BlachReport
LIVEKOMMUNIKATION UND MARKENARCHITEKTUR
01.24

Durchgerittenes Pferd? Fragen an Orgatech-Chef Lars Otto über die aktuellen Entwicklungen in der Mietmöbelbranche

Party.Rent
atmosphere. with impact

Markenwelten?

Sind die großen Brandlands á la Autostadt Wolfsburg oder die BMW Welt in München eigentlich noch en vogue? (Nicht nur) diese Frage haben wir Kai Orkisz gestellt, Creativ Director bei Mutabor Design. Mutabor zeichnet sich für Brand Architecture und Brand Experience der neuen BMW Motorrad Welt verantwortlich.

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 e-Scooter vom Band. Der Standort der BMW Motorrad Welt befindet sich angrenzend an das BMW Motorradwerk Berlin-Spandau und entstand in einem historischen Backsteingebäude. Sie bietet auf 1.000 Quadratmetern ein immersives Markenerlebnis.

Zurück zur Frage an Kai Orkisz. Er bewertet Angebote dieser Art als wichtiger denn je und stellte die Gegenfrage: Wo kommt der Fan oder Interessent überhaupt noch mit Produkten oder einer Marke live in Kontakt, ohne dass er direkt in ein Verkaufsgespräch involviert wird? Und gibt auch gleich die Antwort: Dafür braucht es besondere Orte und eine passende Atmosphäre, die für Entdeckungen zur Verfügung stehen und dabei vielleicht sogar zum Ziel einer Wochenendreise werden. Wo sich Gleichgesinnte in einer unkomplizierten Wohlfühlumgebung mit Hospitality-Angeboten treffen. Der Bedarf, dafür einen zentralen Ort als Home of the Brand zu haben, ist für ihn sogar generationen- und geschlechtsübergreifend gegeben (mehr dazu ab Seite 14 in dieser Ausgabe).

Der finanzielle Aufwand für ein Brandland ist groß und muss daher genau abgewogen werden. Auch die Ernsthaftigkeit bei der Umsetzung spielt sicher eine große Rolle für den Erfolg und in diesem Zusammenhang die Entscheidung, auf vordergründige Effekte zugunsten immersiver Markenerlebnisse zu verzichten. Dann bleiben Brandlands auch in Zukunft potente Markenwerkzeuge – insbesondere unter Berücksichtigung des digitalen Overkills in der heutigen Zeit.

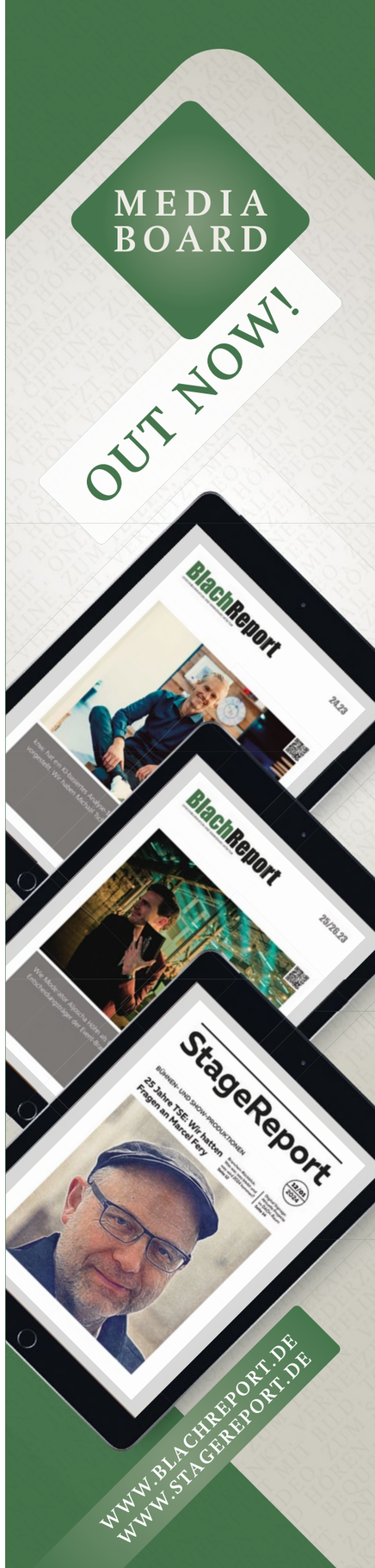
Herzlichst

Ihr Peter Blach

inhalt

Titelfoto: Lars Otto (Illustration: Orgatech)

4 **BUSINESS** *Hongkong Gastgeber der IBTM Asia Pacific*
5 **BUSINESS** *Circular Event Consultants*
6 **BUSINESS** *„Culture Connect" im Deutschen Pavillon*
7 **VORSCHAU BOE** *Branchentreff in Dortmund*
8 **VORSCHAU BRANDEX** *46 Beiträge ausgezeichnet*
10 **DIGITAL** *KI in der Messewirtschaft*
12 **NON-FOOD-CATERING** *Fragen an Lars Otto von Orgatech*
14 **MARKENWELTEN** *BMW Motorrad Welt*
16 **PEOPLE** *Jobs + Karriere*
17 **MARKETING-SERVICES** *Lieferantenverzeichnis*
26 **BACKSTAGE** *Sven Egner*
26 **IMPRESSUM**



Vasyl Zhygalo, Portfolio Director IBTM, und Kenneth Wong, General Manager MICE & Cruise beim HKTB (Foto: HKTB)

Hongkong wird Gastgeber der IBTM Asia Pacific 2025

MICE-Messe

Das Hong Kong Tourism Board (HKTB) hat Hongkong als Veranstaltungsort für die IBTM Asia Pacific 2025 bestätigt. Die führende MICE-Fachmesse soll im Frühjahr 2025 erstmals in der asiatischen Metropole stattfinden. Gerechnet wird mit mehr als 1.500 Besuchern aus dem Reise- und MICE-Business. Ziel ist dabei auch, große MICE-Veranstaltungen für die Stadt zu gewinnen.

Die IBTM Asia Pacific 2025 will sich als Plattform für Destinationen, Hotels, Veranstaltungsplanern, Attraktionen, Fluggesellschaften und andere Anbieter aus der ganzen Welt präsentieren. Darüber hinaus soll die Messe Hongkongs Position als weltweiten Knotenpunkt bestätigen und den MICE-Tourismus in der asiatisch-pazifischen Region fördern.

Dr. Pang Yiu-kai, Chairman des HKTB: „Die Entscheidung der IBTM, ihre führende Fachmesse für die Asien-Pazifik-Region in Hongkong zu veranstalten, unterstreicht Hongkongs internationales Ansehen und seine Schlüsselrolle innerhalb der Greater Bay Area. Die Veranstaltung wird nicht nur sehr viele hochkarätige Fachbesucher aus der globalen Reisebranche und dem MICE-Sektor nach Hongkong bringen, sondern ihre positiven Erfahrungen werden dazu beitragen, dass Hongkong für noch viele weitere MICE-Veranstaltungen den Zuschlag erhält."

Vasyl Zhygalo, IBTM Portfolio Director, betont Hongkongs Position als internationaler MICE-Hub: „Hongkong verfügt über vielfältige Wettbewerbsvorteile, darunter eine breite Auswahl an Veranstaltungsorten, Transportmöglichkeiten und Services."

IST gestaltet BOE Digital & Events Stage

Social Media und digitales Marketing im Fokus

Wissen, Interaktion und Networking fördert die Fachmesse BOE in Dortmund mit einem Rahmenprogramm, das sich auf vier thematischen Stages und verschiedenen Site Events den aktuellen Herausforderungen und der Zukunft des Eventbusiness widmet. Die von der IST-Hochschule für Management in Kooperation mit der BOE organisierte Digital & Events Stage (ehemals Digital Forum) gehört zu diesen Wissens- und Informationsplattformen und richtet sich sowohl an Young Professionals als auch an Eventprofis.

Das Bühnengeschehen dreht sich am Mittwoch, 17. Januar 2024, von 11 bis 17 Uhr um die Topics Social Media und digitales Marketing, den technologischen Input zu Künstlicher Intelligenz (KI), Virtual Reality (VR), Augmented Reality (AR) und Chatbots sowie um das Thema Ethik im Netz. Die Vorträge finden im 20-Minuten-Takt statt. Nachfolgend eine Programmvorschau.

11:00 bis 11:30 Uhr: „Know your audience", Referent: Miklas Bengsch, Product Owner knw. & Business Developer satis&fy.
11:30 bis 12:00 Uhr: „Der KI-Faktor: Wie wird KI Events verändern?", Referent: Colja Dams – CEO, Vok Dams Agency for Events & Live-Marketing.
12:00 bis 12:30 Uhr: „Von 0 auf 2.500 Besucher bei This is Marketing: Eine Case-Study über erfolgreiches Online Marketing für Events", Referent: Marcel Knopf, Geschäftsführender Gesellschafter Fastlane Marketing.
12:30 bis 13:00 Uhr: „Was ist echt, was ist KI? Und wie merken wir den (KI-kleinen) Unterschied?", Referent: Roger Basler de Roca, Digital Marketing Experte – powered by Speakers Excellence.
13:00 bis 13:30 Uhr: „Weltklasse Events mit der KI erstellen", Referent: Thomas Kenyeri, CVO und Gründer Kesch The Brand Experience Company.
13:30 bis 14:00 Uhr: „Authentische Digitalisierung: Digitale Ethik für Marke, Kommunikation und Prozess", Referent: Thomas Szabo, CEO act&react I digital excellence.
14:00 bis 14:30 Uhr: „B&B Hotels auf dem Weg zur nachhaltigen 9:16 Lovebrand", Referentin: Carina Frankenberger, Social Media Manager & Creator B&B Hotels Deutschland.
14:30 bis 15:00 Uhr: „Transformationsdramaturgie und VR – oder wie kann ich innovatives Storytelling nutzen", Referentin: Petra Lammers, CEO von onliveline GmbH – Büro für Transformation & Storytelling.
15:00 bis 15:30 Uhr: „Emoji statt Gesichtsausdruck? Digitale Kommunikation von Teams im Event- und Festivalalltag", Referent: Matthias Johannes Bauer, Professor für Kommunikationsmanagement IST-Hochschule für Management.
15:30 bis 16:00 Uhr: „KI for events – it's a match! High End KI in Hollywood und hier (Events) – die Chance für alle!", Referent: Sven Schreiber, Digital Strategist & AI. Mag, Editor, Publisher, Speaker.
16:00 bis 16:30 Uhr: „Live-Entertainment mit Daten und Technologie einen Boost verleihen", Referentin: Dr. Hannah Joos, General Manager D-A-CH Fever.
16:30 bis 17:00 Uhr: „Unleash the Potential of Augmented Intelligence: Wie Unternehmen Künstliche Intelligenz richtig einsetzen und worauf es wirklich ankommt", Referent: Robin Reuschel, Co-CEO von Roover.

Der zweite Bühnentag fokussiert sich auf das Thema Events: People, Engagement, Business Events und Employee Branding.

Kreislaufwirtschaft in der Veranstaltungswirtschaft

Mit 360°-Angebot gestartet

Das Netzwerk „Circular Event Consultants", initiiert von 2bdifferent, vereint Unternehmen, die sich der nachhaltigen Konzeption und Realisierung von Events verschrieben haben. Mitglieder sind außer 2bdifferent Trash Galore, das Steinbeis Beratungszentrum Circular Economy und Niyu event productions. Ziel ist es, Veranstalter und Dienstleister im Sinne einer intelligenten Kreislaufwirtschaft zu unterstützen. Dieser Ansatz integriert sämtliche Nachhaltigkeitsaspekte – ökonomisch, sozial und ökologisch und betrachtet die Kreislaufwirtschaft von den verwendeten Materialien bis hin zu Energie, Mobilität, Catering, Arbeitsbedingungen und Inklusion.

Das Angebot richtet sich primär an Unternehmen und Institutionen, die Veranstaltungen planen, entsprechende Dienstleistungen ausschreiben und beauftragen sowie an Dienstleister, die mit einer nachhaltigen Umsetzung von Eventmaßnahmen beauftragt sind. Die Netzwerkmitglieder fokussieren sich auf die Beratungsrolle und treten nicht in Konkurrenz zu Eventdienstleistern, da keine Eventumsetzung angeboten wird. Stattdessen liegt der Schwerpunkt auf der Beratung zur Förderung einer nachhaltigen Eventplanung und -durchführung. Jedes Mitgliedsunternehmen der Circular Event Consultants soll mit spezifischen Kompetenzen und Dienstleistungen zu diesem gemeinsamen Ziel beitragen.

2bdifferent spielt eine zentrale Rolle in der umfassenden Planung und Umsetzung von Events und verknüpft die Eventplanung mit den Nachhaltigkeitsstrategien der Unternehmen, sowohl auf strategischer als auch operativer Ebene.

Die Expertise von Trash Galore umfasst Abfallvermeidung und -verwertung sowie die proaktive Planung der Materialauswahl und -gestaltung zur Förderung späterer Wiederverwendung. Trash Galore fokussiert auf die Reduzierung von Abfällen und ermöglicht die Nutzung von Eventmaterialien als Ressourcen für andere Organisationen, unterstützt bei der Erfassung von Umweltkennzahlen wie CO2e-Einsparungen und leistet damit einen wesentlichen Beitrag zur Erreichung der Zero-Waste-Ziele der Circular Event Consultants.

Das Steinbeiss Beratungszentrum Circular Economy bietet innerhalb des Netzwerks Fachwissen im Bereich Kreislaufwirtschaft. Es erstellt Stoffstrombilanzen, die Material- und Energieflüsse eines Events erfassen und analysieren. Diese Bilanzen helfen, Verschwendung zu identifizieren und effizientere Nutzung oder Rückführung von Materialien zu ermöglichen. Darauf basierend entwickelt das Steinbeiss Beratungszentrum konkrete Vorschläge zur Verbesserung der Materialbilanz und zur effektiven Schließung von Kreisläufen.

Niyu event productions erweitert das Portfolio der Circular Event Consultants vor allem durch ihre Expertise im technischen Bereich der Kreislaufwirtschaft. Mit ihrer Erfahrung in der Planung und Durchführung von Großveranstaltungen bietet NYiyu einen Ansatz, der alle technischen Aspekte von Events umfasst, von Beleuchtung und Beschallung bis hin zu Präsentations-, Fernsehtechnik und IT-Infrastruktur. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf der Integration von Prinzipien der Kreislaufwirtschaft in die technische Gestaltung und Durchführung von Events.

Mit diesen gebündelten Kompetenzen will das Netzwerk Circular Event Consultants nachhaltige Events schaffen, die über konventionelle Ansätze hinausgehen.

EUROPA-PARK ALS NEUES MITGLIED

Der Europa-Park im baden-württembergischen Rust wird Mitglied im Europäischen Verband der Veranstaltungs-Centren EVVC. Mit seinem „Confertainment"-Konzept bietet der größte Freizeitpark Deutschlands über 50 Räumlichkeiten für Firmenfeiern, Messen oder Tagungen jeglicher Größenordnung.

Mit mehr als sechs Millionen Besuchern im vergangenen Jahr ist das Europa-Park Erlebnis-Resort nicht nur der deutsche Marktführer im Freizeitparksegment – auch in der Veranstaltungs- und Tagungsbranche ist der Park eine feste Größe. Jährlich finden über 1.300 Events im Ambiente des Freizeitparks und seinen sechs 4-Sterne Hotels statt.

Zu den größten Locations im breiten Portfolio zählen die Europa-Park Arena, die bis zu 5.000 Gästen Platz bietet, sowie der Europa-Park Dome mit einer maximalen Kapazität von 1.350 Personen. Durch die Lage in der Nähe des Dreiländerecks Deutschland-Frankreich-Schweiz sind die Räumlichkeiten des Parks auch für internationale Gäste und Unternehmen attraktiv.

Geplanter Deutscher Pavillon für die EXPO in Osaka 2025
(Illustration: BMWK)

Expo Kulturprogramm in Osaka

„Culture Connect"

Die Agentur Voss+Fischer und der Kultur- und Medienmanager Mike P. Heisel zeichnen sich verantwortlich für das Kulturprogramm des Deutschen Pavillons auf der Weltausstellung in Osaka 2025. Das Konzept mit einer Mischung aus Musik- und Tanz-Performances, Forschungs- und Wissenschaftsmodulen, Gaming und Sport überzeugte nach einer öffentlichen Ausschreibung. Der deutsche Expo-Auftritt in Japan liegt in der Verantwortung des BMWK – Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz.

Das Kulturprogramm im Deutschen Pavillon auf der Expo 2025 Osaka steht unter dem Motto „Culture Connect" und dient als Schnittstelle zwischen Deutschland, Japan und der Welt. Es soll nicht nur auf der Kulturbühne des Pavillons stattfinden. Die sogenannten Culture Friends werden die Besuchenden bereits in der Warteschlange begrüßen. Sie sind die Maskottchen-Freunde der Circulars und führen die Besuchenden sowohl analog als Walking-Acts als auch digital in einer eigens dafür angelegten digitalen Anwendung durch das Kulturprogramm und nehmen die Gäste schon vorab mit auf eine Reise durch die Kulturlandschaft Deutschlands.

Die sechs im Manga-Stil gestalteten Figuren stehen jeweils für einen kulturellen Bereich und sind an konkrete Figuren des deutschen Kulturkanons angelehnt. Rotkäppchen steht dabei für Natur, Ernährung und Umwelt, während ein Sportler aus Deutschland als Culture-Friend die Themen Sport, Gaming, Integration und Urbanität bedient. Mit der von Oskar Schlemmer entwickelten Triadischen Ballerina werden 100 Jahre Bauhaus gewürdigt und Themen wie Bildende Künste und Diversität vereint. Ludwig van Beethoven widmet sich Musik, Politik, Geschichte und Sehenswürdigkeiten und Albert Einstein steht für Bildung und Wissenschaft. Eine angesagte deutsche kunstschaffende Person präsentiert die Themen Fashion, Digitalisierung und das Leben in der Zukunft.

Das täglich wechselnde Bühnenprogramm soll von wiederkehrenden Programmpunkten umrahmt werden. Bei „Pictures of Germany" können sich Besuchende auf eine Bilderreise durch Deutschland begeben. Aktuelle Themen zu Wissenschaft, Kultur und Sport werden im „Mittagsmagazin" mit Vorträgen untermalt. Spaß und Unterhaltung durch Interaktion für Groß und Klein stehen bei dem Programm im Mittelpunkt. Die Gäste sollen durch die Programmpunkte und die Culture-Friends zum Mitmachen angeregt werden.

Studieninstitut gestaltet Career Hub auf der BOE

Fokus auf KI

Am 17. und 18. Januar 2024 findet die BOE in Dortmund statt. Als Bildungspartner der Fachmesse gestaltet das Studieninstitut für Kommunikation am 17. Januar 2024 wieder den Career Hub auf der Veranstaltung: Unter dem Motto „Zusammenarbeit von Mensch und Maschine" warten auf die Besucher in Halle 5 Stand 5.A30 Talks und Insights zum aktuellen Trendthema KI.

Los geht es um 12:30 Uhr mit einem halbstündigen Slot von Dominik Griese zum Thema „KI Tools – Trends, Plattformen und Praxis-Tipps", um den Besuchern einen adäquaten Einstieg in die Thematik KI zu geben. Von 13:15 bis 13:45 Uhr werden sich Carsten Kniehriem und Karlotta Thelen von der Agentur what when why zum Thema „GEN Z und KI-Boom – Überholen die Digital Natives die ältere Generation?" in einem generationsübergreifenden Dialog mit den verschiedenen Aspekten der KI im Agenturumfeld beschäftigen.

Ab 14:00 Uhr erwartet die Besucher eine Diskussionsrunde mit Hanno Stecken (DDB Germany Group) und Claudia Köhler (Vok Dams Gruppe). Sie wollen sich über die Anwendungsmöglichkeiten von KI-Tools in der Agentur austauschen und diskutieren, ob und wie die Zusammenarbeit von Mensch und Maschine die Zukunft gestalten kann – von der Optimierung von Arbeitsprozessen bis hin zur menschlichen Kreativität. Um 14:45 Uhr beendet Dominik Griese den Career Hub mit einem Workshop zum Thema KI. Die Teilnehmer dieses Workhops erhalten neben weiterführendem Wissen auch ein Zertifikat.

Unter www.studieninstitut.de/boe finden Interessenten alle Informationen zum Career Hub und können sich zudem für ein kostenfreies BOE-Ticket registrieren. Hier ist es auch möglich, einen Platz im kostenfreien KI-Workshop mit Dominik Griese zu sichern.

Das Career Hub Programm wird in diesem Jahr moderiert von Magdalena Stocker, die beim 11. Nawumo-Wettbewerb den 3. Platz belegt hat.

Das Thema „Messebau" auf der BOE International
(Foto: Messe Dortmund/Wolfgang Helm)

Digital Stage
(Foto: Messe Dortmund/Wolfgang Helm)

BOE International 2024

Branchentreff in Dortmund soll das neue Event-Jahr eröffnen

VOM 17. BIS 18. JANUAR 2024 STARTET IN DORTMUND DIE BOE INTERNATIONAL ALS LEITMESSE FÜR ERLEBNISMARKETING WIE GEWOHNT MIT EINEM UMFASSENDEN MARKTÜBERBLICK FÜR DIE AKTUELLEN ANFORDERUNGEN DER EVENTINDUSTRIE INS NEUE JAHR.

Neben technischen Highlights und bewährten Technologien, Dienstleistungsangeboten sowie einer Range von Hotels und Locations steht auch der Stand- und Messebau im Fokus. Hier konzentriert sich ein breit gefächertes Portfolio in modularer und konventioneller Bauart auf robuste Faltwände sowie Lösungen für Eckstände bis hin zu Inselständen. Dabei informiert das technologische Angebot der BOE auch zu dem Einsatz digitaler Lösungen wie Tablets und TV-Elemente und zu der Integration von Virtual und Augmented Reality-Anwendungen sowie 3D-Projektionen.

Zahlreiche Stand- und Messebauer zeigen auf der BOE zudem ihre neuesten Entwicklungen für ressourcenschonende und CO^2-neutrale Messepräsenzen. Mit ihrem nachhaltig orientierten Leistungsangebot bieten sie nicht nur innovative Ansätze und neue Systeme, sondern dokumentieren gleichzeitig auch ihr klares Bekenntnis zum Thema Nachhaltigkeit im Messebau. Hierzu setzt die BOE erstmals auch eine spezielle Sonderfläche „Sustainable Stand – Best Practise Area" auf.

Für klassische Veranstaltungen, Festivals, Pop Up Events sowie Festinstallationen ist auch der Einsatz professioneller Technik entscheidend für den Erfolg. Die BOE International bildet das Spektrum führender Technikanbieter ab. Hierzu gehören Produkte und Anwendungen state-of-the-art in den Bereichen Licht, Beschallung, Video, das Rigging und der Bühnen- und Messebau. Darüber werden im Rahmen von Events auch Netzwerk- und Überwachungsstrukturen zunehmend integriert.

Auch Wissen, Interaktion und Networking gibt es wie gewohnt mit einem Rahmenprogramm, das sich auf vier thematischen Stages und verschiedenen Side Events den aktuellen Herausforderungen und der Zukunft des Eventbusiness widmet.

Das Bühnenprogramm und die Side Events beinhalten den zweitägigen Career Hub vom Studieninstitut am 17. und 18. Januar mit Fokus auf das Trendthema KI, Fresh Ideas Startups, Female Business Networking, Culinary Hub, Sustainability Experience, Guided Tours sowie dem Nachwuchskongress Forum Event der IST-Hochschule.

Der erste Tag der Digital & Events Stage wird unterstützt von der IST-Hochschule für Management. Die digitalen Inhalte und Topics richten sich an Young Professionals und Eventprofis. Das digital-affine Programm am 17. Januar 2024 dreht sich rund um die Topics Social Media und digitales Marketing, den technologischen Input zu Künstlicher Intelligenz (KI), Virtual Reality (VR), Augmented Reality (AR) und Chatbots sowie dem Thema Ethik im Netz.

Der zweite Bühnentag auf der Digital & Events Stage fokussiert sich auf das Thema Events: im Besonderen auf People, Business Events, Eventplanung- und konzeptionierung und Employee Branding.

Schon im Vorlauf zur nächsten BOE International ist erneut das digitale BOE eMagazin an den Start geangen. Es bietet zur Einstimmung auf die Messe Informationen rund um das Eventbusiness. So geben erfahrene Branchenakteure wie Prof. Dr. Hans Rück, Dekan an der Hochschule Worms für Eventmanagement und Marketing, Jörn Raith, Vorsitzender des Vorstands degefest – Verband der Kongress- und Seminarwirtschaft, Clemens Arnold, Geschäftsführer 2bdifferent, Christian Lehnert, Founder & Owner bttr.live, Jan-Till Manzius, Gründer und CEO Wonderlandmovies, sowie PR- und Celebrity-Expertin Brita Segger praxisnahes Know-how, Anregungen und Tipps an die Eventcommunity weiter.

Eindrücke von der BrandEx Awardzeremonie 2023
(Fotos: BrandEx)

Gold, Silber oder Bronze

BrandEx Award 2024 zeichnet 46 Beiträge aus

DIE INTERNATIONALE BRANDEX-JURY – BESTEHEND AUS 22 MITGLIEDERN – HAT IN IHRER ZWEITEN SITZUNG EINE VORENTSCHEIDUNG GETROFFEN: INSGESAMT 46 BEITRÄGE WERDEN BEIM BRANDEX AWARD 2024 AM 17. JANUAR 2024 IN DORTMUND AUSGEZEICHNET – 26 EINREICHUNGEN IN DEN EVENT- UND 20 IN DEN ARCHITECTURE-KATEGORIEN. OB DAS GOLD, SILBER ODER BRONZE IST, ENTSCHEIDET SICH ALLERDINGS ERST IN DER ÖFFENTLICHEN JURYSITZUNG AM VERANSTALTUNGSTAG WENIGE STUNDEN VOR DER AWARDZEREMONIE.

Insgesamt 176 Einreichungen zählten die Veranstalter für den international angelegten Kreativwettbewerb, der Bewerbungen für die Auszeichnungen in den Hauptsegmenten „Event" und „Architecture" möglich machte. Im „Event"-Segment gab es 102 Einreichungen, für die Kategorie „Architecture" gingen 74 Projekte ein.

Nachfolgend die Shortlist der Awardgewinner:

Event

BEST BRAND ACTIVATION

Projekt: Imprfct space // *Einreicher / Kunde:* Jazzunique GmbH
Projekt: Backstage – der größte Penny Markt der Welt // *Einreicher:* Spinnacker GmbH & Co. KG, *Kunde:* Penny Markt GmbH
Projekt: Lufthansa Allegris Launch-Event // *Einreicher:* Stargate Group Werbeagentur GmbH, *Kunde:* Lufthansa Group

BEST CONFERENCE

Projekt: Volkswagen Group Technology Leadership Summit 2022 „be more" // *Einreicher:* circ gmbh & co. kg / Volkswagen Group Technology Communications, *Kunde:* Volkswagen Group Technology Communications
Projekt: Be a Game Changer: Ein Event als Game! Siemens FA IMM, 22.-24.05.2023, Amsterdam // *Einreicher:* HL-Studios GmbH, *Kunde:* Siemens Global Business Services

BEST FORMATS EVENT

Projekt: Bestival 2023 // *Einreicher:* BESL Eventagentur GmbH & Co. KG, *Kunde:* Berlin Tourismus & Kongress GmbH
Projekt: Unten im Meer: Käpt'n Floyds Abenteuerreise. Das Hologrammkonzert! // *Einreicher / Kunde:* Elbland Philharmonie Sachsen GmbH
Projekt: The Homeless Gallery // *Einreicher:* fischerAppelt, live marketing GmbH, *Kunde:* Hinz&Kunzt, Hamburgs street magazine helping the homeless
Projekt: EWE Festival Kraftwerk // *Einreicher:* JOKE Event AG, *Kunde:* EWE AG
Projekt: onliveline – From VR to metaverse // *Einreicher / Kunde:* onliveline GmbH office for tansformation & storytelling

BEST LIVE PR

Projekt: 25th Arabian Gulf Cup Opening Ceremony // *Einreicher:* Andree Verleger, *Kunde:* Iraqi Football Association
Projekt: The Homeless Gallery // *Einreicher:* fischerAppelt, live marketing GmbH, *Kunde:* Hinz&Kunzt, Hamburgs street magazine helping the homeless
Projekt: Lust auf Zukunft // *Einreicher:* Arthen Kommunikation GmbH, *Kunde:* dm-drogerie markt

BEST MOTIVATION/EMPLOYEE EVENT

Projekt: Endress+Hauser – Das Musical. // *Einreicher:* Endress+Hauser Group Services AG, Plan B Entertainment GmbH, Winkler Livecom AG, *Kunde:* Endress+Hauser Group Services AG
Projekt: Fireplace – Siemens EHS Conference // *Einreicher:* Firedancer GmbH, *Kunde:* Siemens AG
Projekt: Commerzbank Leadership Summit 2023 // *Einreicher:* fischerAppelt, live marketing GmbH, *Kunde:* Commerzbank AG
Projekt: Alpiq Expedition One // *Einreicher:* Live Lab AG, Kunde: Alpiq Holding AG

BEST CORPORATE EVENT

Projekt: Mission Future – 100 Jahre Trumpf | Mitarbeiter- und Familienfest // *Einreicher:* what when why GmbH & Co. KG, *Kunde:* Trumpf Laser GmbH
Projekt: Lufthansa Allegris Launch-Event // *Einreicher:* Stargate Group Werbeagentur GmbH, *Kunde:* Lufthansa Group

BEST DIGITAL EVENT

Projekt: Samsung Re:Connect // *Einreicher:* Cheil Germany, *Kunde:* Samsung Electronics Germany
Projekt: Universitätsklinikum Erlangen – Fighting Lupus // *Einreicher:* onliveline GmbH – Office for transformation & storytelling, *Kunde:* Universitätsklinikum Erlangen
Projekt: Swiss Life Jahresmeeting 2022 – Unsere Talk-Koch-Show // *Einreicher / Kunde:* Swiss Life Deutschland Holding GmbH

BEST EXECUTION EVENT

Projekt: Berliner Meisterköche 2022 // *Einreicher:* Bärlin Team Eventdesign GmbH, *Kunde:* Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie GmbH
Projekt: Be a Game Changer: Ein Event als Game! Siemens FA IMM, 22.-24.05.2023, Amsterdam // *Einreicher:* HL-Studios GmbH, *Kunde:* Siemens Global Business Services
Projekt: Lufthansa Allegris Launch-Event // *Einreicher:* Stargate Group Werbeagentur GmbH, *Kunde:* Lufthansa Group
Projekt: DVAG Vermögensberatertag 2023 // *Einreicher:* Zweiplan GmbH, *Kunde:* MKR-München GmbH

Architecture

BEST STAND S

Projekt: In Beween DART@OMR 2023, Hamburg // *Einreicher / Kunde:* D'art Design Gruppe GmbH
Projekt: „Fight The Toxic Monster" – Die Techniker Krankenkasse auf der Gamescom // *Einreicher:* Lautstark GmbH, Kunde: Techniker Krankenkasse

BEST STAND M

Projekt: Schöck Bau23 Munich / Trade Fair Presentation // *Einreicher:* D'art Design Gruppe GmbH, Kunde: Schöck Bauteile GmbH
Projekt: OBI Hammerdate // *Einreicher:* Framework GmbH, Kunde: OBI GmbH & Co. Deutschland KG
Projekt: minilu's Traumhaus // *Einreicher:* Jazzunique GmbH, Kunde: minilu GmbH

BEST STAND L

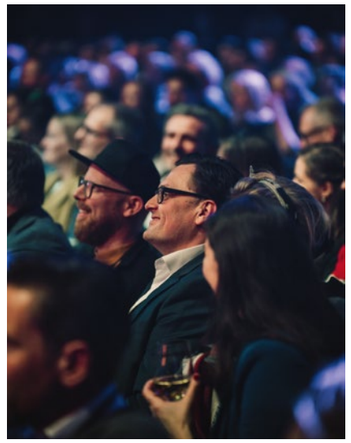
Projekt: Vaillant auf der ISH 2023 in Frankfurt *Einreicher:* Schmidhuber Brand Experience GmbH, *Kunde:* Vaillant Group
Projekt: Covestro's multi-channel Campaign: Crafting Connections With You // *Einreicher:* Uniplan GmbH & Co. KG, Kunde: Covestro AG

BEST BRAND ARCHITECTURE

Projekt: Martor World, Customer Center Solingen, 2023 // *Einreicher:* D'art Design Gruppe GmbH, Kunde MARTOR KG
Projekt: Schüco Bau23 Munich / Trade Show Presentation // *Einreicher:* D'art Design Gruppe GmbH, Kunde: Schüco International KG
Projekt: Sarstedt Competence Space // *Einreicher:* Studio Bachmannkern GmbH, *Kunde:* Sarstedt AG & Co. KG

BEST THEMATIC EXHIBITION

Projekt: Mall of Taste // *Einreicher:* facts and fiction GmbH, *Kunde:* experimenta gGmbH
Projekt: German Garden Biotopia – Growing Community // *Einreicher:* insglück Gesellschaft für Markeninszenierung mbH, Kunde: Bundesministerium für Landwirtschaft und Ernährung
Projekt: Stadt Mannheim x BUGA 23 // *Einreicher:* Wecause GmbH, Kunde: Stadt Mannheim



BrandEx
Awardzeremonie 2023

BEST STORE CONCEPT

Projekt: GV60 Electric Pop-Up at Battersea Power Station // *Einreicher:* Innocean Worldwide Europe, Kunde: Genesis

BEST DIGITAL ARCHITECTURE

Projekt: Sarstedt Cube // *Einreicher:* Studio Bachmannkern GmbH, Kunde: Sarstedt AG & Co. KG
Projekt: Borussia Dortmund Experience // *Einreicher:* iXtenda, *Kunde:* Borussia Dortmund GmbH & Co. KGaA

BEST EXECUTION ARCHITECTURE

Projekt: German Garden Biotopia – Growing Community // *Einreicher:* insglück Gesellschaft für Markeninszenierung mbH, *Kunde:* Bundesministerium für Landwirtschaft und Ernährung
Projekt: FIFA MUSEUM presented by Hyundai // *Einreicher:* Uniplan GmbH & Co. KG, *Kunde:* Hyundai Motor Company
Projekt: Palmberg Orgatech // *Einreicher:* Voss+Fischer GmbH, *Kunde:* Palmberg Büroeinrichtungen + Service GmbH
Projekt: BASF x BUGA 23 // *Einreicher:* Wecause GmbH, Kunde: BASF

Seit 2019 ehrt der BrandEx Award herausragende Kreativleistungen der Live-Kommunikationsbranche mit der begehrten Auszeichnung in Gold, Silber und Bronze für Einreichungen in unterschiedlichen Clustern. Initiiert haben den bedeutendsten deutschen Kreativwettbewerb der Livekommunikation das Studieninstitut für Kommunikation, die Messe Dortmund, fwd: Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft und der BlachReport.

Eindrücke und Ausblicke von Simone Schiebold/Flad & Flad

KI in der Messewirtschaft: Chancen und Realität

IM JAHR 2024 WIRD DAS THEMA KÜNSTLICHE INTELLIGENZ (KI) DIE MESSEWIRTSCHAFT ERREICHEN. EINEN AUSBLICK GIBT SIMONE SCHIEBOLD, GESCHÄFTSFÜHRENDE GESELLSCHAFTERIN DER KOMMUNIKATIONSAGENTUR FÜR ZUKUNFTSTHEMEN FLAD & FLAD.

Simone Schiebold, Geschäftsführende Gesellschafterin der Agentur Flad & Flad (Foto: Flad & Flad)

Noch war es nur ein Experiment, als das auf LED-Leuchtsysteme spezialisierte Unternehmen Pixlip Anfang 2023 – mit dem Aufkommen der Künstlichen Intelligenz – den ersten KI-generierten Messestand vorstellte und zeigte, wie die Zukunft des Messebaus aussehen könnte. Jetzt, also fast ein Jahr später zeichnet sich ab, welches Potenzial sich durch den gezielten Einsatz der neuen Technologie für die Messewirtschaft ergibt.

VON DER AUTOMATISIERUNG BIS HIN ZU EINEM VERBESSERTEN BESUCHSERLEBNIS

Es liegt auf der Hand, dass sich dank Künstlicher Intelligenz Messeauftritte noch effizienter gestalten lassen. Schließlich können zahlreiche Aufgaben automatisiert werden – wie die Datenerfassung, Lead-Qualifizierung und Besucherinteraktion. Das spart Zeit und Ressourcen.

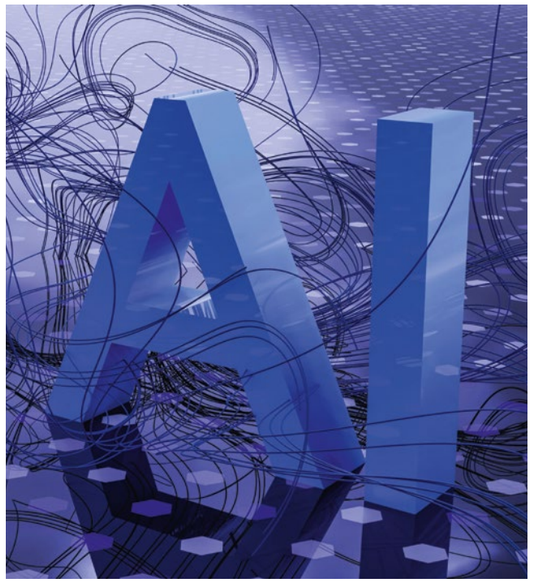
Neben einer höheren Effizienz und Kosteneinsparungen kann eine gut integrierte KI zudem das Messeerlebnis für Besucher verbessern. Hierbei sammelt sie bereits im Vorfeld Daten über potenzielle Gäste und analysiert deren Bedürfnisse. So ermöglicht sie Einblicke in das Verhalten und die Interessen der Besucher. Basierend darauf ermittelt die KI, vor welchen Herausforderungen die Zielgruppen stehen, so dass der ausgespielte Content auf der Messe zielgruppenindividuell angepasst werden kann.

Schon bei der Konzeption des Messestands, also bei der Festlegung einer Visitor Journey und der damit verbundenen Auswahl der auszustellenden Produkte oder Dienstleistungen, ermöglicht es KI den Verantwortlichen, an objektiven Kriterien ausgerichtete Entscheidungen zu treffen.

Ganz pragmatisch hilft KI auch beim Planen der Logistik für einen Messeauftritt, um sicherzustellen, dass Materialien und Mitarbeitende pünktlich am Veranstaltungsort eintreffen oder Transportkapazitäten effizient genutzt werden. Insbesondere für wiederkehrende Events können die Lieferketten mittels Machine Learning optimiert werden, indem die Bedarfsermittlung automatisiert aus früheren Veranstaltungen lernt. Dies können etwa sensorgestützte Systeme an Messeständen oder in Veranstaltungshallen sein, die das Besucheraufkommen erfassen und daraus automatisierte Empfehlungen für den Cateringbedarf ableiten oder Matchmaking-Apps, die bei Networking-Events anhand individueller Besucherprofile die vielversprechendsten Business-Kontakte wie in Datingportalen zusammenführen.

KI-TECHNOLOGIEN IN DER KONZEPTION SINNVOLL UND BENUTZERFREUNDLICH EINSETZEN

Generell gilt es, die Bedürfnisse und Erwartungen der Zielgruppe im Auge zu behalten und sicherzustellen, dass die KI-Technologien sinnvoll und benutzerfreundlich eingesetzt werden. Wie das konkret aussehen könnte? Schon heute können KI-Systeme Texte, Bilder, Powerpoint-Präsentation und sogar Videos erstellen. Was liegt da näher, als dass eine KI anhand von vorgegebenen Kundendaten bereits in der Konzeptionsphase zum Einsatz kommt, um nicht nur das Grafikdesign – wie in oben genanntem Beispiel – zu generieren, sondern grundlegend eine erste Idee für den Messestand zu entwickeln? Basierend auf Vorgaben und Rahmenparametern – wie etwa dem Standgrundriss, der verfügbaren Standfläche, der Auswahl zwischen Systemstand oder einem Designstand, der Anzahl der Besprechungsräume und Sitzplätze oder der Corporate-Design-Farben – kann eine angelernte KI in Echtzeit Visualisierungsvorschläge machen, die als Grundlage für die Feinkonzeption dienen.



Wird AI die Messewirtschaft verändern? (Illustration: Flad & Flad)

VIRTUELLE HELFER HELFEN VOR ORT

Auf der inhaltlichen Seite lassen sich mithilfe von Künstlicher Intelligenz personalisierte Inhalte und Angebote erstellen, um die Aufmerksamkeit der Besucher zu gewinnen. Zusätzlich beantworten am Messestand eingesetzte Chatbots rund um die Uhr Fragen, stellen Informationen bereit und erfassen Leads. Neben den virtuellen Figuren könnten künftig auf Messen auch KI-gesteuerte Roboter zu finden sein, die die Menschen willkommen heißen, Werbematerialien verteilen oder bei der simultanen Übersetzung von Gesprächen unterstützen.

Für ein optimales Erlebnis der Messebesucher ist es jedoch wichtig, dass virtuelle Charaktere eng mit echten Menschen zusammenarbeiten. Denn nur Menschen besitzen die Fähigkeit zur Empathie und emotionalen Intelligenz sowie zur persönlichen Interaktion. Sie sind zudem besser darin, eine vertrauensvolle Beziehung zu Interessierten aufzubauen.

VOR DER MESSE IST NACH DER MESSE

Besucher können im Nachgang zur Messeveranstaltung beispielsweise zu themenspezifischen „Closed Rooms" eingeladen werden, in denen Sie in einem Test-Panel branchenrelevante Themen diskutieren, Produktentwicklungen anhand von ganz konkreten Anforderungen begleiten und ihre Perspektive einfließen lassen. Ganz im Sinne der Customer Centricity stehen Kunden so im direkten Austausch mit Unternehmen und können Lösungen aktiv mitgestalten. KI-Systeme ermöglichen hierbei eine nachgelagerte Kundenbindung auf Grundlage der erfassten Interessen und Bedürfnisse. Damit schließt sich der Kreis. Besucher an sich zu binden, gelingt am besten mit hybriden Experiences. Geschickt kombiniert, sind Online- und Offline-Touchpoints am besten dazu geeignet, eine nahtlos gestaltete Customer Journey zu realisieren.

Insgesamt zeigt sich, dass KI im Messewesen weit mehr als nur eine technische Spielerei sein kann. Sie eröffnet neue Dimensionen in Bezug auf Reichweite, Effektivität und Kundenbindung und hat das Potenzial, die Messewirtschaft nachhaltig zu verändern.

Lars Otto
(Illustration: Orgatech)

Fragen an Lars Otto über die Entwicklungen in der Mietmöbelbranche

Durchgerittenes Pferd?

ZUR JAHRESMITTE 2023 HAT LARS OTTO VON ORGATECH DIE MIETMÖBELBRANCHE MIT EINEM STATEMENT ÜBER EINEN UNAUSWEICHLICHEN WANDEL DER BRANCHE AUFGESCHEUCHT. ER BEFÜRCHTETE ANGESICHTS DER AKTUELLEN SITUATION, DASS VIELE MIETMÖBELUNTERNEHMEN IN DEN KOMMENDEN JAHREN SCHEITERN KÖNNTEN. WIR HABEN JETZT MIT LARS OTTO NOCH EINMAL ÜBER DIE ENTWICKLUNGEN IN DER MIETMÖBELBRANCHE GESPROCHEN.

BlachReport: Das Jahr 2023 brachte für viele Anbieter im Event-Business eine Hochkonjunktur, auf der anderen Seite hat sich in diesem Jahr aber auch gezeigt, dass der eine oder andere Player postpandemisch eingeknickt ist und sich vom Markt verabschiedet hat? War es dass jetzt mit den Pandemie-Spätfolgen?
Lars Otto: Die Hochkonjunktur mit einem Wechsel von null auf 100 ist immer eine Herausforderung. Jedoch muss man hier klar vergleichen, woher komme ich und wohin geht es, was ein schöner Übergang ist und ich mich daher für diese weitblickende Frage bedanke. Die Spätfolgen der Pandemie sind auf einzelne Unternehmen bezogen auch noch im nächsten Jahr spürbar. Neuausrichtungen und entsprechende Strukturen werden weiterhin den Gegebenheiten des Marktes anzupassen sein. Das alles kostet Geld. Wenn hierzu dann noch Rückzahlungen aus den Hilfen hinzukommen, wird es spannend. Der Markt selbst bricht an vielen Stellen im Messewesen ein. Dies wird langfristig spürbar sein. Im Eventbereich hingegen gibt es wieder spannende und interessante Veranstaltungen. So konnten wir dieses Jahr alles mit der NFL bewegen, was bewegbar ist.

Ein herzliches Dankeschön an dieser Stelle daher an unsere deutschen und amerikanischen Freunde. Überhaupt durften wir dieses Jahr ein enges Zusammenrücken mit unseren Kunden und Partnern spüren, welche eine Partnerschaft lebten, die Spaß und Freude macht. Auch hierfür ein herzliches Dankeschön.

BlachReport: Wie beurteilen Sie das vergangene Jahr und welche Erwartungen haben Sie an 2024?
Lars Otto: Das vergangene Jahr war für uns persönlich solide und wir liegen im Plan. Natürlich hätte es ein bisschen mehr sein dürfen, aber wir sind hier ja nicht beim Metzger. Spaß bei Seite. Unsere Ausrichtung Roll-out von Einrichtungsgegenständen mit einer noch weiter zu optimierenden Artikelauswahl und Stückzahl ist in vollem Gange. Hier wird es im neuen Jahr nicht darauf ankommen, den rotkarierten Stuhl und Tisch zu haben, sondern es wird darauf ankommen, zu günstigen Preisen Mengen bieten zu können, welche qualitativ gut sind.

Auch viele Events sind kleiner geworden und stellen die Veranstalter vor strukturelle Herausforderungen. Orgatech merkt dies, da vermehrt die Anfrage kommt, ob man auch weitere Bausteine der ‚Wertschöpfungskette Event' steuern und beliefern kann. Wir machen uns hier zunehmend Gedanken.

BlachReport: Wie sieht es bei den Preisen in Ihrem Marktsegment aus. Bleiben sie stabil?
Lars Otto: Ich gehe nicht davon aus, dass die Preise stabil bleiben werden. Die heutige Zeit, mit dem Wandel, in dem wir uns befinden, lässt keine Preise zu, die Fixkosten et cetera sicher macht und ist auch nicht mehr kompensierbar.

Umso mehr ist es wichtig, die Umschlagshäufigkeit zu optimieren und die Produktpalette weiter zu minimieren, damit der Kunde einen perfekten Preis bekommt. Sollte dennoch ein Kunde etwas Spezielles benötigen, so kann er uns jederzeit fragen, denn wir werden es danach über unsere Outlets umgehend verkaufen. Wir beliefern als Partner alle Messen in Düsseldorf, Köln, Leipzig und in Stuttgart. Jeder, der sich an diese Lieferungen mit dranhängt, bekommt den Service kostenfrei. Oder er meldet sich für einen unserer Newsletter mit Neuheiten und Sonderkonditionen an. Auch möchte ich an dieser Stelle unseren LinkedIn Account hervorheben. Hier sieht man in Echtzeit, was wir unterjährig bewegen. Ja, es sind bewegte Zeiten.

BlachReport: 2024 gibt es mit der Fußball-Europameisterschaft einen großen Public Event in Deutschland. Bringt das auch etwas für Ihr Unternehmen?
Lars Otto: Orgatech hat bisher alle Europameisterschaften und auch die Weltmeisterschaft in Russland ausgestattet. Auch für dieses Turnier befanden wir uns unter den letzten zwei Anbietern. Wir haben lange überlegt, wie wir mit unseren treuen und loyalen Kunden im Zusammenhang mit diesem Megaevent und der Tatsache, dass dies in ein für uns starkes Messe- und Eventjahr hineinrauscht, umgehen.

Wir haben uns dann für unsere Jahreskunden entschieden und nicht für den vierjährig stattfindenden Event, was uns nach der Pandemie sehr stark gefordert hätte, aufgrund der Erfahrung auch machbar gewesen wäre, aber meiner Meinung nach und ich mache dieses Geschäft jetzt seit 30 Jahren, nicht ohne Folgen der Bestandskunden geblieben wäre. Wir haben daher nicht entsprechend nachgebessert und wurden Zweiter.

Allerdings befinden wir uns mit Agenturen in Gesprächen, welche Themen rund um das Thema EM bespielen. Mit einer planen wir ein kleines Stadion für Public Viewings umzugestalten.

BlachReport: Sie hatten neulich in einem Statement von einem ‚durchgerittenen Pferd' gesprochen und das auf den traditionellen Mietmöbelmarkt bezogen. Was hatten Sie damit gemeint? Worauf muss sich diese Branche einstellen?
Lars Otto: Immer mehr Lieferanten kümmern sich um den gleichen Kunden mit dem gleichen Produkt. Immer mehr kleine Dienstleister vor Ort schnappen sich Teile vom Kuchen. Bekannterweise sind zehnmal 200.000 Euro dann auch zwei Millionen. Darüber hinaus gibt es Dienstleister, die nach dieser Strategie wachsen, da dies für Investoren wichtig ist. Auch diese Formel wird mittelfristig nicht aufgehen, da man sich den Markt erkauft, was wiederum Folgen für Produkt und Markt hat. Ich würde das als revolvierend bezeichnen.

Am Ende geht es um einen Stehtisch, einen Sitztisch oder andere Produkte und all' das ist vergleichbar. Somit machen in Zukunft nur der Mensch und die Qualität den Unterschied. Wenn man auf die Formel Mensch setzt, muss man sich fragen, wie groß möchte ich noch werden, um das zu leben, was unsere Dienstleistung ausmacht. Wir haben diese für uns zwischenzeitlich gefunden.

BlachReport: Non-Food-Catering beziehungsweise die Eventausstattung wird immer mehr von einigen wenigen Unternehmen dominiert, die diesen Markt unter sich aufteilen und sich mittlerweile auch international aufstellen. Wie beurteilen Sie diese Entwicklung?
Lars Otto: Hallo, ich weiß gar nicht, ob diese Entwicklung von einigen wenigen Unternehmen dominiert wird. Es gibt zahlreiche Geschirr- und Maschinen- sowie Table-Top-Vermieter und auch Non-Food-Caterer. Jede Stadt hat inzwischen mehrere Anbieter und natürlich haben diese auch Mobiliar – welches aber, so sagen es unsere Kunden, nicht immer messetauglich ist. Auch ist deren teilweise auf Franchise ausgelegtes System in Zeiten von Kostendruck für mich nicht wirklich zielführend. Zwar ist es die schnellste Möglichkeit für das Wachstum, aber wie funktioniert Franchise? Grob formuliert, kaufe ich mich ein und gebe Umsatzprovision an den Franchisegeber ab, welche nicht zu knapp ist. Somit habe ich einen Preis, der für den Kunden niedriger sein könnte als er ist, zahle Marketinggebühren, Software und vieles mehr jährlich als Umlage, verrechne untereinander zu anderen Konditionen und habe somit nicht die ganze Wertschöpfungskette zur Verfügung. Auch erhalten diese Kautionen vom Kunden. All' das kostet den Kunden Geld, denn es macht sich im Preis bemerkbar. Ich bin daher fest davon überzeugt, dass wir hier jeden Preis der Franchiseunternehmen unterbieten können.

BlachReport: Nachhaltigkeit ist momentan das wichtigste Thema im Event-Business. Mietmöbel sind ja wegen der Mehrfachnutzung per se nachhaltig. Aber reicht das aus? Was kann die Mietmöbelbranche für eine größere Nachhaltigkeit noch bieten?
Lars Otto: Ein wichtiges Thema ist das Produkt und sein Herstellungsprozess sowie die Langlebigkeit.

Das andere Thema ist der Markt. Was möchte dieser wie lange haben und einsetzen? Das steuern wir nicht allein, da müssen wir uns alle mal zusammensetzen und über Flexibilitäten beim Produkt und der Verpackung eines Events mit der jeweiligen Kernkompetenz brainstormen und optimieren

Darüber hinaus kommt ein immenser Anteil dem Transport zu. Wir haben daher in NRW ein Pufferlager sowie Lager in Wangen und in Leipzig. Von hier aus fahren wir ausschließlich mit Speditionen. Wir haben keine eigenen Fahrzeuge mehr, welche voll hinfahren und leer zurückkommen. In Zeiten, wo die Umwelt unsere Vorgehensweise bestimmt, muss man als Unternehmer in seinem Kosmos entsprechend handeln.

Mutabor Creative Director Kai Orkisz über die BMW Motorrad Welt

Sind Markenwelten wichtiger als je zuvor?

BMW Motorrad Welt (Fotos: BMW)

MIT VIEL PROMINENZ, DARUNTER BUNDESKANZLER OLAF SCHOLZ, BMW VORSTANDSVORSITZENDER OLIVER ZIPSE UND DEM BERLINER BÜRGERMEISTER KAI WEGNER, WURDE IN BERLIN SPANDAU DIE BMW MOTORRAD WELT ERÖFFNET – ALS HÖHEPUNKT DER JUBILÄUMSFEIERLICHKEITEN DER MARKE IN BERLIN.

1923 wurde mit der R 32 auf der Automobilausstellung in Berlin das erste BMW Motorrad vorgestellt. BlachReport sprach über das Projekt mit Kai Orkisz, Creativ Director bei Mutabor Design. Mutabor zeichnet sich für Brand Architecture und Brand Experience der Motorrad Welt verantwortlich.

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 e-Scooter vom Band. Der Standort der BMW Motorrad Welt befindet sich angrenzend an das BMW Motorradwerk Berlin-Spandau und entstand in einem historischen Backsteingebäude. Sie bietet auf 1.000 Quadratmetern ein immersives Markenerlebnis.

BlachReport: Warum eröffnet BMW eine Motorrad Welt und wie ist sie in das BMW Motorrad Werk in Berlin Spandau integriert?
Kai Orkisz: Anlass für das Projekt waren die Feierlichkeiten zu 100 Jahre BMW Motorrad. Die BMW Motorrad Welt in Berlin als Home of the Brand ist einer der wichtigsten Bestandteile. Und dafür stand dieses historische Gebäude in Berlin Spandau bereits zur Verfügung. Praktischerweise befindet sich das Gebäude am Rand des Werksgeländes, was die Ausgliederung aus dem Hochsicherheitstrakt leichter möglich machte.

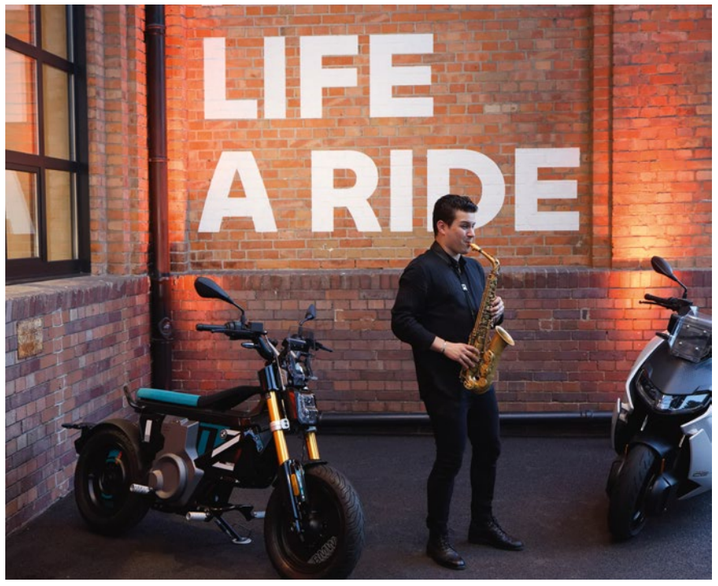
BlachReport: Wie waren denn die Anforderungen an Konzept und Design für die BMW Motorrad Welt definiert?
Kai Orkisz: Wir hatten eine komfortable Ausgangssituation, denn es gab schon eine Machbarkeitsstudie für das denkmalgeschützte Gebäude. Die ursprüngliche Aufgabe hat sich aber im Verlaufe der Zeit komplett geändert. Wir sind zunächst mit dem Thema Werksführung und Auslieferung gestartet, was ganz

wichtige Aspekte für das Werk in Spandau sind. Es gab dabei aber noch keinen direkten Berührungspunkt mit der Marke. Das konnte dann mit einem eigenen Format verändert werden und steht jetzt für die Markeninszenierung und als Veranstaltungsplattform zur Verfügung.

BlachReport: BMW will mit der Motorrad Welt Erlebnisse schaffen. Was kann denn der Besucher erleben und was sind die Highlights in der BMW Motorrad Welt?
Kai Orkisz: Das ist abhängig von den Zielgruppen. Geht es um den Fan urbaner Elektromobilität, den Cruiser, Motorsport im Gelände, den klassischen Biker oder vielleicht den Interessenten, der sich zunächst für Lifestyle und Customer Spirit interessiert. Dafür gibt es Angebote und passende Stories. Es wird dafür nicht nur ein Motorrad gezeigt, sondern eine Geschichte erzählt – zum Beispiel über das Bike von einem berühmten Rennfahrer oder einem Tourenfahrer, der damit eine Million Kilometer durch die Wüste gefahren ist. Wir erzählen und

inszenieren diese Stories und schaffen damit fünf ganz unterschiedliche Lebenswelten innerhalb der Räumlichkeiten. Und es gibt einen zentralen Platz – sozusagen als Lagerfeuer oder Community Place, wo diese unterschiedlichen Menschen und Markenfans zusammenkommen können und sich quasi die Erlebnisse oder Erfahrungen erzählen. Dafür haben wir eine Lichtskulptur installiert, die dieses Lagerfeuer quasi symbolisiert.

BlachReport: Wie viel Menschen können denn teilhaben am Lagerfeuer? Oder anders gefragt: Wie groß ist die Kapazität, welche Fläche steckt dahinter? Wie viel Menschen können gleichzeitig kommen?



Kai Orkisz: Das kommt tatsächlich sehr stark auf die Nutzung an. Im Tagesbetrieb gibt es Platz für 500 Menschen. Für Veranstaltungen muss man das anders betrachten. Es gibt zum Beispiel eine Bühne mit großer LED-Fläche, was bei Events eine große Rolle spielen wird, aber dann in Verbindung mit den baulichen Gegebenheiten und den gewünschten Blickachsen beurteilt werden muss. Die Kapazität beträgt dann maximal 150 bis 200 Menschen – aber mit optimaler Sicht auf Bühne und Screen. Für größere Veranstaltungen lassen sich dann noch individuelle Möglichkeiten mit Streaming und Liveübertragungen arrangieren.

BlachReport: Wird es nur interne BMW Veranstaltungen geben oder auch Angebote für externe Nutzer?
Kai Orkisz: Externe Nutzer sind explizit erwünscht und das war auch in der Konzeptionierung sehr wichtig. Es gibt beispielsweise Funktionsräume für das Catering oder die Technik, die sowohl interne als auch externe Veranstalter nutzen können. Dafür wurde die BMW Motorrad Welt aus dem Werksgelände etwas separiert, damit Veranstaltungen sicherheitstechnisch mit dem Tagesablauf einer Produktion funktionieren können.

BlachReport: Wie sind die Veranstaltungsräume gestaltet?
Kai Orkisz: Wir haben die Materialität und das Design genutzt, was für BMW Motorrad steht, und in die Räumlichkeiten übertragen beziehungsweise adaptiert. Da war insofern natürlich eine sehr dankbare Ausgangssituation. Ansonsten war es wichtig, den Charakter eines denkmalgeschützten Gebäudes zu erhalten und mit dem gewünschten Garage Style, der ja ebenfalls schon vorhanden war, zu verbinden. Wir sind da quasi nur kosmetisch rangegangen und haben versucht, das Raumgefühl und den Charakter von Gebäude und Umgebung herauszuarbeiten und zu pushen. Zum Beispiel gibt es im Workshop Raum Brick Walls und Industrial Windows in Verbindung mit Tageslicht und dem passenden Brand Furniture, die dieses Ambiente transportieren.

BlachReport: Sind diese Brandlands á la Autostadt Wolfsburg oder die BMW Welt in München eigentlich noch en vogue?
Kai Orkisz: Ich würde behaupten, sie sind wichtiger denn je. Wo kommt der Fan oder Interessent überhaupt noch mit Produkten oder einer Marke in Kontakt, ohne dass er direkt in ein Verkaufsgespräch involviert wird? Dafür braucht es besondere Orte und eine passende Atmosphäre, die für Entdeckungen zur Verfügung stehen und dabei vielleicht zu einem Wochenendziel werden. Wo Gleichgesinnte in einer unkomplizierten Wohlfühlumgebung mit Hospitality-Angeboten trifft. Den Bedarf, dafür einen zentralen Ort als Home of the Brand zu schaffen, sehe ich heute noch mehr als früher – sogar generationen- und geschlechtsübergreifend.

BlachReport: Vielen Dank für die Beantwortung unserer Fragen.

Kai Orkisz (Foto: Mutabor)

jobs + karriere

_ **Prof. Dr. Hagen Wäsche** hat die Professur für Sportwissenschaft mit dem Schwerpunkt Sportsoziologie an der *Universität Koblenz* übernommen. Sein Fokus liegt auf den Strukturen und die Organisation des Sports. Wäsche studierte an den *Universitäten Konstanz, Mannheim* und *Glasgow*. Am *Karlsruher Instituts für Technologie KIT* arbeitete er zuletzt als außerplanmäßiger Professor für Sportwissenschaft, bevor er an die Universität Koblenz kam.

_ **Jürgen Keller**, Geschäftsführer von *Hyundai Motor Deutschland,* hat das Unternehmen aus persönlichen Gründen und im gegenseitigen Einvernehmen verlassen. Er war Geschäftsführer seit 1. Juli 2019.

_ **Dennis Krause** [46] verstärkt seit Jahresbeginn als Senior Manager das Booking Team der *Anschutz Entertainment Group (AEG)* in Berlin, wo er zukünftig hauptsächlich das Booking für die Verti Music Hall verantworten wird. Dennis Krause bringt die Erfahrung aus über 15 Jahren in der Konzert- und Veranstaltungsbranche mit zu AEG. Zuletzt arbeitet er für *a.s.s. concerts & promotion*, wo er für das Konzert und Tour Booking von internationalen Künstlern zuständig war.

Frauke Schewe
(Foto: Stagg & Friends)

FRAUKE SCHEWE WECHSELTE ZU STAGG & FRIENDS

Frauke Schewe [55] verstärkt ab sofort als Senior Projektmanagerin das Team der Agentur *Stagg & Friends* in Düsseldorf. Die 55-Jährige wechselt nach 25 Berufsjahren auf Unternehmensseite in die Agenturwelt.

Zuvor war Frauke Schewe im Bereich Marketing und Kommunikation, mit Spezialisierung auf Entwicklung, Planung und Umsetzung von Corporate-Events und Messen, bei *Aareon* tätig. Sie bringt daher langjährige Kenntnisse aus der strategischen Weiterentwicklung von Unternehmensveranstaltungen aus der Auftraggeberperspektive mit.

„Die umfassende Erfahrung von Frauke Schewe im Management von Corporate-Events auf Kundenseite ist eine wertvolle Bereicherung für uns", so **Adone Kheirallah**, Managing Director von Stagg & Friends.

Matthias Lemcke
(Foto: Edith Lier)

MATTHIAS LEMCKE BEIM HONG KONG TOURISM BOARD

Seit November 2023 hat das *Hong Kong Tourism Board (HKTB)* in Frankfurt mit **Matthias Lemcke** einen neuen Director Central Europe. Er verantwortet die Märkte Deutschland, Österreich, Schweiz und Osteuropa.

Lemcke kommt vom *Namibia Tourism Board*, wo er zuletzt als Marketing Manager Europe und Acting Area Manager Europe verantwortlich zeichnete. Der Destination-Marketing-Experte war knapp 20 Jahre für Namibia tätig.

Matthias Lemcke folgt auf **Anette Wendel-Menke**, die in ihrer neuen Position als Director UK & Northern Europe die Leitung der HKTB-Vertretung in Großbritannien übernahm. Die Betriebswirtin ist bereits seit 1999 für das Hong Kong Tourism Board tätig, seit 2010 leitete sie das Frankfurter Büro.

Unterstützt wird Matthias Lemcke in seiner neuen Position beim HKTB von **Celine Reiss**, Assistant Manager Marketing & Public Relations, sowie von **Vanessa Wagner**, Senior Executive Marketing & Public Relations, und **Cornelia Fritzsche**, Assistant Manager Administration.

Frederic Michel
(Foto: MCH Group)

WECHSEL VON FREDERIC MICHEL ZUR MCH GROUP

Die *MCH Group* gibt bekannt, dass **Frederic Michel** zum 1. Januar 2024 in der neu geschaffenen Funktion des Group Chief Communication and Corporate Affairs Officer in die Group eingetreten ist. In seiner neuen Funktion berichtet Frederic Michel an Group CEO **Florian Faber** und ist Mitglied des Group Management Teams.

Frederic Michel ist Experte in den Bereichen Corporate Affairs, Kommunikation und Innovationsstrategie und hat in leitenden Funktionen in der internationalen Politik und in globalen Unternehmen wie der *Sky Group* oder *Telefonica* internationale Erfahrung gesammelt. Zuletzt war er Chief Advisor für Kommunikation und Strategie des französischen Staatspräsidenten Emmanuel Macron.

Frederic Michel [51] wurde in Poitiers, Frankreich, geboren. Er verfügt über ein Diplom des *Instituts für politische Wissenschaften* in Bordeaux, *MAs des Sussex European Institute* und der *London School of Economics and Political Sciences* und war Doktorand am *Europäischen Hochschulinstitut* in Fiesole, Florenz.

Claudia Mach
(Foto: Red Carpet Event)

RED CARPET EVENT HOLT CLAUDIA MACH INS TEAM

Mit **Claudia Mach** kann *Red Carpet Event* ab sofort eine weitere neue Mitarbeiterin im Team begrüßen. Bei Red Carpet Event, einem führenden Anbieter für Livekommunikation im Kino, wird Claudia Mach als Project Manager tätig werden.

Claudia Mach war vorher als Assistentin im Produktmanagement und als Projektmanager in der Qualitätssicherung in einem großen Handelsunternehmen tätig. Ihre Expertise erstreckt sich weiterhin auf die Unterhaltungselektronik, wo sie sich als Assistentin im Produktmanagement engagierte. Der Wunsch nach einer beruflichen Neuorientierung führte Claudia Mach zu einem Wechsel in die Eventbranche, wo sie ihre Fähigkeiten künftig in einem kreativen Umfeld einsetzen will.

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 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

MAGIC BOX® eK D U F T R E G I E _ Inh. Elke Kies	Büdericher Str. 9 41460 Neuss www.duftregie.de	**T** +49 (0)2131 591810 **M** +49 (0)171 4706026 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

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 Weitere Standorte: Hamburg Berlin München	**T** +49 (0)221 56938-0 live@fischerappelt.de live.fischerappelt.de www.linkedin.com/company/fischerappelt +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
an mci group company

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 45 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.

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

EVENT-AGENTUREN

JOKE Event AG

JOKE Event AG Creating Memories	Herbststraße 31 28215 Bremen Hamburg Berlin Frankfurt/Main Stuttgart München	**T** 0421 37888-0 **F** 0421 37888-88 kontakt@joke-event.de **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 30 Jahren. 140 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, Eventlocations sowie ein integriertes Teilnehmer- und Destinationsmanagement gehören zu unseren Kompetenzen. In Deutschland, Europa und weltweit.

livewelt

livewelt GmbH & Co. KG _ Ole Ternes Geschäftsführer	Berliner Str. 133 33330 Gütersloh	**T** +49 (0) 5241 21090-0 info@livewelt.de www.livewelt.de	livewelt ist Spezialist für die Verbindung aus Marken- und Live-Kommunikation. Mit Herz, Leidenschaft und vorallem Verstand arbeiten wir seit 2006 für nationale und internationale Kunden. Erfahren Sie mehr über uns und unser Leistungsspektrum auf www.livewelt.de

ottomisu — Connecting people, brands and markets.

ottomisu communication GmbH	Im Klingenbühl 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**

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

EVENT-AGENTUREN

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

Pure			LIVE SPACE CONTENT
Pure Perfection | Wiesbaden Pure Perfection | Berlin Pure Perfection | Düsseldorf	Gutenbergplatz 3 65187 Wiesbaden Strelitzer Straße 2 10115 Berlin Reisholzer Werftstr. 29a 40589 Düsseldorf	T +49 (0)611 172196-0 wiesbaden@pureperfection.com T +49 (0)30 4005353-0 berlin@pureperfection.com 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 **Red Carpet Event GmbH**	Siegfriedstr. 29 40549 Düsseldorf	Kontakt: T 0800 2113069 info@red-carpet-event.de www.red-carpet-event.de	**Live-Kommunikation mit Hollywood-Flair!** Red Carpet Event ist der führende Spezialist, wenn es um Ihre erfolgreichen Veranstaltungen im Kino geht. Durch die Realisierung von über 20.000 Events, wie Tagungen, Produktpräsentationen, Personalversammlungen, Roadshows, sowie neuer interaktiver Veranstaltungsformate an 150 Standorten in ganz Deutschland, haben wir Live-Kommunikation im Kino als festen Bestandteil der Unternehmenskommunikation vieler unserer Kunden dauerhaft etabliert. **Düsseldorf – Berlin – Frankfurt**

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 Guanghua Lu SOHO2 No. 9 Guanghua Road, Chaoyang District, Beijing 100020 - China	T +86 10 5969 2188 hello@uniplan.com
Uniplan Shanghai	2203 K Wah Centre No. 1010, Huaihaizhong Road Shanghai 200031 - China	T +86 21 6330 2226 hello@uniplan.com
Uniplan Hong Kong	Room 2A, 2nd Floor, Beverly House No. 93-107 Lockhart Road Wanchai Hong Kong - China	T +852 2757 9628 hello@uniplan.com

Uniplan. Eine Agentur für Markenerlebnisse.

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

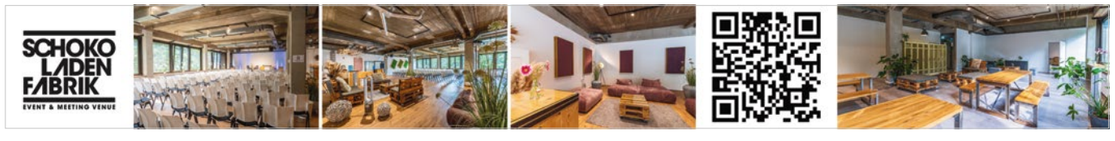
AKTUELLES IM INTERNET _ **WWW.AUTOMOBIL-EVENTS.DE**

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

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

MESSE- UND EVENTBAU

AMECKO GmbH	Zum Steigerhaus 1 46117 Oberhausen	**T** +49 (0)208 810959-0 **F** +49 (0)208 810959-59 info@amecko.com www.amecko.com instagram.com/ amecko_theinspiringpeople	Wir konzipieren, realisieren und betreuen kreative Erlebnisräume auf Messen, auf Kongressen, im Innenausbau und für Events. Bei uns erhalten Sie das Komplettpaket für Ihren Markenauftritt unkompliziert aus einer Hand. Ob Ihre Produkte oder Dienstleistungen für sich sprechen sollen, ob interaktives Infotainment, eine spannende Architektur oder eine hochkomplexe, bauliche Umsetzung im Fokus ihrer Aufgabenstellung stehen – AMECKO schafft Erlebnisse mit dem Netzwerk der Besten, national und international.

artlife
messe events specials

intertek

fwd:
Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft

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	angebot

MESSE- UND EVENTBAU

DEKO/SERVICE
BUILDING VISIONS

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.

NA+1
DER PLUS-FAKTOR

Der Mittelstand. BVMW
Mitgliedsunternehmen im BVMW

PARTNER DER MESSE BERLIN

fwd:
Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft

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 _ ansprechpartner	anschrift	telefon . fax . email . internet	angebot

NACHHALTIGKEIT

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 INGENIEURBÜRO FÜR ENTERTAINMENT

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

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.

btl x — 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 VERANSTALTUNGSTECHNIK

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 begeisternde, 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

Steven Egner

Steven Egner (Foto: Aldiana)

STEVEN EGNER IST LEITER
GRUPPEN & MICE BEI ALDIANA.

Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?
Als Kind des Tourismus und der klassischen Reiseverkehrskaufmann-Ausbildung nach der Schule hat mein Herz sehr früh angefangen, für das hochemotionale Produkt Tourismus zu schlagen. Mit der Spezialisierung mehr und mehr ins Hotelsegment und einer vierjährigen Abstinenz vom Tourismus in der Live-Entertainment-Branche, genauso hochemotional, habe ich die Veranstaltungsbranche nochmal von einer anderen Seite kennen und lieben gelernt. In meiner jetzigen Position als Leitung für das Gruppen & MICE Geschäft bei Aldiana kann ich diese Erfahrungen einfließen lassen und mache es zusammen mit meinem Team möglich, dass Gruppen von Menschen und/oder Unternehmen einen Aufenthalt in einem unserer fantastischen Club Resorts im Rahmen einer MICE-Veranstaltung verbringen können – und da schlägt das Herz ganz hoch!

Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?
Tourismus war gesetzt, da gab es keine Alternative. Neben dem Hotelsegment hat mich die Luftfahrt sehr interessiert. Hätte ich also nicht den Weg in Richtung Hotel eingeschlagen, wäre ich vermutlich bei einer Airline ‚geboarded'.

Welchen Traum wollen Sie sich noch erfüllen?
Ich würde gerne mal in die Antarktis reisen: Auf ewigem Eis landen, Pinguine in freier Wildbahn sehen und die dortigen Forschungsstationen besuchen.

Was macht Sie glücklich?
Spaziergänge mit meinem Freund und meinem Hund und natürlich – ganz überraschend – Reisen, denn nirgendwo sonst gibt man Geld aus und wird dabei aber in Wirklichkeit reicher.

Was war bisher Ihre größte Herausforderung?
Nach dem arabischen Frühling und dem Ausbruch der Vulkane in Island dachte ich eigentlich, nichts kann Tourismus und Veranstaltungsbranche nochmal so sehr einschränken und dann kam Corona. Da das Thema aber keiner mehr hören kann, werde ich es nicht weiter ausführen, aber es war definitiv eine große Herausforderung – privat und beruflich.

Was machen Sie gegen Stress?
Sport, Kopf aus, Musik an und für einen Moment abtauchen und Kraft sammeln.

Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?
Gerade vor mir liegt ‚Lonely Planet – Legendäre Zugreisen'. Da gibt es noch ein paar unbekannte Insides für unvergessliche Reisen in touristisch wenig erschlossenen Ländern.

Auf die Gefahr hin, dass Sie dort nie wieder allein sind: Nennen Sie uns Ihr Lieblingsrestaurant?
Ich glaube, es ist genug Platz für alle: die Bodega d'es Port in Alcudia, Mallorca. Authentische katalanische Küche!

impressum

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

ISSN 1611-8308

STUDIO BLACH
Alles über Live-Kommunikation

REPORTAGEN UND TALKS FÜR INSIDER AUS DEM MICE BUSINESS

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

DATENBASIERTE EVENT-ERFOLGSKONTROLLE MIT KNW.

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

Wir konnten es nicht lassen und haben wieder die Besten gesucht.

BLACHREPORT
DIE RANKINGS 2023/24

WIR SAGEN DANKE FÜR 5.456 TEILNEHMER!

Der BlachReport wollte es wieder wissen und hat zur Abstimmung für die jährlichen Rankings der Eventdienstleister- und Service-Anbieter aufgerufen.

Gesucht wurden die Top-10-Anbieter in den Kategorien **Eventbeleuchtung, Eventbeschallung, Bühnen- und Eventbau, Messebau, Video-/Medientechnik, Gesamtdurchführung, Eventlocation, Eventdestination, Eventcaterer, Non-Food-Eventcaterer, Music- oder Show-Production**.

Die Umfrageergebnisse veröffentlichen wir in den nächsten Ausgaben von **BlachReport**, **StageReport** und **PocketEvent**.

BlachReport
www.blachreport.de

StageReport
www.stagereport.de