



knw. hat ein KI-basiertes Analyse-Tool für Marketing-Events vorgestellt. Wir haben Michael Tschakert von knw. dazu befragt

# ALPINER RAUM FÜR INSPIRATION

Hochmodern tagen im Gurgl Carat.



Summit - die Spitze, der Höhepunkt, das Gipfeltreffen:  
Im Gurgl Carat, dem neuen, hochmodernen Kongress- und Event-Zentrum  
auf 1.900 m. Gurgl setzt seine lange Tagungstradition konsequent fort und  
bietet eine einzigartige Event-Location für Ihr „Gipfeltreffen“,  
inmitten der Öztaler Bergwelt.

Jetzt anfragen! [gurgl-carat.com](http://gurgl-carat.com)

ÖTZTAL GURGL

GURGL  
CARAT

## Demokratisierung



Mit zahlreichen Neuerungen ist der BrandEx Award in seine sechste Auflage gestartet und mündet jetzt in die Zielgerade ein. Dazu gehört eine öffentliche Jursitzung am 17. Januar 2024 von 11 bis 16 Uhr in Halle 5 der Messe

Dortmund als dritter und letzter Akt des neuen Bewertungsmechanismus für die eingereichten Beiträge. Alle können dabei sein (wenn sie denn das dafür fällige Ticket für 20 Euro gelöst haben) – und dieses „Dabeisein“ ist von den Veranstaltern ausdrücklich erwünscht. Sie verstehen das als einen längst fälligen Schritt zur Demokratisierung der Bewertungen eingereicherter Wettbewerbsbeiträge.

Und das ist nicht der einzige Schritt in diese Richtung. Nur wenige Stunden später findet bereits die Awardzeremonie statt – kurzweilig eingebettet in die Messeparty BOE Night und zu einem Preis, der allen die Teilnahme erlaubt.

Das war wegen der hohen Preise bisher nur für die Lackschuhträgerfraktion möglich. Jetzt bekommen auch die Sneakerfans und – vor allem – der Nachwuchs eine Chance zur Teilnahme. Mitfeiern und Party für alle war aber eigentlich schon immer gewünscht.

Ob dieses neue Konzept für eine Awardzeremonie aufgeht, muss sich nun in der Praxis zeigen. Immerhin haben die Veranstalter Mut bewiesen, als sie sich für diesen Schritt entschieden haben. Voraussichtlich wird es manchen gar nicht gefallen. Aber – so mal unter uns – hat es das schon jemals gegeben? Eben.

Herzlichst

Ihr Peter Blach

### inhalt

Titelfoto: Michael Tschakert (Foto: knw.)

- |  |  |
|--|--|
| 4 BUSINESS #GegenHassimNetz gewinnt Grand Effie          | 14 WORK Porsche Brand Store in Stuttgart     |
| 5 BUSINESS MICE-Standort Innsbruck wird gestärkt         | 15 VENUES Doppelter Zertifizierungserfolg    |
| 6 BUSINESS Stag & Friends und The Oval Office            | 16 PEOPLE Jobs + Karriere                    |
| 10 DIGITAL Wie knw. Events messbar machen will           | 17 MARKETING-SERVICES Lieferantenverzeichnis |
| 12 WORK BVG-Musical                                      | 26 BACKSTAGE Tristan Kalmutzke               |
| 13 WORK Politische Veranstaltungen von facts and fiction | 26 IMPRESSUM                                 |

MEDIA  
BOARD

OUT NOW!



WWW.BLACHREPORT.DE  
WWW.STAGEREPORT.DE



Effie Gala in Leipzig (Foto: Matthias Wuttig / René Krüger (Bildschön))

#GegenHassimNetz gewinnt Grand Effie 2023

## Auszeichnung in Leipzig

Bei der Effie Gala in Leipzig wurden Saatchi & Saatchi Düsseldorf, Mataracan und die Deutsche Telekom mit dem Grand Effie 2023 für die beste Kommunikationslösung des Jahres ausgezeichnet.

Etwa 500 Gäste nahmen an der Award-Verleihung im Felsenkeller Leipzig teil, die der Entertainer, Podcaster und Sänger Tarik Tesfu moderierte. Auf der Bühne begrüßten Anja Hähle-Posselt (Leiterin des Amtes für Wirtschaftsförderung) und Sándor Mohácsi (Vizepräsident des Marketing Clubs Leipzig) die Gäste. Dr. Christoph Preuß (Ipsos), Liz Westcott (Mintel), Wills Rolls (Meta) und Bärbel Uncrich (Horizont) hielten Laudationen für die vier Cases, die dieses Jahr mit einer goldenen Effie-Trophäe ausgezeichnet wurden. Für musikalische Unterhaltung sorgte die Rock- und Punkband AOP aus Baden-Württemberg.

Beim Effie Kongress tagsüber im Kupfersaal in Leipzig sprach Prof. Dr. Maja Göpel in einer Keynote über die Verantwortung von Marketingkommunikation beim Thema Nachhaltigkeit. In der Panel-Diskussion „Don't be effective by accident“ diskutierten Timon Seidelmann (Ipsos Deutschland), Will Rolls (Meta), Katrin Menne (Commerzbank), Janett Zschunke (EssenceMediacom) und Peter Hoffmann (Google) mit der Effie-Juryvorsitzenden Liane Siebenhaar über die Praxis der Erfolgsmessung im Marketing. Zudem präsentierten alle vier Gold-Gewinner ihre Cases beim Effie Kongress vor der elfköpfigen Grand Jury, die die Pitch-Präsentationen bewertete und vor Ort einstimmig über die Vergabe des Grand Effie entschied.

Die Initiative „Gemeinsam #GegenHassimNetz“ von Saatchi & Saatchi Düsseldorf und Mataracan für die Deutsche Telekom wurde

mit dem Grand Effie 2023 sowie mit Gold in der Kategorie Brand Image prämiert. Um Menschen für Zivilcourage zu begeistern, machten sie den Song „You're the Voice“ zur Hymne gegen Hass. Unterstützt vom FC Bayern verankerte die Initiative die Telekom in den Köpfen und Herzen der Menschen und steigerte ihren Markenwert maßgeblich.

Zur Grand Jury gehörten neben Liane Siebenhaar (Scholz & Friends) Bernhard Fischer-Appelt (fischerAppelt), Sandra Harzer-Kux (Territory), Heiko Klauer (Ikea), Stefanie Kuhnhen (Serviceplan), Ulrike Lerchl (Oberüber Karger), Stefan Michels (Aldi Nord), Christian Rättsch (BBDO), Will Rolls (Meta), Katja Sottmeier (Hornbach) und Dr. Daniela Tollert (GroupM).

Effie Gala und Kongress sollen im nächsten Jahr am 13. November wieder in Leipzig stattfinden.

Jahreshauptversammlung der fwd: Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft

## fwd: präsentiert Agenda 2024

In der Eventlocation Axica Berlin fand die Jahreshauptversammlung der fwd: Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft – ehemals Famab – statt. Einen Schwerpunkt nahm die Vorstellung der Agenda für 2024 ein. Dazu zählt die Entwicklung des neuen „Impact-Modells“ durch den Vorstandsvorsitzenden Markus Illing. Es soll den Mitgliedern eine verbesserte Struktur für die Verbandsthemen bieten, indem es Communities, Focus-Themen und Areas zusammenführt. Besonderes Augenmerk wurde hier auf die aktuellen Schlüsselthemen der Branche „people“ und „sustainability“ gelegt.

Bei der turnusmäßigen Vorstandswahl haben sich einige Vorstände zur Wiederwahl gestellt. Christian Eichenberger, Tom Koperek, Anja Osswald, Sascha Poddey, Burkhard Schmitz, Christian Seidenstücker und Andreas Weber wurden in ihren Ämtern bestätigt und wollen gemeinsam mit Vera Viehöfer, Markus Illing, Matthias Thoben und Jörg Zeißig ihre Arbeit im Verbandsvorstand auch im kommenden Jahr fortsetzen.

Darüber hinaus konnten sich die Delegierten über die positive Entwicklung freuen: Über 30 neue Mitglieder aus verschiedenen Bereichen

der Veranstaltungswirtschaft sind dem fwd: seit Jahresbeginn 2023 beigetreten. Darüber hinaus konnte der fwd: im Jahr 2023 zwei weitere Landesvertretungen gründen, was die Präsenz des Verbandes auf insgesamt sieben Bundesländer erweitert. Bereits vertreten ist der Verband in Berlin, Hessen, Rheinland-Pfalz, Baden-Württemberg, Niedersachsen/Bremen und Nordrhein-Westfalen. Kürzlich erfolgte die Gründung der Landesvertretung Hamburg/Schleswig-Holstein. Weitere Gründungen sind im nächsten Jahr geplant, um die Präsenz des Verbandes weiter zu stärken.

MICE-Standort Innsbruck wird gestärkt

## Höheres Förderbudget

Um den Kongress- und Tagungsstandort Innsbruck zu stärken, haben sich Vertreter von Innsbruck Tourismus und Stadt Innsbruck auf ein höheres Förderbudget verständigt. Durch die Zusammenarbeit stehen in Zukunft 100.000 Euro zur Förderung von wissenschaftlichen Tagungen und Kongressen am Standort Innsbruck zur Verfügung, wobei Green Events besondere Aufmerksamkeit bekommen.

Kongressförderungen werden vergeben, um nennenswerte Kongresse und Tagungen in Destinationen zu bringen. „Die mit dem Kongress- und Tagungswesen einhergehenden Wertschöpfung von ca. 37,1 Mio. Euro ist für den Wirtschaftsstandort Innsbruck überaus wichtig, da vor- und nachgelagerte Wirtschaftszweige von der Abhaltung von Kongressen und Tagungen ungemein profitieren“, so Stadträtin Christine Oppitz-Plörer. Für Vizebürgermeister Johannes Anzengruber, als Zuständiger für Tourismus und Veranstaltungen, sind Kongressgäste eine wichtige Zielgruppe:

„Mit über 180.000 Nächtigungen tragen Kongress- und Tagungsgäste 12,4 Prozent an den Gesamtnächtigungen bei. Zudem ist die daraus gewonnene Tourismuswertschöpfung überdurchschnittlich hoch“.

„Die Kongressförderung wurde vor über zehn Jahren von Innsbruck Tourismus initiiert und hat seither eine große Wirkung entfaltet. Ich freue mich sehr darüber, dass durch die Zusammenarbeit mit der Stadt Innsbruck nun ein höherer Fördertopf eingerichtet werden konnte“, so Barbara Plattner, Geschäftsführerin von Innsbruck Tourismus. Würden früher von Innsbruck Tourismus finanzierte Förderungen in der Höhe von gesamt 40.000 Euro vom Kongressbeirat vergeben, soll nun auf den gemeinsamen Budgettopf in der Höhe von 100.000 Euro zurückgegriffen werden können (finanziert zu jeweils 50.000 Euro).

Der für die Förderungsvergabe zuständige Beirat formiert sich durch die Zusammenarbeit neu. Hinzu kommen, neben den beste-

henden Vertretern von Innsbruck Tourismus, den Innsbrucker Universitäten sowie Congress Messe Innsbruck nun auch Vertreter der Stadt Innsbruck.

Fördermittel sind für die Gewinnung von Kongressen von hoher Bedeutung, berichtet Direktor Christian Mayerhofer, Geschäftsführer der Congress und Messe Innsbruck GmbH: „Fördermittel werden von Kongressveranstaltern als Wertschätzung verstanden. Deshalb sind Fördermittel ein wichtiger Faktor, um die Position als erfolgreichste österreichische Destination nach Wien halten und ausbauen zu können.“ Vor allem das Thema Nachhaltigkeit findet im Kriterienkatalog mit der Weiterentwicklung der Kongressförderung besondere Berücksichtigung. Zum Beispiel wird darauf geachtet, dass der jeweilige Kongress oder die Tagung eine Mindestnächtigungsanzahl sowie eine nachhaltige Anreise forciert. Ein als Green Meeting deklariertes Event kann bis zu 20 Prozent mehr Förderung erhalten.

**THM**  
TECHNISCHE HOCHSCHULE MITTELHESSEN

**IRGENDWAS MIT MANAGEMENT...**  
[go.thm.de/emt24](https://go.thm.de/emt24)



Gemeinsamer Leadership Day von Stagg & Friends und The Oval Office  
(Fotos: Stagg & Friends)

Fragen an Tim Cremer und Adone Kheirallah von Stagg & Friends sowie Wouter Boits von The Oval Office

## Warum Stagg & Friends und The Oval Office zusammengehen

DIE AGENTUREN STAGG & FRIENDS UND THE OVAL OFFICE MIT BÜROS IN AMSTERDAM, ANTWERPEN, BRÜSSEL, PARIS UND DÜSSELDORF MARSCHIEREN KÜNFTIG GEMEINSAM. DURCH DEN MERGER SOLL EINE DER GRÖSSTEN AGENTUREN FÜR „EXPERIENCE DRIVEN COMMUNICATION“ IN EUROPA ENTSTEHEN UND IM LAUFE DES KOMMENDEN JAHRES AUCH UNTER EINEM GEMEINSAMEN NEUEN NAMEN AUFTRETEN. BLACHREPORT HAT NACHGEFRAGT UND MIT TIM CREMER UND ADONE KHEIRALLAH VON STAGG & FRIENDS SOWIE WOUTER BOITS VON THE OVAL OFFICE GESPROCHEN.

**BlachReport:** Warum gehen Stagg & Friends und The Oval Office zusammen?

**Tim Cremer:** Wir hatten schon immer die Vision, internationaler zu werden. Gemeinsam mit The Oval Office haben wir uns zum Ziel gesetzt, eine der kreativsten und leistungsstärksten europäischen Agenturgruppen für Corporate Events, Brand Activations, Learning- und Development-Programme und Live-Communication-Kampagnen zu werden.

**Wouter Boits:** Um das zu erreichen, wollen wir so schnell wie möglich die Erfahrungen und Expertisen aus unseren Standorten Amsterdam, Antwerpen, Brüssel, Düsseldorf und Paris zusammenbringen und so einen Mehrwert für unsere Kunden und Mitarbeitenden bieten.

**Adone Kheirallah:** Während wir bereits seit mehreren Jahren international agieren und mehr als 70 Prozent unserer Projekte im Ausland kreieren und realisieren, sind die meisten unserer Kunden überwiegend deutsche

Konzerne. Gemeinsam wollen wir uns dem internationalen Markt mehr öffnen – gleichzeitig aber natürlich da stark bleiben, wo wir uns in den letzten 20 Jahren etabliert haben. The Oval Office ist für uns der perfekte Partner, um diese Strategie jetzt gemeinsam in die Tat umzusetzen.

**Wouter Boits:** Ganz genau, denn wir haben den gleichen Anspruch. Wir wollen positive, wertstiftende und nachhaltige Experiences entwickeln, die Menschen und Marken verbinden, inspirieren und fördern. Als wir uns Ende 2022 das erste Mal getroffen haben, war sofort klar: Wir haben parallel an genau der gleichen Vision gearbeitet – wir schauen gemeinsam in die gleiche Richtung. Darüber hinaus sind die Kultur und die Werte beider Agenturen sehr nah beieinander. Nachdem wir uns kennengelernt haben, war schnell erkennbar: Zusammen sind wir noch besser als einzeln. Und davon werden auch unsere wichtigsten Stakeholder profitieren: Unsere Kunden, das Team, unsere Agentur und natürlich auch wir selbst, indem wir gemeinsam neue Skills und Talente an uns entdecken.

**BlachReport:** Wie haben die bestehenden Kunden auf den Merger reagiert?

**Wouter Boits:** Unser gemeinsames Team besteht jetzt aus über 130 internationalen Experten – und das bedeutet, wir können unsere Kunden jetzt noch umfassender, noch kreativer und vor allem global beraten. Die Reaktionen darauf waren verständlicherweise mehr als positiv.

**Adone Kheirallah:** Ich glaube, man merkt es uns an: Wir sind begeistert und überzeugt, dass der Merger genau der richtige Schritt für alle Stakeholder ist – Mitarbeitende genau wie Kunden. Wir sind uns sicher, dass wirklich jeder und jede Einzelne von diesem Schritt wesentlich profitieren wird. Ganz im Sinne unserer Mission #frompeopleforpeople.

**BlachReport:** Was können die beiden Agenturen gemeinsam besser?

**Wouter Boits:** Menschen erwarten heute mehr von Marken: Empathie, Respekt, Nachhaltigkeit, Interaktion und Transparenz. Unternehmen müssen deshalb Kommunikationsmaßnahmen entwickeln, die diese Erwartungen erfüllen. Mit unserer europaweiten Aufstellung werden wir Kampagnen entwickeln, die über unterschiedliche Länder, Kulturen und Sprachen hinweg Relevanz und Wirkung für Menschen und Marken schaffen.



Tim Cremer

**Tim Cremer:** Aus dem Zusammenschluss ergeben sich vielfältige Chancen für jeden von uns, spannende europäische Projekte in interdisziplinären Teams mit Kollegen aus Belgien, Frankreich, den Niederlanden, Deutschland und zukünftig auch Spanien erfolgreich zu gestalten.

**Adone Kheirallah:** Gemeinsam werden wir eine europäische Agentur mit mehr Einfluss und mit Raum für Wachstum für alle unsere Interessengruppen aufbauen. Gerade im Bereich der Kreation wird uns die Internationalität, Interkulturalität und Diversität unserer Kreativen nochmal weiter nach vorne bringen. Das ist in Zeiten wie diesen essenzieller denn je.

**BlachReport:** Ändert sich mit dem Merger auch das Leistungsportfolio?

**Adone Kheirallah:** Beide Seiten bringen ihre eigenen Experten mit. Dabei profitieren natürlich alle vom Wissen und gegenseitigem Austausch – allein dadurch wird das Leistungsportfolio sich erweitern.

**Wouter Boits:** The Oval Office wird in jedem Fall vom Know-how im Bereich Learning and Development Experience von Stagg & Friends profitieren. Das ist eine ganz neue Herangehensweise für uns.

**Adone Kheirallah:** Stimmt, hier haben wir in 2023 ein Innovationsteam aufgebaut und neue Produkte und Services entwickelt, die wir Anfang nächsten Jahres nicht nur im deutschen Markt launchen, sondern auch europaweit platzieren. Und ihr bringt in das Portfolio eure Expertise im Bereich Employer Branding + Internal Communication mit ein.

**BlachReport:** Stagg & Friends und The Oval Office sind etablierte Namen in der Agenturlandschaft. Warum soll ein gemeinsamer neuer Name gewählt werden?

**Tim Cremer:** Stagg & Friends und The Oval Office verbindet mehr als nur der Merger auf dem Papier. Wir haben das gleiche Ziel, die gleiche Vision von Markenkommunikation und dem, was wir für unsere Kunden leisten wollen. Und dazu zählt auch, dass wir voll und ganz als eine gemeinsame Einheit wahrgenommen werden wollen.



Wouter Boits



Adone Kheirallah

**Wouter Boits:** Nach vielen intensiven und vertrauensvollen Gesprächen war uns klar, dass wir uns als gemeinsames Team weiterentwickeln möchten. Und ein Team braucht eben auch einen gemeinsamen Namen.

**Adone Kheirallah:** Eine über alle Agenturstandorte übergreifende Taskforce arbeitet bereits begeistert daran, und der neue Name wird dann im Verlauf des kommenden Jahres ausgerollt.

**BlachReport:** Bleiben alle Mitarbeiter an Bord?

**Wouter Boits:** Alle Mitarbeitenden von Stagg & Friends und The Oval Office bleiben an Bord. Damit wird unser gemeinsames Team von mehr als 130 Mitarbeitenden als Kollegen und Kolleginnen auf eine integrierte Art und Weise handeln.

**Adone Kheirallah:** Um uns besser kennenzulernen, haben wir bereits damit begonnen, eine Vielzahl von Anlässen zu schaffen, bei denen alle die Möglichkeit haben, sich live und digital zu treffen, sich persönlich intensiv auszutauschen und zu vernetzen.

**BlachReport:** Was sind jetzt die nächsten Schritte nach dem Merger?

**Adone Kheirallah:** Wir wollen in den kommenden Jahren weiterwachsen und die europäische Referenzmarke für Experience driven Communication werden. Unsere gemeinsame Agentur soll unterschiedliche Zielgruppen in ganz Europa erreichen.

**Wouter Boits:** Selbstverständlich wird dabei unsere gewohnte Qualität für unsere Kunden weiterhin bestehen bleiben. Unser Weg in die Zukunft geht über Kulturen und Sprachen hinweg, um eine neue, gemeinsame Geschichte zu schreiben. Zusammen verfolgen wir unseren gemeinsamen europäischen Traum mit Begeisterung und sind entschlossen, das Beste daraus zu machen und alle gemeinsam zu wachsen.



Michael Tschakert (Foto: knw.)

Fragen an Michael Tschakert von knw.

## Wie knw. Events messbar machen will

MIT KNW. KOMMT GERADE EIN KI-BASIERTES ANALYSE-TOOL AUF DEN MARKT, DAS EINE EFFIZIENTE ERFOLGSKONTROLLE VON EVENTS ERMÖGLICHEN SOLL. WAS DAS BEDEUTET UND WIE DAS FUNKTIONIERT, WOLLTEN WIR VON MICHAEL TSCHAKERT VON KNW. WISSEN.

**BlachReport:** Was war der Auslöser für die Entwicklung von knw.?

**Michael Tschakert:** Der Auslöser für die Entwicklung von knw. war, dass wir – und ich glaube sogar die ganze Event-Branche – in der Pandemie festgestellt hat, dass durch die virtuellen Events eine Vielzahl von neuen Daten bei Events und Veranstaltungen entstanden sind und diese postpandemisch nicht mehr verfügbar sind. Und das war der Auslöser für uns, nach neuen Möglichkeiten für die Evaluierung von Events zu suchen, die den Live-Moment bewerten und im Endeffekt dem Kunden dann die Möglichkeit geben, einen Event im Nachgang zu analysieren und natürlich dann auch zu optimieren.

**BlachReport:** Um das zu verstehen: Wie funktioniert knw.?

**Michael Tschakert:** Im Endeffekt bündelt knw. für den Nutzer die Daten aus bestehenden Datenquellen. Das heißt, wenn ich als Veranstalter ein Management-Tool einsetze oder auf dem Event selbst Sensoren in Form von Headmaps oder auch Beacons habe oder via QR-Codes Daten generieren lasse, dann kann ich die jetzt auf unserer Plattform zusammenführen, um eine einheitliche und ganzheitliche Analyse eines Events durchzuführen.

Weiterhin wollen wir mit unserer neuen Softwarelösung dem Anwender die Möglichkeit geben, zusätzliche Daten zu erheben – vor allem im Sentiment-Bereich, bei dem bislang meistens nur ein Bauchgefühl vorhanden war. Also: Wie reagiert das Publikum auf Vorträge, Sprecher, Präsentation und so weiter. Das machen wir messbar und steuern diese zusätzlichen Daten in unsere Plattform für einen ganzheitlichen Blick auf den Event ein, um auf dieser Basis eine Evaluierung vornehmen zu können und analytische Ableitungen möglich sind, was zukünftige Events betrifft. Der Veranstalter kann damit viel besser beurteilen, ob ein Event wirklich etwas gebracht hat.

**BlachReport:** Wofür lässt sich knw. einsetzen?

**Michael Tschakert:** Letztendlich auf allen Events, aber insbesondere bei klassischen Corporate Events, wo ich bestimmte Themen oder Produkte platziere. Es macht aber auch auf Messeständen sehr viel Sinn, wenn ich beispielsweise ein neues Produkt oder Feature zeigen möchte, um dann zu messen, wie die Reaktion vom Publikum über die Verweildauer hinweg gewesen ist.

Und es macht natürlich auch auf klassischen Konferenzen sehr viel Sinn, um beispielsweise auch die Performance von einem Speaker zu messen.

**BlachReport:** Wie erfolgt der Einsatz vor Ort in der Praxis und wie groß ist tatsächlich der technische Aufwand?

**Michael Tschakert:** Der Einsatz der Technik vor Ort ist relativ simpel. Erforderlich ist eine

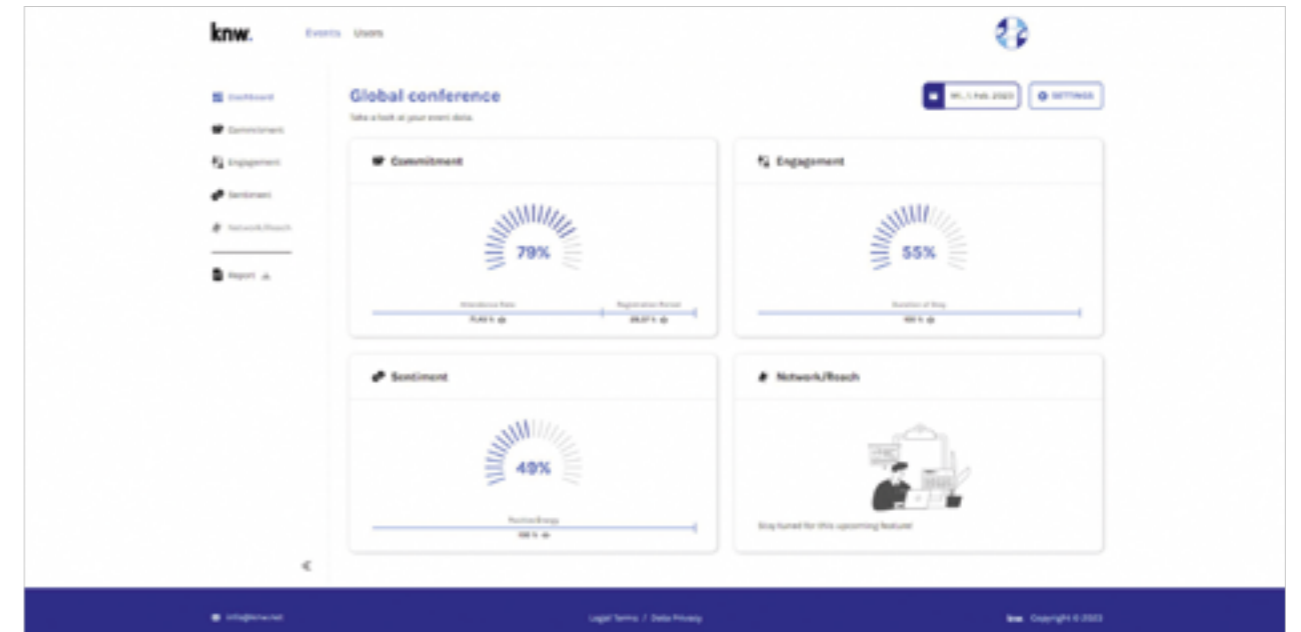
handelsübliche Kamertechnologie, die sowohl die Bühne als auch die Audience filmt. Die Bilder werden in Real Time zu einem Rechner übermittelt und dort durch unsere KI-Software in Daten umgewandelt. Wir bieten für den Kunden dafür ein Rundum-Sorglos-Paket an. Die Technik wird von uns installiert und die Daten generiert. Anschließend präsentieren und erklären wir die Ergebnisse.

**BlachReport:** Du sprichst von einer handelsüblichen Kamera. Ist es dann eher eine Webcam? Oder eine Spiegelreflex? Möglicherweise eine Filmkamera? Wie kann man sich das vorstellen?

**Michael Tschakert:** Es ist eine 4K-Kamera, wie sie häufig auf Events zum Einsatz kommt. Diese wird von uns individuell kalibriert. Das ist das, was wir als Service leisten, um die gewünschte Datenqualität sicherstellen zu können. Aber mittelfristig wird es so sein, dass wir dem Kunden auch ein Paket an die Hand geben können, damit er das selbst machen kann.

**BlachReport:** Gibt es für den Einsatz von knw. Kapazitätsgrenzen, wie viele Kameras werden benötigt und was passiert, wenn zwar der Speaker im Licht steht, aber nicht das Publikum? Was macht die Kamera mit einem Publikum, das im Halbdunkel sitzt?

**Michael Tschakert:** Letzteres ist einer der Gründe für eine Kalibrierung vor Ort. Aber es ist so, dass die Kamera im Endeffekt auch im Dunkeln oder im Halbdunkel die Audience erkennen kann. Es müssen keine Einzelpersonen erkennbar sein. Die Datenerfassung für die Größe einer Audience lässt sich über die



knw. Dashboard

Anzahl der aufgestellten Kameras skalieren. Bis zu mehreren 1.000 Teilnehmern sehe ich da kein Problem.

**BlachReport:** Welche Daten werden ermittelt, um einen Event zu evaluieren? Gilt dafür ‚happy People gleich guter Event‘ oder ist das schon detaillierter?

**Michael Tschakert:** Wir ermitteln Daten in drei Bereichen. Im Bereich Commitment sammeln wir Daten aus dem Guest Management, die Auskunft darüber geben, wie viele und welche Teilnehmer im Sinne soziodemografischer Faktoren teilgenommen haben. Im Bereich Engagement können wir erfassen, wie viele Personen beispielsweise an Sessions teilgenommen haben und wie die Verweildauer war.

Dafür könnten wir natürlich auch mit Tools arbeiten, die auf dem Markt schon verfügbar sind und beispielsweise QR-Codes nutzen. Der dritte Bereich betrifft den sogenannten Sentiment Bereich, was man vielleicht mit ‚Stimmungslage‘ übersetzen könnte. Dafür werden verschiedene Merkmale wie Zufriedenheit, Happiness oder auch Aufmerksamkeit analysiert. Aus diesen Merkmalen kann man sehr gut ablesen, wie die Reaktion im Publikum stattgefunden hat. Bewertet wird aber auch, wo das Publikum hingeschaut hat. Ging der Blick zum Beispiel auf die Bühne? Oder war die Mehrzahl der Teilnehmer ab einem bestimmten Zeitpunkt mit ihrem Handy beschäftigt? In die Gesamtbetrachtung fließen dann auch noch Reaktionen wie Applaus et cetera ein.

**BlachReport:** Wer übernimmt die Bewertung? Und was ist mit dem Datenschutz?

**Michael Tschakert:** Datenschutz ist ein elementares Thema. Bei einer Gesichtsaufnahme kommen natürlich sofort Gedanken in Richtung Überwachung auf. Wir machen aber keine Gesichtsaufzeichnung, sondern nutzen eine KI-basierte Software, die Bilder in Datenpunkte umwandelt. Es entstehen dabei anonymisierte Daten, die anschließend aggregiert werden. Es gibt keine Möglichkeit, aus den aggregierten Daten personalisierte Informationen abzuleiten. Zudem wird immer der Durchschnitt der Teilnehmer gemessen, niemals eine Einzelperson. Das wurde von uns natürlich auch geprüft und ist mit rechtlichen Gutachten belegt.

Anschließend erklären wir dem Auftraggeber die erfassten Daten und stellen sie ihm auf seinem Account in der knw.-Plattform zur Verfügung.

**BlachReport:** Was kann das Ergebnis sein? 42 wie bei der berühmten ‚endgültigen Frage nach dem Leben, dem Universum und dem ganzen Rest‘ oder ist es aussagefähiger?

**Michael Tschakert:** Wesentlich aussagefähiger. Unsere Daten entsprechen momentan zwischen 90 und 95 Prozent der Wahrscheinlichkeit. Mehr ist bei der normalen Schwankungsbreite einer KI nicht drin. Und, wie schon gesagt, wir machen keine einzelne Datenerhebung, sondern ermitteln den Durchschnitt eines Events und seiner Teilnehmer. Damit bekommen wir valide Werte und können beispielsweise sekundengenau dokumentieren, wie die Audience auf bestimmte Informationen oder Produkte reagiert hat – auch im Zusammenhang beziehungsweise Vergleich und auf den gesamten Event bezogen. Oder mehrere

Events an unterschiedlichen Orten miteinander vergleichen.

Um noch die Frage nach dem Auswerter zu beantworten: Die Datenauswertung übernimmt keine KI, sondern ein damit vertrauter Berater und Analyst.

**BlachReport:** Gibt es bei knw. eine wissenschaftliche Begleitung?

**Michael Tschakert:** Bisher haben wir das nicht vorgesehen. Es lässt sich aber realisieren und ist sicherlich ein spannender Gedanke, die Daten auch noch mal unter wissenschaftlichen Aspekten auswerten zu lassen.

**BlachReport:** knw. ist neu. Die Markteinführung erfolgt jetzt. Was sind die nächsten Schritte?

**Michael Tschakert:** Die Markteinführung ist jetzt gerade gestartet. Wir haben mit Kunden auch schon die ersten Projekte umgesetzt, die wir auswerten. Dafür haben wir bestimmte KPIs vorgesehen, die wir messen. Das heißt, wir wollen natürlich auch das Feedback vom Kunden haben, welche KPIs er messbar machen möchte. Dabei gibt es zahlreiche Möglichkeiten. Letztendlich entscheidet der Markt beziehungsweise der Kunde, welche nächsten Iterationsschritte angegangen werden. Zudem sind wir dran, noch einen vierten Bereich zu erheben: Network Reach. Damit wollen wir die Post-Event-Daten zusammenführen. Das könnten wir dann mit weiteren Tools wie Google Analytics verbinden und auch in unsere Plattform einspielen. Ideen für die nächsten Entwicklungsschritte gibt es genug.



Visual für „Tarifzone Liebe“ (Foto: BVG)

BVG und Jung von Matt Hamburg kreieren BVG-Musical

## Tarifzone Liebe

Die Berliner Verkehrsbetriebe (BVG) haben bei ihren Marketingmaßnahmen schon häufig auf Musik und Songs gesetzt. Nun steht im Dezember die Premiere des ersten offiziellen BVG-Musicals im Berliner Admiralspalast an. Entwickelt wurde das Live-Projekt „Tarifzone Liebe“ vom Marketingteam der BVG gemeinsam mit der Kreativagentur Jung von Matt Hamburg.

Mit eigens komponierten und getexteten Songs erzählt das BVG-Musical „Tarifzone Liebe – die Gefühle fahren Straßenbahn“ die Liebesgeschichte zwischen der Straßenbahn Tramara und ihrem Fahrgast Alexander und will so in der Vorweihnachtszeit ein Zeichen für den respektvollen Umgang miteinander und gegenseitige Wertschätzung setzen.

BVG zeigt dabei keine Angst vor Emotionen, dem großen Drama oder schrägem Humor – dieser Strategie, die BVG-Filmen schon millionenweise Klicks, Likes und Fans eingebracht hat, folgt nun auch „Tarifzone Liebe“: „Wir freuen uns, dieses tolle Projekt auf die Bühne zu bringen. Das Zusammenleben in der Großstadt funktioniert nur, wenn wir das Gute ineinander sehen. Deshalb setzen wir in unserer Story ein Zeichen für Zusammenhalt und gegenseitige Akzeptanz“, so Christine Wolburg, Leiterin Vertrieb und Marketing bei der BVG. „Wir hoffen, dass wir durch das Musical die Begeisterung für unsere BVG mit noch mehr Menschen teilen können – als Musical-Besucher, als Fahrgäste oder natürlich

gern auch als BVGer in einem unserer vielen tollen Jobs.“

Die Realisation durch das BVG-Marketingteam und Jung von Matt Hamburg nahm mehrere Monate in Anspruch. Mit an Bord sind Größen der Musical-Welt. Regie führt Christoph Drewitz (Ku’damm 56, Romeo & Julia), Tramara wird gespielt von Jeannine Wacker (bekannt aus Wicked). Gino Emnes (Aaron Burr in Hamilton) gehört ebenfalls zum Cast, der durch weitere prominente Überraschungsgäste unterstützt wird. Darüber hinaus haben die Macher eng mit Künstlern aus Berlin zusammengearbeitet. Am 4. und 5. Dezember wird das etwa einstündige Musical live im Admiralspalast aufgeführt. Tickets sind ab sofort erhältlich.

### JAZZUNIQUE GEWINNT FRAALLIANCE PITCH FÜR AIRPORT-ERLEBNISKONZEPT

Die Frankfurter Agentur Jazzunique hat den FraAlliance Pitch für ein neues ästhetisches Erlebniskonzept im Terminal 1 des Frankfurter Flughafens gewonnen. FraAlliance ist ein Joint Venture von Fraport und Lufthansa.

Durch die Entwicklung individueller und nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen strebt die FraAlliance an, das Terminal 1 des Frankfurter Flughafens zur bevorzugten Wahl für Reisende zu machen. Die Herausforderung

für Jazzunique bestand darin, einen detaillierten Plan für die Feinkonzeption und Umsetzung eines Experience-Konzepts am Frankfurter Flughafen zu entwickeln. Das übergeordnete Ziel dabei war, das Erlebnis und die Unterhaltung im Terminal 1 umfassend zu transformieren.

Am 14. November startete Jazzunique mit einem konzeptionellen Kick-off-Workshop zum Thema „überraschend deutsch“. Der Workshop markierte den Beginn einer parti-

zipativen Reise mit der Fragestellung „Was ist eigentlich deutsch und wie wollen wir uns unseren Gästen aus aller Welt präsentieren?“. In diesem Workshop wurde eine gemeinsame Basis für eine menschenzentrierte Erlebniskommunikation nicht nur im Terminal 1 geschaffen.

Nächste Schritte für Jazzunique sind die Feinkonzeption und konzeptionelle Weiterentwicklung der Customer Journey am Frankfurter Flughafen.



Sven Wolgram (Foto: facts and fiction)



6. Industriekonferenz des BMWK (Foto: facts and fiction)

facts and fiction setzte politische Veranstaltungen um

## Direkter Dialog

facts and fiction setzte in diesem Herbst eine Vielzahl von politischen Veranstaltungen um: Neben der Industriekonferenz des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) hat die Agentur auch die Beteiligung des Bundesumweltministeriums (BMUV) am Bürgerfest zum Tag der Deutschen Einheit, die 13. Nationale Maritime Konferenz der Bundesregierung sowie die Jahrestagung „Regionale Transformation Gestalten“ des BMWK umgesetzt. Bis zum Ende des Jahres folgen mit weiteren Stationen des Bürgerdialogs zum Thema Energiewechsel und dem Digital-Gipfel 2023 noch weitere Veranstaltungen des BMWK und der Bundesregierung.

Die nunmehr 6. Industriekonferenz des BMWK hat in Kooperation mit dem Bündnis „Zukunft der Industrie“ am 31. Oktober in Berlin unter Beteiligung des Bundesministers Dr. Robert Habeck stattgefunden. facts and fiction trug hier zum erfolgreichen Ablauf der Veranstaltung bei. Dazu gehörte das Gästemanagement, die Umsetzung des Livestreams, das Veranstaltungsdesign und das Bühnenbild. Das Radialsystem Berlin bot die Kulisse für die Konferenz.

Das Bürgerfest zum Tag der Deutschen Einheit fand 2023 unter dem Motto „Horizonte öffnen“ in Hamburg statt. In der Präsentation des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMUV) stand das Grüne Band im Fokus. Das Gebiet, einst Grenzstreifen der innerdeutschen Grenze, dient heute als Rückzugsgebiet und Wanderkorridor für über 1.200 seltene und gefähr-

dete Pflanzen- und Tierarten. Die Herausforderung für facts and fiction bestand darin, die Schönheit und Vielfalt des Grünen Bandes auf den begrenzten Flächen zweier Messe-Counter erlebbar zu machen. Eine Augmented Reality (AR)-Anwendung ließ die Besucher direkt vor Ort in die Natur des Grünen Bandes eintauchen. Das spielerische UX-Design, viel Foto- und Videomaterial sowie interaktive Quizze schafften vielfältige Zugänge zur Natur und zur Geschichte des Grünen Bandes.

„Politik muss Antworten für wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Entwicklungen finden – heute mehr denn je im direkten Dialog mit den Bürgern. Deshalb sind Symposien, Tagungen, Konferenzen, Tage der offenen Tür und Bürgerfeste zentrale Instrumente der politischen Kommunikation. Wir freuen uns, dass uns wichtige Ministerien seit Jahren vertrauen und uns Plattformen schaffen lassen, auf denen dieser Dialog möglich wird“, sagt Sven Wolgram, geschäftsführender Gesellschafter bei facts and fiction.

Bereits im September fanden außerdem die 13. Nationale Maritime Konferenz in Bremen und die Jahrestagung „Regionale Transformation Gestalten“ in Rostock statt. Während facts and fiction für die 13. Nationale Maritime Konferenz die gesamte Planung und Durchführung der internationalen Konferenz einschließlich Gästemanagement, Livestream und Veranstaltungsdesign übernahm, war die Agentur bei der Jahrestagung „Regionale Transformation Gestalten“ für die komplette Umsetzung der Veranstaltung verantwortlich und entwickelte

neben dem Key Visual auch ein ressourcenschonendes Bühnendesign.

Unter dem Motto „Zeit zum Reden“ stellen sich beim Bürgerdialog zum Thema Energiewechsel die (Parlamentarischen) Staatssekretäre den Fragen der Bürger und Bürgerinnen. Das Projekt setzte facts and fiction gemeinsam mit der PR/Kommunikationsagentur des BMWK Zum Goldenen Hirschen um. Nach dem Start der Veranstaltungsreihe in Freiburg im Breisgau im Oktober fand der Bürgerdialog bereits in Frankfurt (Oder) und in Darmstadt statt. Eine weitere Station war Hamburg am 22. November, weitere sollen folgen.

Ein weiteres Highlight im Herbst war der Digital-Gipfel der Bundesregierung, der in Jena mit rund 1.000 Teilnehmenden stattfand: facts and fiction übernahm die Umsetzung des Digital-Gipfels im Volkshaus Jena und verantwortete die gesamte Planung und Durchführung der Konferenz, darunter die Aufplanung in der Location, das Gästemanagement, den Livestream und das Veranstaltungsdesign. Besonders hervorzuheben ist das innovative Bühnenbild, das in enger Anlehnung an das dreigeteilte Keyvisual konzipiert wurde. Die einzelnen Teile des Keyvisuals wurden als Projektionsflächen auf die Bühne gebracht. Das polygonale Ensemble bildete dabei ein harmonisches Spannungsfeld mit dem Rundbogen des Jugendstil-Gebäudes. Ein besonderes Augenmerk lag auf dem nachhaltigen Ansatz: Das Bühnenbild wurde komplett ohne zusätzliche Bauten realisiert und setzte dafür auf Licht und Projektionen.



„Traum Manufaktur“ im Porsche Brand Store (Fotos: Porsche AG)

Porsche Brand Store in Stuttgart startet neue Kampagne

## Traum Manufaktur

Am 13. Oktober 2023 feierte der Stuttgarter Brand Store sein einjähriges Bestehen. Nun startet mit „Traum Manufaktur“ die bereits vierte Kampagne. Die Ausstellung zeigt, wie Träume durch filigrane Handwerkskunst realisiert werden können. „Mit der vierten Kampagne in nur zwölf Monaten halten wir unser Versprechen, den Besuchern immer wieder eine neue Themenwelt im Brand Store zu bieten und bei jedem Besuch auf eine Entdeckungsreise einzuladen“, sagt Alexander Pollich, Vorsitzender der Geschäftsführung Porsche Deutschland GmbH. „Mit der Kampagne ‚Traum Manufaktur‘ zeigen wir die Handwerkskunst, die unsere Sportwagen in Meisterstücke verwandelt.“

Besucher des Stores werden auf eine Reise durch die Handwerkskunst eingeladen: von der Idee über die ersten Entwürfe bis hin zur Fertigstellung und Qualitätsprüfung. Zahlreiche Projekte rund um automobiler Träume und die Handwerkskunst begleiten Besucher durch

den Brand Store – angefangen mit dem Schaufenster, das als zeitgenössische Interpretation eines Lichttunnels an die Lackprüfung angelehnt ist bis hin zu Einblicken in den Designprozess von neuen Sportwagen durch Skizzen und handwerkliches Modellieren.

Die Porsche Classic Werksrestaurierung zeigt, wie Handwerkskunst alten Modellen neues Leben einhaucht. Die etwa bei dem Restaurierungsprozess eines historischen 911 2.5 S/T genutzten Werkzeuge sind durch zahlreiche Exponate im Brand Store kuratiert. Die ausgestellte Rohkarosserie steht exemplarisch für sogenannte „Scheunenfunde“, die oftmals Ausgangsbasis für Restaurierungen sind. Als Gegenstück zum historischen Fahrzeug zeigt der aktuelle 911 S/T in der Ausstellung, wie moderne Handwerkskunst heutige Sportwagen fertigt.

Der Sänger Alvaro Soler entwickelt derzeit mit dem Classic Sonderwunsch Team das Design seines Porsche 928 S. Ob Muster, Mate-

rialien oder Farbe, Soler wird selbst zum Designer und verleiht dem Sportwagen seine ganz persönliche Note. Im Brand Store erhält man durch zahlreiche Exponate einen Einblick in das laufende Projekt.

Interessenten erhalten im Porsche Brand Store fachlich kompetente Beratung in der Fitting Lounge. In angenehmer, urbaner Workshopatmosphäre kann mithilfe eines 3D-Konfigurators am Touchscreen und zahlreichen Lack-, Stoff- und Ledermustern der persönliche Traumwagen konfiguriert und in Zusammenspiel mit den deutschen Porsche Zentren gekauft werden. In der Fitting Lounge ermöglicht der Brand Store darüber hinaus zeitgenössische Fahrzeugberatung im urbanen Raum. Als Porsche Drive Rental Standort können Fahrzeuge für eine Dauer von einem bis zu 28 Tagen gemietet werden. Die Fahrzeugübergabe findet dann direkt im Brand Store statt. Die Buchung ist über die Homepage komplett online möglich.

Wesentlichkeitsanalyse für Messe Berlin abgeschlossen

## Gute Ausgangsposition

Die Nachhaltigkeitsberatung trias consulting aus Berlin hat die Wesentlichkeitsanalyse der Messe Berlin abgeschlossen. Die Analyse ist ein wichtiger Meilenstein auf dem Weg zur Entwicklung einer Nachhaltigkeitsstrategie und eines CSRD-konformen Reportings.

Im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse wurden die Nachhaltigkeits- und Berichtsthemen der Messe Berlin identifiziert. Der Prozess startete im 2. Quartal 2023 und beinhaltete unter

anderem Interviews mit internen und externen Stakeholdern sowie eine Analyse der bisherigen Nachhaltigkeitsleistung der Messe Berlin.

Im nächsten Schritt erfolgt nun die Definition einer konkreten Nachhaltigkeitsstrategie der Messegesellschaft entlang der Sustainable Development Goals (SDGs). „Die Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse zeigen, dass die Messe Berlin in den Bereichen Umwelt, Soziales und Governance (ESG) bereits eine gute

Ausgangsposition hat“, so Christian Oblasser von trias consulting. „Das muss nun weiterentwickelt werden.“

Die Messe Berlin hat sich zum Ziel gesetzt, bis 2040 treibhausgasneutral zu werden. Dazu hat das Unternehmen bereits ein umfassendes Maßnahmenpaket zur Reduzierung seiner CO<sub>2</sub>-Emissionen aufgelegt. Darüber hinaus setzt sich die Messe Berlin für eine nachhaltigere Veranstaltungswirtschaft ein.



Maureen Aubert, Sylvie Biancheri und Françoise Rossi (v. l., Foto: Grimaldi Forum)



Grimaldi Forum von oben (Foto: Sylvain Peroumal)

Doppelter Zertifizierungserfolg für das Grimaldi Forum Monaco

## Umwelt und Corporate Social Responsibility

Das Grimaldi Forum, Kongress- und Kulturzentrum des Fürstentums Monaco, hat gerade seine erste ISO 20121-Zertifizierung und seine sechste ISO 14001-Zertifizierung erreicht – zwei international anerkannte Maßstäbe im Umweltschutz und nachhaltiger Entwicklung. Diese erste ISO 20121-Zertifizierung belohnt das Engagement des Grimaldi Forums für Corporate Social Responsibility und ist die erste ihrer Art weltweit. Sylvie Biancheri, Generaldirektorin des Grimaldi Forums, „Diese Zertifizierung hat es uns ermöglicht, unsere Herangehensweise zu strukturieren und zu formalisieren, zusätzlich zu unserem starken Umweltengagement“.

Tatsächlich steht Corporate Social Responsibility seit der Gründung des Grimaldi Forums im Jahr 2000 im Mittelpunkt des Managementansatzes. Dies spiegelt sich beispielsweise darin wider, dass alle festangestellten Mitarbeiter unbefristete Arbeitsverträge haben, an einem dreijährigen Ausbildungsplan teilnehmen, über eine persönliche Risikoversicherung verfügen und einmal pro Woche im Homeoffice arbeiten können. Die Männer und Frauen, die zur festangestellten Belegschaft gehören, repräsentieren 20 verschiedene Nationalitäten und besetzen alle Positionen innerhalb des Unternehmens; beispielsweise sind 46 Prozent der Führungskräfte Frauen, 55 Prozent der Mitarbeiter sind seit mehr als zehn Jahren im Unter-

nehmen beschäftigt und 25 Prozent seit mehr als 20 Jahren.

Als Wertschöpfungsquelle in der Region verwaltet das Grimaldi Forum, neben seinen 140 festangestellten Mitarbeitern, rund 300 befristete Verträge und beschäftigt indirekt 700 Lieferanten und Dienstleister, was einem geschätzten Pool von über 5.000 Arbeitsplätzen im Fürstentum und Umland entspricht. Das Grimaldi Forum unterstützt auch eine Vielzahl lokaler Wohltätigkeitsorganisationen und ermutigt seine Mitarbeiter, sich zu engagieren. Jedes Jahr wird diesen Mitarbeitern ein Tag lang die Möglichkeit geboten, die Wohltätigkeitsorganisation ihrer Wahl in Monaco zu unterstützen. Der Kampf gegen Food Waste und Armut ist ein weiterer Schwerpunkt: In Zusammenarbeit mit den Wohltätigkeitsorganisationen des Fürstentums verteilt das Grimaldi Forum unverbrauchte Lebensmittel seiner Veranstaltungen.

Im Zuge der proaktiven nachhaltigen Entwicklungspolitik in Monaco ist CSR ein fester Bestandteil im Grimaldi Forum, das seiner ersten ISO 20121-Zertifizierung eine sechste ISO 14001-Zertifizierung hinzugefügt hat. Bereits 2008 erstmals zertifiziert, war es eines der ersten Kongresszentren in Europa, das dieses renommierte Gütesiegel erhielt.

Das Gebäude, das umweltfreundlich konzipiert und verwaltet wird, produziert keine Treibhausgase, profitiert von natürlicher Wär-

meisolierung, verwendet Meer- und Grundwasser für die Klimatisierung und wird von einem zentralisierten technischen Managementsystem mit 20.000 Kontrollpunkten überwacht. In den letzten fünfzehn Jahren hat es seine Energieeffizienz durch den Verbrauch von 100 Prozent grüner Energie um 35 Prozent verbessert, die Abfalltrennung um das 2,5-fache gesteigert und seinen Wasserverbrauch pro Besucher erheblich reduziert.

Mit 2.500 qm Photovoltaik-Paneelen auf seinem Dach ist es zudem der führende Produzent von Solarenergie in Monaco. Durch die Förderung von einem verantwortlichen Einkauf hat das Grimaldi Forum schnell „Zero Plastic“ erreicht, verwendet zertifiziertes Papier und Holz, arbeitet mit engagierten lokalen Caterern zusammen und erstellt Eventverbrauchsberichte für seine Kunden, einschließlich Energie, Wasser und Abfalltrennung.

Durch die Einbindung von Kunden, Geschäftspartnern, Behörden, Mitarbeitern und Lieferanten bringt das CSR-Projekt im Grimaldi Forum alle Interessengruppen zusammen. Das Projekt wird vom ISO-Ausschuss geleitet, der aus 16 Mitgliedern aus allen Abteilungen des Unternehmens besteht, und steht unter der Leitung von Françoise Rossi, CSR-Direktorin, sowie Maureen Aubert, Leiterin Umwelt, Zertifizierungen und Rechtsangelegenheiten.



jobs + karriere

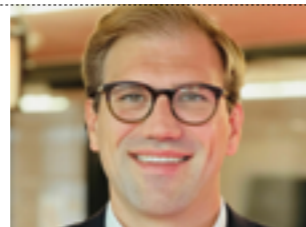
\_ **Annett Stang** ist seit Mitte Oktober 2023 Marketingleiterin/Chief Marketing Officer der *RhönSprudel Gruppe*. Die Beverage-Expertin mit langjähriger Erfahrung in der Markenführung im FMCG-Bereich ist seit 2018 in der Unternehmensgruppe tätig und verantwortete zuletzt als Marketingleiterin Ost der RhönSprudel Gruppe die Marken Spreequell und Mineralquellen Bad Liebenwerda.

\_ **Alexandra Landers** hat die Leitung der Abteilung „Produktkommunikation *BMW Automobile*“ übernommen. Dort soll sie schwerpunktmäßig die Produkt-, Lifestyle- und Markenkommunikation der Kernmarke BMW verantworten. Nach verschiedenen Funktionen als HR-Managerin, im Inhouse Consulting und als Regionalleiterin der Kommunikation in Europa, war sie in den vergangenen Jahren als Leiterin „PR-Veranstaltungen“ tätig.

\_ **Christian Wilz** [42] wird ab 1. Januar 2024 die Leitung von *Mercedes-Benz Trucks* in Deutschland übernehmen. Er folgt auf **Joachim Schlereth** [61], der zum Jahresende in den Ruhestand geht. In seiner neuen Funktion verantwortet Wilz den Vertrieb und Service von Lkw der Marken Mercedes-Benz und Fuso in Deutschland. In seiner aktuellen Funktion ist er bei Daimler Truck Financial Services seit 2021 verantwortlich für den Vertrieb und integrierte Kundenlösungen in Europa und Südamerika.



Sabine Wendt  
(Foto: Dirk Mathesius)



Hubertus Rothwangl  
(Foto: OW/Lorin Canaj)



Nora Massing und Cindy Bartmann von ctc events  
(v. r., Foto: Luisa Domann, ctc events)

**LARISSA POHL ALS GWA-PRÄSIDENTIN WIEDERGEWÄHLT**

Bei der 37. GWA Mitgliederversammlung wurde **Larissa Pohl** als Präsidentin des *Branchenverbandes GWA* bestätigt. Sie übernahm das Ehrenamt als GWA-Präsidentin 2021 und gehört dem GWA-Vorstand seit 2017 in unterschiedlichen Funktionen an: als Juryvorsitzende beim Effie Germany, Sprecherin des Ressorts Diversity, Equity & Inclusion und Vizepräsidentin. Sie ist im Hauptberuf Europa-Chefin der *WPP-Agentur Open X* für den Kunden The Coca-Cola Company.

Im GWA-Präsidium bleiben **Mirko Kaminski** (CEO *Achtung!*) als Vizepräsident und **Manuela Schwarz** (Managing Partner Finance *Schindler Parent*) als Schatzmeisterin, die beide ebenfalls im Amt bestätigt wurden.

Neu im Vorstand sind **Cornelia Göbel** (Managing Director *Serviceplan* Berlin), **Sandra Harxer-Kux** (Sprecherin der Geschäftsführung *Territory*) und **Isabelle Schnellbügel** (Chief Strategy and Transformation Officer *Accenture Song*).

**VORSTAND DES DEUTSCHEN TOURISMUSVERBANDS**

Im Rahmen des Deutschen Tourismustags 2023 wurde **Sabine Wendt**, Chief Operating Officer bei *visitBerlin* und Leiterin des Destinationsmanagements und der Unternehmensentwicklung, auf der Mitgliederversammlung des *Deutschen Tourismusverbands* (DTV) ab sofort bis 2027 in den Vorstand gewählt.

Die Versammlung fand in Bielefeld im Anschluss an den Deutschen Tourismustag 2023, der größten Fachtagung im Deutschlandtourismus, statt. Der Deutsche Tourismusverband (DTV), der Dachverband kommunaler, regionaler und landesweiter Tourismusorganisationen, setzt sich seit 1902 für eine erfolgreiche touristische Entwicklung in Deutschland ein. Er vertritt die Interessen gegenüber Politik und Behörden, setzt Impulse und vernetzt Akteure miteinander.

**ÖSTERREICH WERBUNG MIT NEUEM MICE-ANSPRECHPARTNER**

**Hubertus Rothwangl** ist der neue Ansprechpartner für die MICE-Branche in der *Österreich Werbung* (ÖW). Als Head of Convention & Platform Development im Bereich Kooperation berichtet der 40-jährige an COO **Sandra Neukart**.

Seit dem 15. Oktober verantwortet Rothwangl damit in seiner Position alle künftigen ÖW-Aktivitäten im MICE-Bereich, darunter die ÖW-eigenen Branchenveranstaltungen ÖTT und ATB ebenso wie die Beteiligungen an Fremdmessen wie der IMEX und der IBTM. Neben der Entwicklung der Convention/MICE-Strategie der Österreich Werbung fungiert er in seiner Position auch als Ansprechpartner für alle Stakeholder aus der österreichischen MICE-Branche.

Der Tourismusmanager (*MBA Tourismmanagement*) sammelte während seiner Zeit als Head of Sales & Distribution im Österreichischen Verkehrsbüro Erfahrung im MICE-Bereich.

**NORA MASSING UND LENI MIKSCH BEI CTC EVENTS**

*ctc events – Agentur für Markenkommunikation* erweitert das Team um zwei studentische Mitarbeiterinnen. Seit Beginn des Wintersemesters 2023/2024 sind **Nora Massing** aus Stuttgart und **Leni Miksch** aus Karlsruhe für die Agentur tätig.

Die beiden neuen Teammitglieder studieren an der *Dualen Hochschule Baden-Württemberg* (DHBW) BWL – Messe-, Kongress- und Eventmanagement mit dem Abschluss Bachelor of Arts. Der Studiengang ist auf drei Jahre angelegt und umfasst sechs Studien- und sechs Praxisphasen. Beide Studentinnen werden im Wechsel für die Agentur tätig sein. Während die eine für drei Monate die Hochschule besucht, arbeitet die andere in der Agentur. Im Dreimonatsrhythmus wird dann zwischen Hochschule und Partnerunternehmen gewechselt. Am 1. Januar 2024 kommt Leni Miksch zur ersten Praxisphase in die Agentur nach Wiesbaden.

MARKETING SERVICES

anbieter | anschrift | telefon . fax . email . internet | anbot  
\_ ansprechpartner

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 GmbH  
Moltkestrasse 6  
50674 Köln  
www.hgi-worldwide.com  
\_ Marco Reinkens  
www.hgi-tagungsportal.com  
\_ Carolin Nenov

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



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      anbot

EVENT-AGENTUREN



**ct+c creative tours + concepts**  
events | incentives | conferences

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

Weitere Standorte:  
Hamburg  
Berlin  
München

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

**Wir machen Marken erlebbar.**  
Analog. Digital. Connected.  
Als Spezialist:innen für Experience Marketing schaffen wir immersive Erlebnisräume. Strategisch fundiert, kreativ konzipiert, verlässlich geplant und begeisternd 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.



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.

BlachReport // StageReport // PocketEvent  
und mehr digitale Ausgaben unter:  
[www.blachreport.de](http://www.blachreport.de)

anbieter  
\_ansprechpartner      anschrift      telefon . fax . email . internet      anbot

EVENT-AGENTUREN



**JOKE**  
JOKE Event AG

Herbststraße 31  
28215 Bremen

T 0421 37888-0  
F 0421 37888-88

Hamburg  
Berlin  
Frankfurt/Main  
Stuttgart  
München

kontakt@joke-event.de  
[www.joke-event.de](http://www.joke-event.de)

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.



livewelt GmbH & Co. KG  
\_ Ole Ternes  
Geschäftsführer

Berliner Str. 133  
33330 Gütersloh

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

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



ottomisu  
communication GmbH

Im Klingenhühl 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**.



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

anbieter anschrift telefon . fax . email . internet anbot  
 \_ ansprechpartner

EVENT-AGENTUREN

**PP** *Power by Passion*  
 PP Frankfurt Christoph Symeonidis  
 M 0175 723 43 64  
 c.symeonidis@pp-live.com  
 www.pp-live.com  
 PP Köln Patrick Birkenfeld  
 M 0173 919 80 85  
 p.birkenfeld@pp-live.com  
 PP LIVE GmbH steht für Live Kommunikation, strategische - und Personallösungen und hat sich zum Ziel gesetzt, Ihre Marke im Rahmen von Events, Messen oder am POS emotional erlebbar zu machen... live, digital oder hybrid! Für einzigartig nachhaltige Erlebnisse verbinden wir strategische Beratung und Konzeption mit einem effizienten Projekt- und Personalmanagement.



**Pure**  **LIVE SPACE CONTENT**

Pure Perfection | Wiesbaden Gutenbergplatz 3  
 65187 Wiesbaden T +49 (0)611 172196-0  
 wiesbaden@pureperfection.com  
 Pure Perfection | Berlin Strelitzer Straße 2  
 10115 Berlin T +49 (0)30 4005353-0  
 berlin@pureperfection.com  
 Pure Perfection | Düsseldorf Reisholzer Werftstr. 29a  
 40589 Düsseldorf T +49 (0)211 55026784  
 duesseldorf@pureperfection.com  
 In unseren Disziplinen **Live, Space** und **Content** sind wir weltweit verknüpft und geben unseren Kunden ein einzigartiges Versprechen: **Pure Perfection!** 60 Perfektionisten arbeiten an den Standorten Wiesbaden, Düsseldorf und Berlin mit einem Höchstmaß an Inspiration, Kreativität und Umsetzungsqualität.

**red carpet event**  
 Siegfriedstr. 29 Kontakt:  
 40549 Düsseldorf T 0800 2113069  
 info@red-carpet-event.de  
 www.red-carpet-event.de  
**Red Carpet Event GmbH**  
 Live-Kommunikation mit Hollywood-Flair!  
 Red Carpet Event ist der führende Spezialist, wenn es um Ihre erfolgreichen Veranstaltungen im Kino geht. Durch die Realisierung von über 20.000 Events, wie Tagungen, Produktpräsentationen, Personalversammlungen, Roadshows, sowie neuer interaktiver Veranstaltungsformate an 150 Standorten in ganz Deutschland, haben wir Live-Kommunikation im Kino als festen Bestandteil der Unternehmenskommunikation vieler unserer Kunden dauerhaft etabliert.  
 Düsseldorf – Berlin – Frankfurt

**SYNDICATE**  **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.BLACHREPORT.DE

anbieter anschrift telefon . fax . email . internet anbot  
 \_ ansprechpartner

EVENT-AGENTUREN

**trendhouse**  
 event marketing  
 trendhouse Innsbrucker Ring 15 T 089 368498-0  
 event marketing GmbH 81673 in München 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!**

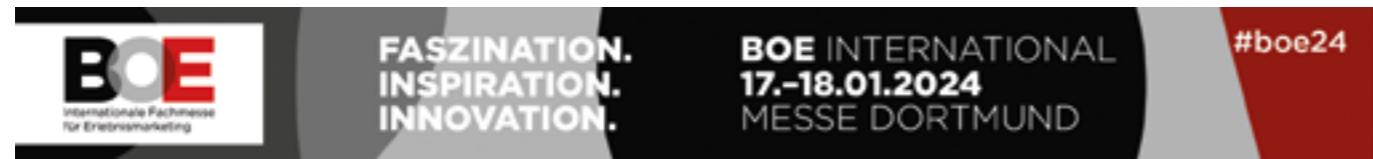


<b>uniplan</b>	Uniplan Köln	Schanzenstraße 39 a/b 51063 Köln	T +49 221 845 69 0 hello@uniplan.com uniplan.com	Uniplan. Eine Agentur für Markenerlebnisse.  Uniplan wurde 1960 von Hans Brüche, Vater des heutigen CEO und Inhabers Christian Zimmermann, in Köln gegründet. Seither hat Uniplan sich immer wieder neu erfunden und mit einem Gespür für zukünftige Entwicklungen den handwerklichen Ursprung mit kreativer Vorstellungskraft verbunden. Die Agentur begleitet ihre Kunden von der ersten Idee bis zum letzten Handgriff: 400 Uniplaner an acht Standorten in Europa und Asien erwecken visionäre Ideen mit hohem Anspruch an die Machbarkeit zum Leben – alles für den einen Moment, der das Markenerlebnis einzigartig macht.
	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	

AKTUELLES IM INTERNET \_ WWW.AUTOMOBIL-EVENTS.DE

anbieter \_ansprechpartner anschrift telefon . fax . email . internet anbot

EVENT-FACHMESSEN



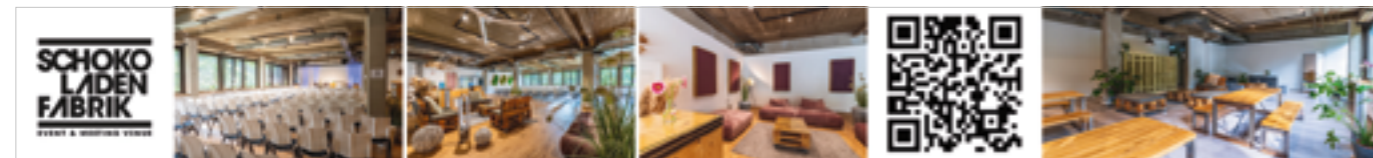
**BOE INTERNATIONAL**  
 Internationale Fachmesse für Erlebnismarketing  
 17. – 18. Januar 2024  
 Dortmund

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.

EVENT-LOCATIONS



**SCHOKOLADENFABRIK**  
 Event und Meeting Venue  
 owned by format:c live communication GmbH

Stollwerkstraße 27-31  
 51149 Köln  
 Ihre Ansprechpartner:  
 \_ Natalie Driesnack  
 \_ Tobias Weber

T 0162-4596001  
 T 0176-23177122  
 hello@schokoladen-fabrik.com  
 www.schokoladen-fabrik.com

Kölns neueste Location bietet 900m² in Design-Räumen, 2 Außenbereiche mit 1000m², ein weißes Hohlkehlen-Studio. Top Veranstaltungstechnik, hochwertiges Catering und perfekte Begleitung garantieren reibungslose Events. Kostenfreie Parkplätze. ÖPNV-, Autobahn-, Flughafennähe.

MESSE- UND EVENTBAU



**AMECKO**  
 MESSEN KONGRESSE AUSSTELLUNGEN EVENTS INNENAUSBAU

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.



**Artlife GmbH**  
 \_ Stephan Haida

Hessenstraße 6  
 65719 Hofheim

T +49 (0)6122 504-0  
 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 anbot

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

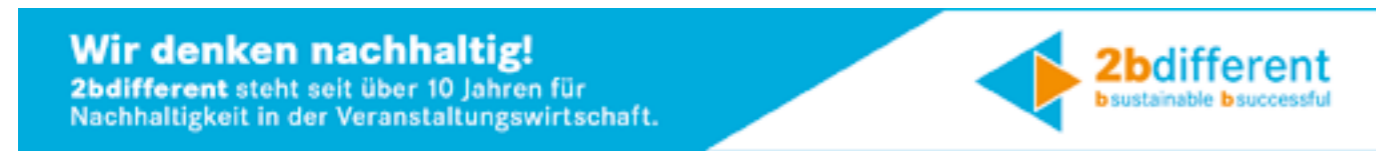
T 0174 7959893  
 info@louisaschlang.de

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      anbot  
 \_ ansprechpartner

NACHHALTIGKEIT



<p>2bdifferent                  GmbH &amp; Co. KG                  _ Jürgen May                  _ Clemens Arnold</p>	<p>Gießhübelstraße 3                  D-67346 Speyer</p>	<p>T +49 (0)6232 68 33 90                  info@2bdifferent.de                  www.2bdifferent.de</p>	<p>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.</p>
---	--	--	--

TECHNISCHES PLANUNGSBÜRO



<p>PRODUCTION OFFICE GbR                  Ingenieurbüro für                  Entertainment                  _ Dipl. Ing. Joachim Koppe                  _ Dipl. Ing. Ralf Schafstall</p>	<p>Schlesische Straße 28                  10997 Berlin</p>	<p>T 030 616716-0                  F 030 616716-29                  www.production-office.de                  info@production-office.de</p>	<p>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- &amp; Genehmigungsverfahren.                  Hygiene- &amp; Sicherheitskonzepte, Hygienebeauftragte.</p>
--	--	---	--

TEILNEHMERMANAGEMENT



<p>EMENDO Event + Congress                  GmbH &amp; Co. KG                  _ Philipp Sautter                  Managing Partner</p>	<p>Riedstraße 25                  73760 Ostfildern</p>	<p>T 0711 4605376-0                  post@emendo-events.de                  www.emendo-events.de</p>	<p>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.</p>
--	--	--	--

AKTUELLES IM INTERNET \_ WWW.MUSEUMSREPORT.DE

anbieter      anschrift      telefon . fax . email . internet      anbot  
 \_ ansprechpartner

VERANSTALTUNGSTECHNIK



<p>Aventem GmbH                  Audiovisuelle                  Dienstleistungen</p>	<p>Düsseldorf                  Herderstraße 70                  40721 Hilden                  Berlin                  Rohrdamm 24b                  13629 Berlin</p>	<p>T +49 2103 25230-0                   T +49 30 367005-70                  info@aventem.de                  www.aventem.de</p>	<p>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.</p>
--	--	---	---



<p>btl next GmbH</p>	<p>Berlin • Düsseldorf                  Frankfurt • Hannover                  München • Poznań</p>	<p>T +49 (0)211 90449-0                  F +49 (0)211 90449-444                  contact@btl-x.de                  www.btl-x.de</p>	<p>Bei uns sind Event-Spezialisten für deine Themen wie <b>Content, Kreativität</b> und neue Eventformate im Einsatz. Wir entwickeln <b>Streaming-, Hybrid- und Live-Events</b> und liefern dabei u. a. eigens konzipierte <b>Websites</b> und maßgeschneiderte <b>Hygienekonzepte</b> für dein Event* aus einer Hand.</p>
----------------------	--	---	--



<p>Neumann &amp; Müller                  GmbH &amp; Co. KG</p>	<p>Unsere Standorte:                  Berlin   Dresden   Düsseldorf                  Erfurt   Frankfurt   Hamburg                  Hannover   Köln   Leipzig                  Mainz   München   Nürnberg                  Stuttgart</p>	<p>info@neumannmueller.com                  www.neumannmueller.com</p>	<p><b>Neumann &amp; Müller Veranstaltungstechnik</b>                  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 begeisternde, individuelle Lösungen zu bieten – mit kreativem Design, detailgenauer Planung und intelligenten Services.</p>
--	---	--	---

VIDEO



<p>Screen Visions GmbH                  Waldburgstraße 17/19                  70563 Stuttgart</p>	<p>T +49 711-21414-140                  mail@screenvisions.com                  www.screenvisions.com</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• LED-Videowände</li> <li>• Mobile &amp; modulare Lösungen</li> <li>• Sonderkonstruktionen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• On-Screen-Vermarktung</li> <li>• Digitale Promotionmodule</li> <li>• Beratung für Festinstallationen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kameras</li> <li>• Medienserver</li> <li>• technische Planung</li> </ul>
---	---	--	--	---

AKTUELLES IM INTERNET \_ WWW.BLACHREPORT.DE

INSIDE

# Tristan Kalmutzke



Tristan Kalmutzke (Foto: Passepartout)

TRISTAN KALMUTZKE IST MATHEMATIKER UND PROKURIST BEI DER AGENTUR PASSEPARTOUT IN MEERBUSCH.

**Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?**

Was gibt es schöneres als Menschen zu begeistern und viel Abwechslung im Job zu haben?

**Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?**

Als studierter Mathematiker bleibt die Finanzwelt für mich immer ein interessanter Bereich.

**Welchen Traum wollen Sie sich noch erfüllen?**

Mit Passepartout das 50-jährige feiern.

**Was macht Sie glücklich?**

Neben dem Beruf viel Zeit mit Familie und Freunden zu verbringen.

**Was war bisher Ihre größte Herausforderung?**

Meine Masterarbeit – die Regularität von Lösungen meiner Gleichung verfolgen mich noch heute.

**Welche Entscheidungen haben Sie bereut?**

Nach dem Abi keinen längeren Auslandsaufenthalt gemacht zu haben.

**Was machen Sie gegen Stress?**

Mit Sport komplett auspowern oder mich lecker bekochen zu lassen.

**Wen möchten Sie gern einmal kennenlernen?**

Roger Federer – vielleicht gelingt mir ja sogar ein Punkt gegen ihn.

**Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?**

Be useful – Seven Tools for Life.

**Was sollen wir hören: Ihr aktueller Musiktipp?**

Für jemanden, der in Düsseldorf wohnt, sind die ‚Hosen‘ immer aktuell.

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

Mein erstes Foo Fighters Konzert bei Rock am Ring – Dave Grohl rockt einfach.

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

Das Em Brass in Düsseldorf. Leckerer Essen, leckerer Wein, tolle Atmosphäre: die perfekte Kombi!

# 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:

WAS CREATIVE GESTALTUNG ALS OSPI-NETZWERKPARTNER ERREICHEN WILL

MARCEL FERY ÜBER 25 JAHRE TSE UND DIE VERANSTALTUNGSWIRTSCHAFT

THE ENTRIES: WIR DOKUMENTIEREN EINREICHUNGEN BEI EVENT-AWARDS

SEBASTIAN OLSOWSKI ÜBER DIE MOTORWORLD MOBILITY DAYS

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

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

**BlachReport**

**Impressum**

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

ISSN 1611-9308

AND IT GOES LIKE:

BIBBEDI  
BABBEDI  
BU



**NEUMANN & MÜLLER**  
VERANSTALTUNGSTECHNIK

→ **CORPORATE EVENTS**

Galas und Firmenjubiläen, Produktpräsentationen,  
Tagungen, Hauptversammlungen, Store Openings,  
Awards, Kongresse

→ **PUBLIC EVENTS**

Kultur, Sport, Musik, Ausstellungen, TV/Hörfunk

→ **DIGITAL-LIVE ODER HYBRIDE EVENTS**

NEUMANNMUELLER.COM