



Welche Erfahrungen Karin Schneider und die Agentur Schachzug beim Test mit der Vier-Tage-Woche gemacht haben

Aventem

Audiovisuelle Dienstleistungen



Wir sind Event!

**Bildtechnik • Beschallung • Beleuchtung •
Kinetik • Bühnen- & Dekorationsbauten •
Streaming Studios mit Komplettausstattung**

Alles aus einer Hand: Als Production-Company sorgen wir dafür, dass Ihre Veranstaltung ein Erfolg wird. Egal, ob kleine Tagungen, Messen, Corporate Events oder öffentliche Großveranstaltungen: Wir geben alles. Aus unseren Studios können Sie außerdem weiterhin digital Online-Veranstaltungen live streamen.

www.aventem.de

www.jobs.aventem.de

www.aventem.digital

Düsseldorf:
Berlin:

Herderstraße 70
Rohrdamm 24b

40721 Hilden
13629 Berlin

+49 2103 25230-0
+49 30 367005-70

New-Work-Experiment



Die Agentur Schachzug aus Erlangen hat für einen Testzeitraum die Vier-Tage-Woche für Mitarbeiter bei gleichzeitiger Einführung einer 38,5 Stunden Woche eingeführt. Für jeden Mitarbeiter gab es in dieser Zeit einen Off-Tag.

Um die Besetzung der Agentur weiterhin an fünf Tagen in der Woche zu gewährleisten, variierte dieser Tag von Mitarbeiter zu Mitarbeiter. Wir haben darüber und die gesammelten Erfahrungen mit Karin Schneider gesprochen, CPO von Schachzug und verantwortlich für das Brand Marketing der Agentur (mehr dazu ab Seite sechs in dieser Ausgabe).

Eigentlich hätte man wohl erwartet, dass die testweise Einführung der Vier-Tage-Woche bei allen Mitarbeitenden auf einhellige Zustimmung treffen würde – wahr aber nicht so. Die Erfahrungen, die das Management mit dem New-Work-Experiment gemacht hat, waren durchaus unterschiedlicher Natur. Menschen sind eben doch individueller als gedacht.

Mittlerweile ist man bei Schachzug eher der Meinung, dass ein starres Arbeitszeitenkonzept eher nicht zu dieser Branche passt, weil es einfach eine sehr agile Branche ist. Dennoch wird jetzt noch die Gegenprobe gemacht: der Wechsel zurück zur Fünf-Tage-Woche im direkten Vergleich.

Nach der Auswertung der Erfahrungen will das Schachzug-Team im nächsten Jahr ein agiles Arbeitszeitmodell ausprobieren, das sich jetzt noch in der Konzeption befindet und auf diese beiden Testphasen und deren Auswertung aufsetzen soll.

Wir sind gespannt auf die Ergebnisse.

Herzlichst

Ihr Peter Blach

inhalt

Titelfoto: Karin Schneider (Foto: Schachzug)

- 4 **BUSINESS** *Avantgarde fusioniert Leistungsangebote*
- 5 **BUSINESS** *Achtung! Happens gestartet*
- 6 **NEW WORK** *Vier-Tage-Woche bei Schachzug*
- 8 **BUSINESS** *Internationales Messeseminar 2023*
- 10 **WORK** *Aldi Nord eröffnet Pop-up Eigenmarkenbar*
- 11 **WORK** *BMW Motorrad Welt in Berlin eröffnet*

- 12 **MESSE-EVENTS** *Kunst, Technologie und Design*
- 14 **VENUES** *Modelle für eine robuste MICE-Branche*
- 16 **PEOPLE** *Jobs + Karriere*
- 17 **MARKETING-SERVICES** *Lieferantenverzeichnis*
- 26 **BACKSTAGE** *Jan Rogozinski*
- 26 **IMPRESSUM**

MEDIA
BOARD

OUT NOW!



WWW.BLACHREPORT.DE
WWW.STAGEREPORT.DE



Management von Avantgarde Deutschland: C. Mittelstrass (Client Services Director), J. Kemnitzer (Head of Creative Consulting), E.-M. Hänel (Director Loyalty & Content Strategy), J. Butler (Executive Director Digital), M. Kluge (Creative Director), J. Brunken (Associate Director Client Services), M. Mittermüller (Chief Creative Officer) (sitzend v.l.). N. Mazat (Associate Director), C. Gottwald (Head of Architecture Studio), U. Freytag (Management Lead), O. Otto (Head of Product), J.-H. Durchleuchter (Creative Director), F. Frank (Consultant Strategy & Innovation), B. Volkert (Associate Director Client Services), S. Amin (Management Client Services) (stehend v.l.). Nicht im Bild: L. Lewandowski (Executive Creative Director), K. Hertin (Director Storytelling) (Foto: Avantgarde)

Avantgarde Deutschland fusioniert Leistungsangebote

Neuaufstellung

Die Avantgarde Group treibt den Ausbau der deutschen Agentur unter Geschäftsführung von Uwe Freytag voran: Die sechs Business-Bereiche Shift Brand Consulting, Client Services, Ideation, Architektur, Communications und Digital Solutions werden zu einer Einheit fusioniert. Zudem verstärkt Freytag das Leistungsangebot im Bereich Kommunikation mit PR, Influencer Marketing, Social Media, Content Marketing und crossmedialem Campaigning.

„Die neue Agenturausrichtung hilft uns dabei, unseren Kunden noch mehr Avantgarde bieten zu können“, so Uwe Freytag. „Wir sind nun optimal aufgestellt, um mit innovativen, kreativen und mutigen Kommunikationsideen Kundenprobleme an jedem Touchpoint lösen zu können. Ob in der Live Experience, im digitalen Raum oder bei der 360-Grad-Kommunikation.“

Durch die Zusammenlegung der verschiedenen Spezialkompetenzen zu einem gemeinsamen und erweiterten Service-Angebot soll Avantgarde Deutschland die komplexen Herausforderungen von Kunden flexibler, integrierter und effizienter lösen können. Nach der Fusion sind für Avantgarde Deutschland mit Standorten in München, Köln, Berlin und Stuttgart rund 180 Mitarbeitende in den vier Kompetenzfeldern Creative Consultancy, Content & Communications, Experience Marketing und Digital Solutions für Kunden wie NIO, Bosch, Danone, Polestar, Merz Aesthetics, Porsche und Mercedes-Benz tätig.

Mit dem Ausbau erweitert sich gleichzeitig die Agenturführung der Avantgarde Deutschland: Unter dem Lead des im April 2023 gestarteten Kommunikationsexperten Uwe

Freytag verantworten Sangeeta Amin den Bereich Client Services und Joe Butler den Bereich Digital.

„Das neue Mission Statement der international tätigen Avantgarde Group ‚Crafting Stories. Shaping Spaces. Creating Fans.‘ erfährt mit der Transformation unserer deutschen Agentur seine direkte Umsetzung im Kernmarkt der Gruppe“, kommentiert Dr. Marc Schumacher, CEO Avantgarde Group. „Die Erfolgsgeschichte, die 1985 in München mit der Gründung einer Agentur für Live Experience begann, hat sich durch die veränderten Kundenherausforderungen sowie durch den digitalen Wandel der Kommunikationslandschaft nativ weiterentwickelt. Avantgarde Deutschland steht heute für eine ganzheitliche und integrierte Brand Experience.“

KUWAIT EXPO PAVILLON IN OSAKA WIRD VON NÜSSLI GEBAUT

Zum zweiten Mal nach der Expo 2015 in Milano erhält Nüssli den Zuschlag für den Bau des Kuwait-Pavillons. Nüssli hat vom zuständigen kuwaitischen „Ministry of Information“ den Auftrag erhalten, den Länderpavillon des arabischen Staates zu konstruieren. Neben den Pavillons der Schweiz und Österreich ist dies das dritte Projekt der Weltausstellung in Japan, an welchem das Ostschweizer Unter-

nehmen maßgeblich beteiligt ist. Nüssli CEO Andy Böckli freut sich über den Auftrag, den das Unternehmen als Experte im Bau von Länderpavillons an seiner neunten Expo umsetzen wird: „Für das Gelingen des spektakulären kuwaitischen Pavillons können wir auf viel Know-how rund um Länderauftritte und insbesondere auch auf die Erfahrung mit Expo-Pavillons zurückgreifen“. Nüssli realisiert den Ku-

wait-Pavillon als Totalunternehmer. Nach der Vertragsunterzeichnung reiste die kuwaitische Delegation weiter nach Osaka. Dort hat sie am darauffolgenden Tag die erst kürzlich eröffnete Niederlassung von Nüssli besucht, einen Termin bei der Expo-Organisation wahrgenommen und das Expo-Gelände besichtigt. Das Design des Pavillons wird zu einem späteren Zeitpunkt vorgestellt.



Thorsten Beckmann (Achtung! CFO), Jan Pikull (Mitgründer Achtung! Happens), Mirko Kaminski (Achtung! CEO) (v.l., Foto: Achtung! GmbH)

Jan Pikull und Achtung! starten Achtung! Happens

Außergewöhnliche Markenerlebnisse

Die Agenturfamilie Achtung! und Jan Pikull gründen zusammen Achtung! Happens – eine Agentur für außergewöhnliche Markenerlebnisse. Die neue Agentur nahm bereits am 1. Oktober ihre Arbeit in Hamburg auf. Pikull war in den vergangenen zwölf Jahren als geschäftsführender Gesellschafter von unite – einer Agentur für „Entertaining Cooperative Marketing“ – und dort für Marken wie Geldermann, Mumm & Co., Bahlsen und Lavazza Deutschland tätig.

Mit der Idee einer Agentur, die Kooperationen, Events und Kommunikationsplattformen verbindet, um Marken erlebbar zu machen, startet Pikull jetzt auf der „Achtung! Grün-

der*innen-Plattform“. Darüber führen bereits Babette Kemper (Achtung! Mary), Felicia Mutterer (Achtung! Broadcast), Christina Starke (Achtung! Neo), Tim Voigt (Achtung! Alive) und Simeon Atkinson (Achtung! InnoHealth) zuvor gemeinsam mit Achtung! gegründete Agenturen. Sie halten als geschäftsführende Gesellschafter dabei stets in höherem Maße Anteile an ihrer eigenen Agentur. Vorteil dieser gemeinsamen Gründung ist dabei immer, dass die Mitgründer ihre Expertise, ihre Persönlichkeit und ihr Netzwerk einbringen, während Achtung! alles andere stellt, unter anderem Marke, Kapital, Ausstattung, Kommunikation und Shared Services wie HR, IT, Buchhaltung, Controlling.

Jan Pikull: „Ich möchte meine bisherige erfolgreiche Arbeit jetzt in einem größeren Rahmen wirksam werden lassen und für Unternehmen umfassende Plattformen zur Markeninszenierung kreieren. Achtung! ist dafür als Partner meine erste Wahl.“ Anfang Oktober werden bereits erste Kunden mit Achtung! Happens starten. Das Team um Jan Pikull wird dafür gerade zusammengestellt.

Mirko Kaminski, CEO von Achtung!: „Jan und Achtung! Happens ergänzen unser Angebot perfekt. Inmitten von Digitalisierung, Streaming und zunehmender Bildschirmzeit wächst bei uns Menschen die Sehnsucht, Besonderes zu erleben.“

Pure Perfection realisierte 27 Projekte im 3. Quartal 2023

Heißer Herbst

Die Agentur Pure Perfection vermeldet einen heißen Herbst und konnte im 3. Quartal 27 Events in den Disziplinen Management-Meetings, Incentives, Produktpräsentationen und Automobil-Events umsetzen.

Im 3. Quartal lag bei den Event-Experten aus Wiesbaden mit weiteren Standorten in Berlin und Düsseldorf der Schwerpunkt auf großen Management-Meetings. So konnte im Juli eine Führungskräftekonferenz für 600 Personen in München realisiert werden, gefolgt von einem Management-Meeting mit 650 Teilnehmern am Hockenheimring und einer globalen Top-Managementkonferenz mit 450 Gästen in Barcelona.

Während der IAA in München unterstützte das Automotive-Team der Agentur zwei Kunden bei ihren Messeauftritten und konnte zwei dynamische Presse-Fahrveranstaltungen auf der Schwäbischen Alb und in Süditalien umsetzen.

Die Pharma-Unit von Pure Perfection realisierte zwölf Kongresse und Veranstaltungen – unter anderem in Amsterdam, Barcelona, Leipzig, Boston, Mainz, Singapur und Washington.

Auch das Incentive-Team trug zu der starken internationalen Ausrichtung von Pure Perfection bei und betreute jeweils zwei Veranstaltungen in Portugal und in Montenegro.

Im dritten Quartal standen zudem Produkt Launch-Events auf der Agenda: So konnte für

einen japanischen Hersteller von Digitalkameras ein neues Produkt der internationalen Presse in Stockholm vorgestellt werden. Diesem Event schloss sich ein europäischer Händlerkongress in Barcelona an. Ebenfalls in Barcelona launchte die Kreativ-Unit der Agentur ein neues Tierarzneimittel. Zudem wurde das neue Interior-Konzept eines Vorserienfahrzeuges internationalen Pressevertretern während einer einwöchigen Sneak-Preview-Veranstaltung in München präsentiert.

Insgesamt liegt die Agenturgruppe mit bisher 96 im Jahr 2023 realisierten Veranstaltungen voll im Plan auf ihrem Weg zum Jahresziel von 125 Veranstaltungen.

New Work

Erfahrungen mit der Vier-Tage-Woche bei der Eventagentur Schachzug

DIE AGENTUR SCHACHZUG AUS ERLANGEN HAT FÜR EINEN TESTZEITRAUM DIE VIER-TAGE-WOCHEN FÜR MITARBEITER BEI GLEICHZEITIGER EINFÜHRUNG EINER 38,5 STUNDEN WOCHEN EINGEFÜHRT.



Karin Schneider
(Foto: Schachzug)

Für jeden Mitarbeiter gab es in dieser Zeit einen Off-Tag. Um die Besetzung der Agentur weiterhin an fünf Tagen in der Woche zu gewährleisten, variierte dieser Tag von Mitarbeiter zu Mitarbeiter. Wir haben darüber und die gesammelten Erfahrungen mit Karin Schneider gesprochen, CPO von Schachzug und verantwortlich für das Brand Marketing der Agentur.

BlachReport: Welche Erfahrungen hat Schachzug mit der Vier-Tage-Woche gemacht?

Karin Schneider: Eine ganze Menge. Auf Seiten der Mitarbeitenden haben wir drei Gruppen beobachtet. Es gab eine Gruppe, die eigentlich ohne Probleme sofort einsteigen konnte, die sich sehr gut strukturiert hat und die den zusätzlichen freien Tag aktiv nutzte. Diese Gruppe hat so nach eigenen Aussagen ein neues Level von Work-Life-Balance erlebt.

Dann gab es eine Gruppe, die sich erst mal ein bisschen darauf einlassen und neu organisieren musste, vielleicht auch etwas hin und hergerissen war, was jetzt eigentlich mehr Vor- und Nachteile mit sich bringt. Denn es war doch für viele dann ein ungewohnt langer Arbeitstag mit knapp zehn Stunden. Wir haben die Arbeitszeit ja nur geringfügig verringert; die Arbeitstage waren so natürlich insgesamt länger an den vier Tagen. Diese Kollegen und Kolleginnen haben dann vielleicht festgestellt, dass man abends eventuell nicht mehr so viel vom Tag hat oder sich nicht mehr mit Freunden treffen kann, weil man zu müde ist. Aber auch diese Gruppe hat den zusätzlichen freien Tag sehr genossen und versucht, sich neu zu strukturieren und zu finden.

Es gab auch eine Mitarbeiterin, die aus dem Test ausgestiegen ist, weil sie einfach gemerkt hat, dass für sie die Fünf-Tage-Woche eine bessere Struktur bietet. Wir haben das sehr positiv bewertet, weil auch diese Feststellung ein Ziel der Testphase war und die Mitarbeitenden für sich feststellen sollten, was zum Lebensmodell passt und wie sie sich am wohlsten fühlen.

Als Arbeitgeber haben wir uns sehr gefreut, dass alle bei diesem freiwilligen Experiment mitgemacht haben und wirklich begeistert waren. Und so haben wir unser Team eigentlich auch eingeschätzt. Wir gehen immer gern neue Wege.

Die investierte Vorbereitungszeit hat sich ausgezahlt. Wir haben zum Beispiel die Prozesse neu durchdacht und teilweise verändert. Deswegen sind währenddessen nur vereinzelt Themen aufgetaucht, an die wir nicht vorab gedacht hatten. Insgesamt gab es von den Mitarbeitenden viel proaktives Feedback.

BlachReport: Passt eine Vier-Tage-Woche überhaupt zu den Anforderungen einer Agentur für Livekommunikation und Experiential Marketing?

Karin Schneider: Ich glaube, es gibt überhaupt kein starres Konzept, das zu dieser Branche passt, weil es einfach eine sehr agile Branche ist. Im Livemarketing muss man sich ohnehin flexibel aufstellen.

Wir hatten vorher schon festgelegt, dass wir kurz vor einem Event oder während einer Veranstaltung keine Vier-Tage-Woche haben werden, sondern dass wir möglichst alle an Bord sind, weil es in dieser Zeit einen erhöhten Workload gibt und die handelnden Personen dabei sein müssen. Das war für alle auch kein Problem.

Für die Zukunft wäre es wohl die beste Lösung, auf ein starres Konzept zu verzichten und dafür agile Arbeitszeitmodelle einzuführen, die auch auf die Lebensentwürfe der einzelnen Mitarbeitenden individuell eingehen können. Ähnlich wie bei Homeoffice-Regelungen sind flexible

Lösungen wohl der Königsweg – dort, wo sich die Mitarbeitenden am besten fühlen und die Produktivität gewährleistet ist.

BlachReport: Was haben die Auftraggeber zur Vier-Tage-Woche bei Schachzug gesagt?

Karin Schneider: ‚Wo kann ich mich bewerben?‘ – dieser Scherz war meist die erste Reaktion. Dann gab es auf Seiten der Auftraggeber*innen ein großes Interesse daran, wie sich das gestaltet und wie es funktioniert. Klar, es kam auch die Frage nach unserer Erreichbarkeit. Aber wir hatten ja ein Modell konstruiert, das diese Erreichbarkeit sicherstellte, und das hat gut funktioniert.

Auch bei Pitches wurde das Thema angesprochen, und ich habe das als echtes Interesse daran empfunden, wie die Zusammenarbeit konstruktiv funktionieren kann. Insbesondere HR-Abteilungen von großen Konzernen haben uns gebeten, regelmäßig ein Feedback zu geben und zu teilen. Ich habe diese Anteilnahme als sehr positiv wahrgenommen.

BlachReport: Wie lang lief die Testphase mit der Vier-Tage-Woche bei Schachzug?

Karin Schneider: Tatsächlich befinden wir uns immer noch im Experiment. Die erste Phase war die Vier-Tage-Woche, die über drei Monate lief und Anfang September beendet war. Damit ist unser Test aber noch nicht vorbei. Wir starten in die nächste Phase und das ist jetzt die Fünf-Tage-Woche. So wollen wir einen bewussten Vergleich schaffen.

Dabei geht es unter anderem um die Learnings aus der Vier-Tage-Woche und was jeder Einzelne mitnehmen konnte. Und wie fühlt sich das jetzt an, wieder anders zu arbeiten? Wir werden das auswerten und beobachten. Ich habe schon Feedback bekommen, dass man jetzt einen ganz anderen Blick auf die Fünf-Tage-Woche hat. Nach der Auswertung der Erfahrungen wollen wir im nächsten Jahr ein agiles Arbeitszeitmodell ausprobieren, das sich jetzt noch in der Konzeption befindet und auf diese beiden Testphasen und deren Auswertung aufsetzen soll.

BlachReport: Welche Ratschläge könntest Du anderen Agenturen mit auf den Weg geben, wenn sie eigene Erfahrungen mit der Vier-Tage-Woche machen wollen?

Karin Schneider: Am wichtigsten sind wohl Offenheit, Flexibilität und Neugierde. Die Anforderungen von New Work sind da und werden auch bleiben. Also muss man sich auf allen Ebenen damit auseinandersetzen. Es gibt doch diesen Spruch, der dazu gut passt: ‚Entweder du gehst mit der Zeit oder du gehst mit der Zeit‘.

Vielleicht noch etwas konkreter: Vorbereitung ist das A und O – wie so oft. Und das gilt auch für Änderungen der Arbeitszeiten. Außerdem braucht man Durchhaltevermögen. New Work ist kein Sprint, sondern ein Marathon. Dafür ist ein hohes Maß an Zusammenarbeit und Vertrauen zwischen Mitarbeitenden und Unternehmen gefordert. Beide Seiten müssen gemeinsam daran arbeiten, Lösungen gibt es nicht von heute auf morgen.

Kommunikation ist dabei der Schlüssel. Man braucht eine gute, ehrliche Feedback-Kultur, klare Absprachen auf beiden Seiten, aber auch ein offenes Ohr auf der Arbeitgeberseite.

BlachReport: Gibt es bei Schachzug jetzt so etwas wie eine neue Normalität oder bleibt alles anders?

Karin Schneider: Bei uns bleibt immer alles anders.

BlachReport: Vielen Dank für die Beantwortung unserer Fragen.



Impressionen vom Internationalen Messeseminar 2023 (Fotos: Messe Essen)

Positive Bilanz

Internationales Messeseminar 2023

Auf dem Internationalen Messeseminar tauschten sich vom 17. bis 19. September 2023 rund 80 Führungskräfte zu aktuellen Herausforderungen der Messebranche aus. Fachkräftegewinnung, IT-Sicherheit und die Zukunft von B2C-Messen standen im Mittelpunkt der drei Seminarstränge, für deren inhaltliche Vorbereitung jeweils ein Mitglied der Interessengemeinschaft deutscher Fachmessen- und Ausstellungsstädte (IDFA) Pate stand. Premiere feierte das neue Konzept der Networking-Plattform für Entscheider in der Messe Essen.

Für das erste Internationale Messeseminar nach der Pandemie haben die IDFA-Mitglieder das Veranstaltungskonzept weiterentwickelt. Der bisherige Netzwerkcharakter wird nun durch ein starkes Content-Angebot flankiert. „Mit dem Internationalen Messeseminar bringt die IDFA Führungskräfte zusammen, die gemeinsam an ganz konkreten Fragestellungen unserer Branche arbeiten“, erklärt Oliver P. Kuhrt, geschäftsführender Vorsitzender der IDFA und Geschäftsführer der Messe Essen. „Für die exzellente inhaltliche Vorbereitung der drei Seminarstränge gilt mein ausdrücklicher Dank der Hamburg Messe und Congress, der Leipziger Messe und der Messe Stuttgart, die die Patenschaften übernommen haben. Die Resonanz auf das neue Konzept war hervorragend.“

Die Paten haben ihr Programm jeweils einem Thema gewidmet, das die Messebranche derzeit besonders bewegt. Inspiriert durch Keynotes von Experten wurde in den einzelnen Seminargruppen intensiv an Lösungen rund

um die jeweilige Fragestellung gearbeitet. Eine gemeinsame Wrap-up-Session zum Abschluss des Semintags sollte sicherstellen, dass die Teilnehmer von den Arbeitsergebnissen aller Gruppen profitieren.

Für die Hamburg Messe + Congress, die den ersten Seminarstrang unter das Thema Fachkräftemangel gestellt hat, führte Personalleiterin Kirsten Harms Regie. Unter dem Titel „Messegesellschaften: Die großen Unbekannten am Arbeitsmarkt?“ tauschte sich die Gruppe über Strategien für die erfolgreiche Ansprache und Bindung von Talenten aus. Dazu wurden sowohl Best-Practice-Beispiele präsentiert als auch Erfahrungen und Lösungsansätze von den einzelnen Messestandorten geteilt. Ein Schwerpunkt des Seminars lag auf der Nachwuchsfindung und dem zielgruppen-gerechten Employer Branding für die Gen Z. Hierzu berichtete Markus Mehrheim, Gründer von Hooman Employer Marketing, aus seiner Beratungspraxis und stellte die einzelnen Phasen hin zur Entwicklung einer profilscharfen Arbeitgebermarke vor.

Den zweiten Seminarstrang hat die Leipziger Messe dem Thema B2C-Messen gewidmet und gemeinsam mit dem Institut für Eventforschung der TU Chemnitz kuratiert. Institutsleiterin Prof. Dr. Cornelia Zanger stellte das Programm unter die Fragestellung „Quo vadis Publikumsmesse?“ und beleuchtete die Zukunftschancen des Eventformats zwischen Kult und Krise. Nach dem Überblick über aktuelle Forschungsergebnisse ging die Gruppe im World-Café-Stil anschlie-

ßend genauer auf einzelne Punkte ein, bevor auch hier die Gen Z im Fokus stand. Sandro Gärtner, Abteilungsleiter Digitale Kommunikation der Leipziger Messe, referierte über die Anforderungen an die Ansprache dieser Nachwuchszielgruppe.

Für den dritten Seminarstrang zeichnete die Messe Stuttgart verantwortlich und stellte das Thema IT-Sicherheit in den Mittelpunkt. Dennis Stamm, CIO und Director Digital Services & IT, berichtete unter dem Motto „What the hack?“ davon, wie der gefürchtete Cyberangriff Realität wurde und welche Learnings die Messe Stuttgart aus dem Hackerangriff 2019 ziehen konnte. Inna Claus, Kriminaloberkommissarin beim Landeskriminalamt Nordrhein-Westfalen, sensibilisierte die Teilnehmer für das Thema Prävention. Hier knüpfte auch der Beitrag von Florian Oelmaier an. Der Prokurist der Corporate Trust, Business Risk & Crisis Management GmbH führte die Teilnehmer ins Darknet und in die Welt der Hackergruppen ein. Da sich ein Hackerangriff allen Vorsichtsmaßnahmen zum Trotz nie ganz ausschließen lässt, adressierte das Seminar auch das Thema Cyberversicherung. Worauf beim Abschluss eines für das Unternehmen passenden Vertrags zu achten ist, erläuterte Thomas Droberg, Head of Cyber Insurance beim Industrieversicherer Marsh Deutschland.

Im Anschluss an den intensiven Semintag hatten die Teilnehmer beim Netzwerkabend Gelegenheit, miteinander ins Gespräch zu kommen und sich zu den Themen gruppenübergreifend auszutauschen.



L & D als Top-Ausbildungsbetrieb ausgezeichnet

Gütesiegel

Seit Anfang des Jahres investiert das Catering-Unternehmen L & D verstärkt in eine Ausbildungs-Offensive für die Fach- und Führungskräfte, um zukünftigen Herausforderungen besser zu begegnen. Dieses Engagement wurde mit dem Gütesiegel „TOP-Ausbildungsbetrieb“ der Dehoga belohnt. „Das Siegel ist ein verlässlicher Beleg für die Qualität der Ausbildung bei L & D und beruht unter anderem auf anonymen Befragungen der Auszubildenden im Unternehmen“, so Beatrice Lohmer von L & D.

Aktuell hat L & D bundesweit 13 Auszubildende, wovon sieben in diesem Jahr (2023) dazukamen. Vier dieser Auszubildenden wurden bereits im Sommer 2023 fest bei L & D übernommen.

Mit verschiedenen Betriebsformen in ganz Deutschland bietet L & D eine große Bandbreite an Tätigkeiten und Schwerpunkten. Besonders attraktiv ist die Möglichkeit der Job-Rotation, bei der die Auszubildenden Einblicke in Bereiche wie Betriebsgastronomie, Event-Catering und Kinder- und Jugendverpflegung erhalten können. Durch diese vielfältige, bundesweite Betriebsstruktur können verschiedene gastronomische Ausbildungen bei L & D durchlaufen werden.

Die L & D-Zentrale in Graftschacht achtet auf die Umsetzung der Dehoga-Kriterien und unterstützt die Ausbildungsbetriebe bestmöglich bei allen Fragen rund um die Ausbildung, zum Beispiel bei Anmeldeprozessen oder Rahmenplaneinhaltung.

Nicht nur die Auszubildenden haben Vorteile – auch für die ausgezeichneten Betriebe ist das Gütesiegel „TOP-Ausbildungsbetrieb“ wertvoll: Die Dehoga wirbt in Abstimmung mit den Betrieben über ihre Kanäle und sorgt so für eine Verbesserung des Branchenimages. Die Suche nach geeigneten Auszubildenden wird erleichtert und die teilnehmenden Betriebe können über ein Ideentool Ideen austauschen und haben Zugriff auf Erfahrungswerte, Checklisten und Angebote von Drittanbietern.

MESSE STUTTGART MIT TOCHTERGESELLSCHAFT IN INDIEN

Die Messe Stuttgart hat eine Tochtergesellschaft in Indien gegründet. Erste Veranstaltungen sollen bereits Anfang 2024 in Bangalore und Neu-Delhi stattfinden.

Indien ist einer der wichtigsten Märkte der Zukunft und weist sich laut OECD-Wachstumsbericht vom Juni mit einer Prognose von sechs Prozent Wachstum für dieses Jahr und sieben Prozent Wachstum für 2024 als wachstumstärkstes Land der G20 Staaten aus. Der indische Veranstaltungs- und Ausstellungsmarkt wurde 2020 auf drei Milliarden Euro geschätzt und soll bis 2026 eine Größe von 6,2 Milliarden Euro erreichen. Mit den avisierten Aktivitäten in Indien will die Messe Stuttgart auch die Anzahl der Aussteller und Besucher aus Indien am Standort Stuttgart erhöhen. Darüber hinaus sollen die Veranstaltungen in Indien eine Plattform bieten, um die Beziehungen zwischen Indien und Baden-Württemberg zu stärken.

Geschäftsführer der neuen Tochtergesellschaft ist Sachin Patil (38). Patil war bereits Jahre zuvor für andere deutsche Messegesellschaften aktiv und ist schon seit einigen Jahren als Auslandsvertreter für die Messe Stuttgart in Neu-Delhi tätig. Im neuen Jahr sollen Moldex India, Fastnex India und LogiMAT India stattfinden.



So grün kann
gelb sein

Wir nutzen konsequent CO₂-neutralen Strom. Unvermeidbare Emissionen gleichen wir über Klimaschutzprojekte aus. Aufgrund unserer Bemühungen für mehr Nachhaltigkeit gehören wir zu den Finalisten des Deutschen Nachhaltigkeitspreises 2023. Das spornt uns weiter an.

#messestuttgart





Aldi Nord Pop-up Eigenmarkenbar OWN (Foto: Aldi Nord)

Aldi Nord eröffnet Pop-up Eigenmarkenbar

OWN Berlin

Getreu dem aktuellen Kampagnenslogan „Teuer? Nee, Aldi. So geht Eigenmarke.“ lud Aldi Nord am 15. und 16. September in Berlin in seine weltweit erste Pop-up Eigenmarkenbar mit dem Namen „OWN“ ein. Für zwei Tage stand bei der Aktion ein Café in Berlin-Mitte ganz im Zeichen von Aldi Nord – vom Interieur im Aldi Tütendesign zur Inszenierung der Eigenmarken bis hin zur Bewirtung. Über 1.000 Gäste konnten an den beiden Öffnungstagen des OWN begrüßt werden, die kostenlos die Welt der Aldi Eigenmarken erleben konnten.

Ob der Aperitif „Nord Berry Fizz“ oder die Tomaten Tarte Tatin mit Frischkäse-Praline als

Appetizer: Das hochwertig inszenierte Catering, bei dem ausschließlich Produkte aus dem Aldi Eigenmarkensortiment auf die Teller und in die Gläser kamen, war nur scheinbar teuer. Menükarten lieferten den jeweiligen Preis, den die Gäste für das Getränk oder den Snack bezahlen müssen, wenn sie es oder ihn zu Hause nachmachen wollen. Alle Kreationen kosteten unter zwei Euro pro Portion.

Ausgewählte geladene Gäste konnten beim Pre-Opening am Freitag das OWN vorab testen, darunter Schauspielerin Jasna Fritzi Bauer, Sängerin Elif und Model Anna Schürle. Informationen zu den Eigenmarken lieferte Mode-

ratorin Aminata Belli. Am zweiten Tag bekam jeder Aldi Fan die Chance, sich für das Event zu registrieren. Gianfranco Brunetti, Director Marketing & Communications bei Aldi Nord Deutschland: „Die rund 1.000 Karten waren nach wenigen Stunden vergriffen. Es freut uns sehr, dass das OWN großen Anklang fand. Es zeigt, dass unsere Kunden auf die hohe Qualität zum günstigen Preis und den Geschmack von unseren Eigenmarken vertrauen. Die Pop-up Bar war nur eine temporäre Aktion, in unseren rund 2.200 Märkte findet man aber alles, was man zum Nachkochen und Nachmischen der Kreationen benötigt.“

Artificial Rome bringt die Diesel Experience zur Mailänder Modewoche

Vert-Experience

Artificial Rome hat im Auftrag von Fossil eine neue Diesel-Uhrenkollektion mit Hilfe von AI und Web3 zum Leben erweckt. Diesel wagt bei der Aktion den Schritt ins Metaversum. Das Projekt „Vert-Experience“ wurde während der Modenschau von Diesel auf der Mailänder Modewoche erstmals präsentiert.

Idee, Konzeption und Umsetzung für die Vert-Experience kommen von Artificial Rome, einem Unternehmen der Liganova Group. Das Berliner Studio für immersive & narrative Experiences hatte sich in einem Pitch beim Accessoire-Anbieter Fossil gegen mehrere Konkurrenten durchsetzen können. Fossil besitzt die

Lizenzrechte für Diesel-Uhren. Mike John Otto, Chief Creative Officer von Artificial Rome: „Wir freuen uns sehr, das erste immersive Erlebnis für Diesel auf der Basis unserer eigenen Plattform Soil zu schaffen. Diese narrative Brand Experience hebt das immersive Storytelling für Mode auf ein ganz neues Level.“

EQUAL ESPORTS FESTIVAL VERZEICHNETE BESUCHER-REKORD

Mehr als 6.000 Gamerinnen und Gamer kamen beim dritten Equal eSports Festival im Rahmen der Digital X in die Kölner Rheinterrassen zusammen und erlebten ein zweitägiges Gaming-Fest. Dabei waren auch viele Schulklassen, denen morgens ein unterhaltsames und informatives Programm geboten wurde.

Zum ersten Mal fand beim Festival mit dem Equal eSports Cup ein Turnier ausschließlich für Frauen und nicht-binäre Spieler statt. Zudem wurde auf dem Equal eSports Festival ein eigener Code of Conduct vorgestellt und umgesetzt – ein Statement für Gleichberechtigung und Diversität.

Die Deutsche Telekom richtete den Equal eSports Cup gemeinsam mit SK Gaming, der esports player foundation und Riot Games aus. Die vier Teams mit den meisten Punkten nach den Qualifikationsrunden qualifizierten sich für das große Finale beim Equal eSports Festival Vol. 3.



Eröffnung der BMW Motorrad Welt (Fotos: BMW Motorrad)

Jubiläums-Event

BMW Motorrad Welt in Berlin eröffnet

Der Vorsitzende des Vorstands der BMW AG, Oliver Zipse, und der Leiter BMW Motorrad, Markus Schramm, haben im Beisein von Olaf Scholz, Bundeskanzler der Bundesrepublik Deutschland sowie Berlins Regierendem Bürgermeister Kai Wegner am 28. September 2023 als Höhepunkt der Jubiläumsfeierlichkeiten der Marke, die BMW Motorrad Welt in Berlin eröffnet. Auf den Tag genau 100 Jahre nachdem mit der R 32 am 28. September 1923 auf der Automobilausstellung in Berlin das erste BMW Motorrad vorgestellt wurde.

Dem Festakt wohnten 150 Gäste aus Politik, Wirtschaft und Presse bei. Highlight der Eröffnungsfeier war neben der Präsentation der besten Custombikes auf Basis der BMW R 18 Modellfamilie im Rahmen der BMW Motorrad Customizing Championship auch die Weltpremiere der neuen BMW R 1300 GS. „Zum 100-jährigen Bestehen ist BMW Motorrad heute innovativer und vielfältiger denn je – und damit so erfolgreich wie nie. Denn der Anspruch dieser Marke hat alle Jahre überdauert: technologische Innovationen, die Menschen begeistern. Diesen Anspruch verkörpert jetzt auch die BMW Motorrad Welt als neues Be-

sucher-Highlight in Berlin“, sagte Oliver Zipse, Vorsitzender des Vorstands der BMW AG.

Der Standort der BMW Motorrad Welt befindet sich angrenzend an das BMW Motorradwerk Berlin-Spandau. Seit 1969 werden in Berlin BMW Motorräder gefertigt. Auf knapp 230.000 Quadratmetern und in zum Teil denkmalgeschützten Gebäuden rollen jeden Tag 900 Motorräder und Premium e-Scooter vom Band. Ihr neues Zuhause bezieht die BMW Motorrad Welt nun in einem der historischen Backsteingebäude am Juliufturm.

„Mit der BMW Motorrad Welt Berlin findet unsere Marke unmittelbar am Fertigungsstandort ein Zuhause. Dabei ist der Begriff Zuhause mit einem starken Gefühl verbunden – wie die BMW Motorrad Welt Berlin. Sie ist unser Home of the Brand. Auf rund 1.000 Quadratmetern bietet sie ein ganzheitliches Markenerlebnis, das BMW Motorrad auf lebendige und höchst emotionale Weise mit seiner Community verbindet“, umfasst Markus Schramm, Leiter BMW Motorrad, die Eckpfeiler der BMW Motorrad Welt Berlin.

Einer der zentralen Bestandteile der BMW Motorrad Welt Berlin ist die interaktive Prä-

sentation aktueller BMW Motorrad Fahrzeuge. Sonderausstellungen – etwa zum Thema Customizing – sowie ausgewählte Highlights der BMW Motorrad Gear & Garment Kollektion und des Original BMW Motorrad Zubehörs ergänzen das Erlebnis in der BMW Motorrad Welt Berlin. Live-Übertragungen oder ein Meet & Greet mit prominenten Motorrad-VIPs sind ebenso feste Bestandteile des Konzepts wie Kunstaussstellungen, Wohnzimmerkonzerte, Autogrammstunden mit bekannten Künstlern sowie das Motorcycle Cinema. Von Montag bis Freitag erleben die Besucher bei den Werkführungen zudem die hochmoderne Fahrzeugproduktion bei BMW Motorrad. Darüber hinaus bietet eine Führung über das Werksgelände und durch die Produktionshallen die seltene Gelegenheit, einen Blick hinter die Kulissen der Zweiradfertigung zu werfen.

Mit ihrem großzügigen Raumkonzept bietet die BMW Motorrad Welt auch Möglichkeiten für Veranstaltungen – ob Konferenzen, interaktive Workshops, Meetings, Closed Room Events oder Feierlichkeiten. Dabei besteht auch die Möglichkeit, die Räumlichkeiten der BMW Motorrad Welt extern anzumieten.

EDEKA UND NETTO STEHEN AUF MAFFAY UND ROCK 'N' ROLL

Nach den vielen Festivalbeteiligungen im Sommer ist es wohl kein Wunder, dass sich Marken nun auch vermehrt auf Tourneen präsentieren. Aktuell engagieren sich Edeka und Netto für die Farewell-Tour von Peter Maffay.

„We love Rock 'n' Roll“ – dieses Lebensgefühl verbindet Peter Maffay und seine Fans seit 55 Jahren. 2024 will Peter Maffay seine Karriere mit zehn Open-Air-Konzerten krönen. Diese

Tournee soll seine letzte große Tour mit Band sein. Edeka und Netto ermöglichen als exklusive Partner der Farewell-Tour insgesamt 2.000 Fans eine Teilnahme. Zu jedem Auftritt sind musikalische Gäste geladen, die eigene Hits präsentieren. Das Finale mit Special Guests und Wegbegleitern von Peter Maffay findet in Leipzig statt – also dort, wo der Künstler 1990 das erste große Stadionkonzert seiner Karriere spielte.

Die 2.000 Konzerttickets werden bis zum 31. Oktober 2023 verlost und mit einer umfangreichen 360-Grad-Kommunikationskampagne beworben.

Seit 2016 begleitet Edeka diverse Projekte im Rahmen der Peter Maffay Stiftung. Zusätzlich unterstützt der Edeka-Verband die Peter Maffay Stiftung durch den Verkauf von „Tabaluga“-Produkten.



BMW Open Work by Frieze 2023 (Fotos: BMW/Sara Sadik)

Automobile Markeninszenierungen auf Messen

Kunst, Technologie und Design

GERADE IM KUNSTBEREICH STEHEN MESSEN BEI DEUTSCHEN AUTOMOBILHERSTELLERN NACH WIE VOR HOCH IM KURS, WENN ES DARUM GEHT, MARKE UND MODELLE EINEM AUFGESCHLOSSENEN PUBLIKUM MODERN UND ZEITGEMÄSS ZU PRÄSENTIEREN. DIE INSZE-

NIERUNGEN GEHEN DABEI OFT ÜBER KLASSISCHE MESSESTÄNDE HINAUS UND UMFASSEN AUSGIEBIGE PARTNERSCHAFTEN, RAHMEN-EVENTS UND BRAND-AUSSTELLUNGEN. ZWEI PROMINENTE BEISPIELE AUS DIESEM JAHR STELLEN WIR NACHFOLGEND VOR.

Multi-Plattform-Format

BMW Open Work by Frieze 2023

BMW Open Work by Frieze ist eine jährlich stattfindende gemeinsame Initiative, die Kunst, Technologie und Design in einem Multi-Plattform-Format vereint. Seit 2017 lädt BMW Open Work by Frieze jedes Jahr einen Kunstschaffenden ein, ein visionäres Projekt zu entwerfen, das von Technologie, Ingenieurskunst und BMW Design inspiriert ist und aktuelle und zukünftige Technologien als Instrument für Innovation und künstlerische Experimente nutzt.

Auch in diesem Jahr setzten BMW und die Londoner Kunstmesse Frieze ihre langfristige Partnerschaft im Rahmen der Kunstinitiative fort. Die Künstlerin Sara Sadik aus Marseille wird dafür im KOKO Club im Londoner Stadtteil Camden Town einen Film und ein Videospiel präsentieren, konzipiert für den neuen BMW i5. Das von Attilia Fattori Franchini kuratierte Multi-Plattform-Format vereint Kunst, Technologie und Design.

Beide Arbeiten werden während der Frieze London, die vom 11. bis zum 15. Oktober 2023 stattfindet, erstmals vorgestellt. In diesem Jahr feiert die Messe ihr 20-jähriges Jubiläum mit ihrer bisher internationalsten Ausgabe und einem breiten Programm an künstlerischen Kooperationen und Veranstaltungen, darunter auch BMW Open Work.

Attilia Fattori Franchini die Kuratorin des BMW Open Work: „Ich freue mich sehr auf die Zusammenarbeit mit Sara Sadik, die sich in ihrer Arbeit mit der Schnittstelle zwischen Kunst, Computerspielen und digitaler Technologie befasst. Sadiks Projekt für BMW Open Work 2023 umfasst zum einen ein eigens für den BMW i5 konzipiertes Videospiel, welches das Fahrzeug als einzigartiges Erlebnismedium nutzt. Zum anderen ein Film, die in der BMW Lounge zu sehen sein wird, und dem Format da-

mit eine völlig neue Ausrichtung verleiht. Ich kann es kaum erwarten, dass dieses Projekt den KOKO Club erobert und damit das gemeinsame Engagement von Frieze und BMW für experimentelle künstlerische Praktiken unterstreicht.“

Sadiks Video- und Performance-Arbeiten bewegen sich zwischen Fiktion und Dokumentation. In Anlehnung an Science Fiction, Videospiele, Anime und französischen Rap entwirft die Künstlerin Initiationsgeschichten, in deren Mittelpunkt Figuren stehen, die eine moralische und physische Transformation anstreben. Ihr Beitrag auf der Frieze London umfasst ein interaktives, immersives Spiel, das in Zusammenarbeit mit Experten des BMW Gaming und Innovation Lab speziell für den neuen, vollelektrischen BMW i5 entwickelt wurde, sowie ein Video, das sowohl im KOKO Außenbereich als auch in der BMW Lounge gezeigt wird. Die Designer des BMW i5 werden Sadik sowohl bei der technischen Konzeption des Spiels als auch beim Spielerlebnis im Fahrzeug durch Sound und Licht unterstützen.

Unter dem Titel LA Potion (EH) untersucht Sadik in ihrer Arbeit anhand von computergenerierten Szenarien die wechselnden Gefühlszustände junger männlicher Figuren. Die von ihr gestaltete Welt macht deren Emotionen sichtbar und untersucht gleichzeitig die Konstruktion und Darstellung von Männlichkeit, ihre ethischen und moralischen Codes und was dies über gesellschaftliche Strukturen im weiteren Sinne aussagt.

Sadik tritt damit die Nachfolge von Nikita Gale (2022), Madeline Hollander (2020-21), Camille Blatrix (2019), Sam Lewitt (2018) und Olivia Erlanger (2017) an, die in der Vergangenheit bereits als Kunstschaffende für die BMW Open Work Initiative ausgewählt wurden.



Porsche-Ausstellung „Dream in Colour“ auf der Photofairs Shanghai 2023 (Fotos: Porsche)

Illustrierte Markengeschichte

Porsche „Dream in Colour“ auf der Photofairs Shanghai

Im Frühjahr 2023 inszenierte Porsche sein Jubiläum als 75-jährige „Geschichte eines Traums“ im Rahmen einer Ausstellung bei der Photofairs Shanghai. Zu sehen gab es dabei eine Sammlung farbenfroher Arbeiten, die die Geschichte der Marke illustrierten.

Photofairs Shanghai, die führende Kunstmesse in der Region Asien-Pazifik für Fotografie und digitale Kunst, war im April im Shanghai Exhibition Centre zu Gast. Als Presenting Partner arbeitete Porsche China bei der Organisation der Veranstaltung zum fünften Mal mit der Messe zusammen, um „Dream in Colour“ zu präsentieren – eine Ausstellung, die das 75-jährige Bestehen der Marke feierte. Porsche arbeitete mit verschiedenen international bekannten Künstlern zusammen, unter anderem mit Chris Labrooy und Yang Yongliang, die in der Ausstellung erzählten, wie sie ihren Träumen nachgehen.

„Porsche China fühlte sich geehrt, wieder an der Photofairs Shanghai teilzunehmen, um unsere besondere Betrachtungsweise von Kunst, Bildern und Lifestyle öffentlich sichtbar zu machen“, sagt Michael Kirsch, President und CEO von Porsche China. „Anlässlich des Jubiläums 75 Jahre Porsche Sportwagen, haben wir eine thematische Ausstellung kuratiert, die Rückschau auf diese unvergessliche Reise der Träume hält. Wir hoffen, damit die Leidenschaft bei allen Träumern geweckt und sie dazu angeregt zu haben, ihre Träume weiter unermüdlich zu verfolgen.“

Die Ausstellung Dream in Colour war ein immersives, fünf Themen umfassendes Erlebnis, in dessen Mittelpunkt ein mehrfarbiger Taycan Turbo S Limited Edition stand, um die lange Tradition und die Überzeugungen der Marke, die durch die Zeit Bestand haben, zu veranschaulichen.

Der Ausstellungsbereich „Origin“ stellte wichtige Momente von den Anfängen der Marke bis heute heraus – mit seltenen Archivaufnahmen, von Schwarzweiß- bis zu Farbfotos. Diese zeigten, wie Porsche stets seinen Anspruch verfolgte, den perfekten Sportwagen zu erschaffen. Eines der Highlights in diesem Bereich war die Weltpremiere von „Artifacts“, einem neuen Kunstband, der vom Porsche Museum und Type 7 produziert wurde. Mit ausgewählten Objekten aus den Beständen des Stamm-

sitzes von Porsche in Zuffenhausen taucht er tief in die Geschichte der DNA von Porsche ein.

Der Bereich „Inspiration“ der Ausstellung stellte das Werk „Nebula“ vor, das speziell von dem bekannten chinesischen bildenden Künstler Yang Yongliang kreiert wurde. Es repräsentiert den generationsübergreifenden Dialog über 75 Jahre, vom Umriss des klassischen 356 bis zur Form des vollelektrischen Taycan. Auch das Werk „Glows in the Arctic“ von Yang Yongliang wurde im Rahmen dieser Ausstellung erstmals auf dem chinesischen Festland gezeigt. Es stellt die persönlichen Überlegungen des Künstlers zur Welt von heute mit Mitteln der zeitgenössischen und der traditionellen chinesischen Landschaftskunst dar.

Der Bereich „Passion“ sollte die Überzeugung vermitteln, dass Träumen Leidenschaft zugrunde liegen muss, damit sie wahr werden. Porsche verkörpert eine Gruppe von „Träumern“, die von Leidenschaft getrieben sind, ihre Träume auf unterschiedliche Weise verfolgen und die Geschichte der Marke beleben. Unter vielen anderen gehören dazu die Mitglieder der Familie Porsche, die ständig bestrebt sind, ihre Sportwagen-Träume zu realisieren, Rennfahrer, die immer wieder die Grenzen auf der Piste ausreizen, Künstler, die sich in einer professionellen Momentaufnahme der Zeit ausdrücken, und Porsche-Besitzer, die Freude am Fahren haben.

Porsche hatte den schottischen Künstler Chris Labrooy eingeladen, den Bereich „Vision“ zu vertreten: Dort war eine Auswahl seiner skurrilen und temperamentvollen Werke zu sehen. Diese interpretieren den Traum von Porsche aus einer fantasievollen und surrealen Perspektive. Unter diesen Arbeiten hatte die verspielte immersive Installation „Dream Big“ im Plaza-Bereich des Shanghai Exhibition Centre einen Überraschungsauftritt.

An anderer Stelle konnten die Besucher Fotos machen und ihre Träume aufschreiben und an einer Mosaikwand unter der Überschrift „Driven by Dreams“ anheften. Im Ergebnis entstand eine unter Einbeziehung des Publikums geschaffene Installation, die die Philosophie der Marke Porsche „Driven by Dreams“ zur Schau stellte und gleichzeitig die unterschiedlichen Ambitionen derer, die dazu beitrugen, würdigte und ermutigte.



Teilnehmer im World Café (Foto: Michael Gleich)

micelab:bodensee erarbeitet Modelle für eine robuste MICE-Branche

Transformation der Geschäftsmodelle

Das micelab:bodensee ging im 6. Forschungsmodul der Frage nach, wie eine gute Balance zwischen sinnstiftendem Arbeiten und wirtschaftlicher Notwendigkeit aussieht. Mithilfe der Theory-U-Methode erarbeiteten dazu 16 Mitglieder des Netzwerks Prototypen für neue Geschäfts- beziehungsweise Arbeitsmodelle für die Veranstaltungsbranche. Darin flossen Erkenntnisse und Kompetenzen aus der bisherigen Forschung und Praxis ein.

„Die MICE-Branche hat sich von der Krise zwar erholt. Dennoch wissen wir und wussten schon davor, dass klassische Geschäftsmodelle erodieren und wir den Menschen neue Angebote machen müssen, um langfristig erfolgreich zu sein. Dazu braucht es eine echte Veränderung, eine Transformation“, betont Urs Treuthardt, Präsident BodenseeMeeting. Der Verein ist Träger des Forschungsnetzwerks micelab:bodensee, das sich seit gut 15 Jahren mit lebendiger sinnstiftender Veranstaltungskultur beschäftigt – sowohl im Forschungsmodul, dem micelab:explorer, als auch in der Praxis und Vermittlung.

Während bisherige Labore auf den Menschen, die innere Haltung und das Lernen fokussierten, widmete sich das 6. Forschungsmodul der konkreten Frage: „Wie sieht eine gute Balance zwischen sinnstiftend arbeiten und wirtschaftlicher Notwendigkeit aus?“ Diana

Oser von collaboratio helvetica unterstützte den Prozess mithilfe der Theory U – eine Kreativ-Methode, die ganzheitliche Veränderungen in Menschen, Teams und Organisationen bewirkt sowie neue Lösungen freilegt.

16 Mitglieder aus dem micelab-Netzwerk erarbeiten im 2,5-tägigen Labor in Gaienhofen drei Arbeits- und Geschäftsmodelle, die eines gemeinsam haben: Sie sind sinnstiftend. Im Laufe des Prozesses verständigten sich die Forschenden darauf, „Sinnstiftung“ mit der Erreichung der SDGs (Sustainable Development Goals) gleichzusetzen, den 17 Nachhaltigkeitskriterien der Vereinten Nationen. „Diese Ziele sind global gesehen am dringlichsten. Wenn wir draußen etwas verändern wollen, müssen wir bei uns selbst anfangen“, ist Urs Treuthardt überzeugt.

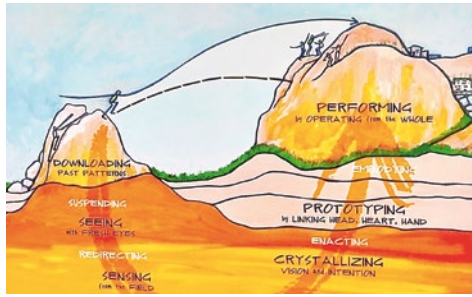
Die Forschenden entwickelten im Prozess drei Prototypen: Im ersten dienen die SDGs als messbare Kriterien für sinnstiftende Arbeit, im zweiten sind sie die Grundlage im Umgang mit der Ressource Mitarbeiter. Im dritten Modell geht es um die nachhaltige Weiterentwicklung der Bodenseeregion, die mithilfe einer eigenen Veranstaltungsreihe forciert werden soll.

Zunächst erarbeiteten die Teilnehmer in World Cafés, wie das Spannungsfeld zwischen Sinnstiftung und Wirtschaftlichkeit in ihren Unternehmen erlebt wird. Sie deckten Muster,

Potenziale, Herausforderungen und Gemeinsamkeiten auf. Daraus ergaben sich drei Themenfelder, aus denen die Gruppen die neuen Modelle erarbeiteten, die auf den drei Ebenen ansetzen: im Unternehmen, bei den Mitarbeitern und der Region.

Um die SDGs in einem einzelnen Unternehmen umzusetzen, ist das Engagement aller Mitarbeiter nötig. Sie überprüfen regelmäßig den Stand anhand von Checklisten, von Müllvermeidung bis zu Mitarbeiterzufriedenheit. In einem Folgetermin wollen die Mitglieder des micelab:bodensee SDGs definieren, an denen sie konkret arbeiten. „Wir wollen kein Green Washing, sondern uns ernsthaft – und vor allem auch messbar – weiterentwickeln“, erklärt Ruth Bader, Geschäftsführerin vom Bodenseeforum Konstanz. „Damit können wir unseren Kunden und unseren Geldgebern gute Argumente für Veranstaltungen liefern, die weit über die Raumvermietung hinausgehen und wirklich Sinn stiften. So schaffen wir auch ein neues Verständnis von Wirtschaftlichkeit, die wir an den erzielten SDG-Effekten festmachen können.“

Mitarbeiter sind die wichtigste Ressource eines Kongresshauses, so die These der zweiten Arbeitsgruppe. „Deshalb müssen wir ihnen sinnstiftendes Arbeiten ermöglichen, indem wir das passende Umfeld bieten: gute interne



Diana Oser von collaboration helvetica unterstützte die Forschenden im Theory-U-Prozess (Foto: Michael Gleich)



Begegnungskultur, Geduld, Wertschätzung – also die micelab-Werte wirklich leben“, schildert Matthias Klingler, Leiter des Graf Zeppelin Hauses in Friedrichshafen. Botschafter im Unternehmen könnten die Rolle übernehmen, Onboarding-Prozesse im micelab-Gedanken zu gestalten, Azubis zu micelab-Veranstaltungen zu bringen oder die sinnstiftende Unternehmenskultur bereits in Stellenanzeigen zu kommunizieren. Die Dringlichkeit des Themas liege auf der Hand. „Der Tourismus kämpft aufgrund der Tarife und Arbeitszeiten mit einem schlechten Image. Gerade die Generation Z sucht nach sinnvollen Tätigkeiten.“ Eine positive Arbeitshaltung strahle nach innen und nach außen aus, was sich letztlich betriebswirtschaftlich niederschlagen würde, ist Klingler überzeugt.

Die dritte Arbeitsgruppe beschäftigte sich mit der Entwicklung einer Veranstaltung be-

ziehungsweise Veranstaltungsreihe, die die nachhaltige Entwicklung der Bodenseeregion vorantreibt. „Dabei geht es nicht darum, anderen zu sagen, wie sie die SDGs umsetzen sollen. Das muss jeder für sich definieren. Was wir aber vermitteln können, ist die gute Begegnungskultur und Kooperation, die wir im micelab:bodensee seit vielen Jahren praktizieren“, erklärt Chiara Rossi, Leiterin von St.Gallen-Bodensee Convention. Das micelab:bodensee besteht aus Kongresshäusern und Convention Bureaus, die im Wettbewerb stehen. Dennoch arbeiten diese effektiv auf Augenhöhe zusammen und tauschen sich aus, um die MICE-Branche weiterzuentwickeln und letztlich gemeinsam eine größere Strahlkraft zu erreichen. „Diese Kompetenz können wir nutzen, um Firmen und Institutionen zusammenzubringen, die die gleichen Ziele verfolgen. Sie sollen den

Wettbewerbsgedanken ablegen und die Kräfte bündeln“, stellt sich Rossi vor.

Als nächstes will das micelab:bodensee Prototypen auswählen, diese weiterentwickeln und schließlich testen. Ob es alle sind, ist noch offen: „Die Umsetzung solcher Projekte ist immer eine Frage der Ressourcen. Diese freizumachen und das laufende Geschäft aufrechtzuerhalten, stellen wir uns nun als Aufgabe für die kommenden Wochen“, sagt Urs Treuthardt. Fixstarter ist das Projekt zur Umsetzung der SDGs in den Unternehmen: Dazu gibt es bereits einen gemeinsamen Termin im Oktober im Würth Haus Rorschach. Es sollen die SDGs für die MICE-Branche übersetzt und neue Messgrößen für erfolgreiche Veranstaltungen definiert werden, die ökologische, ökonomische und soziokulturelle Kriterien berücksichtigen.

Meetingbereich wurde hybridfähig im Le Méridien Frankfurt Konferenztechnik erneuert

Das Meeting- & Event-Barometer Deutschland 2022/2023 des German Convention Bureau hat es belegt: Der Veranstaltungsmarkt in Deutschland entwickelt sich positiv, wobei beruflich motivierte Veranstaltungen dominieren. Dabei bleiben digitale Formate relevant, sodass die Veranstalter mit mehr digitalen und hybriden Events planen. „Die Zukunft der Tagungen ist hybrid, weil die Vorteile aus Sicht der Veranstalter und Teilnehmenden klar überwiegen“, ist Kevin Nattermann, General Manager des Le Méridien Frankfurt, überzeugt.

Nachhaltigkeit, unterschiedliche Bedürfnisse von Teilnehmenden sowie die Zeit- und Kostenersparnis durch die Reduktion des Reisevolumens beflügeln den Trend zu Hybridveranstaltungen. Auch im Le Méridien Frankfurt steigt die Nachfrage nach Live-Events in Kombination mit digitalen Elementen kontinuierlich. „So

ist es folgerichtig, dass wir unseren Meetingbereich auch hybridfähig gestalten.“

Zum Le Méridien Frankfurt gehören elf Konferenzräume für Events mit bis zu 300 Teilnehmenden. Für das hybride Tagen setzt das Hotel zwei technische Systeme ein: Im größten, 217 Quadratmeter großen Tagungsraum Culture, sind Deckenmikrofone und eine Kamera installiert. Der Anschluss an die hybride Technik erfolgt drahtlos über Clickshare. „Plug and play: Nach der Einwahl in die Zoom-, Teams-, oder Google Meet-Konferenz kann die Veranstaltung sofort hybrid starten“, erläutert Nattermann. Auf die Einbindung externer Technik kann verzichtet werden. Zudem verfügt das Le Méridien über Portable Barco Rally-Systeme für drahtlose Hybrid-Konferenzen.

Auch die anderen Tagungsräume des Le Méridien Frankfurt verfügen über fest instal-

lierte Displays, Laser Beamer sowie Sound Systeme und sind auf dem aktuellen Stand der Technik. Installiert wurde die Konferenztechnik von Dekom in Hamburg. Im Sinne des Innovationsgedankens können nicht nur die Tagungen hybrid stattfinden, sondern ist auch eine Online-Planung möglich: Über Visual Events wurden Renderings aller Räume und öffentlichen Bereiche erstellt, um für Kunden individuelle Bestuhlungspläne und virtuelle Site Inspections zu ermöglichen. Die Veranstaltungen selbst basieren im Le Méridien Frankfurt auf der Creative Meetings-Idee mit den Schlagworten „Immersive, Illuminating & Inventive“: Die Kombination aus dem kreativen und Atmosphäre schaffenden Design- und Food-Konzept sowie den interaktiven spielerischen Elementen während der Pausen soll die Kreativität der Teilnehmenden inspirieren und fördern.

JOBS + KARRIERE

_ **Frank Schmid** [36] wurde neuer Director Technical Services mit *Legoland Deutschland Resort*. Sein Vorgänger **Dirk Schlecht** wechselt nach 13 Jahren als Director Technical Services zur Legoland Muttergesellschaft *Merlin Entertainments*.

_ *Xiaomi* hat **QX Wang** zum neuen General Manager von *Xiaomi Westeuropa* ernannt. Er tritt die Nachfolge von **Ou Wen** an. Als General Manager berichtet er an **Alex Xiang**, Vice President of International Business Department. QX Wang soll sämtliche Aktivitäten von Xiaomi in Westeuropa beaufsichtigen und die weitere Expansion und den Erfolg der Marke in der Region fördern.

_ **Florian Riepe** wechselte zum 1. Oktober 2023 als Senior Director Partnership Activation in das Global Partnership Team der *Anschutz Entertainment Group (AEG)*. Riepe hatte vorher verschiedene Leitungsfunktionen in Unternehmen wie *Spoortfive* oder dem *Hamburger Sportverein* ausgeübt. Zuletzt leitete er als Head of Sports & Special Events bei der Production Company *PRG* das Business Development für alle Sport-, E-Gaming und Special Event Produktionen.



Sven-Marcel Schulze
(Foto: Stefan Bausenwein)



Sebastian Rosito
(Foto: Koelnmesse)



Hayley Romer (Foto: Noé Cotter)
Craig Hepburn (Foto: Anoush Abrar)



Ricardo Betting und Marco Skrubej
(Foto: Herbert + Erich)

FÜHRUNGSWECHSEL BEI VOGEL CORPORATE SOLUTIONS

Tina Schäfer [51], Geschäftsführerin der *Vogel Corporate Solutions*, verlässt auf eigenen Wunsch die *Vogel Communications Group (VCG)*, zum Jahresende 2023. Laut eines Statements des Unternehmens geht Tina Schäfer im besten beiderseitigen Einvernehmen und will zum 1. Januar 2024 eine neue berufliche Herausforderung annehmen. Auf Schäfer folgt **Sven-Marcel Schulze** [32], bislang Head of Sales in der VCG Würzburg, wo er 2018 als Sales Manager startete.

„Tina hat über zehn Jahre unser Agenturgeschäft – nicht nur am Standort Berlin – erfolgreich mit aufgebaut und integriert“, dankt **Matthias Bauer**, CEO der VCG: „Sven hat das Agenturgeschäft seit Jahren im Sales begleitet und geht ab 1. Januar 2024 jetzt als Director VCS in die operative Verantwortung. Ihm und dem gesamten VCS-Team wünsche ich weiterhin viel Erfolg.“

KOELNMESSE HOLT SEBASTIAN ROSITO ZURÜCK NACH KÖLN

Sebastian Rosito [43] kehrt zur *Koelnmesse* zurück und übernimmt zum 1. Januar 2024 als Geschäftsbereichsleiter am Standort in Köln die Verantwortung für die Internationale Eisenwarenmesse, die *Asia-Pacific Sourcing*, die *spoga+gafa*, die *spoga horse* und die *h+h cologne* sowie im Zuge der globalen Portfolioverantwortung auch die jeweiligen Outbound-Veranstaltungen des Bereichsportfolios. Er tritt damit die Nachfolge von **Markus Oster** an, der den Bereich zuletzt kommissarisch und zusätzlich zu seinen regulären Aufgaben als Geschäftsbereichsleiter für sein eigenes Messe-Portfolio übernommen hatte.

Derzeit Geschäftsbereichsleiter Corporate & Business Development bei der *Messe Berlin*, verfügt Sebastian Rosito über einen umfangreichen internationalen Track Record. So hat er für die Koelnmesse in der Vergangenheit den deutschen Pavillon auf der Expo 2020 in Dubai geleitet und das Geschäft der Auslandsmessebeteiligungen intensiv vorangetrieben.

DIE ART BASEL KOMPLETTIERT IHR FÜHRUNGSTEAM

Die *Art Basel* gibt die Ernennung von **Hayley Romer** als Chief Growth Officer und **Craig Hepburn** als Chief Digital Officer bekannt. In enger Zusammenarbeit mit dem Art Basel-CEO **Noah Horowitz** sollen Romer und Hepburn Innovationen auf digitaler und Geschäftsebene voranbringen, um den Mehrwert für die globale Galeriengemeinschaft und das wachsende internationale Publikum der *Art Basel* kontinuierlich zu steigern.

Hayley Romer tritt ihre Stelle als Chief Growth Officer bei der *Art Basel* im September 2023 an. Sie wird in dieser neu geschaffenen Position die Leitung einer ganzheitlichen Wachstumsstrategie übernehmen.

Craig Hepburn kommt im Oktober 2023 als Chief Digital Officer zur *Art Basel*. In dieser zentralen Position soll er die Wertschöpfung im gesamten digitalen Netzwerk der *Art Basel* durch innovative Lösungsansätze, Dienstleistungen und Produkte vorantreiben. Hepburn wird die Leitung einer ambitionierten digitalen Strategie übernehmen, mit der die physischen Shows der *Art Basel* ergänzt werden sollen.

RICARDO BETTING STEIGT BEI HERBERT + ERICH AUS

Ricardo Betting, einer der beiden Gründer und Geschäftsführer der Essener Agentur *Herbert + Erich*, steigt aus dem Unternehmen aus. Am 30. September 2023 hat der 37-Jährige die Agentur für Live-Kommunikation verlassen und will sich nun neuen Herausforderungen stellen. Seine Unternehmensanteile gehen an Mitgründer **Marco Skrubej** über, der die Agentur künftig als alleiniger Geschäftsführer weiterführen wird.

Nach Stationen bei der Privatbrauerei *Stauder*, bei *TUI*, *move:elevator* und *Avantgarde* gründete Betting im Jahr 2019 zusammen mit seinem Freund und Businesskollegen Marco Skrubej die Agentur *Herbert + Erich*. Mit ihrem Plädoyer für flache Hierarchien, für „ehrliche“ Kommunikation und partnerschaftliche Zusammenarbeit auf Augenhöhe erkämpften sich die beiden ihren Platz in der Agenturwelt – trotz der Corona-Pandemie. In den vergangenen Monaten konnte sich *Herbert + Erich* vergrößern und für Kunden wie *Süwag*, *SPIE*, *Twilio* und *Epiroc* große Projekte durchführen.

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 Premiumdienstleister 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 Moments
für die Ewigkeit**

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

Adolsallee 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

+49 (0)40 899699-0

Berlin

+49 (0)30 726146-0

München

+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

kontakt@joke-event.de

Berlin

www.joke-event.de

Frankfurt/Main

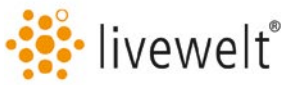
Stuttgart

München

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.STAGEREPORT.DE

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

EVENT-AGENTUREN



livewelt GmbH & Co. KG
_ Ole Ternes
Geschäftsführer

Berliner Str. 133
33330 Gütersloh

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

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

LMC | Live Marketing Company

lmc.communication GmbH
_ Oliver Langjahr

Relenbergstraße 88
70174 Stuttgart

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

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

ottomisu

Connecting people, brands and markets.

ottomisu
communication GmbH

Im Klingebühl 1
69123 Heidelberg

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

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



MEDIA
BOARD

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

www.blachreport.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

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

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



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



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.BLACHREPORT.DE

anbieter
_ ansprechpartner

anschrift

telefon . fax . email . internet

angebot

EVENT-AGENTUREN

trendhouse
event marketing

trendhouse
event marketing GmbH
Innsbrucker Ring 15
81673 in München
T 089 368498-0
hello@trendhouse.de
www.trendhouse.de

Seit 1994 bringen wir Geschichten auf die große Bühne. Live, digital und hybrid, in Deutschland und im internationalen Ausland. Neben der professionellen Umsetzung anspruchsvoller Events sind wir besonders stark in der Inszenierung und Emotionalisierung Ihrer Botschaften. Wir sehen uns als strategischer Berater auf Augenhöhe und tauchen tief mit in Ihre Welt ein. Für unsere kreativen, innovativen und wirkungsstarken Events wurden wir bereits mehrfach ausgezeichnet.

Unser Vision Statement: We create lifetime memories by moving the new. We bring your stories to life by breaking the impossible. No matter what!



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 Guanghai Lu SOHO2 No. 9 Guanghai 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.

EVENT-CATERING / EVENT-LOCATIONS

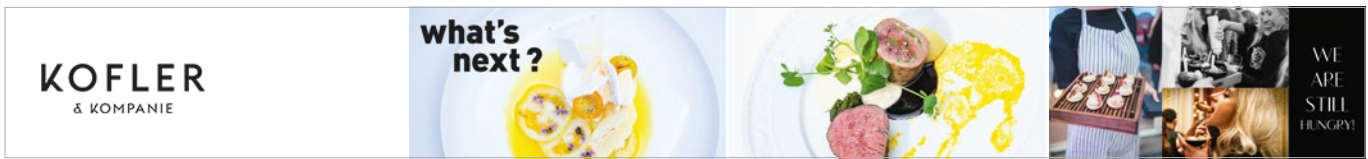


FSGG - EVENT- & MESSECATERING
FSGG - FULL- SERVICE
FSGG - KOCHSTUDIO TV/ INCENTIVE
FSGG - LOCATION
FRANK SCHWARZ
GASTRO GROUP GMBH
Grossmarkt Duisburg
Auf der Höhe 10
47059 Duisburg
T 0203 450390
F 0203 4503915
info@fsgg.de
www.fsgg.de

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!

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

EVENT-CATERING / EVENT-LOCATIONS



KOFLER & KOMPANIE

Kofler Kompanie Unter den Linden 2 T +49 (0) 30 259289 0 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.

NewCo GmbH 10117 Berlin berlin@kofler-kompanie.com www.kofler-kompanie.com

EVENT-FACHMESSEN



BOE INTERNATIONAL Messe Westfalenhallen T +49 (0)231 1204-521

Internationale Fachmesse für Erlebnismarketing Dortmund GmbH F +49 (0)231 1204-678

17. – 18. Januar 2024 Strobelallee 45 info@boe-messe.de

Dortmund 44139 Dortmund 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 THE INSPIRING PEOPLE

MESSEN KONGRESSE AUSSTELLUNGEN EVENTS INNENAUSBAU

AMECKO GmbH Zum Steigerhaus 1 T +49 (0)208 810959-0 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.

46117 Oberhausen F +49 (0)208 810959-59 info@amecko.com

www.amecko.com

instagram.com/amecko_theinspiringpeople



artlife H Hessenstraße 6 T +49 (0)6122 504-0

_ Stephan Haida 65719 Hofheim 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, Bühnen- und Themen-Sets. Artlife ist nach DIN ISO 14001 Umweltmanagement zertifiziert.

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

MESSE- UND EVENTBAU



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

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

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

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



DER PLUSFAKTOR
LIMBURG
BERLIN
SARDINIEN

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

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



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

MIETMÖBEL



SUITESTUFF GmbH

Haimhausener Str. 17
D-85386 Deutenhausen
bei Eching

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

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

MODERATION



Louisa Schlang
MODERATION

Hoxbergstraße 29
66822 Lebach

T 0174 7959893
info@louisaschlang.de

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

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.STAGEREPORT.DE

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

NACHHALTIGKEIT

Wir denken nachhaltig!
2bdifferent steht seit über 10 Jahren für Nachhaltigkeit in der Veranstaltungswirtschaft.



2bdifferent
GmbH & Co. KG
_ Jürgen May
_ Clemens Arnold

Gießhübelstraße 3
D-67346 Speyer

T +49 (0)6232 68 33 90
info@2bdifferent.de
www.2bdifferent.de

Das Team von 2bdifferent gehört zu den führenden Spezialist:innen für Nachhaltigkeit in der Veranstaltungswirtschaft und richtet sich mit seinem Angebot speziell an die Event-, Messe-, Meeting- und Filmbranche sowie an das Sportbusiness. Die Beratungsagentur mit Sitz in Speyer definiert erfolgreich Nachhaltigkeitsstrategien mit klaren Zielen für Unternehmen und Institutionen in diesem Marktsegment und setzt diese erfolgreich um. Zur Kernkompetenz gehört es, Nachhaltigkeitsaspekte in glaubhafte und erfolgreiche Businessstrategien zu wandeln. Ein weiteres Kompetenzfeld umfasst die Analyse, Bewertung und Optimierung von Messen, Kongressen, Tagungen, Roadshows, Filmproduktionen, Corporate- und Sport-Events nach ökologischen, sozialen und ökonomischen Kriterien.

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

Riedstraße 25
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.

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.MUSEUMSREPORT.DE

anbieter
_ ansprechpartner

anschrift

telefon . fax . email . internet

angebot

VERANSTALTUNGSTECHNIK



Aventem GmbH
Audiovisuelle
Dienstleistungen

Düsseldorf
Herderstraße 70
40721 Hilden
Berlin
Rohrdamm 24b
13629 Berlin

T +49 2103 25230-0

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

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



Live.Digital.On-site



btl next GmbH

Berlin • Düsseldorf
Frankfurt • Hannover
München • Poznań

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

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



Neumann & Müller
GmbH & Co. KG

Unsere Standorte:
Berlin | Dresden | Düsseldorf
Erfurt | Frankfurt | Hamburg
Hannover | Köln | Leipzig
Mainz | München | Nürnberg
Stuttgart

info@neumannmueller.com
www.neumannmueller.com

Neumann & Müller Veranstaltungstechnik

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

VIDEO



Screen Visions 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

INSIDE

Jan Rogozinski

JAN ROGOZINSKI IST GESCHÄFTSFÜHRER BEI DER AGENTUR *PURE PERFECTION*.



Jan Rogozinski (Foto: Pure Perfection)

Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?

Weil es für mich das Größte ist zu sehen, was entstehen kann, wenn Menschen mit Herzblut an einer Sache arbeiten und aus vielen einzelnen Puzzleteilen von unterschiedlichen Gewerken ein großes Ganzes entsteht. Und natürlich lebe ich für diesen Gänsehaut-Moment, wenn eine Inszenierung nach vielen Proben stattfindet, alles glatt läuft und bei den Gästen Emotionen auslöst.

Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?

Ich liebe, was ich gerade tue und wenn ich etwas mache, dann mit vollem Einsatz, daher gibt es aktuell keine Alternative zu meiner jetzigen Tätigkeit. Aber ich habe ein kleines Buch der nicht-verwirklichten Ideen. Das hebe ich mir für den Zukunfts-Jan auf und schaue, was man davon vielleicht in der Zukunft angehen kann.

Welchen Traum wollen Sie sich noch erfüllen?

Mit mehr Zeit würde ich gern die Privatpilotenlizenz machen, da mich die Welt von oben immer noch fasziniert und ich die Unabhängigkeit liebe, an jedem Ort der Welt sein zu können.

Was macht Sie glücklich?

Fröhliche und positive Menschen um mich herum, die einen gewissen ‚Vibe‘ mitbringen.

Was war bisher Ihre größte Herausforderung?

Ein Unternehmen durch die Corona-Pandemie zu führen, ohne zu wissen, wie lange dieses Gespenst andauert und was als Nächstes kommen wird. Hier jeweils die richtigen Entschei-

dungen zu treffen, war wie ein Segelschiff durch einen Sturm zu steuern auf der Suche nach ruhigerem Gewässer. Aber zum Glück kommt nach jedem Sturm auch wieder die Sonne raus.

Was machen Sie gegen Stress?

Sport. Ich brauche manchmal einfach eine Stunde nur für mich. Das macht meinen Kopf wieder frei und danach sehe ich oft klarer.

Wen möchten Sie gern einmal kennenlernen?

Ich hatte Angela Merkel einmal auf einer Veranstaltung kennengelernt und mochte ihren trockenen Humor und ihre entspannte Art. Ich glaube, ein Abend mit ihr könnte sehr spannend und inspirierend sein.

Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?

‚No Rules Rules‘ über den Erfolg von Netflix und ihre Unternehmenskultur. Sehr spannend, auch wenn ich einige Anläufe mit dem Buch brauchte.

Was sollen wir hören: Ihr aktueller Musiktipp?

Aktuell liebe ich ‚Paint the town red‘ von Doja Cat – guter Beat, tolle Stimme.

Auf die Gefahr hin, dass Sie dort nie wieder allein sind: Nennen Sie uns Ihr Lieblingsrestaurant?

Da ich selber kein Held der Küche bin, gehe ich gern essen – oft zum Italiener, da ich dort die Geselligkeit mag, aber auch der Gasthof Jagdschloss Platte oberhalb von Wiesbaden ist ein toller Ort mit super regionaler Küche.

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

**DANKE FÜR 176
EINREICHUNGEN!**

**BRANDEX
AWARD 2024**

**GOOO FOOR
GOOOOLD!**

UNSER BEAUTY CASE



NEUMANN & MÜLLER
VERANSTALTUNGSTECHNIK