplan. „Hinzu kommt die globale Aufstellung der Agentur, die uns neben dem flexiblen Konzept und der guten Übersetzung unseres neuen Brand Designs überzeugt. Die bereits abgeschlossenen Projekte bestätigen diesen Eindruck“, sagt Anna Hennebole, Brand Manager Franke Home Solutions und gleichzeitig verantwortliche Projektleiterin.

Markgraph entwickelt Ausstellungskonzept für Viega World

# Markenerlebnis im Fortbildungszentrum

Ende Januar eröffnete in Attendorn nach über vier Jahren Bauzeit mit der Viega World ein Fortbildungszentrum, das Wissen, Faszination und ganzheitliches Markenerlebnis vereinen soll. Die Frankfurter Agentur Atelier Markgraph hat das interaktive Ausstellungskonzept, die Exponat-Entwicklung und die Markeninszenierung konzipiert und realisiert.

Mit zahlreichen internationalen Besucherinnen und Besuchern pro Jahr zählt das Fortbildungszentrum von Viega im sauerländischen Attendorn zu einem der zentralen Markenkontaktpunkte des Familienunternehmens. Der Weltmarktführer für metallene Presssysteme gilt als einer der wichtigsten Technologieführer in der Installationsbranche. Von 23 Seminarcentern weltweit ist das neue Schulungszentrum in Attendorn angetreten, neue Maßstäbe in der gesamten Branche zu setzen. Atelier Markgraph war bereits in frühester Planungs-

phase involviert und als führender Partner mit der Gesamtinszenierung der Schulungs- und Markeninhalte sowie des Ausstellungskonzeptes betraut.

Auf knapp 2.800 Quadratmetern Ausstellungsfläche sind über 90 Exponate, baulich konzipierte Einblicke und ein medialer Erlebnisraum entstanden. Verbindendes Element ist eine sich über alle drei Etagen erstreckende und rund 18 Meter hohe Skulptur mit Lichtimpulsen, gefertigt mit Viega-Rohren. Unter dem Motto „Verborgenes sichtbar machen“ gibt das Gebäude den Besucherinnen und Besuchern Abläufe preis, die normalerweise unbemerkt hinter geschlossenen Wänden und Böden ablaufen: Verglaste Aussparungen in den Wänden legen die Installationstechnik offen und zeigen die „Lebensadern des Gebäudes“ im Einsatz.

Durch Building Information Modeling (BIM) lassen sich alle Bauwerksdaten digital visuali-



Viega World (Foto: Kristof Lemp)

sieren. Gemeinsam mit der RWTH Aachen hat Markgraph einen Weg erarbeitet, auch die gesamte Ausstellungsplanung in den BIM-Prozess zu integrieren. In Kooperation mit den Planungspartnern wurde so ein kontinuierlicher Austausch über ein 3D-Modell möglich, das als digitaler Zwilling des Gebäudes dient und in Augmented Reality-Exponaten und weiteren digitalen Anwendungen sichtbar wird.

Markgraph Geschäftsführer Stefan Weil zu der Umsetzung des Großprojektes: „Besonders reizvoll an der Viega World war für uns der enorme Mitgestaltungsspielraum und die ganzheitliche Aufgabe, nicht nur einzelne Exponate, sondern die Gesamtinszenierung des Hauses von Anfang an mitentwickeln zu können. Selten haben wir in Projekten die Gelegenheit, die volle Bandbreite unserer Expertise so umfangreich und ganzheitlich einbringen zu können.“

meplan begleitet Peri zur BAU Messe 2023 in München

## Dreijahresvertrag

Ausgestattet mit einem Dreijahresvertrag begleitet meplan den Schalungs- und Gerüsttechnik-Spezialisten Peri auch zur BAU Messe in München. Bereits 2021 konnte meplan Peri für sich gewinnen. Mit einem smarten Konzept und der Integration digitaler Touchpoints setzte sich meplan im Pitch durch und wurde mit einem Dreijahresvertrag belohnt.

Die Herausforderung war, eine modulares Messekonzept für den weltweiten Einsatz zu entwickeln, welches nicht nur dem einheitlichen Markenauftritt gerecht wird, sondern auch durch seine Skalierbarkeit im Design für einen Wiedererkennungswert der Markenauftritte sorgt.

Um die Rolle von Peri als Innovationsführer im digitalen Bereich zu festigen, werden

auch die im Mittelpunkt stehenden Signaturprodukte zunehmend durch Hardwarelösungen erweitert.

Nach diesen Vorgaben entwickelte die meplan Design Division einen Messeauftritt im Raum, mit dem Peri allein im Jahr 2022 auf sieben Messen wie der digitalBAU, der Nord-Bau oder der Powergen in fünf Ländern erfolgreich vertreten war. Besonders mit dem Besuch der digitalBAU wagte Peri neue Messewege und zeigte so seine Vorreiterrolle im digitalen Bereich.

Auch 2023 vertraut Peri weiterhin auf die Kompetenz von meplan, um europaweit auf Messen seine Marke zu präsentieren. Aktuell wird mit Hochdruck am Messeauftritt zur BAU Messe 2023 in München gearbeitet.

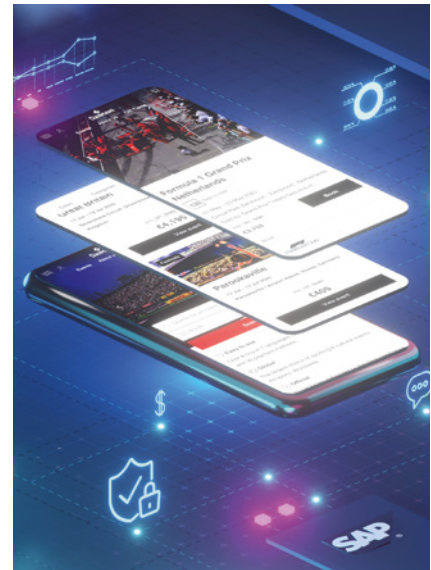
Hier begleitet ein festes Projektteam aus Designern und Projektmanagern den kompletten Entwicklungsablauf.

Vom kollaborativen Projektraum über die digitale Interaktion bis hin zur Transparenz der Entwurfentwicklung anhand virtueller Whiteboards setzt das meplan Projektteam auf die aktuelle Technik. Eine klare Abstimmung bei allen Entwicklungsschritten und ein agiles Partnernetzwerk sorgen für Planungssicherheit und Transparenz.

„Neben der Kreativität und dem Netzwerk hat uns besonders das Zusammenspiel aus modernem Teamwork und altbewährter Zuverlässigkeit begeistert“, lobt Peri Team Lead Exhibitions O. Franke die Zusammenarbeit zwischen meplan und Peri.



Max Müller (Fotos: Daimani)



Mobile Lösung von Daimani

## Marktplatz für exklusive Hospitality-Komplettpakete

# Daimani

Das Schweizer Unternehmen Daimani bietet einen weltweiten Marktplatz für exklusive Hospitality-Komplettpakete. Mit seiner digitalen Plattform will das Unternehmen die Reise zu Events auf der ganzen Welt vereinfachen. Möglich macht das eine leistungsfähige Cloudlösung.

„Die Eventbranche hat bislang ein großes Manko: Sie ist nicht gut genug vernetzt“, sagt Max Müller, CEO und Mitbegründer des Schweizer Start-ups Daimani. Denn egal ob Fußballspiel oder Rockkonzert: Wer eine Reise zu einer Live-Veranstaltung buchen möchte, sucht in der Regel zunächst auf der Website der Veranstaltung nach Tickets, dann in Online-Reisebüros nach Hotelzimmern und schließlich auf den Websites der Fluggesellschaften nach Flügen. Mindestens drei Schritte, dazu kommen oft Vergleichschecks. „Diesen Status quo wollen wir mit unserer internationalen Plattform herausfordern, Angebote bündeln und einen kundenorientierten, vernetzten Service für die VIP-Eventbuchung anbieten“, erklärt Müller.

Fünf Jahre nach der Gründung hat das Start-up digitalen Schwung in die VIP-Event-Branche

gebracht. So können Veranstalter und Unternehmen heute ihren Trip zur Formel 1 in Aserbaidschan oder zum Premiere-League-Fußballspiel in England viel einfacher online planen, ohne die Plattform wechseln zu müssen. Daimani gilt als erster, weltweiter Marktplatz für VIP-Hospitality-Tickets. Doch das Unternehmen zeigt nicht nur, dass digitaler Wandel in der Veranstaltungsbranche gelingt. Mit nur 40 Mitarbeitenden betreibt Daimani sieben Büros verteilt auf Europa, Asien und Südamerika, in sieben Sprachen, mit 30 Bezahlmethoden und 70 Währungen. So beweist das Unternehmen zugleich, dass auch ein kleines mittelständisches Unternehmen die Branche erfolgreich modernisieren kann.

Eine leistungsfähige und hochverfügbare Cloud-Lösung von SAP ist die digitale Basis für den weltweiten Erfolg. Ob Kunden einen VIP-Event in der Schweiz buchen oder eine Veranstaltung in Brasilien, China oder Neuseeland besuchen wollen: Die globalen Rechenzentren des Softwareunternehmens versorgen Daimani schnell und zuverlässig mit den benötigten Daten. Die Datenanalyse in der Cloud berück-

sichtigt zudem individuelle Anforderungen wie die Preislage und erstellt in wenigen Minuten passende Angebot-Pakete. „Wir verwalten pro Event bis zu 70.000 Tickets. Dazu kommt das Tracking für Hotel- und Flugkapazitäten“, erklärt Müller. „Unser Ziel ist es, dass Anwender nur einen Kauf tätigen und nicht unterschiedliche Anbieter kontaktieren müssen. Dazu liefern ihnen unsere Mitarbeitenden übersichtliche Event-Pakete, erstellt in der Cloud.“

Das mittelständische Unternehmen mit Sitz in Zürich hat mithilfe seiner Cloudlösung ein globales, digitales Plattform-Business aufgezogen. Und ist dank der Cloud auch flexibel aufgestellt für weitere Expansionen. Im Januar erwarb ein japanischer Entertainmentkonzern Anteile an der Daimani Gruppe. Mit dem neuen Kapital will der Hospitality-Anbieter sein Wachstum auf dem asiatischen Markt ausbauen. „Wir wollen VIP-Kunden internationale Events noch einfacher zugänglich machen und freuen uns, weitere Märkte zu erschließen. Zudem sind wir stolz als Unternehmen mit nur knapp 30 Mitarbeitenden die Digitalisierung in unserer Branche voranzutreiben“, so Müller.

### DRPG VERANSTALTET BITESIZE TALK ZUM METAVERSE

Mit dem Bitesize Talk „Tiefer Blick ins Metaverse“ am 4. Mai 2023 um 11 Uhr will die DRP Group Einblicke in diese Technologie verschaffen und erörtern, was Unternehmen jetzt schon tun sollten, um rechtzeitig im Metaverse

anzukommen. Dazu wird in dem Bitesize Talk mit einem Experten diskutiert, der die Reise ins Metaverse bereits hinter sich hat: Michael Gairing, CEO der Business Metaverse Plattform RAUM.

Die rund 30-minütigen Bitesize Talks sind Livestreams zu aktuellen Themen. Eine Teilnahme am Bitesize Talk „Tiefer Blick ins Metaverse“ ist kostenfrei. Die Anmeldung erfolgt online.

Aktuelle Projekte in deutschen Firmenmuseen

# Automobil- Ausstellungen

Die deutschen Autohersteller sind in Sachen „Kommunikation im Raum“ seit jeher mit ihren internationalen Messe- und Showroompräsenzen als Trendsetter unterwegs. Gerade für die Zielgruppe der nationalen Markenfans bieten dagegen die hauseigenen Firmenmuseen eine gute Gelegenheit um Modelle, Historie, Ziele und Zukunft ausgiebig szenografisch zu zelebrieren. Der BlachReport hat sich umgeschaut, was im Frühjahr 2023 in den großen automobilen Ausstellungshäusern Deutschlands so alles geht.

## „Driven by Dreams“ im Drive. Volkswagen Group Forum

Das Drive. Volkswagen Group Forum in Berlin zeigt anlässlich des 75. Jubiläums von Porsche Sportwagen die Ausstellung „Driven by Dreams“. Neben Ferry Porsche, der seinen Traum von einem Sportwagen wahr werden ließ, stellt die Ausstellung weitere Persönlichkeiten aus dem Porsche-Umfeld in den Vordergrund, die ebenfalls von Träumen angetrieben waren und immer noch sind. Darüber hinaus verkörpern ausgewählte Fahrzeugexponate den Markenkern von „Driven by Dreams“. Als Hommage an den ersten Porsche Sportwagen 356 präsentiert Porsche die Studie Porsche Vision 357 zum ersten Mal einer breiten Öffentlichkeit.



Sonderausstellung „Driven by Dreams“  
(Foto: Porsche AG)

Neben bekannten Persönlichkeiten bietet der Rundgang eine ganze Reihe von Highlightfahrzeugen. So verwirklichte Ferry Porsche 1948 seinen Traum von einem Sportwagen: Mit seinem Team fertigte er den Porsche 356 „Nr. 1“, der ebenfalls in der Ausstellung zu sehen ist. Das Fahrzeug stellt die Geburtsstunde einer legendären Marke dar und legt den Grundstein für eine beispielhafte Erfolgsgeschichte für den Mythos Porsche.

Als Hommage an dieses legendäre Fahrzeug entstand die neueste Studie Porsche Vision 357, die im Drive. zum ersten Mal zu sehen ist. Die Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft stimmig miteinander zu verbinden, war dabei der Leitgedanke des Entwicklungsteams. Die Proporti-

onen sollen an das historische Vorbild erinnern, den Blick in die Zukunft visualisieren. Weitere Modelle, wie der zum Beispiel auch von Schauspieler James Dean gefahrene Porsche 550 Spyder und der letzte Porsche-Rennsportwagen mit einer Straßenzulassung, der 904/6, werden ebenfalls in der Ausstellung präsentiert. „Driven by Dreams“ ist im Drive. noch bis zum 10. September 2023 zu sehen.

## „Moving in Stereo“ im Mercedes-Benz Museum



Mythos 1: Robert Rauschenberg, „Riding Bikes“,  
1998 (Foto: VG Bild-Kunst Bonn, 2022)

Was machen zwei senkrecht nebeneinander montierte Fahrräder, deren Konturen aus blau leuchtenden Neonröhren nachgezeichnet sind, neben den ersten Automobilen der Welt von Carl Benz und Gottlieb Daimler? Die Skulptur „Riding Bikes“ des US-amerikanischen Künstlers Robert Rauschenberg von 1998 gehört zu „Moving in Stereo“, der aktuellen Sonderausstellung des Mercedes-Benz Museums, die noch bis zum 11. Juni 2023 in Stuttgart zu sehen ist. 150 Arbeiten von 90 internationalen und nationalen Künstlern aus 20 Ländern, entstanden in der Zeit von 1910 bis heute, werden in der Ausstellung gezeigt. Der Großteil der Kunstwerke ist in die Dauerausstellung des Mercedes-Benz Museums integriert. Collectionsraum 5, traditionell der Ort für Sonderausstellungen, ist ausschließlich der Kunst und insbesondere mehreren Großexponaten vorbehalten.

Im Atrium signalisiert eine Installation der Stuttgarterin Florina Leibß, ausgeführt als Auftragsarbeit, den Einzug der Kunst ins Museum: Die Außenseiten der drei Aufzüge, deren Gegengewichte und Schutzwehungen sind mit farbigen und transluzenten Folien in reduzierten Formen versehen. Über die Farbe und die Aufzugbewegungen entfaltet sich bewegte Kunst im Raum.

Der Raum „Mythos 1: Pioniere – die Erfindung des Automobils, 1886 bis 1900“ ist der Erfindung des Motorwagens und frühen Fahrzeugen gewidmet. Dort wird die Skulptur „Riding Bikes“ von Robert Rauschenberg aus dem Jahr 1998 mit zwei nebeneinander angebrachten Fahrrädern gezeigt, deren Konturen von Neonröhren farbig nachgezeichnet sind. Die Fahrräder sind Rad an Rad montiert. So, wie sie kombiniert sind, löst die Arbeit Sinn und Funktion als Fortbewegungsmaschine auf – ein augenzwinkernder Denkanstoß, auch in Richtung des Auftraggebers, die damalige Daimler AG, dessen Erzeugnisse den höchsten Standard der Mobilität garantieren.

Von Rauschenbergs „Riding Bikes“ aus führt der nächste Ausstellungsbereich Werke von rund 30 Künstlern aus dem Zeitraum von 1923 bis 2013 zusammen – eine „Mini-Retrospektive“ wichtiger Stile und Medi-

en der Mercedes-Benz Art Collection. Darunter die erste Erwerbung, mit welcher die Art Collection 1977 gegründet wurde: das Gemälde „Ruhe und Bewegung II“ (auf Blau) von Willi Baumeister aus dem Jahr 1948.

Der Collectionsraum 5 des Mercedes-Benz Museums versammelt Werke, die sich in unterschiedlicher Weise auf Aspekte von Musik, Bewegung, Tanz, Rhythmus und Automobilität beziehen. Prominent begrüßt werden die Gäste von Jean Tinguelys Skulptur „Méta-Maxi“ aus dem Jahr 1986. Das monumentale mobile Objekt, ein spätes Hauptwerk des Künstlers, war über viele Jahre eine der Attraktionen des Skulpturenensembles der Mercedes-Benz Art Collection am Potsdamer Platz in Berlin.

Die Video-Neon-Installation „Nam Sat“ von Nam June Paik geleitet in Mythos 7, Rennen und Rekorde die Gäste aus der Ausstellung heraus. Der Südkoreaner hatte die Skulptur 1997/98 für den Eingangsbereich des ehemaligen Gebäudes von Daimler Financial Services (heute Mercedes-Benz Mobility) am Potsdamer Platz in Berlin entworfen.

## „Technik. Rock 'n' Roll & Roadster“ im BMW Museum

Bis heute gilt Elvis' BMW 507 als eines der berühmtesten Automobile seiner Zeit. Elvis Presley, der am 8. Januar 2023 88 Jahre alt geworden wäre, hatte den gebrauchten Wagen im Dezember 1958, kurz nach Antritt seines Militärdienstes, in Deutschland erworben. Im BMW Museum hat die weiße Ikone nun einen Ehrenplatz: in einem eigenen Raum, der als Elvis-Hommage gestaltet ist. Illustrationen zu der Reise und Geschichte des Autos geben Einblick in die Stationen, die der BMW 507 in über 50 Jahren durchlaufen hat. Ein einer Jukebox nachempfundenen Infokasten illustriert die Geschichte des umfangreichen Restaurierungsprojektes der BMW Group Classic.

Neben den historischen Fakten ist der Elvis-Raum auch ein optisches Highlight. Originalbauteile lassen den Besucher erahnen in welchem schlechtem Zustand sich der Roadster 2014, unmittelbar vor der Restaurierung, befand. Wände in rot-gekleidetem Stoff, ein roter Teppich und Lichter im nostalgischen Design präsentieren den BMW 507 in einem beeindruckenden Retro-Ambiente: Diese bühnenartige Inszenierung, ein Bewegungssensor und ein Vintage Mikrofon ermöglichen den Besuchern vor dem Auto des berühmten Sängers zu seinem Hit „Return to sender“ ihren persönlichen Elvis-Moment zu erleben.

In den 2000-er Jahren wurde der BMW 507 in San Francisco auf der Kürbis-Farm von Oldtimer-Sammler Jack Castor wiederentdeckt. Die BMW Group Classic hat den Wagen 2014 zurück nach München gebracht und originalgetreu restauriert. 2016 wurde der BMW 507 erstmals



Raum „Technik. Rock 'n' Roll & Roadster“  
(Foto: BMW)

auf dem Concours d'Elegance in Pebble Beach (Kalifornien) vorgestellt. In neuem Glanz steht der BMW 507 wieder in seiner bayrischen Heimat und fungiert mit seiner Geschichte als Highlight im Haus der Technik der Dauerausstellung im BMW Museum.

## 75 Jahre Porsche im Porsche Museum

Auch das Porsche Museum widmet sich dem runden Firmenjubiläum im Jahr 2023: Am 9. Juni wird eine umfangreiche Sonderausstellung zur Geschichte der Marke eröffnet. Neben neuen interaktiven Erlebnissen wie den 360-Grad-Rundgängen erhalten Besucher darüber hinaus in 2023 erstmals auch Einblicke hinter die Kulissen und dürfen an einem exklusiven Erlebnisprogramm teilnehmen.

„Dieses Jahr ist für uns ein ganz besonderes. Die Erfüllung eines Traums ist der Beginn der Erfolgsgeschichte von Porsche. Zusammen mit seinem Team hat sich Ferry Porsche im Jahr 1948 seinen Traum von einem Sportwagen verwirklicht und damit den Grundstein für genau das gelegt, was den Mythos Porsche heute ausmacht“, sagt Achim Stejskal, Leiter Porsche Heritage und Museum. „So fokussieren wir uns daher auf die Menschen, die mit ihren Träumen und Wagnissen die Erfolgsgeschichte mitgeschrieben haben. Diese sogenannten Dreamerstories werden wir beghnend im Sommer in unserer Ausstellung vorstellen und darüber hinaus spannende Programme für alle Generationen bieten.“



Ausstellung im Porsche Museum  
(Foto: Porsche AG)

Erstmals werden vielfältige Erlebnisse am Standort Zuffenhausen in einem besonderen Angebot kombiniert – Momente zum Träumen. Zu Porsche Moments of Dreams gehört eine speziell für diesen Tag zusammengestellte Werksführung. Dabei erfahren Teilnehmende Interessantes über den Sportwagenhersteller und erhalten exklusive Zugänge. Anschließend dürfen sie für zweieinhalb Stunden ans Steuer eines Elfers und das Erlebnis Sportwagen im wahrsten Sinne des Wortes erfahren. Nach einer Museumstour wartet ein Drei-Gänge-Menü mit Weinbegleitung in der neu gestalteten Lounge des Restaurants Christophorus auf die Frauen und Männer. Das exklusive Programm, das in deutscher Sprache angeboten wird, findet an drei Terminen am 14. Juli, 15. September und 6. Oktober statt.

An drei Samstagabenden erhalten Besucher zudem Einblicke hinter die Kulissen des Museums. Bei dem Angebot Porsche 4Experts Backstage spricht Iris Haker, Kuratorin des Porsche Museums, passend zum jeweiligen Schwerpunktthema etwa zwei Stunden lang mit Museumskollegen und Experten aus den eigenen Reihen.



Myle in Bern (Foto: Myle)

Neue Festhalle der Bernexpo  
(Visualisierung: Bernexpo)

Drei neue Veranstaltungsorte in der Schweizer Bundestadt

## Eventlocations in Bern

WELCHE EVENTLOCATIONS SIND NEU IN DER „BUNDESSTADT“ DER SCHWEIZ? WIR HABEN MIT UNTERSTÜTZUNG VOM BERN CONVENTION BUREAU UND DEM SWITZERLAND CONVENTION & INCENTIVE BUREAU DREI NEUE VERANSTALTUNGSORTE IDENTIFIZIERT.

### NEUE FESTHALLE – DER BERNEXPO-NEUBAU

Mit der für Frühling 2025 geplanten Eröffnung des Neubaus der alten Festhalle auf dem Bernexpo-Areal, die 1948 als Provisorium entstand, gewinnt die Destination Bern eine Lokalität dazu, die nicht nur den neuesten Standards entspricht, sondern dem Standort Bern auch neue Dimensionen im Veranstaltungsbereich eröffnen soll. Der Neubau wird Platz für große Kongresse und Veranstaltungen mit einem bis zu 9.000 Teilnehmern bieten.

Die nachhaltige Story des neuen Gebäudekomplexes nahm ihren Anfang schon vor dem Spatenstich. Jahrelang hat die Location Raum für unzählige Messen und Berner (Traditions-) Events geboten. Nun wird die alte Festhalle nach einem „Bye Bye Fest“ im Rahmen der BEA – der größten Publikumsmesse, welche die Bernexpo jährlich veranstaltet – im Mai 2023 abgerissen. Das Holz aus der alten Festhalle wird aber recycelt – und es geht nachhaltig weiter: Die Neue Festhalle wird durch eine hauseigene Photovoltaik-Anlage nach Minerale P-Standards betrieben. Damit positioniert sich Bern in punkto Energieeffizienz als Vor-

zeigstandort innerhalb der Messelandschaft. Das neue Gebäude wird ohne Einsatz fossiler Energieträger betrieben. Unter Mitwirkung der Stadt Bern sowie ewb wird die Detailplanung punkto Nutzung von Geothermie, Solarenergie und/oder Fernwärme konkretisiert.

Außerdem wird es weiter „grün“ auf dem Messegelände sein: Alle Platanen sowie die Baum-Allee entlang der Papiermühlestraße bleiben erhalten. Im Dialog mit den verschiedenen Ansprechpartnern wurde festgelegt, dass die 44 Bäume auf dem Messegelände, die im Zuge der Realisierung teilweise oder ganz entfernt werden, neu gepflanzt werden. Konkret kommt der unterirdisch erweiterte Teil

Neue Festhalle der Bernexpo  
(Visualisierung: Bernexpo)

wegen der Grundwasserverhältnisse und dem Anschlusspunkt an die bestehende Einstellhalle nur gerade 40 Zentimeter unter der Oberfläche zu liegen; deshalb können darüber keine Bäume erhalten oder neu gepflanzt werden. Der Anteil naturnaher Flächen inklusive der Bäume wird sich mehr als verdoppeln, indem als wei-

tere Kompensation 15 Prozent der Perimeterfläche gemäß Biodiversität der Stadt Bern naturnah ausgestaltet werden. Heute beträgt der Anteil naturnaher Flächen inklusive der Bäume nur 6,25 Prozent. Durch die vorgesehene extensive Dachbegrünung mit ausschließlich einheimischen Arten und dem weiteren Abrücken von der Papiermühlestraße zum Schutz der Allee soll eine wesentliche Verbesserung gegenüber dem heutigen Zustand erreicht werden.

Auch aus veranstaltungstechnischer Sicht ist der Neubau auf dem Bernexpo-Gelände von Grund auf nachhaltig. Die Fassade schimmert nicht nur golden, sondern ist dank einer Perforation an den entsprechenden Stellen durchlässig für Tageslicht. Für Events aller Art wird außerdem ein abtrennbarer Bereich mit direktem Terrassenzugang gebaut.

----- INFO: <https://bernxpo.ch/neue-festhalle/ueberblick.aspx>

### MYLE – GROSSSTADTGEFÜHLE MITTEN IN BERN

Seit Dezember 2022 ist Bern um ein Restaurant-, Event- und Kulturlokal reicher. Zentraler könnte es nicht gelegen sein – sind es doch nur einige Schritte vom Berner Hauptbahnhof, wettergeschützt unter dem Bahnhofbaldachin hindurch bis zum Eingang des Eventlokals. Das hochwertig ausgebaute, stilvolle Lokal punktet mit architektonischen Details und weckt mitten in Bern „Fernweh- und Großstadtgefühle“.

Meetings und Seminare kann das Myle auch – dafür steht der Eventraum im Untergeschoss

zur Verfügung. Für geschlossene Veranstaltungen wie Teamevents, Business-Treffen und -Empfänge, für Seminare, Präsentationen und Schulungen. Vorhanden sind eine Ausstellung mit aktueller Licht- und Sound-Technik, eine große LED-Wand und Stehtische oder bequeme Sitzgelegenheiten für alle. Häppchen und Barbetrieb können wahlweise dazukommen.

Tagsüber nimmt das Myle seine Gäste mit auf eine kulinarische Reise. Die überschaubare Mittagkarte umfasst unkomplizierte Gerichte, ideal für Businesslunches. Die Abendkarte ist



Myle in Bern  
(Foto: Myle)

raffiniert und lässt vom einzelnen Teller bis zum Mehrgänger alles offen. Vegetarische Gerichte stehen im Fokus, Fisch und Fleisch sind Beilage – diese explizite Umsetzung regt dazu an, sich Gedanken zu bewusstem Genuss zu machen.

----- INFO: <https://myle-bern.com/>

## KUBUS EVENTLOKAL

Das Kubus Eventlokal, Berner Wohlfühloase mit der wohl größten Dachterrasse der Stadt, kann zu jeder Jahreszeit den passenden Rahmen für Veranstaltungen bieten. Dank mobilem Inventar lassen sich 1.200 qm Innenfläche und 800 qm Dachterrasse auf die individuellen Bedürfnisse für Meetings, Events und Workshops anpassen. Die Location kann ab 150 Personen exklusiv gemietet werden und befindet sich nur fünf Gehminuten vom Bahnhof Bümpliz-Süd und zwei Minuten von der Autobahnausfahrt Bümpliz entfernt.

----- INFO: <https://www.kubus-eventlokal.ch/>



Dachterrasse Eventlokal Kubus  
(Foto: Mosaik)

## Motorworld baut Event-Angebot weiter aus

Das Areal der Motorworld Manufaktur Metzingen soll unter dem neuen Projekttitel „Motorworld Village Metzingen“ noch stärker als Veranstaltungsort angeboten werden. Untergebracht auf dem 26.000 Quadratmeter messenden Gelände der ehemaligen Henning Schmiedetechnik bietet das rund 150 Jahre alte, denkmalgeschützte Gebäude-Ensemble mit seinem industriellen Look Platz für Events mit bis zu 10.000 Besuchern.

Von den elf Gebäuden wurden bereits sechs aufwendig saniert. Alle Räume verfügen über Fußbodenheizung, Ambientebeleuchtung, die meisten über Klima- und Lüftungstechnik sowie über aktuelle Eventtechnik. Die „Große Schmiedehalle“ wartet darüber hinaus mit einer rund 80 Quadratmeter großen curved LED-Wand auf. Im Außenbereich wird der historische Charme des Eventdorfes durch neu verlegtes Kopfsteinpflaster auf dem gesamten Areal betont.



Motorworld Village Metzingen  
(Foto: Winfried-W.-Bischoff)

Noch in diesem Jahr wird die Renovierung von drei weiteren Gebäuden fertiggestellt. Insgesamt soll sich die innenliegende Eventfläche im Motorworld Village Metzingen von derzeit 2.550 Quadratmetern auf über 5.000 Quadratmeter nahezu verdoppeln. Gastronomische Vorrichtungen und Einbauten ermöglichen den Betrieb von Pop-up-Restaurants und Bars – zum Beispiel in einer zehn Meter hohen Halle oder dem Gewölbekeller, der sich für Tastings empfiehlt. Weitere Gastronomie soll in Form eines American Diners auf dem Areal beheimatet werden. Auch der Bau eines Hotels sowie eines Parkhauses ist geplant.

Das in unmittelbarer Nähe zur Outlet-City Metzingen liegende Motorworld Village kann zudem mit über 3.500 Quadratmeter Veranstaltungsflächen im Außenbereich, einer guten Anbindung an den Flughafen Stuttgart und die benachbarten Städte Reutlingen und Tübingen punkten. Für außergewöhnliche Event-Momente sorgt ein Flugsimulator eines Airbus A320, der in dem Village steht und bei Aero-task gebucht werden kann. Catering, Deko und Möblierung kommt über namhafte Partner. Weitere in Planung und im Bau befindliche und bereits teillaktive Standorte sind die Motorworld Zeche Ewald-Ruhr, die Motorworld Luxembourg sowie die Motorworld Mallorca.

## Events zwischen Sandkasten und Baumaschinen

Im Rhein-Main-Gebiet finden Veranstalter mit dem Coreum eine Location für Seminare, Tagungen und Events zwischen Baumaschinen



Expo-Halle  
(Foto: Coreum)

und Demobaustellen. Das Coreum befindet sich in Stockstadt, rund 30 Minuten entfernt vom Flughafen Frankfurt. Auf einem Gelände von 120.000 qm gibt es 16 Räumlichkeiten mit Einzelflächen zwischen 36 und 216 qm für Veranstaltungen, Schulungen und Tagungen mit bis zu 850 Teilnehmern.

Mittelpunkt ist die 1.360 qm große Expo-Halle mit einer Raumhöhe von zwölf Metern, deckenhoher Verglasung plus einem 580 qm großen Indoor-Sandkasten. Im Rahmenprogramm können sich Tagungsteilnehmer zum Beispiel bei einer Bagger-Challenge im Sandkasten betätigen.

Übernachtungen sind ebenfalls möglich. Das Coreum Hotel mit 129 Zimmern liegt nur wenige Schritte vom Restaurant und den Seminarräumen entfernt.

## JOBS + KARRIERE

\_ Als „Chief Empowerment Officer“ wird **Benedikt Binder-Kriegelstein** bei *RX Austria & Germany* zusätzlich zu seiner Funktion als CEO interimistisch die Verantwortung für das operative Geschäft des Unternehmens für die nächsten zwölf Monate übernehmen. **Barbara Leithner**, seit 2020 Chief Operating Officer (COO) und Mitglied der Geschäftsführung des Unternehmens, verlässt RX zum 30. April 2023 auf eigenen Wunsch. **Christian Reiß**, Leiter der Unternehmenskommunikation von *RX Austria & Germany*, wird als Chief Marketing Officer künftig die Gesamtkommunikation verantworten.

\_ Zum 1. Mai 2023 übernimmt **Dr. Tim Steiskal** die Vertriebsleitung bei *Škoda Auto Deutschland* und berichtet in dieser Funktion an **Jan-Hendrik Hülsmann**, Sprecher der Geschäftsführung. Steiskal ist aktuell Executive Director Škoda Sales & Marketing bei *SAIC Volkswagen Automotive*. Nach einem Betriebswirtschaftsstudium mit Promotion an der *Universität Dortmund* kam er zu Daimler und wechselte 2011 zu Volkswagen, wo er verschiedene Positionen im Vertrieb bekleidete.

\_ Mit **Lars Stegelmann** hat das italienische F1 Team *Scuderia AlphaTauri* einen international erfahrenen Sales-, Kommunikations- und Marketingexperten verpflichtet, der bei der Scuderia AlphaTauri die neugeschaffene Position des Head of Commercial übernommen hat. Lars Stegelmann leitete vorher den Vertrieb der *ITR GmbH* (bis Ende 2022 Ausrichter der DTM). Davor entwickelte er als Chief Commercial Officer die Vertriebsaktivitäten des Medien- und Technologieunternehmens *Motorsport Network*. Zudem war Stegelmann beteiligt an der Entwicklung und Umsetzung des Vermarktungskonzeptes der *Formel E*.



Henrik Bollmann (Foto: Studieninstitut)

Mareike Bleeke  
(Foto: livewelt)Sven Häffner  
(Foto: Koelncongress GmbH)Edith Gerhardt  
(Foto: Marc Oeder)

## STUDIENINSTITUT FÜR KOMMUNIKATION MANAGEMENT

Das *Studieninstitut für Kommunikation* in Düsseldorf meldet zwei Personal-Veränderungen: **Henrik Bollmann**, studierter Touristiker, der seit 2019 Teil der Geschäftsleitung ist, wurde zum Geschäftsführer bestellt. Zusammen mit Gründer **Michael Hosang** übernimmt er die Verantwortung für die weitere strategische Ausrichtung und unternehmerische Weiterentwicklung des Studieninstituts.

Die studierte Medien- und Kulturwirtin **Gina Rölike** begann ihre Karriere 2015 beim Studieninstitut. Zuletzt war sie im Unternehmen als Marketing-Managerin verantwortlich. Ab sofort übernimmt sie die Leitung für Marketing & PR. Unter ihrer Führung kommen die beiden Bereiche erstmals aus einer Hand.

## PROJEKTMANAGERIN MAREIKE BLEEKE BEI LIVEWELT

Die Agentur *livewelt* verstärkt ihre Crew und kann **Mareike Bleeke** [33] als weitere Projektmanagerin im Eventbereich begrüßen. Mareike Bleeke sammelte bereits Erfahrungen im Eventbereich und wirkte bei Veranstaltungen im Raum München und Österreich mit. Zuletzt war sie sechs Jahre als Betriebsleitung im *Restaurant Stahlberg* in Bielefeld tätig.

Für ihr neues Aufgabengebiet bringt die gelernte Hotelökonomin – ihren Abschluss machte sie bei der *Steigenberger Akademie* in Bad Reichenhall – einen Bachelor in Medienwirtschaft mit. Eine weitere fachliche Qualifikation von Mareike Bleeke sind ihre Erfahrungen im Sportmarketing beim Radsportteam *Giant-Alpecin*.

Das Leistungsspektrum von *livewelt* in Gütersloh umfasst die Bereiche Event, Markenkommunikation und Digital, verbunden mit den Kompetenzfeldern Consulting, Kreation und Content.

## GESCHÄFTSFÜHRERWECHSEL BEI KOELNCONGRESS GASTRONOMIE

**Sven Häffner** ist seit dem 1. April 2023 neuer Geschäftsführer der *Koelncongress Gastronomie GmbH* und löst **Stephan Förster** ab, der das Unternehmen auf eigenen Wunsch zum 31. März verlassen hat.

Sven Häffner ist seit 2006 im operativen Gastronomie-Geschäft tätig. Nach dem Abschluss an der *FH Bad Honnef* im Bereich Betriebswirtschaft/Hospitality Management startete der Diplom Betriebswirt seinen beruflichen Werdegang bei der *Hard Rock Café Germany GmbH* als Operativer Leiter in Köln und später als Assistant General Manager. Nach weiteren Stationen wechselte er 2011 als District Manager zu *Aramark*. Unter anderem übernahm er 2017 mit seinem Team der *Aramark* die Gastronomie auf der *Koelnmesse*, im weiteren Verlauf wuchs das Aufgabenportfolio um zwei Zoos und das *MCC Halle Münsterland*. Anfang 2021 wurde er zusätzlich zum Geschäftsführer der Restaurationsbetriebe *Stockheim* ernannt.

## GESCHÄFTSFÜHRUNG DER AUTOSTADT KOMPLETTIERT

**Edith Gerhardt** wird ab dem 1. Oktober 2023 das Geschäftsführungsteam der *Autostadt* um den Vorsitzenden der Geschäftsführung, **Armin Maus**, und **Marco Schubert**, verantwortlich für Finanzen und Beschaffung, komplettieren. In ihrer neuen Funktion soll sie die Themen Auslieferung von Neuwagen, Konferenzmanagement, Gastronomie, Kulturwandel sowie IT- und Infrastrukturmanagement verantworten.

Die ausgebildete Hotelkauffrau Edith Gerhardt wurde 2021 in die Geschäftsführung des mittelständischen Hotelunternehmens *Hirmer Hospitality* berufen. Zuvor arbeitete sie über 20 Jahre in verschiedenen Positionen für die Hotelkette *The Ritz-Carlton* sowie im Corporate Office von *Marriott*, wo sie die Neueröffnungen aller Marken in Europa, Middle East und Afrika strategisch verantwortete.





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

Die Lust am Inszenieren – seit 1994. Wir erzählen Geschichten, inszenieren Botschaften, bringen Strategien auf die große Bühne. Live, digital, hybrid und online. Als Agentur für Livekommunikation und Experience Marketing realisieren wir Ihr Projekt in Deutschland und im internationalen Ausland. Unser – Ihr – Erfolg basiert auf zwei Säulen, der konzeptionell-strategischen Kommunikationsberatung und der Umsetzung anspruchsvoller Eventprojekte in allen Größenordnungen. Für unsere Leistungen wurden wir wiederholt ausgezeichnet und platzieren uns regelmäßig im Ranking der kreativsten Agenturen Deutschlands.

AKTUELLES IM INTERNET \_ WWW.BLACHREPORT.DE

anbieter  
\_ ansprechpartner

anschrift

telefon . fax . email . internet . angebot

EVENT-AGENTUREN

uniplan

Uniplan Köln	Schanzenstraße 39 a/b 51063 Köln	T +49 221 845 69 0 hello@uniplan.com uniplan.com
Uniplan Frankfurt/Main	Speicherstraße 59 60327 Frankfurt/Main	T +49 69 478 625 59 600 frankfurt@uniplan.com
Uniplan Hamburg	Schaartor 1 20459 Hamburg	T +49 40 180 436 040 hamburg@uniplan.com
Uniplan Kerpen	Zeißstraße 12-14 50171 Kerpen	T +49 22 37 50 90 hello@uniplan.com
Uniplan Basel	Signalstraße 37 4058 Basel - Schweiz	T +41 61 7269 555 basel@uniplan.com
Uniplan Beijing	F15, Building B Guanghua Lu SOHO2 No. 9 Guanghua Road, Chaoyang District, Beijing 100020 - China	T +86 10 5969 2188 hello@uniplan.com
Uniplan Shanghai	2203 K Wah Centre No. 1010, Huaihaizhong Road Shanghai 200031 - China	T +86 21 6330 2226 hello@uniplan.com
Uniplan Hong Kong	Room 2A, 2nd Floor, Beverly House No. 93-107 Lockhart Road Wanchai Hong Kong - China	T +852 2757 9628 hello@uniplan.com

Uniplan. Eine Agentur für Markenerlebnisse.

Uniplan wurde 1960 von Hans Brühe, Vater des heutigen CEO und Inhabers Christian Zimmermann, in Köln gegründet. Seither hat Uniplan sich immer wieder neu erfunden und mit einem Gespür für zukünftige Entwicklungen den handwerklichen Ursprung mit kreativer Vorstellungskraft verbunden. Die Agentur begleitet ihre Kunden von der ersten Idee bis zum letzten Handgriff: 400 Uniplaner an acht Standorten in Europa und Asien erwecken visionäre Ideen mit hohem Anspruch an die Machbarkeit zum Leben – alles für den einen Moment, der das Markenerlebnis einzigartig macht.



**DO YOUR LIVE EXPERIENCES  
REACH THEIR FULL POTENTIAL?**



Syndicate Five GmbH

Strelitzer Str. 2  
10115 Berlin

T +49 172 1910 482  
berlin@syndicate-five.com  
www.syndicate-five.com

We are Syndicate 5 a collective of creative professionals transforming raw ideas into unique live & mixed experiences. Get in touch!

AKTUELLES IM INTERNET \_ [WWW.AUTOMOBIL-EVENTS.DE](http://WWW.AUTOMOBIL-EVENTS.DE)





anbieter  
\_ ansprechpartner

anschrift

telefon . fax . email . internet

angebot

#### TECHNISCHES PLANUNGSBÜRO



PRODUCTION OFFICE GbR  
Ingenieurbüro für  
Entertainment  
\_ Dipl. Ing. Joachim Koppe  
\_ Dipl. Ing. Ralf Schafstall

Schlesische Straße 28  
10997 Berlin

T 030 616716-0  
F 030 616716-29  
www.production-office.de  
info@production-office.de

Das Berliner Ingenieurbüro für Entertainment – unabhängig, flexibel, budgetorientiert. Technische Planung und Leitung sowie architektonische Ausarbeitung von Designs. Ihr Partner für alle technischen, gestalterischen und logistischen Themen. Ausschreibungs- & Genehmigungsverfahren. Hygiene- & Sicherheitskonzepte, Hygienebeauftragte.

#### TEILNEHMERMANAGEMENT



EMENDO Event + Congress  
GmbH & Co. KG  
\_ Philipp Sautter  
Managing Partner

Schönbergstraße 24,  
73760 Ostfildern

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

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

#### VERANSTALTUNGSTECHNIK



Aventem GmbH  
Audiovisuelle  
Dienstleistungen

*Düsseldorf*  
Herderstraße 70  
40721 Hilden  
*Berlin*  
Rohrdamm 24b  
13629 Berlin

T +49 2103 25230-0

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

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



btl next GmbH

Berlin • Düsseldorf  
Frankfurt • Hannover  
München • Poznań

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

Live.Digital.On-site



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

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





INSIDE

# Aliki Heinrich



Aliki Heinrich (Foto: Cannes Convention Bureau)

**ALIKI HEINRICH IST DIRECTOR MICE IM PALAIS DE FESTIVAL / CONVENTION BUREAU CANNES.**

## Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?

Unsere Branche lebt von Kreativität, Flexibilität und Umgang mit vielen unterschiedlichen Menschen. Das motiviert und hält jung!

## Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?

Sportreporter oder Fußballtrainerin, beide Herausforderungen wären nach meinem Geschmack.

## Welchen Traum wollen Sie sich noch erfüllen?

Den Jacobsweg bestreiten.

## Was macht Sie glücklich?

Das Leben.

## Was war bisher Ihre größte Herausforderung?

Das ist schnell beantwortet, meine Zwillinge.

## Welche Entscheidungen haben Sie bereut?

Ich schaue nach vorne. Fehler sind Teil des Lebens.

## Was machen Sie gegen Stress?

Zweimal die Woche Tischtennis.

## Wen möchten Sie gern einmal kennenlernen?

Urs Fischer, den Trainer vom 1. FC Union Berlin, der gerade einen Superjob macht. Eisern Union!

## Was sollen wir hören: Ihr aktueller Musiktipp?

Chopin ‚Marzurkas‘ – interpretiert von Arturo Benedetti Michelangeli.

## Welches Live-Ereignis hat Sie bisher am meisten beeindruckt?

Der G20 Gipfel 2011 in Cannes.

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

### Nennen Sie uns Ihr Lieblingsrestaurant?

Da bin ich schon jetzt nie allein. ‚L'affable‘ ist eines meiner Favoriten in Cannes.

## 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]

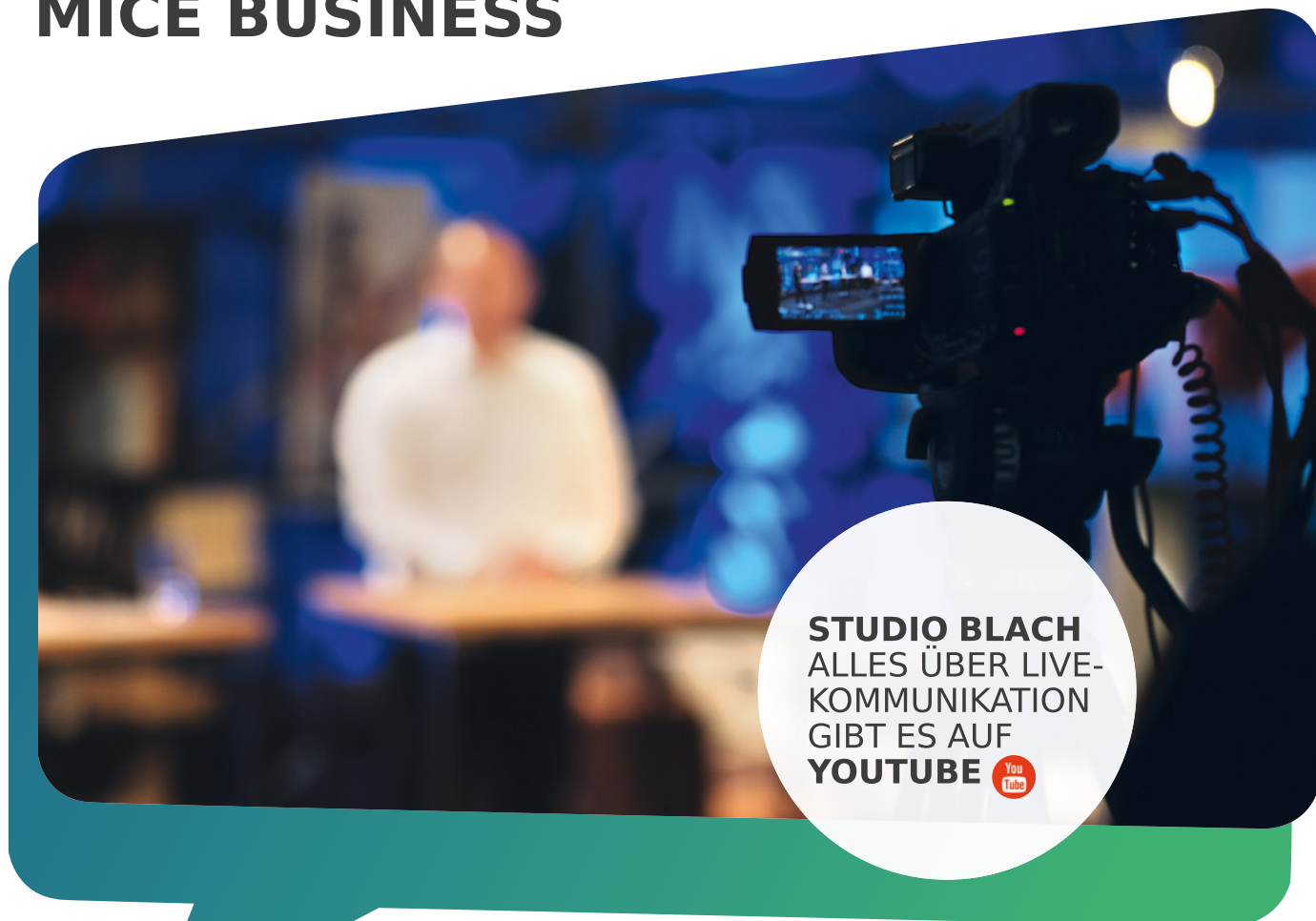
ISSN 1611-8308

# STUDIO BLACH

Alles über Live-Kommunikation



## REPORTAGEN UND TALKS FÜR INSIDER AUS DEM MICE BUSINESS



**STUDIO BLACH**  
ALLES ÜBER LIVE-  
KOMMUNIKATION  
GIBT ES AUF  
**YOUTUBE** 

### AKTUELLE VERÖFFENTLICHUNGEN:

WIE GELINGEN IMMERSIVE  
MEDIENERLEBNISSE BEI  
OUTERNET LONDON?

WIE WERDEN EXPONATE  
FÜR MESSEN UND EVENTS  
VIRTUELL?

FRAGEN AN DEN NEUEN  
VORSTAND: WAS GEHT  
BEIM FORWARD?

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

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

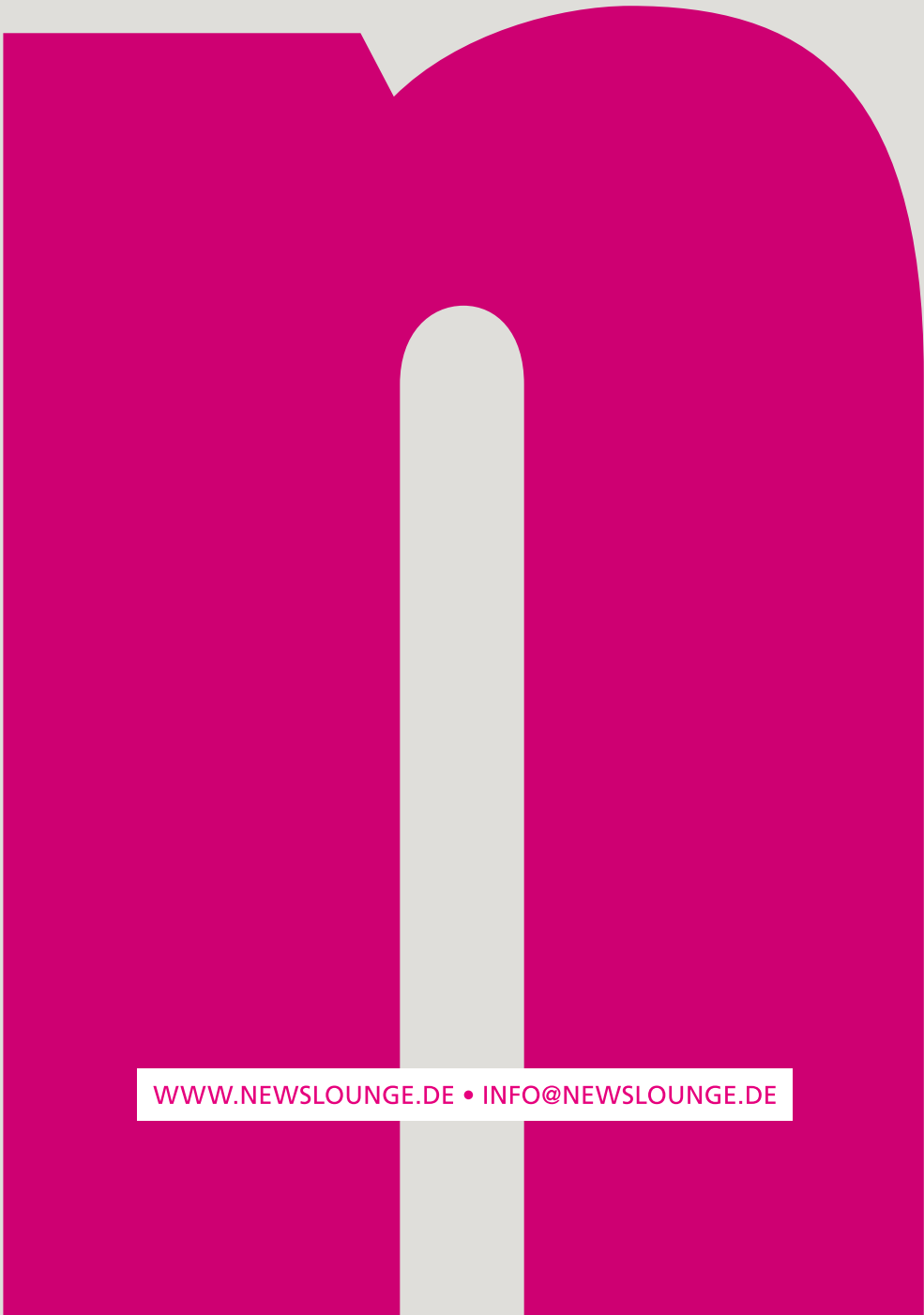
DEN WEBCAST GIBT ES AUCH ALS AUDIOFORMAT  
**RADIO BLACH** AUF ALLEN PODCAST-PLATTFORMEN.

**BlachReport**

# newslounge

PRESSEPORTAL FÜR DIE  
MICE BRANCHE NATIONAL  
UND INTERNATIONAL

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



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