



Warum Tobias Weber und Natalie Driesnack von format:c mit Felix Kupfer von Gurgl Carat einen Reverse Pitch veranstalten

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

Reverse Pitch?



Eine Agentur und eine Location planen „den perfekten Event mit exklusiven, einmaligen Features“ und bieten dieses Premium-Paket dem Markt an – im Pitch. Inhaltlich können die dafür vorgesehenen Slots von den Kunden frei gestaltet werden – so kann die Veranstaltung beispielsweise sowohl eine Jahrestagung

mit Teambuilding als auch ein Incentive mit inhaltlichen Schwerpunkten sein. Entwickelt wurde die Idee eines „Reverse Pitch“ von Natalie Driesnack und Tobias Weber von der Agentur format:c sowie Felix Kupfer vom Kongress- und Eventzentrum Gurgl Carat, Europas höchstgelegenen Konferenzzentrum in Obergurgl/Österreich.

Es geht also um einen „Pitch andersrum“ – Veranstalter können sich bei einer Agentur oder einer Location um den Zuschlag bewerben. Klar ist das auch eine Provokation, basierend auf einem kritischen Blick auf Ausschreibungen und Wettbewerbspräsentationen. Schlechte Briefings, unzureichende Bearbeitungszeiträume, intransparente Angebotsvergleiche, nicht vorhandene Vergleichskriterien und kaum noch persönliche Präsentationsmöglichkeiten – das sind nur einige der zahlreichen Kritikpunkte, wie sie Tobias Weber formuliert hat.

Eigentlich geht es den Initiatoren bei diesem Event-Experiment aber um mehr. Zum Beispiel um mehr Nachhaltigkeit, wie sie im Gespräch mit dem BlachReport betonten. Sie wollen aber auch mehr Aufmerksamkeit, um mit Branchenkollegen und Auftraggebern in einem konstruktiv-kritischen Diskurs über Pitches zu gehen.

Was ihnen sonst noch beim Reverse Pitch wichtig ist, erfahren Sie im Interview mit Natalie Driesnack, Tobias Weber und Felix Kupfer ab Seite 12 in dieser Ausgabe.

Herzlichst

Ihr Peter Blach



inhalt

Titelfoto: Natalie Driesnack und Tobias Weber (Foto: format:c)

- 4 BUSINESS Eckpunkte der Nachhaltigkeitsstrategie
- 5 BUSINESS MICE-Kompetenzzentrum
- 6 FLAGSHIP STORES Stationäre Highlights
- 8 BUSINESS Erfolgreiches MICE-Jahr
- 10 WORK ISH-Auftritt von Viessmann
- 12 PITCHKULTUR Reverse Pitch

- 14 VENUES Paris
- 15 SERVICES Tournet vorgestellt
- 16 PEOPLE Jobs + Karriere
- 17 MARKETING-SERVICES Lieferantenverzeichnis
- 26 BACKSTAGE Dirk Bachmann-Kern
- 26 IMPRESSUM



Luftaufnahme Messegelände
(Foto: Koelnmesse/Thomas Volkmar)

Koelnmesse stellt Eckpunkte der Nachhaltigkeitsstrategie vor

Nature, Events und Community

Nature, Events und Community – in diesen drei zentralen Handlungsfeldern fasst die Koelnmesse ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten zusammen und möchte diese von nun an ganzheitlich abbilden. Alle Maßnahmen und Ideen zielen darauf ab, ein Marktplatz zu sein, der den Messebetrieb maximal ressourcenschonend ermöglicht. „Das ist herausfordernd. Wir gehen diese Situation jedoch mit Nachdruck an und haben das klare Ziel, bis 2035 klimaneutral zu sein“, sagt Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung. „Dafür müssen wir CO₂-Emissionen reduzieren, Ressourcen sparen und auf erneuerbare Energien umstellen“, nennt Böse wichtige Stellschrauben. Als Rahmen für diese und zahlreiche weitere Aktivitäten dienen der Koelnmesse die Sustainable Development Goals (SDG) der Vereinten Nationen, auf denen auch die zukünftige Nachhaltigkeitsstrategie der Koelnmesse fußt.

Nachhaltigkeit ist ein Thema, das die Koelnmesse seit Beginn ihrer Modernisierungs- und Bauprojekte im Jahr 2015 begleitet. Zahlreiche Projekte, darunter das dynamische Logistikma-

nagement eSlot, das nach eigenen Angaben weltweit größte Messe-Verkehrssystem zur Reduzierung von Staus und Kfz-Emissionen und die vollständige Umstellung auf Ökostrom, tragen schon heute zu mehr Nachhaltigkeit bei Messeauftritten und Besuchen bei. Im Rahmen der neuen Nachhaltigkeitsstrategie will sich die Koelnmesse nun noch stärker als zuvor ihrer gesellschaftlichen und ökologischen Verantwortung stellen.

Um das Bewusstsein für Nachhaltigkeit bei Kunden, dienstleistenden Unternehmen, Gesellschaftern und Mitarbeitenden gleichermaßen zu steigern, bündelt die Koelnmesse ihre einzelnen Maßnahmen ab sofort unter dem neu entwickelten Label „Tradefairer“. Die zunehmende strategische Bedeutung des Themas zeigt sich auch in der Erweiterung des Geschäftsbereiches Unternehmensentwicklung um den Themenschwerpunkt Sustainability sowie der Schaffung neuer Personalkapazitäten. Dabei gelten ein effektives Abfall- und Wertstoffmanagement, Einsparpotenziale für Energie- und Materialverbrauch sowie nachhaltige

Energiebeschaffung als die größten Herausforderungen der kommenden Jahre. „Die einzelnen Schwerpunktthemen werden derzeit in bereichsübergreifenden Arbeitsgruppen definiert und kommende Meilensteine festgelegt“, sagt Prof. Dr. Christian Glasmacher, Mitglied der Geschäftsleitung, Geschäftsbereichsleiter Corporate Development & Sustainability.

Die Koelnmesse will zudem Gastgeber aktiv bei der Integration des Themas Nachhaltigkeit auf Messen unterstützen und auf eigenen Veranstaltungen Angebote und Beratung für eine nachhaltige Teilnahme anbieten. Hierzu zählen zum Beispiel ein nachhaltiges Beschaffungs- und Lieferkettenmanagement ebenso wie ein nachhaltiger Standbau und Catering. Dafür bietet die Koelnmesse bereits heute nachhaltige System-Stände an, die durch langjährige Wiederverwendung keinen Müll produzieren und schnell mit wenigen Klicks aufgebaut sind. Erklärtes Ziel ist, bis 2030 das Gesamtportfolio für Systemstandbau und Standbegrenzungswände vollständig CO₂-neutral anzubieten.

VDVO-Mitglieder können Travel Industry Card buchen

Ticket to Discount

VDVO-Mitglieder können ab sofort für 50 Euro bei einer Geltungsdauer von zwei Jahren die Travel Industry Card beantragen, die vom VDR herausgegeben wird und verschiedene Vorteile bündelt. Mit diesem „Ticket to Discount“ bekommen VDVO-Mitglieder teilweise kräftige Preisnachlässe bei Hotels, Mietwagen- und Fernbusunternehmen, der Deutschen Bahn, Parken am Flughafen, Freizeitparks, Shows & Events und zahlreichen weiteren Partnern. Dazu ein paar Beispiele: 20 % Rabatt weltweit bei

Leihwagenanmietungen Sunny Cars, bis zu 25 % weltweit bei AVIS, bis zu 30 % auf die Hotelraten bei Accor Hotels, bis zu 50 % inklusive einer Begleitperson bei Stars in Concert im Berliner Estrel. Dazu PEP-Angebote, Rabatte auf Weiterbildung, Limousine-Services und mehr.

Der Verband der Veranstaltungsorganisations ist seit März 2023 förderndes Mitglied beim deutschen Reiseverband VDR und kann seinen Mitgliedern neben der zusätzlichen Einbindung in das Branchennetzwerk die

se Karte anbieten. Geschäftsführer Thorsten Schwartz will aber in diesem Jahr noch etwas obendrauf packen: „Wir haben für 2023 eine Zielgröße von 1.000 Mitgliedern ins Auge gefasst, denn wir wollen unseren Einfluss in der Branche und vor allem auch in der Politik weiter verstärken. Damit machen wir Planern ein einmaliges Angebot: Die kostenlose Schnuppermitgliedschaft für ein Jahr.“ Der reguläre Jahresbeitrag beim VDVO kostet 60 Euro im Jahr.



Bike und Wine Tour im Tessin (Foto: Ticino Turismo/Giglio Pasqua)

Region Tessin startet Convention Bureau

MICE-Kompetenzzentrum

Seit April 2023 steht mit dem Ticino Convention Bureau ein neues Kompetenzzentrum für den Geschäftstourismus im Tessin zur Verfügung. Die Attraktivität des Kantons Tessin als MICE-Destination soll dabei durch Promotion, Akquisition, Strukturierung des Angebots und aktive Einbindung der Partner in der Region zusätzlichen Schwung erhalten.

Das Ticino Convention Bureau wurde jetzt im Rahmen einer Pressekonferenz im Institut für Forschung in Biomedizin (IRB) in Bellinzona vorgestellt. Ticino Turismo, die vier regionalen Tourismusorganisationen und die wichtigsten Städte des Kantons mit Unterstützung des Amtes für Wirtschaftsentwicklung der Volkswirtschaftsdirektion wollen mit dem Büro die Entwicklung des Geschäftstourismus in der Region weiter vorantreiben. Ziel ist, das Tessin unter den ersten sechs Destinationen des Sektors in der Schweiz zu positionieren.

Bei der Eröffnung der Pressekonferenz erklärte Staatsrat und Direktor des Finanz- und Wirtschaftsdepartements Christian Vitta, dass das Ticino Convention Bureau den Kanton zu noch mehr Wettbewerbsfähigkeit im Bereich des Kongress- und Geschäftstourismus führen soll. Ein Sektor, der bereits vor der Pandemie rund 20 Prozent aller Übernachtungen im

Kanton ausmachte und der auch weitere interessante Möglichkeiten bietet, wie zum Beispiel im Hinblick auf die Desaisonalisierung der touristischen Nachfrage, indem die Auslastung der Hotelzimmer und Säle für Veranstaltungen in den Zeiträumen von März bis Juni und von September bis November gesteigert werden kann.

Die MICE-Klientel sei auch deshalb für den Tourismus-Standort besonders interessant, weil sie naturgemäß nicht nur ein sehr hohes Ausgabenbudget hat, sondern weil sie mit ihrer Nachfrage nach hochmodernen Einrichtungen und Räumen, die mit neuester Technologie ausgestattet sind, anspornen, in die Qualität des touristischen Angebots zu investieren. Gerade im MICE-Segment seien einige der neuen Trends im Tourismus zu finden. Angelo Trotta, Direktor von Ticino Turismo: „Die Verbindung von Arbeit und Freizeit ist ein weltweiter Trend, der durch die Pandemie noch verstärkt wurde. Die Konzepte Bleisure (Verlängerung des Aufenthalts zu privaten Zwecken nach einem Firmenevent) und Workation (Kombination von Urlaub und Smart-Working beziehungsweise Homeoffice) sind daher auf dem Vormarsch. Wir treten in ein Zeitalter der neuen Arbeitsformen ein, in dem wir gar von digitalen Nomaden sprechen können. In

einer zunehmend fragmentierten, vielschichtigen und diversifizierten Arbeitswelt werden Incentive- und Teambuilding-Reisen an Bedeutung gewinnen.“

Samuel Righetti, Koordinator des Ticino Convention Bureau, betonte, dass „die Einrichtung dieses Zentrums es ermöglicht, das Wissen und die Fähigkeiten von Fachleuten, die seit Jahren in diesem Sektor tätig sind, zu teilen und zu verbessern, mit dem Ziel, mehr Firmenveranstaltungen ins Tessin zu bringen und damit wirtschaftliche Impulse zu setzen.“

Die Zielmärkte des Ticino Convention Bureau werden die klassischen Märkte des Geschäftstourismus sein, das heißt Meetings, Incentives, Kongresse und Events, einschließlich Hochzeiten. Der Aktionsradius wird hauptsächlich die Schweiz sein, ohne jedoch eine opportune Positionierung der Destination auch auf internationaler Ebene auszuschließen. MICE-Kunden, die mit dem Ticino Convention Bureau in Kontakt treten, sollen von einer Reihe von Dienstleistungen profitieren können, die von der einfachen fachlichen Beratung über die MICE-Einrichtungen und -Aktivitäten im Kanton bis zur Planung und Organisation der Veranstaltung durch spezialisierte Tessiner Agenturen reichen.



Neuer Flagship-Store in Hamburg (Foto: Deutsche Telekom AG)



Bunte Schokowelt Berlin (Foto: Alfred Ritter GmbH)

Telekom, Ritter Sport und Tiffany & Co. setzen auf moderne Retail-Konzepte

Stationäre Highlights

TROTZ EINES WIRTSCHAFTLICH HERAUSFORDERNDEN UMFELDS MIT MATERIALKNAPPHEIT, LIEFERENGPÄSSEN UND ERHEBLICHEN PREISSTIEGERUNGEN INVESTIEREN HÄNDLER MILLIARDEN IN IHRE LÄDEN.

Laut einer im Rahmen der EuroShop vorgestellten Studie des EHI Retail Institute haben Handelsunternehmen in Deutschland in 2022 insgesamt 9,12 Mrd. Euro in Bau, Technik und Optik ihrer stationären Geschäfte investiert. Bei stark eingeschränkter Expansion liegt der Fokus für 68 Prozent der Händler dabei klar auf Umbau- und Instandsetzungsmaßnahmen. Zwei aktuelle deutsche – und ein internationales – Ladenbau-Highlights stellen wir nachfolgend vor.

Telekom eröffnet europaweit größten Store in Hamburg

Die Telekom eröffnete im April ihren europaweit größten Shop in Hamburg in der Spitaler Straße 3. Nur wenige Gehminuten vom Hamburger Bahnhof und mitten in der Fußgängerzone bietet der Shop auf über 1.000 Quadratmetern Gesamtfläche viel Platz für die individuelle Beratung von Privat- und Geschäftskunden sowie das Erleben der Produkte. „Wir wollen unseren Kunden auf allen Kanälen – egal ob online, an der Hotline, zuhause oder im Shop – ein einzigartiges Serviceerlebnis bieten. Der direkte Kundenkontakt ist eine wesentliche Säule unserer Strategie. Entgegen dem landläufigen Trend: Wir zeigen Flagge vor Ort und setzen auf den stationären Handel. Denn im Vertrieb und Kundenservice macht der Mensch den Unterschied“, erklärt Ferri Abolhassan, Sales & Service-Chef Telekom Deutschland.

„In unserem neuen Flagship-Store im Herzen Hamburgs sind unsere Kunden in besten Händen, egal mit welchem Anliegen sie zu uns kommen“, sagt Bijan Eshahani, Leiter Telekom Shops. „Gerade im Hinblick auf den Glasfaserausbau ist die Beratung im Shop ein großer Vorteil für unsere Kundschaft.“ Im neuen Hamburger Flagship-Store können die Besucher die Verfügbarkeit von Glasfaser an der eigenen Adresse prüfen und ihren Anschluss beauftragen. In verschiedenen Beratungsbereichen

auf 835 Quadratmetern reiner Verkaufsfläche, verteilt auf zwei Etagen, kümmern sich Fachleute zudem vor Ort um jedes Service- und Kaufanliegen. Interessierte haben zudem die Möglichkeit, Geräte und Anwendungen in den zahlreichen Demo-Ecken auszuprobieren.

Im Hamburger Shop empfängt das Personal die Kunden persönlich, um Beratungstermine zu koordinieren. Dadurch soll sichergestellt werden, dass das Anliegen vom richtigen Experten bearbeitet wird. Besucher können zudem viele Produkte und Partnerangebote vor Ort testen. So zum Beispiel die Produkte von Disney+, Samsung und dem Audioanbieter Teufel. Wer Unternehmenslösungen sucht, lernt im eigens geschaffenen Business-Bereich die Produkte von Microsoft, Cisco und Enreach näher kennen.

In der Magenta-Zuhause-Lounge zeigt die Telekom die neuesten Technologien für Heimvernetzung, SmartHome und MagentaTV. An der Reparatur-Bar wird das Smartphone instandgesetzt, und eine Kaffee-Bar lädt zum Verweilen ein. Während Eltern beraten werden, können Kinder in den eigens eingerichteten Kids-Ecken spielen.

Mit einem neuen Shop Design setzt die Telekom in Hamburg bewusst auf Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein. Das Unternehmen verwendet recycelte Möbel, nachhaltige Rohstoffe und setzt auf eine großzügige Begrünung im Innenraum. Neue Möbel wurden von lokalen Herstellern gefertigt. Von der Elbphilharmonie über den Hafen bis hin zum Marktschreier auf dem Fischmarkt, stellen lokale Wandmotive dabei einen engen Bezug zur Stadt Hamburg her. Alle Bereiche des Shops sind barrierefrei.

Ritter Sport Flagship-Store Berlin

Am 11. April öffnete die Bunte Schokowelt von Ritter Sport in Berlin-Mitte nach drei Monaten intensiver Umbauzeit wieder ihre Türen. Der Flagship-Store setzt nun auf ein interaktives Erlebniskonzept mit Workshops, geführten Touren und einer Live-Manufaktur. Auf rund 1.000 Quadratmetern lädt die Marke die Besucher der Location dazu ein, mit allen Sinnen die Welt der Schokolade und des Kakaos zu entdecken.



The Landmark in New York City (Foto: T&CO.)



The Landmark in New York City (Foto: T&CO.)

Schon seit der Eröffnung im Jahr 2010 sollte die Bunte Schokowelt in der Französischen Straße mehr als ein Ort zum Einkaufen sein, sondern auch ein Ort des Entdeckens, Lernens und Genießens.

Nach dem Umbau dominiert nun noch stärker die klare Ausrichtung auf das aktive Erleben: Als beliebtes Highlight ist die Werkstatt vom Untergeschoss in den ersten Stock umgezogen. Mit Blick auf die zentral gelegene Französische Straße sollen hier künftig kreative Workshops stattfinden, in denen Teilnehmer selbst zum „Chocolate Maker“ werden. Das Herstellen der eigenen Schokolade kann dabei allein oder auch als Gruppen-Event mit bis zu 20 Personen in Angriff genommen werden.

Ebenfalls selbst kreieren können Besucher an speziellen digitalen Terminals die eigene, ganz persönliche Schokolade mit selbst-gewählten Zutaten und individuell gestalteter Verpackung – von der klassischen 100 Gramm Tafel bis zum riesigen 500 Gramm Quadrat. Diese wird dann direkt vor Ort von professionellen Chocolate Makern hergestellt.

Im ersten Stock, auf dem sogenannten Marktplatz, ist unter dem Motto „From Tree to Bar“ der Weg der Schokolade vom Kakaobaum bis zur fertigen Tafel inszeniert. Besonders stolz ist das Team der Buntten Schokowelt auf die eigene, kleine Manufaktur, in der Chocolatiers exklusive Kreationen live herstellen. Weitere Attraktionen sind hier ein Kakaobaum als ein Fotospot für instagrammable Bilder, ein Ritter Sport Schokobrunnen und ein Schokoautomat mit Gratistafeln zum Probieren. Neben dem künstlerisch gestalteten Bistro lädt im Erdgeschoss eine großzügige Shopping-Area zum Schokoeinkauf ein. Neben dem klassischen Ritter Sport Sortiment bietet die Bunte Schokowelt auch exklusive Store-Produkte und lokale Geschenkartikel an, die es nur dort gibt.

The Landmark: Tiffany & Co. in New York City umgebaut

In New York City enthüllte Tiffany & Co. im April 2023 sein neu gestaltetes Ladengeschäft an der 57th Street und Fifth Avenue. Das umgebaute Flaggschiff trägt den neuen Titel „The Landmark“ und ist einer der größten Stores in Manhattan. The Landmark markiert die erste komplette Re-

novierung des Objekts seit seiner Eröffnung im Jahr 1940. Gegensätzliche Kräfte bestimmen die Transformation: Alt und Neu, Vergangenheit und Zukunft, verborgene und offenbarte Exponate. Als Hommage an die Originalstruktur des Gebäudes wurde die Fassade mit ihrer Atlas-Statue und der Uhr über den Drehtüren renoviert, um ihr ursprüngliches Design zu würdigen, während die Innenräume komplett neu gestaltet wurden. Der Architekt Peter Marino zeichnete für die Gestaltung der Innenarchitektur verantwortlich, OMA New York leitete die Renovierung selbst.

Beim Betreten des neuen Geschäfts tauchen die Kunden sofort in eine weitläufige Hauptetage mit Vitrinen ein, die durch ein innovatives Oberlicht beleuchtet werden. Die Deckeninstallation erstreckt sich fast über die Raumlänge und setzt sich aus abstrakten Facetten zusammen. Sein Design ist eine Hommage an Tiffany's eng mit Diamanten verknüpfte Fimengeschichte. Auf den zehn Stockwerken der Location sind fast 40 Kunstwerke verteilt, darunter nie zuvor gesehene, von Tiffany in Auftrag gegebene Stücke. Die Ausstellung umfasst Werke von Künstlern wie Damien Hirst, Julian Schnabel, Rashid Johnson, Anna Weyant und Daniel Arsham.

Im Erdgeschoss lassen Videowände die Besucher in typische Szenarien aus New Yorker City eintauchen, mit projizierten Eindrücken aus dem Central Park und von der Skyline von Manhattan. Sind die Screens ausgeschaltet, dienen die den Besuchern als Spiegelflächen. Der Holzparkettboden im gesamten Gebäude erinnert an das ursprüngliche Design der 1940er Jahre und spiegelt das ursprüngliche Muster der Ladeneinrichtung wider. Eine neue Uhr von Tiffany & Co., inspiriert von der ursprünglichen Atlas-Statue und Uhr, befindet sich ebenfalls im Erdgeschoss.

Das Herz des Ladens ist eine Wendeltreppe mit wellenförmigen, transparenten Balustraden, die mit Bergkristall verziert sind und von den Designs von Elsa Peretti inspiriert sind und diese aufgreifen. Die Treppe verbindet die Etagen 3 bis 8, während Aufzüge den Zugang zu jeder Etage ermöglichen.

Das Blue Box Cafe von bietet den Gästen Zugang zu einem Tiffany-inspirierten Speiseerlebnis. Der New Yorker Michelin-Sterne Koch Daniel Boulud bietet ein saisonales Tagesmenü. Der neu gestaltete Raum umfasst jetzt einen privaten Essbereich und eine Bar mit Kunstinstallationen. Spezielle Museums- und Ausstellungsräume auf den Etagen 8 und 9 zeigen wechselnde Ausstellungskonzepte und Markenerlebnisse.



(Grafik: WienTourismus)

Wiener Tagungsindustrie 2022			
	BILANZ 2022	VERGLEICH ZU 2021	VERGLEICH ZU 2019
Anzahl der Veranstaltungen	4.339	+143%	-21%
Anzahl der Teilnehmer:innen	451.018	+222%	-26%
Nächtigungen der Teilnehmer:innen	1.186.679	+317%	-25%
Beitrag zum BIP (in Mio. €)	738,55	+370%	-23%
Jahresarbeitsplätze	13.145	+376%	-24%
Steuereinnahmen in Österreich (in Mio. €)	204,24	+370%	-23%

VIENNA
 CONVENTION BUREAU
Quelle: Vienna Convention Bureau
 mit Dr. Martina Stoff-Hochreiner Consulting

Norbert Kettner und Christian Woronka (v. l., Foto: Tobias Holzer)

Vienna Convention Bureau zieht positive Bilanz für 2022

Erfolgreiches MICE-Jahr

Das Vienna Convention Bureau blickt auf ein erfolgreiches Meetingjahr 2022 zurück. Kongresse und Firmentagungen erreichten im vergangenen Jahr rund 80 Prozent des Niveaus 2019 und nationale Kongresse haben das bisherige All-Time-High sogar übertroffen. Wien konnte in 2022 zudem seine Rolle als Medizin-Hub festigen während internationale Großveranstaltungen wieder ihren Weg in die österreichische Hauptstadt gefunden haben. Der Trend geht nach zwei Pandemiejahren verstärkt zu Bleisure-Travel und nachhaltigen Veranstaltungen. Hier will die Stadt vor allem mit Green Meetings und besonderen Incentive-Programmen punkten.

„Wien überzeugt und begeistert Meetingplaner auch in herausfordernden Zeiten und hat 2022 die Trendumkehr geschafft“, so Christian Woronka, Leiter des Vienna Convention Bureau (VCB) des WienTourismus. Das Resultat der vereinten Bemühungen aller Akteure in Wiens Meetingindustrie: 4.339 Tagungen (Kongresse und Firmenveranstaltungen) im Jahr 2022 bedeuten ein Plus von 143 Prozent zu 2021 und 79 Prozent des Aufkommens 2019. Hervorzuheben sind hier die nationalen Kongresse, die anders als ihr internationales Pendant (531) oder auch Firmenevents (international: 1.507, national: 1.160) mit 1.141 Veranstaltungen bereits über ihrem Wert aus 2019 (733) lagen. Alle Tagungen zusammen

brachten Wien rund 451.000 Teilnehmer, die in Summe 1.187.000 Nächtigungen generierten – ein Teilnehmer-Plus von 222 Prozent zu 2021 (74 Prozent des Niveaus 2019) sowie ein Nächtigungs-Plus von 317 Prozent (75 Prozent des Niveaus 2019). Wiens Tagungsindustrie leistete damit einen Beitrag von neun Prozent zum Gesamtnächtigungsaufkommen des Jahres 2022.

Trotz neuer Rekordzahl bei nationalen Kongressen sind nach wie vor internationale Kongresse am stärksten ausschlaggebend für das wirtschaftliche Gesamtergebnis: Mit einem Anteil von zwölf Prozent am gesamten Tagungsaufkommen 2022 repräsentiert dieses Segment nicht nur 43 Prozent aller Teilnehmer und 72 Prozent des Nächtigungsaufkommens, sondern auch 79 Prozent der durch alle Tagungen generierten Wertschöpfung und Steuereinnahmen. „Vor allem im zweiten Halbjahr 2022 setzte die Rückkehr der Großkongresse mit mehreren Tausend Teilnehmern wieder ein. 2023 zählen wir bis dato schon mehr als 50 Kongresse ab 1.000 Teilnehmer:innen, darunter 16 Großkongresse ab 3.000 Personen beziehungsweise vier, die sogar die 10.000er-Marke wieder überschreiten“, erklärt Norbert Kettner, Direktor des WienTourismus.

Die Bedeutung von Kongressgästen wird auch deutlich, wenn man deren Ausgabeverhalten analysiert: Mit durchschnittlich 552

Euro weisen sie etwa doppelt so hohe Tagesausgaben auf wie der Durchschnitt aller Wien-Reisenden. Diese Ausgaben umfassen beispielsweise Hotelnächtigungen, Teilnahmegebühren, Konsumation in gastronomischen Betrieben, Eintritte, Shoppingausgaben oder Transportleistungen vor Ort. Die durchschnittliche Dauer internationaler Kongresse erhöhte sich im Vorjahr auf 3,1 Tage (von 2,9 Tagen im Jahr 2019). Das Interesse beim Publikum, den Aufenthalt für private Zwecke zu verlängern wächst. Waren die Jahre vor der Pandemie von einer Straffung der Aufenthaltsdauer geprägt, so ist nun „Bleisure Travel“ das Gebot der Stunde.

Derzeit laufen im Vienna Convention Bureau weltweit mehr als 200 Bewerbungen für Kongresse und Firmenveranstaltungen. Die Kommunikationsaktivitäten der Meeting Destination Vienna konzentrieren sich 2023 hauptsächlich auf die USA, Großbritannien, Belgien, Deutschland und die Schweiz. Fachmedienkooperationen, eine Pressereise mit US-Fachmedien und in Summe mehr als 30 internationale Sales-Aktivitäten, Workshops und Kund:innen-Events werden von der Teilnahme an den wichtigsten Branchenveranstaltungen und Messen ergänzt, beispielsweise der „IMEX“ in Frankfurt und Las Vegas, der „The Meetings Show“ in London oder der „ibtm“ in Barcelona.



Benjamin Bauer (Zollhof), Carolin Hofmann, Dr. Michael Melcher, Dr. Martin Kassubek (NürnbergMesse) und Anne Christin Braun (Zollhof) (v.l., Foto: Zollhof/NürnbergMesse)

NürnbergMesse und Zollhof verlängern Partnerschaft

Digitales Know-how

Die Zusammenarbeit der NürnbergMesse mit dem Start-up Inkubator Zollhof in Nürnberg wird nicht nur fortgesetzt, sondern ausgebaut: Für fünf weitere Jahre arbeiten die Messegesellschaft und der Start-up Hub in Nürnberg jetzt gemeinsam an der Entwicklung von neuen digitalen Angeboten rund um die Präsenzveranstaltungen der NürnbergMesse. Neben dem Austausch von Know-how, Mentoring-Programmen und Screenings, bei denen sich Start-ups für innovative Messeformate präsentieren, steht die Frage nach der zukünftigen Entwicklung von Veranstaltungen, auch im Metaverse, im Mittelpunkt der Kooperation.

„Der Zollhof ist ein echtes Powerhouse in Nürnberg, bei dem in der Zusammenarbeit zwischen Start-ups und Unternehmen die Innovationskraft sprüht. Dieser Gründergeist treibt auch die Weiterentwicklung unseres Geschäftsmodells voran, von der unsere Aussteller und Besucher profitieren“, sagt Dr. Martin Kassubek, Mitglied der Geschäftsleitung und Leiter

Corporate & Digital Development bei der NürnbergMesse. Die nun verlängerte Partnerschaft begann in 2018. Die Messegesellschaft verstärkt seitdem ihr Geschäft mit Ideen und Konzepten aus dem Start-up Ökosystem des Zollhof. Umgekehrt profitieren die Start-ups davon, ihre Lösungen im Live-Betrieb und in konkreten Anwendungen der NürnbergMesse zu testen und weiterzuentwickeln. Über die Kooperation mit dem Zollhof will die Messegesellschaft auch ihr „Digital Partner Network“ ausbauen, in dem sie Unternehmen versammelt, die ihr Veranstaltungs- und Serviceangebot um digitale Komponenten erweitern.

Fester Bestandteil der Kooperation werden gemeinsame „Know-how-Events“ sein, bei denen Mitarbeiter der NürnbergMesse zusammen mit Start-up- und Tech-Experten Inspiration zu neuen Technologie- und Innovationstrends erhalten sollen. Beim „Start-up Screening“, für das sich der jeweils passende Partner aus dem Start-up Netzwerk bewerben

kann, profitiert wiederum die NürnbergMesse, in dem sie konkrete Anforderungen skizziert. Workshops zum Thema „Events of the Future“ analysieren die aktuellen Trends im Veranstaltungsgeschäft. Im Fokus stehen dabei Technologie-Trends wie Web3 und das Metaverse: Gemeinsam mit den Experten des Zollhof will die NürnbergMesse künftige Anwendungsmöglichkeiten und Geschäftsmodelle bewerten.

Einer der Höhepunkte in der bisherigen Zusammenarbeit zwischen NürnbergMesse und Zollhof war der „Digital Tech Summit 2019“. Damals hatten sich über 800 Hacker im Nürnberger Max-Morlock-Stadion versammelt, um gemeinsam Lösungen für konkrete Problemstellungen der NürnbergMesse zu finden.

Um Start-ups die ersten Schritte in die Messewelt zu erleichtern und sie mit den wichtigen Akteuren ihrer Branchen zu vernetzen, bietet die NürnbergMesse auf vielen Messen Gemeinschaftsstände für Start-ups an, die von der Bundesregierung gefördert werden.

ICCA UND AC-FORUM WOLLEN KONGRESSEXPERTEN NACH ISTANBUL BRINGEN

Istanbul ist vom 6. bis 8. Juni 2023 Gastgeber der Veranstaltung „The Future of Healthcare Meetings“. Das dreitägige Programm, das in Zusammenarbeit mit der International Congress and Convention Association (ICCA) und dem Associations & Conference (AC) Forum organisiert wird, will Verbandsmitglieder und führende Interessenvertreter des medizinischen Sektors zusammenbringen. Die Diskussionsrunden thematisieren die Weiterentwicklung von Meetings im Gesundheitswesen.

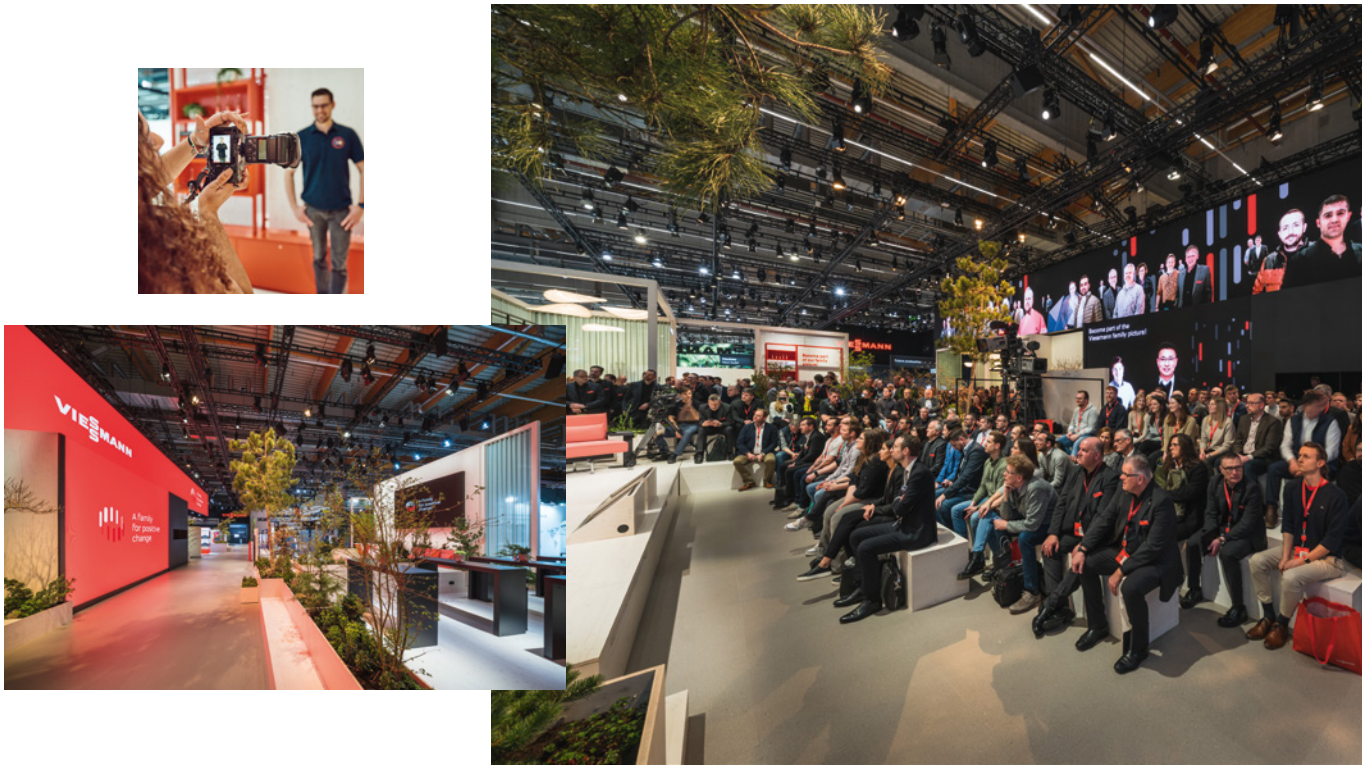
Die Veranstaltung zielt darauf ab, die Qualität von Gesundheitskongressen in der Welt nach

der Pandemie zu erhöhen und Istanbul als Kongressstandort nachhaltig zu stärken. Dazu soll auch das mit der ICCA unterzeichnete Partnerschaftsabkommen als Mitgliedsland im Mittelmeerraum beisteuern. Alle Interessenvertreter der Branche, darunter Fachleute des Gesundheitswesens, Leiter von Gesundheitsverbänden und Anbieter von Kongressen, sollen auf der Veranstaltung die Möglichkeit haben, die Entwicklungsschritte zu erkunden, um relevante medizinische Kongresse zu veranstalten.

Die Veranstaltung bringt den Gesundheitssektor zusammen und schafft eine Plattform,

die neue Lösungen und Strategien für die Durchführung effektiver und nachhaltiger globaler Meetings im Gesundheitswesen in der Zukunft durch Diskussionen und Informationsaustausch auf höchster Ebene bietet.

Die Initiative, gemeinsam umgesetzt durch die ICCA und AC, umfasst mehrere Veranstaltungen über einen Zeitraum von drei Jahren mit besonderem Fokus auf die Gesundheitsbranche. Die erste Präsenzveranstaltung des B2B-Events, das seit 2021 stattfindet, wurde letztes Jahr im Juli in Cannes/Frankreich ausgerichtet.



ISH-Auftritt von Viessmann (Fotos: Kristof Lemp)

Atelier Markgraph realisierte ISH-Auftritt von Viessmann

Family Pictures

Die Frankfurter Agentur Atelier Markgraph hat für ihren langjährigen Kunden Viessmann, Lösungsanbieter für ganzheitliche Energielösungen, den Messeauftritt auf der Sanitär- und Heizungsmesse (ISH) konzipiert, geplant und umgesetzt. Der Viessmann Messestand hatte eine Fläche von 1.700 Quadratmetern und verzeichnete über 85.000 Besucher.

Bereits seit 2007 arbeiten Viessmann und Atelier Markgraph zusammen. Die Frankfurter Experten für Kommunikation im Raum waren als Leadagentur nicht nur für Konzeption, Projektmanagement, Designkonzept und Softwareentwicklung zuständig, sondern entwickelten auch das Cateringkonzept und koordinierten als Generalunternehmer den Standbau.

Das Motto des diesjährigen Viessmann Auftritts lautete „A family for positive change“ und bezog sich auf die Energiewende als eine der großen Herausforderungen unserer Zeit. Der Gedanke der großen, globalen Familie wurde von Markgraph über das „Family Picture“ inszeniert – das zentrale Visual und Highlight des Messestands: Auf einer 42 Meter langen LED-Leinwand wurden die Besuchenden aktiv zum Teil der Familie. Ein Foto-Team fotografierte die Messebesucher an verschie-

denen Stationen. Aus den Einzelporträts entstand in Echtzeit das dynamische, wachsende Family Picture mit räumlicher Tiefenwirkung.

Markgraph-Projektleiterin Sibylle Schneider, Account-Managerin Jennifer Ussner und Creative Director Christoph Alker bildeten die Dreierspitze für das Projekt. „Mit dem Family Picture wollten wir den Gemeinschaftsgedanken und die positive Aufbruchstimmung visuell auf den Messestand übertragen“, so Alker. „Zum Start gab es eine gewisse Unsicherheit, ob das Publikum sich an der Fotoaktion beteiligen würde. Doch die Besucher standen Schlange, um ihr Bild der großen Leinwand hinzuzufügen. Am Ende haben über 3.500 Menschen am Family Portrait mitgewirkt“, so Jennifer Ussner.

Mit der Teilnahme am Family Picture erhielt man zudem einen Zugangscode für den Viessmann-Mitgliederbereich und zum eigenen Porträtfoto. So konnten die Besuchenden das Messeerlebnis über ihre Social-Media-Profile teilen und erweitern.

Ergänzt wurde die Ausstellung der Produktneuheiten von Fachvorträgen, die mehrmals täglich im offenen „Family Forum“ stattfanden und die auch über viessmann.live online übertragen wurden. Auch Gründer-Familie Viess-

mann war am Stand vertreten und beteiligte sich im Forum rege an den Beiträgen.

Als Treiber der Energiewende legte Viessmann Wert auf ein nachhaltiges Standkonzept. Unter dem Leitsatz „Reduce. Rethink. Reuse.“ war schon in frühester Konzeptionsphase das Thema Nachhaltigkeit integraler Bestandteil aller Teilprojekte. So wurden zum Beispiel wiedereinsatzfähige, recyclingfähige Bodenbeläge verwendet. Ein Großteil der Möbel stammt aus dem Viessmann-Restaurant in Allendorf. Das modulare Standsystem ist für den Wiedereinsatz konzipiert. Als Begrünung des Standes dienten saisonale Pflanzen wie Zedern und Pinienn, die von einer regionalen Baumschule als Leih-Pflanzen bezogen wurden.

Die Produkte aller Food-Partner für das Catering stammten aus der Region. Als Signature-Drink am Stand gab es eine eigens entwickelte Streuobst-Schorle mit Äpfeln von hessischen Streuobstwiesen. Ergänzend zur Verköstigung im Messebetrieb verwandelte sich der Messestand jeden Abend zu einer über 50 Meter langen Tafel, an der VIPs und Partner am „Familientisch“ mit neuinterpretierter Frankfurter Küche gemeinsam den Tag ausklingen lassen konnten.



imprfct space (Fotos: JazzunIQUE)

JazzunIQUE und bright! studios bekommen iF Design Award

imprfct space

JazzunIQUE und bright! studios haben den diesjährigen iF Design Award für den imprfct space in der Kategorie Installations der Disziplin Interior Architecture bekommen.

Der imprfct space konnte die Jury durch seinen Ansatz als Labor für Erlebniskommunikation überzeugen. Die Entstehung des einge-

reichten Projektes entsprang dem Gedanken, den ehemaligen Empfangsbereich der Agentur JazzunIQUE neu zu denken. Man wollte etwas Reales, Greifbares und Inspirierendes innerhalb der Büroräumlichkeiten entstehen lassen, das als Workplace Experience den Zweck einer kreativen Bühne für neues Denken, Kollaborati-

onen und innovative Projekte erfüllt. Im imprfct space trifft Kunst auf Design und verbindet die digitale und die reale Welt.

Bisher fanden hier mehrere Ausstellungen, Events und Workshops statt – umgesetzt mit verschiedenen Künstlern und in Kooperation mit dem Design- und Technologiestudio bright!

Uniplan bekommt iF Design Award für Hyundai Markenauftritt

Spiegelkabinett

Uniplan, global tätige Agentur für Brand Experiences, hat den diesjährigen iF Design Award gewonnen. Uniplan setzte sich gegen fast 11.000 Einreichungen aus 56 Ländern durch und wurde bereits zum zehnten Mal mit dem begehrten iF Design Award ausgezeichnet.

Prämiert wurde der Markenauftritt für Hyundai auf der CES 2022 in der Kategorie „Fair booth“. Der iF Design Award wird einmal im

Jahr von der weltweit ältesten unabhängigen Designinstitution, der iF International Forum Design GmbH, vergeben.

Die Agentur überzeugte die 133-köpfige Expertenjury mit dem Ansatz, Architektur radikal neu zu denken. Der minimalistische Messestand wurde von außen vollständig verspiegelt, sodass er fast unsichtbar wurde. Zwischenräume zwischen den überdimensionalen Konsolen

boten Einblicke in das Innere: Eine offene Arena ohne abgetrennte Bereiche für Produktpräsentation, Beratung und Shows.

Auf der Bühne mischten sich Besucher, Roboter und Mitarbeiter mit dem Ziel, Berührungängste gegenüber neuen Technologien zu überwinden. Ein immersiver Metaverse-Bereich ermöglichte es den Besuchern, Avatare zu erstellen und mit ihnen zu interagieren.

LIVEWELT PLANT 125-JAHR-FEIER VON HÄCKER KÜCHEN

livewelt freut sich über einen weiteren Neukunden. Die inhabergeführte Agentur mit Sitz in Gütersloh hat den Zuschlag für einen Mitarbeiter-Event des Küchenherstellers Häcker im westfälischen Rödinghausen erhalten. Anlass für das Sommerfest ist das 125-jährige Firmenjubiläum von Häcker Küchen.

Das inhabergeführte Familienunternehmen Häcker beschäftigt rund 2.000 Mitarbeite-

rinnen und Mitarbeiter, die täglich mehr als 1.000 Küchen produzieren. Häcker Küchen ist national und international tätig, arbeitet mit einer hohen Fertigungstiefe und gehört in puncto Nachhaltigkeit zu den Vorreitern der Branche.

Der Mitarbeiter-Event, der mit dem Jubiläum verbunden wird, soll im Juni 2023 stattfinden. livewelt konzipiert das Sommerfest mit bis zu

3.500 Gästen. Geplant ist ein ganztägiges Familienfest mit Straßenfestcharakter, bei dem die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit ihren Familien eine Führung durch eine der modernsten Produktionsstätten, das neue Werk 5 von Häcker, erhalten.

livewelt wurde 2006 von Ole Ternes gegründet und gehört inzwischen zu den führenden Agenturen Deutschlands.



Felix Kupfer (Fotos: Gurgl Carat Congress)



Gurgl Carat

format:c und Gurgl Carat wollen um ein Event-Konzept pitchen lassen

Reverse Pitch

EINE AGENTUR UND EINE LOCATION PLANEN „DEN PERFEKTEN EVENT MIT EXKLUSIVEN, EINMALIGEN FEATURES“ UND BIETEN DIESES PREMIUM-PAKET DEM MARKT AN – IM PITCH.

Inhaltlich können die dafür vorgesehenen Slots von den Kunden frei gestaltet werden – so kann die Veranstaltung beispielsweise sowohl eine Jahrestagung mit Teambuilding als auch ein Incentive mit inhaltlichen Schwerpunkten sein. Entwickelt wurde die Idee eines Reverse Pitch von Natalie Driesnack und Tobias Weber von der Agentur format:c und Felix Kupfer vom Kongress- und Eventzentrum Gurgl Carat, Europas höchstgelegenen Konferenzzentrum in Obergurgl/Österreich. Wir haben Natalie Driesnack, Tobias Weber und Felix Kupfer dazu befragt.

BlachReport: Warum seht ihr Pitches als Chance für die Event-Branche, um Veranstaltungen zügig nachhaltiger werden zu lassen?

Tobias Weber: Die größte Chance im Pitch liegt darin, dass dort ja an sich Vorgaben gemacht werden. Das heißt, es wird denen, die an einer Ausschreibung teilnehmen, vorgegeben, welche Kriterien sie einzuhalten haben. Für uns sind das vielfach kreative, budgetäre und inhaltliche Kriterien, die wir dann zu erfüllen haben. Und die Pitches sind natürlich ein ganz großartiges Instrument, auch Nachhaltigkeitskriterien anzusetzen und dabei das komplette Spektrum auch drin zu haben.

Das gilt nicht nur für Nachhaltigkeit im Sinne ökologischer Nachhaltigkeit, sondern auch eine Nachhaltigkeit auf die Menschen bezogen, die an dem Pitch oder später am Event teilnehmen. Das heißt, im Prinzip könnte man sämtliche Nachhaltigkeitskriterien auf Basis der SDGs auch immer sehr intensiv über Pitches als Basis einfordern.

Felix Kupfer: Ein guter Pitch kann bereits ziemlich klar einen nachhaltigen Event skizzieren. Für uns ist das auf jeden Fall ein sehr willkommener Anlass, um in solche Pitch-Situationen zu gehen, weil wir eben sehr schnell erkennen, ob ein Event perfekt zu unserer Location passt.

Tobias Weber: Heutzutage erleben wir immer noch sehr viele Projekte, die jährlich ausgeschrieben werden. Und hier kann man ebenfalls sehr stark beim Thema Nachhaltigkeit ansetzen. Wenn man viel mehr Projekte über mehrjährige Zeiträume ausschreiben würde, entstehen dabei auch

Partnerschaften, die langfristig ganz anderes erreichen können und viel nachhaltiger arbeiten können. Ich bin fest davon überzeugt, dass das stark budgetschonend wäre.

Natalie Driesnack: Wir sind das beste Beispiel für eine lange Partnerschaft. Unsere Idee entstand bereits im Jahr 2021 und wir haben das Projekt bis heute verfolgt. Mit ‚The Inside‘ konnten wir sogar noch einen dritten Partner dazu gewinnen. Der Messebauer aus den Niederlanden unterstützt uns bei allen baulichen Maßnahmen für das Projekt, dazu zählt auch unser Messestand auf der IMEX 2023.

Felix Kupfer: Gerade für uns als sehr junge Destination und Start-up sind Pitches natürlich ein gutes Tool, um überhaupt mal zum Zug zu kommen. Dann haben wir als Location die Möglichkeit, mit an Bord zu gehen und dabei zu sein.

BlachReport: Was ist ein Reverse Pitch?

Natalie Driesnack: Ein Reverse Pitch dreht die klassische Pitch-Situation, wie wir sie als Agentur oder auch Location kennen, komplett um. Wir haben uns zusammengesetzt und eine Idee gesponnen beziehungsweise ein Konzept aus mehreren Ideen entwickelt. Wir möchten, dass die Kunden sich um einen Event bewerben – also die Situation erleben, die wir sonst als Agentur, Location oder Messebauer hinter uns bringen müssen, um einmal aufzuzeigen, wie viel Energie denn letztlich auch in so einer Situation drinsteckt und welches Entwicklungspotenzial eigentlich schon während des Prozesses entsteht.

Häufig ist es aber so, dass diese kreative Energie ein Stück weit dadurch verschenkt wird, dass die Agentur nur für sich allein irgendwas zusammenstellt und sich damit bei der Ausschreibung bewirbt. Wir stellen den perfekten Baustein als Grundlage zur Verfügung und möchten, dass die Unternehmen sich darauf bewerben und dann gemeinsam mit uns weiterentwickeln.

BlachReport: Warum sollten sich Unternehmen daran beteiligen?

Sie sind ja in einer komfortablen Situation. Sie schreiben etwas aus und können sich hinterher dann entscheiden, ob sie überhaupt ein Projekt durchführen oder es einfach lassen.

Tobias Weber: Ich glaube, das sind Formen, die wir so in Zukunft nicht mehr erleben werden. Schon allein aus dem Grund, weil der Branche während der Pandemie unheimlich viel Personal verloren gegangen ist und der Aufwand, der mittlerweile mit Pitches einhergeht, so groß geworden ist, dass er so kaum noch zu managen ist, insbesondere für die kleineren Dienstleister.

Es ist auch nicht besonders nachhaltig, wenn drei, fünf oder noch mehr Agenturen an demselben Pitch teilnehmen und dann jeweils – mehrfach multipliziert – Technik, Dienstleister, Locations und Hoteliers anfragen, um Angebote und um Unterstützung für diesen Pitch bitten.

Da wird unheimlich viel Arbeit für die Tonne geleistet, denn das hilft weder dem Kunden, noch hilft es den Pitch-Teilnehmern. Daraus entsteht auch für den Kunden keine komfortable Situation.

Das Thema Reverse Pitch haben wir natürlich auch mit einem Augenzwinkern entwickelt. Das schafft für alle Beteiligten eine neue Situation und viele Unternehmen werden aufgrund rechtlicher Vorgaben vielleicht so etwas gar nicht machen können. Das ist uns bewusst. Am Ende des Tages ist es ein Experiment mit dem Vorschlag, dass man miteinander reden sollte, um zu besseren Events zu kommen.

Felix Kupfer: Ich glaube auch, dass in vielen Locations und Destinationen Event-Konzepte funktionieren können, aber nicht müssen. Pauschale Anfragen werden dem nicht gerecht und können nicht darstellen, dass dann vielleicht Event und Locations nicht zusammenpassen. Was bei uns geht, ist in anderen Locations vielleicht unmöglich. Und umgedreht. Wir haben uns genau überlegt, was wir gut können und was bei uns optimal passt und gemeinsam einen perfekten Event kreiert, auf den man sich bewerben und ihn dann auch kaufen kann.

BlachReport: Wenn ich es richtig verstehe, würden format:c und Gurgl Karat ein einziges Produkt haben und anbieten. Oder ist das ein Verständnisproblem?

Tobias Weber: Würde ich sagen. Unsere Idee sollte mit einem Augenzwinkern bewertet werden. Für die Auftraggeber ist das durchaus eine herausfordernde Situation. Auf der anderen Seite sind wir davon überzeugt, dass wir auf Interesse stoßen. Das es Unternehmen gibt, die sagen, das machen wir jetzt einmal.

Das heißt nicht, dass das ein dauerhaftes Zukunftsmodell ist und wir ab sofort immer mit einem Komplettpaket kommen, welches die Unternehmen dann kaufen können. Uns geht es wie gesagt eher um die Metaebene, um über das Pitch-Thema zu reden und zu schauen, wie können wir mehr daraus machen? Wie können wir das nutzen, um Nachhaltigkeit im MICE- und im Event-Bereich zu fördern?

Mit einem Konzept, um das wir pitchen lassen wollen, könnten wir auch mal zeigen, was möglich wäre, wenn man uns mal laufen ließe. Das fertige Projekt ist schon da, wer will es haben? Und ich glaube, das ist der wirklich smarte Ansatz daran. Wir hoffen natürlich, dass viele Firmen aufmerksam werden und sich bewerben, mit uns diesen Event im Karat durchzuführen.

BlachReport: Also die Idee hat ja durchaus Reize, ich verstehe das schon. Man kauft einen wahrscheinlich gut gestylten, durchkonzipierten und funktionierenden Event zu einem Festpreis. Oder wie sieht das auf der Preisebene aus?

Felix Kupfer: Klar gibt es eine Kalkulation, die aber auf Parametern wie Teilnehmerzahlen, Dauer und Aufwand basiert. Wir wollen und können aber dem Kunden seinen Event nicht komplett vorgeben, dementsprechend wird der Endpreis nicht gleich zu Beginn des Pitches fixiert sein. Aber es gibt definitiv Richtlinien, wo das Ganze landet.



Tobias Weber und Natalie Driesnack (Foto: format:c)

BlachReport: Die Ausgangslage ist ja normalerweise so, dass ein Auftraggeber eine Kommunikationsherausforderung hat und im Pitch Ideen, Konzepte und Kalkulationen einfordert. Jetzt gibt es einen Event und die Kommunikationsaufgabe soll darum pitchen. Oder?

Natalie Driesnack: Diese kommunikativen Herausforderungen lassen sich in der Regel segmentieren und werden jetzt auch nicht jedes Jahr neu erfunden. Es geht uns außerdem um eine Basis, die wir entwickelt haben und dann entsprechend angepasst und individualisiert werden kann. Es ist also nicht so, dass wir eine Schublade aufmachen und sagen, das ist der Event.

BlachReport: Ab wann wird dieses Produkt verfügbar sein?

Tobias Weber: Wir planen den großen Launch auf der IMEX vom 23. bis 25. Mai in Frankfurt. Mit der IMEX haben wir einen tollen Partner gefunden, dem die Idee gefiel und der sie so spannend fand, um bei sich auf dem Show Floor eine Plattform für den Launch zu bieten. Das heißt, wir werden dort mit einem Stand vertreten sein, der ein Experiment auch in sich sein wird, weil wir dafür eine sehr kreative und spannende immersive Form gefunden haben.

Unsere Idee ist durchaus erklärungsbedürftig. Deswegen werden wir für zwei Vorträge auf der IMEX am Dienstag und am Mittwoch eine Bühne bekommen, wo wir einen kurzen Impuls setzen und dann in die Diskussion mit den Zuhörern einsteigen wollen. Am Messe-Donnerstag wollen wir Reverse Pitch dann noch mal in einem 45-minütigen Vortrag präsentieren. Das ist aber nur der Launch. Es geht dann weiter mit der Bewerbungsphase, wo sich interessierte Unternehmen melden können.

Und dann gibt es natürlich eine Pitch-Phase, in der die Unternehmen Pitch-Unterlagen vorbereiten und uns dann präsentieren müssen. Wir drehen also wirklich den Spieß um – aber wir machen das so, dass das für die Unternehmen machbar ist.

BlachReport: Gibt es denn bestimmte Formate, für die ein Reverse Pitch insbesondere passt?

Felix Kupfer: Lassen sie sich überraschen. Die Details werden wir in den Pitch-Unterlagen veröffentlichen. Aber die Frage ist berechtigt. Bei uns im Carat gibt es beispielsweise 200 Breakout-Räume, die an einem Seil hängen. Ich glaube, Breakout-Sessions in unseren Gondeln können sehr kreativ und spannend werden, wenn sie zum Thema passen.

Tobias Weber: Für unser Format braucht es kreative Formate und mutige Firmen. Und da ist es dann wichtig, dass der Auftraggeber auch unserer Expertise folgt und diese Ideen auch letztendlich umsetzt. Wir freuen uns auf den Pitch!



Le Perchoir Menilmontant

Le Hasard Ludique
(Fotos: Creative Tours + Concepts)

Locationtips von Creative Tours + Concepts

Insider-Locations in Paris

IM KOMMENDEN JAHR IST PARIS DER AUSTRAGUNGSORT DER OLYMPISCHEN SPIELE. DAMIT STEIGT AUCH DER BEDARF AN GROSSEN UND KLEINEN VERANSTALTUNGSORTEN IM KONTEXT ZU DEN SPIELEN IN DER FRANZÖSISCHEN HAUPTSTADT.

Die Wiesbadener Agentur Creative Tours + Concepts ist mit einer Niederlassung in Paris vertreten und kennt in der Seine-Metropole passende Locations für unterschiedlichste Anlässe und Formate von Veranstaltungen – darunter zahlreiche Insider-Locations, die jeden Event auf eine besondere Stufe heben wie beispielsweise das Le Perchoir Menilmontant.

Die Rooftopbar befindet sich auf der siebten Etage eines Industriegebäudes mit Blick auf Sacre Coeur. Das aus Bar und Restaurant bestehende Ensemble bietet eine grandiose Aussicht in einem Ambiente, das von Vögeln, Tomatenpflanzen, Weinreben, Kreuzen und einem Kamin über den Dächern von Paris geprägt ist. Komplettiert wird die Location durch eine Pergola und einen Club. Le Perchoir Menilmontant bietet für insgesamt 350 Personen Platz für Veranstaltungen.

Eine außergewöhnliche Musik- und Veranstaltungslocation für Corporate Events kennt Creative Concepts + Tours mit dem Bridge Port Alexandre III, der unter der Pont Alexandre III liegt. Dabei handelt es sich um eine Bogenbrücke über die Pariser Seine, die das Viertel Champs-Élysées mit dem Invalidendom und dem Eiffelturm verbindet. Die Brücke ge-

nießt den Ruf, die kunstvollste, extravaganteste Brücke der Stadt zu sein. Sie stellt eine neue Location mit 1.100 Quadratmetern Nutzfläche dar, die sich auf drei Räume verteilt. Um das Kulturerbe in dieser Eventlocation zu erhalten, blieben die Steinstruktur und Architektur erhalten.

Mit dem Le Hasard Ludique punktet Creative Concepts + Tours bei der Suche nach einer multifunktionalen Veranstaltungslocation. Das mit seinen hybriden Räumen ausgestattete Le Hasard Ludique ist prädestiniert für Seminare, Workshops, Konferenzen, Produkteinführungen, Partys und mehr. Einzigartig wird der ehemalige Bahnhof mit seiner Werkstatt im Obergeschoss, einem Restaurantbereich, der mit seinem monumentalen Glasdach einen atemberaubenden Blick auf die Bahngleise bietet, einer Eingangshalle mit ikonischer Eckbar und einer Terrasse mit maximaler Sonneneinstrahlung. Abgerundet wird die Location durch einen überdachten Kai mit einer 300 Quadratmeter großen Street-Art-Szenerie.

Mit dem Viaduc des Arts führt Creative Tours + Concepts in das Pariser Mekka des Kunsthandwerks. Das ehemalige Bastille-Viadukt wurde Mitte des 19. Jahrhunderts gebaut, um die Eisenbahnlinie Paris/Bastille-Varenne zu stützen. Als Schaufenster des Kunsthandwerks und der zeitgenössischen Kreation in Paris beherbergt es heute rund 30 Kunsthandwerker, die ihre Talente in verschiedenen Berufen der Mode, des Designs, der Dekoration oder auch des Schmuckhandwerks ausüben.

Von Gewölbe zu Gewölbe reihen sich Ateliers, Showrooms, Restaurierung, Galerien und Boutiquen aneinander.

Das Viaduc des Arts führt 1,5 Kilometer entlang der Avenue Daumesnil im 12. Arrondissement und umfasst 60 permanente Gewölbe, in denen 41 Kunsthandwerker Platz finden sowie ein „Tester“-Gewölbe, das für eine Woche gemietet werden kann.

Eine weitere Insider-Location ist das Point Éphémère, das zu den wichtigen Akteuren der Kulturszene in der französischen Hauptstadt gehört. Der multidisziplinäre Kulturort befindet sich am Ufer des Canal Saint-Martin im 10. Arrondissement von Paris und bietet den Rahmen für Konzerte, Ausstellungen, Tanz, Theater, Spiele und Festivals. Das Point Éphémère steht für ein vielfältiges Schaffen, ist offen für alle und pflegt einen alternativen, unabhängigen Geist. Alternative Kunst und Kultur stehen hier im Fokus, kulinarisch begleitet wird das Point Éphémère auf höchstem Niveau von Zachary Cohen und David Banisso.

Nach Versailles führt ein weiterer Geheimtipp der Pariser Agenturniederlassung: Noch in diesem Jahr wird in der Schlossanlage der Jardin des Parfumeurs wieder eröffnet. Er befindet sich in der Orangerie Châteauneuf inmitten der Trianon-Anlage und bietet hunderte von wohlriechenden Blumen im Geiste der Trianon-Gärten des 17. Jahrhunderts. Hier ist es möglich, die Geschichte des Parfüms am Hof von Versailles, der im 17. Jahrhundert zur Wiege des Parfümer-Berufes wurde, näher kennenzulernen.



IT-Einsatz auf der Gamescom (Foto: MP Next)

MP Next realisiert Netzwerke und IT-Lösungen für Events

Tournet vorgestellt

Mit Tournet stellt MP Next ihre neue Marke für Netzwerk-Infrastrukturen und IT-Lösungen vor, die für Events konzipiert sind. Tournet bietet diese Leistungen für Event-Agenturen und -Veranstalter zum Einsatz für Gaming-Events, Presseveranstaltungen oder auch Livestreaming.

Mit ihren Netzwerktechnikern hat MP Next unter anderem das Tournet Backbone entwickelt. Das Backbone lässt sich für den Aufbau

eines einheitlichen kabelgebundenen Netzwerkes via Kupfer- und Glasfaserleitungen auf Veranstaltungen nutzen. Das spart Aufbauzeit und Geld, denn über das Tournet Backbone laufen Video und Audio gleich mit. Der Tournet-Rundum-Service bietet Monitoring, Redundanz und Einsatzstabilität in der Aufbauphase und während des Events.

Eine Ergänzung zum Tournet Backbone ist Tournet WiFi: Das mobile Netzwerk empfiehlt

sich für das Ticketing am Einlass, bargeldloses Bezahlen, WLAN für die Gäste und die Crew und ist auch für sehr große Flächen und Nutzerzahlen geeignet.

Mit Tournet Streaming werden Streamings oder auch Full-Service-Livestreamproduktionen angeboten. Als Add-on lassen sich mit Tournet Watermarked Streaming personalisierte Wasserzeichen in jeden Livestream encodieren, um Kopien und Mitschnitte zu verhindern.

plazz AG erweitert Eventplattform Polario

Livestream Feature

Polario, ein Produkt der plazz AG, bietet ab sofort ein Livestream Feature für virtuelle und hybride Events an.

Die NoCode Event und Community Lösung als Software as a Service ermöglicht die einfache Durchführung von Konferenzen, Versammlungen und Tagungen, auch mit einem großen Personenkreis. Das Livestream Feature bietet vielfältige Einsatzmöglichkeiten für Unternehmen und stellt eine kostengünstigere

Alternative zu vollständigen Präsenzveranstaltungen dar.

„Wir sind stolz darauf, das Livestream Feature in unsere Event und Community-Lösung integrieren zu können. Es bietet Unternehmen eine kostengünstige und flexible Möglichkeit, virtuelle und hybride Events durchzuführen und dennoch ein unvergessliches Erlebnis zu schaffen“, sagte Jürgen Mayer, CEO der plazz AG. Das Livestream Feature kann in Kalendereinträ-

ge, Seiten und News integriert werden. Ein Teaserbild und alternative Texte können hinterlegt werden, um Vorfreude zu wecken. Die Erstellung eines Livestreams erfolgt über ein unkompliziertes Content Management System. Die Verarbeitung des Signals wird von dem Partner 3Q übernommen, der zusätzlich Informationen zu Encoder-Einstellungen für Livestreams bereitstellt, um sicherzustellen, dass der Livestream reibungslos übertragen wird.

JOBS + KARRIERE

_ **Tobias Hanemann** [45] ist seit 1. April neuer Chief Operating Officer bei *Novum Hospitality*. Hanemann ist bereits seit 2017 für die Hotelgruppe tätig. Er ergänzt das Führungsteam rund um CEO und Owner **David Etmenan**. Tobias Hanemann bekleidete im Laufe seiner Karriere unter anderem verschiedene General Manager Positionen für *Althoff Hotels*, die *Intercontinental Hotel Group (IHG)* und *Accor*.

_ **Maritta Lepp** übernimmt ab sofort die Aufgaben von **Dr. Robert Schönberger** in der Projektleitung der *ceramitec* bei der *Messe München*. Maritta Lepp startete bei der *Messe München* 2009 als Marketing- und PR-Assistentin für verschiedene Weltleitmesse. Von 2012 bis 2016 war sie als Projektreferentin für die *bauma* tätig, bevor sie 2016 die Projektleitung der *bauma* Auslandsmessen übernahm. Vor ihrem Wechsel zur *ceramitec* im April 2023 leitete sie nach ihrer Elternzeit von 2022 bis 2023 die Inhorgenta.

_ Zum 1. Juli 2023 übernimmt **Matthias Bönnen** bei *Škoda Auto Deutschland* die Leitung des neu geschaffenen Unternehmensbereichs Digitalisierung (VX). Bönnen kommt von *Seat Deutschland*, wo er seit 2016 die IT aufgebaut und verantwortlich geführt hat. Zuvor war Bönnen nach einem Studium der Wirtschaftsinformatik in verschiedenen Funktionen namhafter Softwareunternehmen tätig.



Karsten Elbrecht
(Foto: CTS Eventim Sports GmbH)



Aaron Myers
(Foto: Stefan Bausenwein)



Daria Fandeev
(Foto: Stagg & Friends)



Fabian Halft
(Foto: Ford-Werke)

CTS EVENTIM VERSTÄRKT DEUTSCHES TICKETING SEGMENT

CTS Eventim hat **Karsten Elbrecht** zum Chief Commercial Officer Ticketing Germany ernannt. Elbrecht ist bei dem Ticketing- und Live Entertainment-Anbieter somit Koordinator und treibende Kraft für die Zusammenarbeit mit den deutschen Veranstaltern. In seiner neuen Rolle soll er das deutsche Ticketing Segment gemeinsam mit den verantwortlichen Kollegen weiter ausbauen.

Insbesondere ist Elbrecht für die effiziente interne Aufstellung mit optimalem Kundenfokus in einem der Kernmärkte von CTS Eventim zuständig. Er soll so einen wichtigen Beitrag zur Grundlage für das kontinuierliche Wachstum von CTS Eventim leisten. Karsten Elbrecht verfügt bereits über langjährige Erfahrung in der Ticketing-Branche.

AARON MYERS VERSTÄRKT DAS EVENTGESCHÄFT BEI VOGEL

Seit dem 1. März ist **Aaron Myers** als Head of Business Development bei *Vogel Event Solutions* tätig, einer Agenturtochter der *Vogel Communications Group (VCG)*. Gemeinsam mit **Alexandra Braun**, Head of Events, setzt er für die Würzburger Eventagentur die Wachstumsstrategie operativ um. Ziel ist es, die positive Entwicklung des Eventgeschäfts weiter zu stärken, und die Attraktivität und die Auslastung des Vogel Convention Centers (VCC) weiter zu erhöhen.

„Mit Aaron holen wir einen kompetenten und regional bestens vernetzten Experten für Live-Kommunikation ins Team, der gemeinsam mit unseren Kunden die vielfältigen Möglichkeiten des VCC in neue wirkungsvolle Eventkonzepte umsetzen kann“, erläutert Vogel-CEO **Matthias Bauer**: „Wir spüren bei unseren Kunden den Bedarf nach hochwertiger und effektiver Live-Kommunikation.“

Die Eventagentur *Vogel Event Solutions* in Würzburg ist Gastgeber für über 350 Business-Events pro Jahr.

DARIA FANDEEV WECHSELT VON THJNK ZU STAGG & FRIENDS

Mit **Daria Fandeev** [33] verstärkt sich die Agentur *Stagg & Friends* mit Digital-Know-how. Fandeev steigt als Senior UX-Designerin ein und soll den Ausbau der digitalen Kompetenzen verantworten. Unter anderem soll sie das Thema Künstliche Intelligenz für Experiences vorantreiben. Ihr Wirkungsbereich umfasst sowohl interne Projekte als auch Kundenprojekte.

„Die Bandbreite an Projekten, die *Stagg & Friends* zu bieten hat, ist sehr inspirierend. Produkt- und Brand-Experiences erfordern ganz andere User Experiences als zum Beispiel *Learning Experiences*“, so Daria Fandeev. Die UX-Designerin sammelte Erfahrungen bei *Saatchi & Saatchi*, *Grabarz & Partner* sowie *thjnk*. „Überzeugt hat mich dabei vor allem der Ansatz von *Stagg & Friends*, bei allen Kreationen den Nutzenden in den Mittelpunkt zu stellen.“

Erst Anfang des Jahres wurde verkündet, dass **Mario Perilli** als Lead *Learning & Development* vom *Deutsche Bahn Konzern* zu *Stagg & Friends* gewechselt ist.

FABIAN HALFT NEUER DIREKTOR MARKETING BEI FORD

Fabian Halft [42] übernahm zum 1. Mai 2023 als Direktor die Leitung des Bereichs Marketing für Deutschland, Österreich und die Schweiz und verantwortet in dieser Region die Repositionierung der Marke in Richtung *Adventurous Spirit*. Besonderes Augenmerk liegt auf der Produkteinführung des neuen vollelektrischen *Ford Explorer*, der ab Ende des Jahres in Köln vom Band laufen wird, sowie den neuen *Transit* Modellen *Custom* und *Courier*.

Halft folgt auf **Olaf Hansen** [51], der zum 1. Mai 2023 als Direktor *Vehicle Personalization* in die *Ford Europa-Zentrale* wechselt. Halft startete im April 2020 als Leiter *PKW Strategie* bei *Ford Europa*, bevor er im Januar 2022 als Direktor die Leitung des *PKW Business Office* übernahm.

Zuvor war er als Prinzipal bei der *Boston Consulting Group* im Bereich *Automotive* in Köln und *Detroit/USA* tätig. Nach einer Ausbildung zum *Industrie Kaufmann* studierte Halft *Wirtschaftsingenieurwesen* an der *Universität Siegen*.

MARKETING SERVICES

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

AUTOMOTIVE EVENT SERVICE / PREMIUM EVENT REINIGUNG



KIWI
Event Services GmbH

Kasinostrasse 19-21
42103 Wuppertal

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

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

BUCHUNGSPORTAL & MICE-SERVICE



HGI
HOTEL RESERVATION
WORLDWIDE

Hotels

Locations

Tagungsportal

HGI hotel reservation
worldwide GmbH
_ Marco Reinkens
_ Carolin Nenov

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

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

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

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

DUFTREGIE



Systeme zur olfaktorischen Immersion
Geschichten und Emotionen nachhaltig transportiert

MAGIC BOX® eK
DUFTREGIE
_ Inh. Elke Kies

Büdericher Str. 9
41460 Neuss
www.duftregie.de

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

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

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.AUTOMOBIL-EVENTS.DE

anbieter
_ ansprechpartner

anschrift

Telefon . fax . email . internet

angebot

EVENT-AGENTUREN



Wir schaffen Momente für die Ewigkeit

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

Adolfsallee 15
65185 Wiesbaden

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

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

fischerAppelt, live marketing

fischerAppelt,
live marketing GmbH

Widdersdorfer Str. 205
D-50825 Köln

T +49 (0)221 56938-0
live@fischerappelt.de
live.fischerappelt.de
www.linkedin.com/company/
fischerappelt

Wir machen Marken erlebbar.
Analog. Digital. Connected.

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

Weitere Standorte:
Hamburg
Berlin
München

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



HAGEN INVENT GmbH & Co. KG
_ Catherine Hoffmann

Adlerstraße 74
40211 Düsseldorf

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

Bei unserer Gründung im Jahr 1979 waren wir Pioniere, heute sind wir eine der stärksten deutschen Eventmarketing-Agenturen. Mit unserer Verbindung aus Kreativität, Erfahrung und Leidenschaft bespielen wir seit über 40 Jahren die gesamte Klaviatur der Live-Kommunikation. Unseren Pioniergeist haben wir uns stets bewahrt: Ob live, hybrid oder digital – für unsere Kunden entwickeln wir passgenaue Konzepte für Events und Incentives, die begeistern.



JOKE Event AG

JOKE Event AG
Creating Memories

Herbststraße 31
28215 Bremen

T 0421 37888-0
F 0421 37888-88

JOKE inszeniert Marken, schafft Erlebnisse, begeistert Menschen. Live, hybrid oder digital – aber vor allem nachhaltig. Für das große Ganze und die bleibende Erinnerung. Und das seit über 25 Jahren. Über 100 Kommunikations- und Event-Spezialisten betreuen Projekte von der Kreation bis zur Umsetzung für große und kleine Marken – quer durch alle Formate und Branchen. Eine eigene Produktion, Streaming-Studio und Locations sowie ein integriertes Teilnehmer- und Destinationsmanagement gehören zu unseren Kompetenzen. In Deutschland, Europa und weltweit.

Hamburg
Berlin
Frankfurt/Main
Stuttgart
München

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

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.STAGEREPORT.DE

anbieter
_ ansprechpartner

anschrift

telefon . fax . email . internet

angebot

EVENT-AGENTUREN



livewelt GmbH & Co. KG
_ Ole Ternes
Geschäftsführer

Berliner Str. 133
33330 Gütersloh

T +49 (0) 5241 21090-0
info@livewelt.de
www.livewelt.de

livewelt ist Spezialist für die Verbindung aus Marken- und Live-Kommunikation. Mit Herz, Leidenschaft und vorallem Verstand arbeiten wir seit 2006 für nationale und internationale Kunden. Erfahren Sie mehr über uns und unser Leistungsspektrum auf www.livewelt.de

LMC | Live Marketing Company

lmc.communication GmbH
_ Oliver Langjahr

Relenbergstraße 88
70174 Stuttgart

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

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

ottomisu

Connecting people, brands and markets.

ottomisu
communication GmbH

Im Klingebühl 1
69123 Heidelberg

T +49 (0)6221 73902-0
anfrage@ottomisu.com
www.ottomisu.com

Unser Herz schlägt für echte LIVE-Kommunikation. Seit 1993. Als **Full-Service-Agentur** realisieren wir Events – offline, online und hybrid. Von der Marktanalyse über Strategie, Design, Konzeptentwicklung und Kommunikation bis hin zu Produktion und Umsetzung. Darüber hinaus begleiten wir unsere Kunden bei der ergänzenden digitalen Interaktion mit ihren Zielgruppen. Beispielsweise via Plattformen, Podcasts, Magazinen oder Social Media. Unser Antrieb, bei allem was wir tun, ist der Aufbau von tragfähigen Beziehungen zwischen Unternehmen und ihren Märkten. Wir nennen diesen Ansatz **#CONNECTIVITY**.



MEDIA
BOARD

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

www.mediaboard.one



anbieter
_ ansprechpartner

anschrift

Telefon . fax . email . internet

angebot

EVENT-AGENTUREN



PP Frankfurt

Christoph Symeonidis
M 0175 723 43 64
c.symeonidis@pp-live.com
www.pp-live.com
Patrick Birkenfeld
M 0173 919 80 85
p.birkenfeld@pp-live.com

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

PP Köln



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



LIVE
SPACE
CONTENT

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.



Red Carpet Event GmbH

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



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

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

EVENT-CATERING / EVENT-LOCATIONS

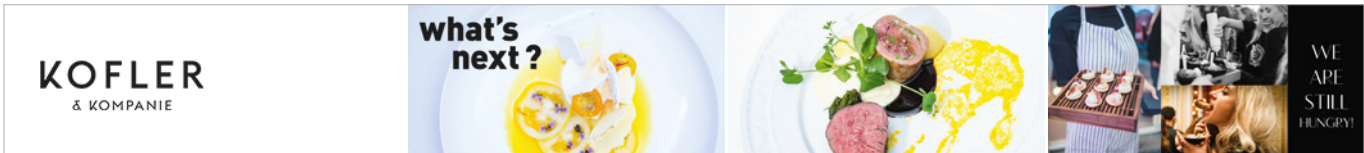


FSGG - EVENT- & MESSECATERING
 FSGG - FULL- SERVICE
 FSGG - KOCHSTUDIO TV/ INCENTIVE
 FSGG - LOCATION
 FRANK SCHWARZ
 GASTRO GROUP GMBH

Grossmarkt Duisburg
 Auf der Höhe 10
 47059 Duisburg

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

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



Kofler Kompanie
 NewCo GmbH

Unter den Linden 2
 10117 Berlin

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

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

EVENT-FACHMESSEN



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

Messe Westfalenhallen
 Dortmund GmbH
 Strobelallee 45
 44139 Dortmund

T +49 (0)231 1204-521
 F +49 (0)231 1204-678
 info@boe-messe.de
 www.boe-messe.de

Stellen Sie im kommenden Jahr die wirtschaftlichen Weichen auf Erfolg und präsentieren Sie sich als Aussteller der BOE INTERNATIONAL den Top-Entscheidern und Einkäufern der Industrie und Agenturszene aus Deutschland und den benachbarten Benelux-Ländern. Nutzen Sie die BOE als attraktive Vertriebs- und Networking-Plattform für Ihre Produkte und Dienstleistungen und schließen Sie neue Geschäftskontakte in professioneller Atmosphäre.

MESSE- UND EVENTBAU



AMECKO GmbH

Zum Steigerhaus 1
 46117 Oberhausen

T +49 (0)208 810959-0
 F +49 (0)208 810959-59
 info@amecko.com
 www.amecko.com

instagram.com/
 amECKO_theinspiringpeople

Wir konzipieren, realisieren und betreuen kreative Erlebnisräume auf Messen, auf Kongressen, im Innenausbau und für Events. Bei uns erhalten Sie das Komplettpaket für Ihren Markenauftritt unkompliziert aus einer Hand. Ob Ihre Produkte oder Dienstleistungen für sich sprechen sollen, ob interaktives Infotainment, eine spannende Architektur oder eine hochkomplexe, bauliche Umsetzung im Fokus ihrer Aufgabenstellung stehen – AMECKO schafft Erlebnisse mit dem Netzwerk der Besten, national und international.

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

MESSE- UND EVENTBAU



Artlife GmbH
 _ Stephan Haida

Hessenstraße 6
 65719 Hofheim

T +49 (0)6122 504-0
 F +49 (0)6122 504-200
 info@artlife.eu
 www.artlife.eu



Konzeption und Konstruktion, Planung und Produktion individueller Ausstattungen und Spezialbauten für alle Arten räumlicher Markenarchitektur wie Messen, Events, Roadshows sowie Bühnen- und Themen-Sets.



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

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

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

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



DER PLUSFAKTOR
 LIMBURG
 BERLIN
 SARDINIEN

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

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



32 Jahre temporäres stilsicheres individuelles Design für Messe, Event, Retail, Grossdekoriations, 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.

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.STAGEREPORT.DE

anbieter
_ ansprechpartner

anschrift

telefon . fax . email . internet

angebot

TECHNISCHES PLANUNGSBÜRO



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

Schlesische Straße 28
10997 Berlin

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

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

TEILNEHMERMANAGEMENT



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

Schönbergstraße 24,
73760 Ostfildern

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

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

VERANSTALTUNGSTECHNIK



Aventem GmbH
Audiovisuelle
Dienstleistungen

Düsseldorf
Herderstraße 70
40721 Hilden
Berlin
Rohrdamm 24b
13629 Berlin

T +49 2103 25230-0

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

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



btl next GmbH

Berlin • Düsseldorf
Frankfurt • Hannover
München • Poznań

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

Live.Digital.On-site



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

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.MUSEUMSREPORT.DE

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

VERANSTALTUNGSTECHNIK



NEUMANN & MÜLLER
 VERANSTALTUNGSTECHNIK

Neumann&Müller
 GmbH & Co. KG

Anckelmannsplatz 1
 20537 Hamburg

T +49 40 254049 0
 info@neumannmueller.com
 www.neumannmueller.com

Neumann&Müller Veranstaltungstechnik

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

VIDEO



Screen Visions GmbH
 Waldburgstraße 17/19
 70563 Stuttgart

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

- LED-Videowände
- Mobile & modulare Lösungen
- Sonderkonstruktionen

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

- Kameras
- Medienserver
- technische Planung

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.BLACHREPORT.DE

**MEDIA
 BOARD**

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

www.mediaboard.one



INSIDE

Dirk Bachmann-Kern

DIRK BACHMANN-KERN IST CCO UND GRÜNDER VON
STUDIO BACHMANNKERN IN SOLINGEN UND MÜNCHEN.



Dirk Bachmann-Kern (Foto: Studio Bachmannkern)

Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?
... frage ich mich auch täglich! Nein, im Ernst: die Möglichkeit, sich mit temporären Inszenierungen zu beschäftigen, mit immer neuen Themen und Inhalten. Und immer wieder neuen Menschen zu begegnen und sich gegenseitig zu inspirieren.

Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?
Kapitän oder Steuermann eines Starnberg Dampfers.

Welchen Traum wollen Sie sich noch erfüllen?
Länderpavillon auf der Expo Buhan 2030 mitgestalten und inszenieren.

Was macht Sie glücklich?
Spaziergang mit Frau und Hund an der holländischen Nordseeküste samt Pause im Strandcafé.

Was war bisher Ihre größte Herausforderung?
Grundsteuererklärung in Elster, habe die Herausforderung an meinen Steuerberater weitergereicht.

Was machen Sie gegen Stress?
Atmen und Zen-Meditation.

Welche Entscheidungen haben Sie bereut?
Verkauf meines Studenten-Autos aus Geldmangel – silbernes Käfer Cabrio.

Wen möchten Sie gern einmal kennenlernen?
David Carson, Daniel Liebeskind, Banksy, Rachel Whiteread, Tenzin Gyatso (Dalai Lama) in dieser Reihenfolge.

Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?
,Der Gesang der Flusskrebse' von Delia Owens.

Was sollen wir hören: Ihr aktueller Musiktipp?
Everlast: ,Whitey Ford Sings The Blues'.

Welches Live-Ereignis hat Sie bisher am meisten beeindruckt?
Opel Astra Präsentation auf der IAA 1997.

**Auf die Gefahr hin, dass Sie dort nie wieder allein sind:
Nennen Sie uns Ihr Lieblingsrestaurant?**
Birreria e Trattoria Seerose, Schwabing.

Impressum

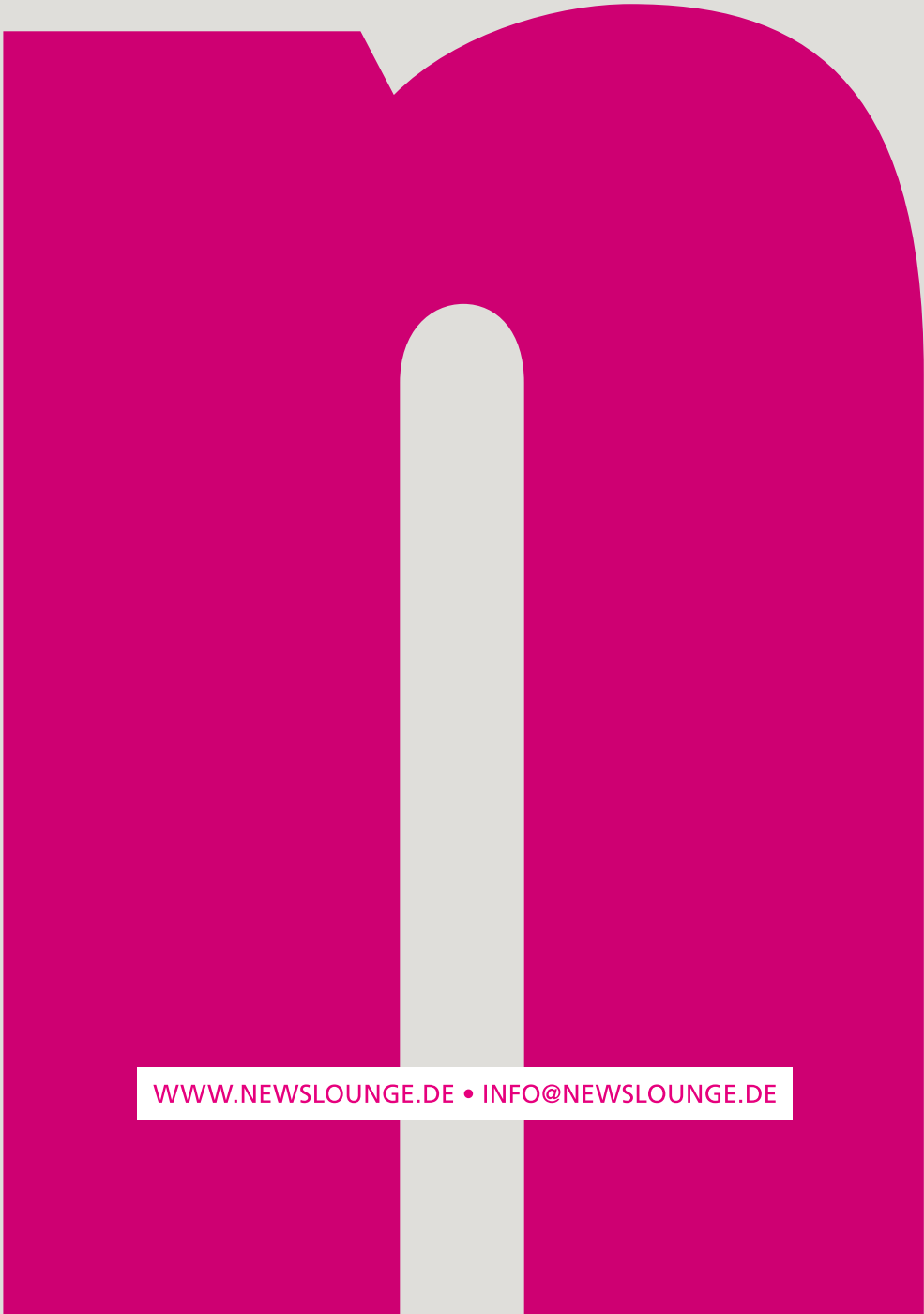
25. Jahrgang _ VERLAG AktivMedia GmbH / Zum Bahnhof 10 / 31311 Uetze - Dedenhausen // Tel 05173 9827-0 / Fax 05173 9827-39 / eMail info@blachreport.de / www.blachreport.de _ CHEFREDAKTION Peter Blach pblach@blachreport.de _ REDAKTION Gabriele Stolte gstolte@blachreport.de / Elke Bartels ebartels@blachreport.de / 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

newslounge

PRESSEPORTAL FÜR DIE
MICE BRANCHE NATIONAL
UND INTERNATIONAL

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



WWW.NEWSLOUNGE.DE • INFO@NEWSLOUNGE.DE



NEUMANN & MÜLLER
VERANSTALTUNGSTECHNIK

EVENTS IN NEUEN.. SPHÄREN



TECHNISCH PERFEKT REALISIERT

Das Beste aus allen Welten vereint: Live, Digital, Hybrid. N&M bietet das ganze Spektrum dieser interaktiven Möglichkeiten – immer die optimale Lösung für Ihr Event. Unsere Expertise macht den Unterschied und schafft bleibende Erlebnisse.

Nicht abgehoben, aber in neuen Sphären.

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

+ HYBRID
+ PRÄSENZ
+ DIGITAL-LIVE

