



BrandEx Award 2024: Auszeichnungen in Gold, Silber und Bronze für herausragende Leistungen in der Livekommunikation

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

Flow + knw.



Das Thema Erfolgskontrolle für Events wird eigentlich schon seit Jahrzehnten diskutiert – ohne wirklich greifbare Ergebnisse. Der Erfolg von Events als Teil der Marketingkommunikation ließ sich bisher nicht ausreichend belegen.

Jetzt sind gleich zwei neue Angebote auf den Markt gekommen, die diesen Bedarf revolutionieren könnten: knw. (siehe dazu BlachReport im BlachReport 23.2023 oder auch den Beitrag „Datenbasierte Event-Erfolgskontrolle“ auf dem YouTube-Kanal Studio Blach) und Flow (siehe dazu das Interview in dieser Ausgabe).

Beide Angebote nutzen unterschiedliche Vorgehensweisen bei der Datenermittlung und der Implementierung im Markt. Gemeinsam ist ihnen eine Praxisrelevanz, denn sowohl knw. als auch Flow sind bereits bei den Eventveranstaltern angekommen und konnten ihre Möglichkeiten beweisen. Das macht Hoffnung, dass in Kürze Events nicht nur als „geil“ oder als Flop beurteilt werden, sondern eine ernsthafte Auseinandersetzung über ihren Nutzen erfolgen kann – etwas, auf das die Werbeindustrie seit Jahren verweisen kann, wenn auch Aussagen zu Reichweite, Views und mehr heute durchaus fraglich sind.

Die Anbieter von knw. und Flow stellen ihre Tools jetzt für Marktteilnehmer zur Verfügung, um weitere Informationen über die Praxistauglichkeit und Optimierungen sammeln zu können. Das erscheint legitim – zumal bisher noch nicht ernsthaft über Geld und Gebühren gesprochen wird. Das dürfte irgendwann eine Rolle spielen. Gemunkelt wird hier aber eher über einen überschaubaren Kostenaufwand.

Nützlich wäre jetzt noch eine Auseinandersetzung von Wissenschaft und Marktforschung mit knw. und Flow (und weiteren Evaluierungstools, die jetzt vielleicht folgen), um für den theoretischen Unterbau zu sorgen.

Ich bin gespannt.

Herzlichst

Ihr Peter Blach

P.S.: In dieser Ausgabe berichten wir über die Preisträger des BrandEx Award 2024 und stellen das aktuelle Event-Kreativranking vor. Weitere Informationen über die BlachReport Rankings folgen dann in der kommenden Ausgabe.

inhalt

- 4 BUSINESS Heavent Awards 2024 in Cannes
- 5 BUSINESS Szenografie-Kolloquium 2024 in der DASA
- 6 KREATIV-RANKING 20. Jubiläum
- 8 BRANDEX Herausragende Leistungen gewürdigt
- 11 EVENTDIENSTLEISTER-RANKING Gewinner 2024
- 12 DIGITAL Schachzug stellt „Flow“ vor

Titelfoto: BrandEx Award 2024 (Foto: Oliver Wachenfeld)

- 14 SERVICES Wechsel bei M-Regie
- 16 PEOPLE Jobs + Karriere
- 17 MARKETING-SERVICES Lieferantenverzeichnis
- 26 BACKSTAGE Malte Heindl
- 26 IMPRESSUM

MEDIA BOARD

OUT NOW!



WWW.BLACHREPORT.DE
WWW.STAGEREPORT.DE



Trophäe der Heavent Awards (Foto: Heavent)

Call for entries für die Heavent Awards 2024 in Cannes

Awardzeremonie im Palais

Noch bis zum 9. Februar sind Einreichungen bei den Heavent Awards möglich. Event- und Kommunikationsagenturen können mit ihren besten Events aus dem Jahr 2023 in neun Kategorien teilnehmen. Die Jury für 2024 setzt sich aus Event- und Kommunikationsmanagern von Unternehmen wie L'Oréal, Coca-Cola, Honor Technologies, Ikea und Cereal Partners Worldwide zusammen.

Die Preisverleihung der 16. Heavent Awards geht am 28. März 2024 im Palais des Festivals in Cannes über die Bühne. Für alle nominierten Events sind in der Teilnahmegebühr drei Übernachtungen in einem Hotel in Cannes vom 26. bis 29. März 2024 sowie der Zugang zur Zeremonie, zum Cocktail-Dinner und zur After-Party für die Nominierten (Agentur und Kunde) enthalten. Für Mitreisende und Entschei-

dungsträger der Eventbranche organisiert Heavent Meetings außerdem ein Hosted-Buyer-Programm, das neben dem Trip nach Cannes auch drei Übernachtungen in Cannes sowie Lunch und Dinner einschließt.

Die Ergebnisse der Heavent Awards für Agenturen mit Sitz in Deutschland werden für das BlachReport Event-Kreativranking gewertet.

Messe Luzern lanciert neuen Markenauftritt

Prägnante Slogans

Die Messe Luzern AG hat ihren neuen Markenauftritt lanciert und positioniert sich damit als moderne und dynamische Messeorganisatorin und Veranstaltungspartnerin. Der neue Auftritt ist in Zusammenarbeit mit HI Schweiz entstanden und soll in den kommenden Monaten umgesetzt werden.

Als Betreiberin des Messeplatzes Luzern veranstaltet die Messe Luzern AG elf Fach- und Publikumsmessen sowie zwei Konferenzen. Gleichzeitig vermietet sie ihre Infrastruktur und bietet Dienstleistungen für jegliche Art von Veranstaltungen an. Als nach eigenen Angaben größte Eventlocation der Zentralschweiz will sich die Messe Luzern als erste Adresse für Messen, Firmen- und Kundenveranstaltungen, Generalversammlungen, Kongresse oder Tagungen positionieren. „Wir haben eine klare Vision davon, was Messen leisten müssen. Messen sind dann erfolgreich, wenn es ihnen gelingt, branchenrelevante Themen aufzugreifen. Diese müssen von den Ausstellern ganzjährig bespielt werden können und den Besu-

chenden jederzeit zugänglich gemacht werden. Um dies zu ermöglichen haben wir unsere Messen in den digitalen Raum erweitert“, erklärt Markus Lauber, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Messe Luzern AG.

Die Messe Luzern nennt dieses Veranstaltungskonzept „Content Live Marketing“. Sie bildet damit an Messen und Konferenzen wesentliche Inhalte digital ab und will Anbieter mit Nutzern zusammenführen – und dies nicht nur an den Veranstaltungen selbst, sondern während 365 Tagen im Jahr.

Mit dem neuen Markenauftritt werden diese Elemente nun sichtbar: „Wir wollen damit die Wirkung nach außen mit unseren Werten und Leistungen vereinbaren“, sagt Fabienne Meyerhans, Leiterin Marketing & Kommunikation. Zusammen mit der Agentur HI Schweiz ist, unter der Leitung von Yves Herger und Daniel Klauser, ein umfassender neuer Auftritt entstanden – visuell und kommunikativ. Kernelemente wurden beibehalten und mit Neuem kombiniert, um die Marke digitaler

und nahbarer zu machen. Entstanden ist eine agile Marke, wie Creative Director Daniel Klauser sagt: „Der neue Auftritt schafft mehr Wahrnehmung und Akzeptanz für das neue Messeverständnis im analogen und digitalen Raum.“

Mit dem neuen Erscheinungsbild und prägnanten Slogans will sich die Messe Luzern modern, selbstbewusst und dynamisch zeigen. „Dies hilft uns, die Marke Messe Luzern zu stärken und uns als Organisatorin erfolgreicher Veranstaltungen sichtbar zu machen“, sagt Fabienne Meyerhans.

Die Messe Luzern positioniert sich so als Kompetenzpartnerin zur Mobilisierung und Stärkung von Märkten und Branchen, wie Fabienne Meyerhans erklärt: „Mit unseren Fach- und Publikumsmessen ermöglichen wir Menschen, miteinander in den Austausch zu kommen. Dies ist die Grundlage für erfolgreiche Geschäftstätigkeiten oder unvergessliche Erlebnisse.“

Die komplette Umsetzung des überarbeiteten Markenauftritts soll im Verlauf dieses Jahres stattfinden.

Szenografie-Kolloquium 2024 in der DASA

KI für Ausstellungskreative?

Das diesjährige Szenografie-Kolloquium der DASA Arbeitswelt Ausstellung in Dortmund am 27. und 28. Februar 2024 widmet sich den Möglichkeiten und Herausforderungen durch KI und Co. und stellt Fragen nach den Anwendungen und ihrem Nutzen in Ausstellungen. Thematisiert wird unter anderem, ob künstliche und andere Intelligenzen Bedrohungen für Ausstellungskreative sind oder eher Werkzeuge, die sie sich aneignen

sollten und die ihnen helfen können, Ausstellungen attraktiver und besser zu machen.

Zu Gast beim Szenografie-Kolloquium 2024 in der DASA sind unter anderem Yannick Hofmann vom Fraunhofer IAO/Stuttgart, Dr. Wolfgang Kesselheim von der Universität Greifswald und Dr. Doreen Hartmann aus dem Deutschen Hygienemuseum. Vom Kooperationspartner in Dortmund, dem Studiengang Design der Fachhochschule, sprechen Prof. Dr. Sabine

Sachweh und Prof. Dr. Pamela Scorzin. Auch Dr. Marcus Lobbes kommt aus Dortmund und gibt Einblicke in die Akademie für Theater und Digitalität. Eine Anmeldung ist bis zum 22. Februar 2024 möglich. Die Kosten betragen 125 EUR beziehungsweise 65 EUR für Studierende und Volontäre inklusive Verpflegung. Das Szenografie-Kolloquium ist von der Architektenkammer mit sechs Stunden je 45 Minuten als Fortbildung anerkannt.

Pure Perfection schließt 2023 stark ab

Auftragsstärkstes Geschäftsjahr

Pure Perfection kann auch im 4. Quartal 2023 seine starke Jahresperformance mit 35 realisierten Events und Live-Formaten weiter fortsetzen und ein Jahresergebnis über Vor-Covid-Niveau realisieren. Somit konnte das selbstgesteckte Ziel von 125 Veranstaltungen im Jahr um elf Veranstaltungen übertroffen werden. Insgesamt wurden somit im vergangenen Jahr 136 Live-Formate mit über 11.000 Gästen von der Agentur konzipiert, geplant und durchgeführt.

Die Highlights des 4. Quartals bildeten drei Weltpremierer im Automobilbereich, drei dynamische Fahrveranstaltungen, die Sneak-Preview eines noch geheimen Fahrzeuges und –

als Premiere – die Vorstellung eines Bootes mit E-Motor. Für die Projekte waren die Live-Teams der Agentur wieder weltweit unterwegs. Neben Amsterdam, Berlin, Boston, Dallas, Toronto und Wien war die absolute Rennstrecke des 4. Quartals Barcelona, hier wurden allein sechs Veranstaltungen realisiert.

Zusammenfassend kann Pure Perfection somit für 2023 auf das auftragsstärkste Geschäftsjahr seit Gründung zurückblicken und eine Umsatzsteigerung von zwölf Millionen Euro zum Jahr 2022 verzeichnen. Mit diesem Wachstum hat Pure Perfection wieder ein Gewinn- und Umsatzniveau auf beziehungsweise

se über Vor-Covid-Niveau erreicht. Mit wachsendem Umsatz stieg parallel die Anzahl der Mitarbeitenden während des Jahres. Das Team wuchs an den Standorten Berlin, Düsseldorf und Wiesbaden auf 80 „Pures“ an.

Jan Rogozinski, CEO von Pure Perfection, äußerte sich optimistisch: „Die Veranstaltungsbranche ist wieder im Aufschwung, da ein Großteil der wegen Corona abgesagten Veranstaltungen in 2023 nachgeholt wurden und die Unsicherheiten, die mit dem beginnenden Ukraine-Krieg im 1. Halbjahr 2022 zur Zurückhaltung und Absagen bei der Veranstaltungsplanung führten, überwunden scheinen.“

GCB-WHITEPAPER – KI UND DIE ZUKUNFT VON BUSINESS EVENTS

Wie lässt sich mit Hilfe von Künstlicher Intelligenz (KI) die nächste Entwicklungsstufe der Eventlandschaft gestalten? Der differenzierte Blick auf diese Frage steht im Mittelpunkt eines neuen Whitepapers, hervorgegangen aus dem „ebx.lab“, der strategischen Innovationswerkstatt für neue Events, Brands und Experiences. Kern des Whitepapers sind fünf prototypische KI-Anwendungsfälle für Business Events, von der Community der Veranstaltung gemeinsam erarbeitet. Initiator des ebx.lab ist das GCB German Convention Bureau, wissenschaftlich begleitet wird das Format durch das Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO.

Im Rahmen des ebx.lab im Oktober 2023 entwickelte die Community des Events – bestehend aus rund 30 Teilnehmern in fünf Expertengruppen – individuelle Szenarien für den strategischen Einsatz von Künstlicher Intelligenz im Bereich von Business Events. Dem vorausgegangen war die Identifikation von Pain Points, denen sich Marketing- und Kommunikationsverantwortliche innerhalb des Event Cycles derzeit gegenübersehen und zu deren Lösung KI einen signifikanten Beitrag leisten könnte. Herzstück des nun veröffentlichten Whitepapers sind die von der ebx.lab-Community aus den Szenarien erarbeiteten prototypischen Anwendungen, die zum Beispiel personalisierte

Eventerlebnisse oder die smarte Evaluation von Veranstaltungen ermöglichen könnten. Für das Whitepaper wurde jeder Prototyp darüber hinaus einer fachlichen Bewertung durch die KI-Experten des Fraunhofer IAO unterzogen.

Ergänzt wird die Publikation durch vier – ebenfalls aus dem Event kondensierten – Thesen zum Einfluss von KI auf die Evolution der Livekommunikation sowie einen Ausblick auf neue strategische Anforderungen an Organisationen, die sich durch die Integration von KI ergeben.

Ein kostenfreier Download des Whitepapers „Künstliche Intelligenz und die Zukunft von Business Events“ ist beim GCB möglich.



Dino Büscher und Boris Hirschmüller von fischerAppelt, live marketing (v. l., Foto: fischerAppelt)



Frederik Nimmegern von insglück (Foto: Wachenfeld)



Colja Dams von VOK DAMS (Foto: R.I.F.L.E.)

Deutsches Event-Kreativranking 2024

Livemarketing und Livekommunikation im Fokus

KLEINES JUBILÄUM: ZUM NUNMEHR 20. MAL HAT DER BLACHREPORT DAS DEUTSCHE EVENT-KREATIVRANKING ERMITTELT, UM DAMIT KREATIVLEISTUNGEN IM BEREICH LIVEMARKETING UND LIVEKOMMUNIKATION ZU WÜRDIGEN. ES BASIERT AUF EINER AUSWERTUNG EVENTSPEZIFISCHER KATEGORIEN NATIONALER UND INTERNATIONALER WETTBEWERBE.

Für die Ermittlung des Deutschen Event-Kreativranking 2024 sind wir wie bisher vorgegangen. Rubriken wie „Medienbespielung“, Licht-, Set- oder Sounddesign wurden nur gewertet, wenn sie integraler Bestandteil des Konzeptes waren.

Wie im Vorjahr haben wir neun Wettbewerbe für die Bewertung 2024 berücksichtigt (eingeflossen in das Ranking sind nur Platzierungen deutscher Award-Einreicher beziehungsweise Einreicher mit Sitz in Deutschland): ADC Wettbewerb, Golden Award of Montreux, BEA World, EX Award, Gala Award, Galaxy Award, Cannes Lions, Heavent und Brand Ex Award. Kleiner Hinweis: In den Gewinnerlisten des Cannes Lions haben wir keine verwertbaren Beiträge gefunden, die den Regeln unseres Event-Kreativrankings entsprechen.

Bewertet wurden wie bisher bei den Wettbewerben Gold-, Silber- und Bronze-Platzierungen mit sechs, vier respektive zwei Punkten. Einen Punkt gab es für „Auszeichnungen“ – beispielsweise beim ADC Award. Ein übergreifendes „Best of Show“, „Bestes Projekt im Wettbewerb“ oder auch „Grand Award“ wie beim Galaxy brachte weitere sechs Punkte. Beim Golden Award of Montreux haben wir sechs Punkte für die „Gold Medal“ sowie jeweils drei Punkte für „Finalist“ vergeben.

Mit einem Multiplikator beziehen wir die Struktur der berücksichtigten Awards in die Bewertung ein. Er entstand aus dem Vergleich der Kreativwettbewerbe untereinander und reflektiert nach klaren Vorgaben auf die Qualität der Jury, nationale oder internationale Ausrich-

tungen sowie das Verhältnis zwischen der Zahl der Einreichungen, Kategorien und Gewinner.

Dabei ergab sich für das aktuelle Kreativranking 2024 folgender Multiplikator: ADC Wettbewerb = erreichte Punkte x 3, Golden Award of Montreux = erreichte Punkte x 3, BEA World = erreichte Punkte x 3, EX Award = erreichte Punkte x 3, Gala Award = erreichte Punkte x 3, Galaxy Award = erreichte Punkte x 2, Cannes Lions = erreichte Punkte x 3, Heavent Award = erreichte Punkte x 4 und Brand Ex Award = erreichte Punkte x 4.

Abgebildet haben wir die Top-20-Platzierungen. Nachfolgend unser Ranking der kreativsten Event-Agenturen in Deutschland (in der Klammer die Platzierung in den Top 20 im Vorjahr, soweit vorhanden).

- | | | |
|--|--|---|
| <p>1 (1) insglück Gesellschaft für Markeninszenierung mbH, Berlin
www.insglueck.de</p> <p>2 (7) fischerAppelt, live marketing GmbH, Köln
www.fischerappelt.de</p> <p>3 (4) Schachzug – Agentur für Markenkommunikation GmbH, Erlangen
www.schachzug.de</p> <p>4 (2) onliveline GmbH, Köln
www.onliveline.de</p> <p>5 (10) Vok Dams Events GmbH, Wuppertal
www.vokdams.com</p> <p>6 (18) D'art Design Gruppe GmbH, Neuss
www.d-art-design.de</p> <p>7 (5) Uniplan GmbH & Co. KG, Köln
www.uniplan.com</p> <p>8 (-) Cheil Germany GmbH, Schwalbach am Taunus
www.cheil.com</p> <p>9 (20) Studio Bachmannkern GmbH, Solingen
www.bachmannkern.de</p> <p>10 (-) Fork Unstable Media GmbH, Hamburg
www.fork.de</p> | <p>11 (18) Jazzunique GmbH, Frankfurt/Main
www.jazzunique.de</p> <p>11 (-) HL-Studios GmbH, Erlangen
www.hl-studios.de</p> <p>12 (-) Accenture Song, Berlin
www.accenture.com</p> <p>13 (-) Pure Perfection GmbH, Wiesbaden
www.pureperfection.com</p> <p>14 (20) Voss+Fischer GmbH, Frankfurt/Main
www.voss-fischer.de</p> <p>15 (-) livewelt GmbH & Co. KG, Gütersloh
www.livewelt.de</p> <p>16 (15) Innocean Worldwide Europe GmbH, Frankfurt
www.innocean.eu</p> <p>16 (13) George P. Johnson GmbH, Stuttgart
https://lgpj.de</p> <p>16 (-) Wecause GmbH, Stuttgart
www.wecause.de</p> <p>16 (-) Arthen Kommunikation GmbH, Karlsruhe
www.arthen-kommunikation.de</p> | <p>16 (-) Elbland Philharmonie Sachsen GmbH, Riesa, Unterstützung durch Kai Janssen, Ralf Matten, Stephan Barfknecht
www.elbland-philharmonie-sachsen.de</p> <p>16 (-) Firedancer GmbH, Dreieich
www.firedancer.de</p> <p>17 (8) facts and fiction GmbH, Köln
www.factsfiction.de</p> <p>18 (16) Atelier Markgraph GmbH, Frankfurt/Main
www.markgraph.de</p> <p>19 (-) dammannworks GmbH, Hamburg
www.dammannworks.de</p> <p>20 (-) Joke Event AG, Bremen
www.joke-event.de</p> <p>20 (-) Schmidhuber Brand Experience GmbH, München
www.schmidhuber.de</p> <p>20 (-) lautstark gmbh, Stuttgart
www.lautstark.com</p> |
|--|--|---|

Gold, Silber und Bronze beim BrandEx Award 2024 verliehen

Auszeichnungen für herausragende Leistungen in der Livekommunikation



BrandEx Award 2024
(Fotos: Oliver Wachenfeld)

DIE TROPHÄEN SIND VERGEBEN: VOR AUSVERKAUFTER KULISSE FAND AM ABEND DES 17. JANUAR 2024 DIE FEIERLICHE AWARD-ZEREMONIE DES BRANDEX AWARD 2024 IN DORTMUND STATT.

Wenige Stunden zuvor hatte die 22-köpfige internationale Jury erstmals in der BrandEx-Geschichte ihre Entscheidung in einer Live-Sitzung gefällt. Im ebenfalls neuen Bewertungsverfahren wurden insgesamt 46 Beiträge im Rahmen der Preisverleihung geehrt, darunter 26 Einreichungen in den Event- und 20 in den Architecture-Kategorien.

In diesem Jahr wurden erstmals zwei weitere Awards vergeben. Über die Trophäe als bester Einreicher beim BrandEx Award 2024 durfte sich die D'art Design Gruppe GmbH freuen, eine weitere Auszeichnung ging an insglück Gesellschaft für Markeninszenierung mbH für das beste Projekt. Die Moderation lag in diesem Jahr bei Desirée Ackermann und Louise Schlang.

Die Veranstalter des BrandEx Award zählten insgesamt 176 Einreichungen für den international angelegten Kreativwettbewerb, der Bewerbungen für die Auszeichnungen in den Hauptsegmenten „Event“ und „Architecture“ ermöglichte. Im „Event“-Segment gab es 102 Einreichungen, für die Kategorie „Architecture“ gingen 74 Projekte ein.

Der Kreativnachwuchs wurde ebenfalls geehrt. Beim BrandEx Fresh 2024 gingen die Auszeichnungen an Jannik Beith, Sebastian Hüter, Simon Otte, Luca Mohr, Heiner Bathel von der Ostfalia Hochschule, Kirsten Stumpe, Janosch Rohrßen, Johanna Schmidt von Voss+Fischer, Alina Mehmedovic, Laura De Mott, Jessica Himmelskamp von Pure Perfection und Stefan Generalov, Selina Schiek, Stella Funk, Leo Monnerjahn, Jennifer Busse von Jazzunique.

Bewerbungen für den Fresh Award 2024 waren sowohl von Einzelpersonen als auch im Team mit maximal fünf Teilnehmern bis zu einem Höchstalter von 30 Jahren möglich. Gesucht wurde das Konzept für eine kanalübergreifende Live-Kommunikations-Kampagne für den Launch-Event des Volkswagen ID. Zall. An der Seite seiner Vorgängerinnen Louisa Schlang und Desirée Ackermann übernahm Benedikt Gerdes, der diesjährige Gewinner des Nachwuchsmoderatoren-Wettbewerbs Nawumo, die Preisverleihung des BrandEx Fresh Awards.

Nachfolgend die Preisträger für den BrandEx Award 2024:

Event

BEST BRAND ACTIVATION

Gold

Projekt: imprfct space • *Einreicher/Auftraggeber:* Jazzunique GmbH • *Beteiligt:* bright! GmbH, Engin Dogan, Max Geisler, Lisa Tegtmeier

Silber

Projekt: Backstage der größte Penny Markt der Welt • *Einreicher:* Spinnacker GmbH & Co. KG • *Auftraggeber:* Penny Markt GmbH Production Office • *Beteiligt:* Höme – Für Festivals GmbH, WFP Werbeagentur Felske + Partner GmbH + Co. KG

Silber

Projekt: Lufthansa Allegris Launch-Event • *Einreicher:* Stargate Group Werbeagentur GmbH • *Auftraggeber:* Lufthansa Group • *Beteiligt:* Media Apparat GmbH, Habegger GmbH, Flave GmbH

BEST CONFERENCE

Gold

Projekt: Be a Game Changer: Ein Event als Game! Siemens FA IMM, 22.-24.5.2023, Amsterdam • *Einreicher:* HL-Studios GmbH • *Auftraggeber:* Siemens Global Business Services • *Beteiligt:* Patrick Wagner, Experience Design & Markus Burger, Gutsnglory Studio

Bronze

Projekt: Volkswagen Group Technology Leadership Summit 2022 „be more“ • *Einreicher:* circ gmbh & co. kg / Volkswagen Group Technology Communications • *Auftraggeber:* Volkswagen Group Technology Communications • *Beteiligt:* Autostadt GmbH, Eventives GmbH, Klartext GmbH, Plazz AG

BEST FORMATS EVENT

Gold

Projekt: Unten im Meer: Käpt'n Floyds Abenteuerreise. Das Hologrammkonzert! • *Einreicher/Auftraggeber:* Elbland Philharmonie Sachsen GmbH • *Beteiligt:* Kai Janssen, Ralf Matten, Stephan Barfknecht

Gold

Projekt: The Homeless Gallery • *Einreicher:* fischerAppelt, live marketing GmbH • *Auftraggeber:* Hinz&Kunzt, Hamburgs street magazine helping the homeless • *Beteiligt:* Mantikor GmbH, Philipp und Keuntje GmbH

Silber

Projekt: EWE Festival Kraftwerk • *Einreicher:* Joke Event AG • *Auftraggeber:* EWE AG • *Beteiligt:* Engelmohr Gerüstbau GmbH, SFC Energy AG

Silber

Projekt: onliveline – From VR to metaverse • *Einreicher/Auftraggeber:* onliveline GmbH office for transformation & storytelling • *Beteiligt:* Arthur Technologies Inc.

Bronze

Projekt: Bestival 2023 • *Einreicher:* BESL Eventagentur GmbH & Co. KG • *Auftraggeber:* Berlin Tourismus & Kongress GmbH • *Beteiligt:* Heretonow GmbH, Die Wellenmaschine GmbH, v. Beust & Partner GmbH & Co. KG, Berliner Kreativagentur GmbH, I Like Visuals GmbH

BEST LIVE PR

Gold

Projekt: The Homeless Gallery • *Einreicher:* fischerAppelt, live marketing GmbH • *Auftraggeber:* Hinz&Kunzt, Hamburgs street magazine helping the homeless • *Beteiligt:* Mantikor GmbH, Philipp und Keuntje GmbH

Silber

Projekt: Lust auf Zukunft • *Einreicher:* Arthen Kommunikation GmbH • *Auftraggeber:* dm-drogerie markt • *Beteiligt:* oddity waves GmbH, you GmbH

Bronze

Projekt: 25th Arabian Gulf Cup Opening Ceremony • *Einreicher:* ABC Event Production GmbH & Co. KG, Andree Verleger • *Auftraggeber:* Iraqi Football Association • *Beteiligt:* Pico International Bahrain

BEST MOTIVATION/EMPLOYEE EVENT

Gold

Projekt: Fireplace – Siemens EHS Conference • *Einreicher:* Firedancer GmbH • *Auftraggeber:* Siemens AG • *Beteiligt:* Fireplace

Silber

Projekt: Endress+Hauser – Das Musical. • *Einreicher/Auftraggeber:* Endress+Hauser Group Services AG • *Beteiligt:* Plan B Entertainment GmbH, Winkler Livecom AB

Silber

Projekt: Alpiq Expedition One • *Einreicher:* Live Lab AG • *Auftraggeber:* Alpiq Holding AG • *Beteiligt:* Zaak Zurich GmbH

Bronze

Projekt: Commerzbank Leadership Summit 2023 • *Einreicher:* fischerAppelt, live marketing GmbH • *Auftraggeber:* Commerzbank AG • *Beteiligt:* satis&fy AG

BEST CORPORATE EVENT

Silber

Projekt: „Mission Future“ – 100 Jahre Trumpf | Mitarbeiter- und Familienfest • *Einreicher:* what when why GmbH & Co. KG • *Auftraggeber:* Trumpf Laser GmbH • *Konzepthoheit:* Tobias Stupeler und Carsten Knieriem

Silber

Projekt: Lufthansa Allegris Launch-Event • *Einreicher:* Stargate Group Werbeagentur GmbH • *Auftraggeber:* Lufthansa Group • *Beteiligt:* Media Apparat GmbH, Habegger GmbH, Flave GmbH

BEST DIGITAL EVENT

Gold

Projekt: Universitätsklinikum Erlangen – Fighting Lupus • *Einreicher:* onliveline GmbH – Office for transformation & storytelling • *Auftraggeber:* Universitätsklinikum Erlangen • *Beteiligt:* Arthur Technologies Inc.

Silber

Projekt: Samsung Re:Connect • *Einreicher:* Cheil Germany • *Auftraggeber:* Samsung Electronics Germany • *Beteiligt:* Rave Space, P.O.S. Creative Media

Bronze

Projekt: Swiss Life Jahresmeeting 2022 – Unsere Talk-Koch-Show • *Einreicher/Auftraggeber:* Swiss Life Deutschland Holding GmbH • *Auftraggeber:* Swiss Life Deutschland Holding GmbH • *Beteiligt:* Neumann&Müller GmbH Co. KG

BEST EXECUTION EVENT

Silber

Projekt: Berliner Meisterköche 2022 • *Einreicher:* Bärin Team Eventdesign GmbH • *Auftraggeber:* Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie GmbH

Silber

Projekt: Be a Game Changer: Ein Event als Game! Siemens FA IMM, 22.-24.05.2023, Amsterdam • *Einreicher:* HL-Studios GmbH • *Auftraggeber:* Siemens Global Business Services • *Beteiligt:* Patrick Wagner, Experience Design & Markus Burger, Gutsnglory Studio

Bronze

Projekt: Lufthansa Allegris Launch-Event • *Einreicher:* Stargate Group Werbeagentur GmbH • *Auftraggeber:* Lufthansa Group • *Beteiligt:* Media Apparat GmbH, Habegger GmbH, Flave GmbH

Bronze

Projekt: DVAG Vermögensberatertag 2023 • *Einreicher:* Zweiplan GmbH • *Auftraggeber:* Deutsche Vermögensberatung • *Beteiligt:* PRG Deutschland, TVN Live Produktion GmbH, das produktionshaus, Riedel Communications GmbH & Co. KG

Architecture

BEST STAND S

Gold

Projekt: In Between Dart@OMR 2023, Hamburg • *Einreicher/Auftraggeber:* D'art Design Gruppe GmbH

Silber

Projekt: „Fight The Toxic Monster“ – Die Techniker Krankenkasse auf der Gamescom • *Einreicher:* Lautstark GmbH • *Auftraggeber:* Techniker Krankenkasse • *Beteiligt:* Serviceplan, Demodern



Öffentliche Jursysitzung beim BrandEx Award 2024

Schachzug stellt „Flow“ für die Event-Evaluierung vor

Wann hat ein Event wirklich performt?

FRAGEN AN RON SCHNEIDER VON SCHACHZUG ÜBER DIE SOFTWARE „FLOW“ BEZIEHUNGSWEISE DAS XKPI ÖKOSYSTEM FÜR DIE ERFOLGSMESSUNG IN DER LIVE-KOMMUNIKATION.

BlachReport: Das Thema Erfolgskontrolle für Events ist nicht neu, hat aber gerade neu an Fahrt aufgenommen. Ihr seid einer der Gründe dafür. Wieso hat Schachzug die Software ‚Flow‘ beziehungsweise das xKPI Ökosystem entwickelt?

Ron Schneider: Ursprünglich aus purem Eigennutz. Es gibt gegenüber den Kunden zunehmend Argumentationsbedarf hinsichtlich der Kosten beziehungsweise den Budgets im Experience Marketing. Und zwar einerseits, weil generell weniger Geld da ist, und andererseits, weil wir gut rechtfertigen müssen, was die Budgets im Vergleich zu anderen Marketingdisziplinen wie zum Beispiel dem Onlinemarketing bringen. Dort hat sich das Tracking beziehungsweise die Datenanalyse längst etabliert.

Im Experience Marketing haben wir bislang nicht so gute Karten und können über den Erfolg oder Misserfolg einer Maßnahme wenig valide Ergebnisse liefern. Das macht es nicht nur für uns, sondern auch für unsere direkten Ansprechpartner in den Konzernen schwierig, ihre Spendings zu rechtfertigen und zu verteidigen. Momentan ist es mehr ein Gefühl, dass die Live-Interaktion nachhaltig und emotionalisierend ist, es fehlen die Daten. Das wollen wir ändern und einerseits belegbar machen und andererseits Möglichkeiten zur datenbasierten Optimierung bieten.

BlachReport: Welche Informationen kann man mit ‚Flow‘ gewinnen und wie erfolgt der Einsatz in der Praxis?

Ron Schneider: Für das xKPI Ökosystem haben wir verschiedene Tools für unterschiedliche Aufgaben entwickelt, beziehungsweise in der Entwicklung, damit wir die ganze Bandbreite und ihre Anforderungen abdecken können. ‚Flow‘ ist das erste Tool, das sich dem Tracking der Gäste widmet, also wann sich die Gäste wohin bewegt haben und warum das so gewesen ist. Wo haben sie wie lange verweilt? Wie lange waren sie mit Produkten beschäftigt?

Konkret können wir also endlich die tatsächlichen Guest Journeys auf Veranstaltungen nachvollziehen beziehungsweise auf Messen überhaupt erfahren, wie viele Gäste sich

wirklich auf unserem Stand befunden haben. Es muss somit nicht mehr von Veranstalterzahlen und den Klickzahlen an Exponaten hergeleitet werden. Natürlich sind alle Daten bereinigt von Standpersonal, Kunde und Agentur. Durch die Einrichtung einzelner Areas können wir zudem die exakte Anzahl an Personen an einzelnen Produkten, Exponaten oder auch in Showbereichen messen. Dies bringt mit sich, dass wir auch bei Shows, Pressekonferenzen oder Besuchen von Prominenten tracken können, ob und welchen Einfluss die Aktion auf



Ron Schneider
(Foto: Schachzug)

die Gästezahlen bewirkt. Kurzum: bei jedem Produkt, jeder Aktivierung sowie jeden einzelnen Veranstaltungsbereich können wir nach Auswertung den ROI anhand des tatsächlichen Gästeverhaltens feststellen und datenbasiert bewerten.

Und das ist für uns nicht nur nach dem Event wichtig, sondern wird auch während der Veranstaltung immer spannender. Gerade auf Messen oder auf Motor Shows, die sich über mehrere Tage erstrecken, nutzen wir diese Insights, um agil konzipierte und konstruierte Messestände über Nacht optimieren zu können also zum Beispiel Produkte auszutauschen, Wege zu verändern et cetera, um von Tag zu Tag besser zu werden.

BlachReport: Was passiert mit den gesammelten Informationen? Wer wertet sie aus und was kann man damit anfangen?

Ron Schneider: Die Learnings sind sehr umfangreich und bringen viele Insights zur Konzeption, der Architektur, der Laufwege, der Customer Journey, der Produktpräsentation und so weiter. Die Software ist echtzeitfähig und ermöglicht Ansichten der Live-Situation ebenso wie Rückblicke entlang der Timeline. Wir können auch Zeiträume definieren, in denen wir uns dann die Gesamtzahlen an einem

bestimmten Produkt zu einer bestimmten Zeit geben lassen, die wir dann in Beziehung zu den Planungen setzen. Zusammengeführt mit konventionellen Daten wie Marktforschung, Leads, Clippings oder PR-Reach entsteht ein holistisches Bild von dem sich gut ableiten lässt, wie der Event dann wirklich performt hat. Die generelle Auswertung erfolgt direkt im digitalen Dashboard, auf welches Kunden vollen Zugriff haben. Bei einfacher Usability können sich die Daten aller Tracking-Areale kombiniert sowie vereinzelt darstellen lassen – filterbar nach Tagen, Stunden und sogar Minuten. Bei Bedarf unterstützen wir natürlich sehr gerne in der Erstellung und Interpretation der Auswertung.

BlachReport: Was ist dabei beim Datenschutz zu beachten?

Ron Schneider: Das ist ein elementares Thema mit besonderer Beachtung, weil wir ja neben diversen Sensoren auch Wärmebildkameras und Videokameras einsetzen. Zunächst einmal kann man dazu sagen, dass niemals personenbezogene Daten ermittelt oder gespeichert werden. Wir setzen Kameras ein und zeichnen aber nicht auf, sondern wir ermitteln nur Positionswerte beziehungsweise, in anderen Produkten, Emotionswerte oder Sentiment Daten, von denen keine Rückschlüsse auf einzelne Personen möglich sind.

BlachReport: Ist ‚Flow‘ grundsätzlich ein Produkt, das jeder Veranstalter nutzen kann oder ist es bestimmten Veranstaltern oder Veranstaltungsgrößen zugeordnet? Und was kostet der Einsatz von ‚Flow‘ überhaupt?

Ron Schneider: Das Produkt soll grundsätzlich für alle nutzbar sein – vom Veranstalter über Agenturen bis zu den AV-Dienstleistern – und auch für alle Veranstaltungsgrößen. Der Preis variiert von der Größe des Veranstaltungsareals und der entsprechend benötigten Anzahl an Sensoren und wird – zumindest noch bei den ersten Einsätzen – individuell auf Anfrage berechnet. Wir sind gerade erst aus der Prototypenphase raus, in der das Produkt bei realen Veranstaltungen erprobt wurde. Wir gehen jetzt in eine Phase, in der wir mit Partner-Agenturen anfangen, Events mit ‚Flow‘ regelmäßig zu tracken und auch das Produkt weiter voranzutreiben. Wir haben schon mit einigen Agenturen gesprochen und planen aktuell eine Art Testgruppe, mit der wir gemeinsam diese Möglichkeiten in der Praxis nutzen.

Wir werden auf den nächsten Produktionen Gäste einladen, wo man sich den Einsatz von ‚Flow‘ hinter den Kulissen anschauen kann – sei es Kunde, Dienstleister oder Agentur. Der Produktaunch erfolgt also ab jetzt fließend.

BlachReport: Werden das dann Lizenznehmer sein oder kann man sich ‚Flow‘ beispielsweise für eine einzelne Veranstaltung mieten oder kaufen?

Ron Schneider: Ja, wir planen eine Mietlösung, welche allen Marktteilnehmern die Nutzung ermöglicht. Klar ist dabei, dass der Bedarf ganz unterschiedlich ist. Wir haben beispielsweise schon einige Anfragen von Unternehmen, welche die Evaluation selbst vornehmen wollen und bei ihren Projekten mit verschiedenen Agenturen zusammenarbeiten. Durch unsere mandantenfähige Software-Architektur ist dies einfach möglich.

In der Einführungsphase geben wir Hilfestellung und stehen unseren Partnern mit Empfehlungen zur Seite. Zum Beispiel was die Montage und Positionierung der Sensoren angeht. Den technischen Part, also die Installation und Verkabelung der Sensoren, könnten die bestehenden AV-Dienstleister einfach übernehmen. Wir checken vor dem Event die Signalqualität und sichern so die Datenproduktion ab.

Das User Interface von ‚Flow‘ ist leicht verständlich und lässt sich intuitiv so customizen, wie es gerade gebraucht und gewünscht ist, um auch die Daten auswerten zu können, die benötigt werden. Wir sind bei der Gestaltung davon ausgegangen, was wir als Agentur und unsere Kunden inhaltlich brauchen, haben aber auch großen Wert auf ein ansprechendes Design gelegt. Wir möchten, dass unsere Partner gerne mit der Software arbeiten.

Was die Bewertung der gesammelten Daten angeht, unterstützen wir in der Einführungsphase gerne, wenn dies gewünscht ist. Wir verstehen aber auch total, wenn andere Agenturen hier autark agieren möchten. Deswegen haben wir das gesamte xKPI Ökosystem auch von unserem Agenturgeschäft mit Schachzug getrennt.

BlachReport: Wie viele dieser Sensoren werden benötigt?

Ron Schneider: Das ist natürlich stark abhängig vom Eventformat, der Veranstaltungsgröße und der Architektur. Für die Weltpremiere des Skoda Superb in Prag hatten wir ein Areal von rund 40 Metern Breite, 15 Metern Tiefe und eine Höhe von neun Metern mit zwölf Sensoren abgedeckt.

Auf Messeständen arbeiten wir auch kontextuell. Das bedeutet zum Beispiel, dass uns der Ein- und Austrittspunkt sehr wichtig sind – also

wo die Besucher herkommen und wo sie den Stand wieder verlassen. Daraus lässt sich ableiten, ob es etwas mit der Wegeführung zu tun hat, ein Wettbewerber dort stark agiert oder im Gegenzug vielleicht auch seine Besucher durch eine unserer Aktivierungen verliert. Für ein ganzheitliches Bild spielen wir deshalb den Hallenplan mit unseren Standnachbarn ins System ein.

BlachReport: Gibt es schon Praxisbeispiele für den Einsatz von ‚Flow‘ und was waren die Learnings aus diesem Praxisbeispiel?

Ron Schneider: Es gab schon einige Praxisbeispiele bei Weltpremieren von Škoda. Gestartet sind wir mit einem Kodiaq Event. Anschließend haben wir nachgelegt, Datenverarbeitung und Analysen optimiert und neue Features dazu gebaut. Das hat sich in der Praxis entwickelt, weil wir gesehen haben, wenn man diese Infos hat, könnte man auch gut noch andere ermitteln. Letztendlich war unser Eindruck, dass man eigentlich eher zu wenig Daten bekommt und selten zu viel. Zuletzt haben wir ‚Flow‘ für die Superb Weltpremiere auf einer recht großen Fläche in einer Vollausstattung genutzt und waren mit dem Daten-Output mehr als zufrieden, sodass wir für die Verortung und Zonierung bei der nächsten Veranstaltung bereits Optimierungs-Punkte mitnehmen konnten.

Final fertig wird eine Software aber wahrscheinlich nie. Deshalb auch die Entscheidung ‚Software as a Service‘ beziehungsweise eine Mietlösung anzubieten. Wir haben jetzt schon wieder einige Features nachgelegt und wollen



Flow Dashboard
(Grafik: Schachzug)

beim nächsten Einsatz teilweise auch noch weitere Sensorik einsetzen. Hier kommt uns unsere jahrelange Arbeit auf der CES in Las Vegas zugute. Wir trafen uns dort mit einigen Lieferanten und diskutierten mit diesen auch den Einsatz neuer Prototypen-Sensorik. Ich kann versprechen, es wird wirklich spannend.

BlachReport: Was sagt der Kunde über ‚Flow‘?

Ron Schneider: Das Interesse an validen Aussagen über den Erfolg oder Misserfolg eines Events ist in diesen Tagen unglaublich groß. So groß, dass bereits in der Ideation Phase, also

noch vor Beginn der Entwicklung, mehrere Marketingentscheider uns die Relevanz bestätigt haben und wir uns gerade in der Angebotsphase für die ersten Einsätze befinden. Vor allem müssen wir uns an dieser Stelle bei Škoda bedanken, die uns die Gelegenheit gaben, bei unseren Projekten dieses Produkt einzusetzen und zu testen.

Jetzt sind wir bereits bei einem zweiten Produkt über die sogenannte Sentiment-Messung angelangt, mit dem wir die emotionale Reaktion und Interaktionen von Veranstaltungsbesuchern erfassen wollen. Sowohl ‚Flow‘ als auch das zweite Produkt mit dem internen Arbeitstitel ‚Neural‘ sind nicht auf dem Reißbrett, sondern bedarfsorientiert in der Praxis entstanden. Und das funktioniert nicht, wenn der Kunde nicht von Anfang an ebenfalls begeistert ist und uns bei der Optimierung unterstützt.

BlachReport: Ist es künftig vielleicht sinnvoll, vor einer Veranstaltung quasi eine Preview zu machen, um so die wichtigsten Elemente und Highlights einer Veranstaltung im Vorfeld zu checken, um im Bedarfsfall noch an den Stellschrauben drehen zu können?

Ron Schneider: Ja, das macht vor allem bei Keynotes, großen Inszenierungen und Shows Sinn. Wir bereiten dann Testshoots, Animatics und Pre-Visualisierung auf und präsentieren diese verschiedenen Probanden, zum Beispiel mittels Virtual Reality. Kombiniert mit EEG-Sensoren erfassen wir so unterbewusste Reaktionen wie Interest, Focus, Excitement et cetera, welche uns Tendenzen ermöglichen, wie intensiv die Inhalte wahrgenommen, verarbeitet und gegebenenfalls auch im Gedächtnis gespeichert werden.

Beim Produkt ‚Flow‘ fließen zudem alle erhobenen Verhaltens-Daten anonymisiert veranstaltungsübergreifend in eine kollektive Datenbank. Ziel ist es – nach Umsetzung einer definierten Mindestanzahl an Events – mithilfe von Predictive Analytics die Gästeströme vor der Veranstaltung zu simulieren. So wird bei einem Messestand zum Beispiel die generell erwartende Gesamt-Besucherzahl genauso mit einbezogen, wie die Abhängigkeit von Standplatz und Lage zu den Top Brands oder die Ausrichtung der Highlight-Produkte. Hierdurch kann rein mithilfe des Standplans ein weiterer Qualitätsmanagement-Prozess noch vor Beginn der Produktionsphase echtdatenbasiert durchgeführt werden, um einen bestmöglichen Output der Veranstaltung zu erreichen.

Ob es den Aufwand wert ist, ist immer eine Frage der Priorität. Teuer ist vor allem der Misserfolg, und oft gibt es bestehendes Material, das wir zweitverwerten und aufbereiten können. Dann macht das so sehr viel Sinn.



Erste und zweite Generation bei M.Regie: Martina Dieckmann, Uwe Maahs, Alexander Maahs, Benjamin Waldow und Nicolai Maahs (v.l., Fotos: M.Regie)

Wechsel bei M.Regie

Was die zweite Generation vorhat

ALEXANDER MAAHS, NICOLAI MAAHS UND BENJAMIN WALDOW HABEN IM RAHMEN EINES GENERATIONSWECHSELS DAS ZEPTER BEI M.REGIE ÜBERNOMMEN. WIR HABEN NACHGEFRAGT.

BlachReport: Es gibt Veränderungen bei euch. Was ist geplant?

Alexander Maahs: Wir haben die M.Regie GmbH Co. KG als Gesellschafter und Geschäftsführer übernommen, die bisher von den beiden Gründern Martina Dieckmann und Uwe Maahs inhabergeführt wurde. Das heißt, ich als Neffe und Nicolai als Sohn von Uwe führen seit Anfang des Jahres das Geschäft zusammen mit Benjamin Waldow weiter. Damit erfolgt ein Generationswechsel, der schon in den vergangenen 24 Monate geplant war.

Wir freuen uns auf eine neue Herausforderung, obwohl wir natürlich als Einzelplayer und Freelancer bereits seit über zehn Jahre für die M.Regie tätig sind. Wir fühlen uns zudem sehr geehrt, dass man uns den Vorschlag zur Nachfolge gemacht hat.

Nicolai Maahs: Der Name Maahs bleibt der Branche erhalten und wird ergänzt durch den Namen von Benjamin Waldow.

Benjamin Waldow: Uwe Maahs und Martina Dieckmann sind Pioniere der Event-Regie in Deutschland. Das setzen wir nun fort und haben vermutlich das allererste Eventregie-Familienunternehmen in Europa, vielleicht auch weltweit.

BlachReport: Hat dieser Generationswechsel auch Auswirkungen auf das Portfolio und die Leistungen?

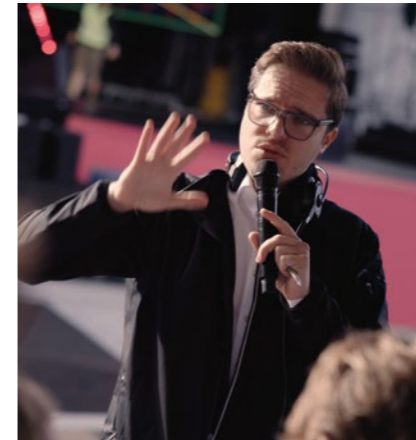
Nicolai Maahs: Wir sind in der Branche aufgewachsen und auch mit gewissen Prinzipien innerhalb der Firma groß geworden. Dies war geprägt von Vertrauen und Professionalität.

Wir führen seit Gründung der Firma zuerst den Menschen und danach die Maschine. Wir agieren mitten im Geschehen – und nicht nur im FOH. Wir stehen direkt vorne an der Bühne und schaffen damit Atmosphäre. Generell möchten wir aber natürlich für frischen Wind sorgen und unsere eigenen Ideen einbringen, sowie das jahrelang gewachsene mit dem eigenen Netzwerk erweitern.

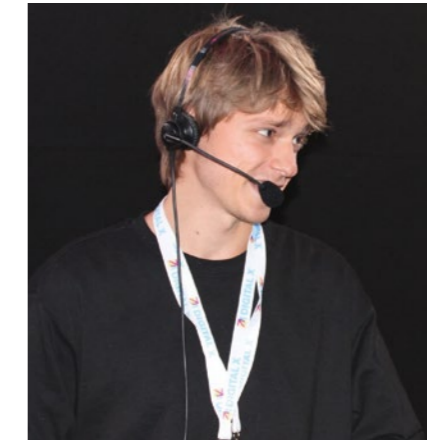
Benjamin Waldow: Wir haben gerade eine einmalige Möglichkeit. Wir sind drei gleichberechtigte Event-Regisseure und können natürlich auch das Stage-Management direkt mit übernehmen. Wir haben hier die Option, drei absolut eingespielte Teams zusammenzusetzen und in den verschiedensten Formaten zu arbeiten, um Formate von Format zu schaffen. Zudem können wir auch weltweit parallel Veranstaltungen bespielen – und das aus einer Hand. Wir sind ein gewachsenes Team, das nebenbei auch aus einer Vielzahl von Freelancern besteht.

Das funktioniert so, dass man normalerweise einen Regisseur oder eine Regisseurin bucht. Bei uns bucht man eigentlich das Know-how von drei Regisseuren. Selbstverständlich sind wir stetig im Austausch über alle aktuellen Projekte, bei denen wir überwiegend als Team agieren. Wir spielen uns die Ideen hin und her. Da wächst und kommt einiges an Kreativität zusammen, die immer mal drei gerechnet wird. Das gibt es in keinem Regie-Portfolio.

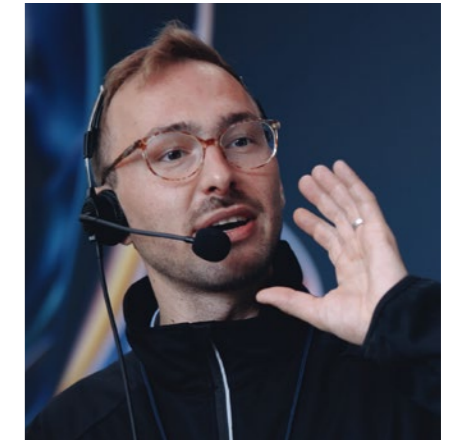
Alexander Maahs: Erweiterung war das Stichwort. Das bedeutet: Wir verfolgen nicht nur weiterhin diesen Weg der klassischen Regietätigkeit und beschränken uns nicht nur auf die Tätigkeit vor Ort, sondern auch auf die Ausarbeitungen im Vorfeld. Dies wird bestärkt durch die unterschiedlichen Expertisen dieser Runde. Wir sind damit kreativer Ideengeber für Agenturen und Endkunden und Sparringspartner für außergewöhnliche Erlebnisse.



Alexander Maahs



Nicolai Maahs



Benjamin Waldow

Benjamin Waldow: Und wir bieten eine überragende Sicherheit. Wenn irgendwo jemand ausfällt, dann muss der Kunde keinen anderen Regisseur buchen – er wird einfach aus den eigenen Reihen ersetzt. Das geht reibungslos, weil wir natürlich immer alle auf dem aktuellen Stand unserer Projekte sind.

BlachReport: Was mir in den letzten Jahren aufgefallen ist, speziell zu Zeiten der Pandemie, ist, dass Event-Regisseure plötzlich zur Mangelware geworden sind, was mir vorher nie so klar war und auch nicht aufgefallen ist. Der Grund ist klar: Es gab plötzlich mehr diese Studioähnlichen Situationen. Es gab einfach andere Voraussetzungen. Der Regisseur, als derjenige, der das Ganze zusammenbringt und in der Hand hält, und die Showcalls gibt, bekam eine andere Bedeutung. Seht ihr das auch? Ist das so geblieben, oder ist das jetzt ein Eindruck von mir?

Nicolai Maahs: Unser Job ist vor allem die Schnittstellenkoordination. Das heißt die Koordination zwischen Technik, Veranstalter und zu präsentierendem Inhalt – oder auch der gewünschten inszenatorischen Darstellung. Ob das jetzt live passiert, hybrid oder beim Streaming, das spielt nur eine untergeordnete Rolle.

Das kommt am besten aus einer Hand und dafür brauchst du die Event-Regie in allen Formaten. Nach der Pandemie ging die Tendenz dahin, dass vor allem Präsenzevents wieder stärker wurden, da die Menschen sich sehen wollten, um Emotionen und Atmosphäre zu erleben. Wir beherrschen diese Formate.

Alexander Maahs: Trotzdem ist die Bedeutung der schönen Bildgestaltung á la TV weiterhin präsent. Wir reden immer noch über einige Streaming-Veranstaltungen und viele hybride Formate. Das bedeutet, dass unser Fokus weiterhin darauf gerichtet ist, ein professionelles TV-Bild am Ende des Tages auch bei unseren Live-Veranstaltungen abzugeben.

BlachReport: Ihr rückt jetzt quasi in die erste Reihe und übernehmt Verantwortung für die geschäftliche Entwicklung. Habt ihr euch Ziele gesetzt? Wo führt der Weg hin?

Benjamin Waldow: Wir wollen an die Spitze und haben einen hohen Anspruch an uns selbst. Wir lernen eigentlich mit jedem Event und mit jedem Kunden neu dazu und versuchen uns auch in jedem Jahr technisch wie organisatorisch, aber auch menschlich weiterzuentwickeln. Unser Ziel ist es, uns immer weiter zu verbessern.

Alexander Maahs: Wir erweitern unser Portfolio im Sinne der Bildtechnik beziehungsweise der Visualisierung. Wir bringen nicht nur die Regie oder auch Stage-Manager weiterhin zum Einsatz, sondern auch erfahrene Kameraleute sowie TV-Regisseure.

BlachReport: Wie beurteilt ihr grundsätzlich die künftigen Anforderungen in der Livekommunikation? Kleinere Events, größere Events? Haben Hybrid und Metaverse noch eine Chance beziehungsweise bekommen eine Chance? Wohin führt der Technik-Overkill?

Benjamin Waldow: Da gibt es zwei große Ebenen. Wir haben auf der einen Seite das Bedürfnis nach physischer Interaktion, nach menschlichem Kontakt und Austausch. Austausch geht am besten in kleineren Gruppen, also wird es viele Formate geben, in denen die Zeit miteinander sowie der fachliche und vor allem menschliche Austausch im Vordergrund steht.

Wir haben auf der anderen Seite diese riesige Entwicklung durch Technik und Digitalisierung. Da spreche ich noch nicht mal über AI, sondern wir haben ja auch die Virtual und Augmented Reality Anwendungen, die technisch zwar ausgereift sind, aber in der Vielzahl in der Anwendung auf Veranstaltungen noch gar nicht eingesetzt werden.

Das liegt daran, dass die große Masse der Eventbesucher noch gar nicht die Möglichkeit hatte, mit diesen Anwendungen umzugehen. Smart Glasses á la ‚Quest‘ von Meta oder die Apple ‚Vision Pro‘ werden das ändern. Dadurch entsteht dann tatsächlich eine neue Herausforderung auch für die, die das real und im digitalen Raum gleichzeitig denken müssen und sich nicht mehr in der Zwei-, sondern Dreidimensionalität und dessen Resonanzräumen bewegen. Da sind wir noch ganz am Anfang und werden noch viele Anforderungen und Möglichkeiten erleben.

Vieles wird möglich – sowohl ein kleiner intimer Austausch mit persönlichem Kontakt als auch große immersive Erlebnisse.

Nicolai Maahs: Ein anderer Megatrend ist die Nachhaltigkeit, die für uns ganz wichtig ist. Veranstaltungen haben einen nicht gerade geringen Anteil an CO2-Emissionen. An dieser Stelle gibt es viel Verbesserungspotenzial und wir versuchen, Ideen und Möglichkeiten zu entwickeln und gleichzeitig unseren Energieverbrauch zu senken.

Wir versuchen ständig, auf kleiner Ebene etwas zu tun. Wir nehmen aber auch gern an Projekten teil, die sich der Nachhaltigkeit verschreiben.

Benjamin Waldow: Die Frage nach dem Technik-Overkill ist eine relevante und völlig berechtigte Frage. Eine Frage, mit der wir uns schon immer auseinandergesetzt haben. Events unterscheiden sich von Veranstaltungen, weil sie außergewöhnliche Erlebnisse produzieren. Wir schaffen Erlebnisse und nutzen dafür alle Möglichkeiten, die uns technisch zur Verfügung stehen. Allerdings muss es immer im Sinne von Budget und Wirkung funktionieren. Wir möchten das Erlebnis nicht überladen oder überwältigen, sondern gezielt verstärken.

Alexander Maahs: Wir sind letztendlich Impulsgeber für Emotionen.

BlachReport: Vielen Dank für die Beantwortung unserer Fragen.

anbieter
_ansprechpartner anschrift telefon . fax . email . internet anbot

EVENT-AGENTUREN



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.



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 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



MEDIA BOARD

Digitale Ausgaben unter:
www.blachreport.de



anbieter
_ansprechpartner anschrift telefon . fax . email . internet anbot

EVENT-AGENTUREN



marbet
Marion & Bettina
Würth GmbH & Co. KG
Agentur für
Live-Kommunikation

Karl-Kurz-Straße 44
74523 Schwäbisch Hall
T +49 791 49380-100
info@marbet.com
marbet.com

Erleben Sie neue Servicestandards der Live-Kommunikation: Wir machen Events, Live-Kampagnen und Markenerlebnisse, die wirken und bleiben. Live. Digital. Hybrid. Schwäbisch Hall . Düsseldorf . Frankfurt . Hamburg . München . Barcelona



Connecting people, brands and markets.

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.



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 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



LIVE
SPACE
CONTENT

In unseren Disziplinen Live, Space und Content sind wir weltweit verknüpft und geben unseren Kunden ein einzigartiges Versprechen: Pure Perfection! 60 Perfektionisten arbeiten an den Standorten Wiesbaden, Düsseldorf und Berlin mit einem Höchstmaß an Inspiration, Kreativität und Umsetzungsqualität.

anbieter
_ansprechpartner anschrift telefon . fax . email . internet anbot

EVENT-AGENTUREN



Siegfriedstr. 29
40549 Düsseldorf

Kontakt:
T 0800 2113069
info@red-carpet-event.de
www.red-carpet-event.de

Live-Kommunikation mit Hollywood-Flair!
Red Carpet Event ist der führende Spezialist, wenn es um Ihre erfolgreichen Veranstaltungen im Kino geht. Durch die Realisierung von über 20.000 Events, wie Tagungen, Produktpräsentationen, Personalversammlungen, Roadshows, sowie neuer interaktiver Veranstaltungsformate an 150 Standorten in ganz Deutschland, haben wir Live-Kommunikation im Kino als festen Bestandteil der Unternehmenskommunikation vieler unserer Kunden dauerhaft etabliert.
Düsseldorf – Berlin – Frankfurt

Red Carpet Event GmbH

Syndicate Five GmbH Strelitzer Str. 2
10115 Berlin T +49 172 1910 482
berlin@syndicate-five.com
www.syndicate-five.com

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



trendhouse Innsbrucker Ring 15
event marketing GmbH 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!

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.BLACHREPORT.DE

anbieter
_ansprechpartner anschrift telefon . fax . email . internet anbot

EVENT-AGENTUREN



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 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.

what when why Königsallee 43 T +49 711 55042555
GmbH & Co. KG 71638 Ludwigsburg info@whatwhenwhy.de
whatwhenwhy.de

what when why – Erlebnisorientierte B2B-Kommunikation mit langfristiger Wirkung. Unsere Emotion Engineers verschmelzen die faktische mit der emotionalen Dimension. Für nachhaltig erlebniszentrierte Kommunikations-Konzepte. Live-Communication ist unsere DNA. Und wir denken weiter. In vollständigen Kommunikationskampagnen. Kurz: wir machen aus Teilnehmern Beteiligte und aus Beteiligten Botschafter. Wirksam. Langfristig.

EVENT-FACHMESSEN

BOE INTERNATIONAL Messe Westfalenhallen T +49 (0)231 1204-521
Internationale Fachmesse Dortmund GmbH F +49 (0)231 1204-678
für Erlebnismarketing Strobelallee 45 info@boe-messe.de
15. – 16. Januar 2025 44139 Dortmund www.boe-messe.de
Dortmund

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.

anbieter
_ansprechpartner anschrift telefon . fax . email . internet anbot

EVENT-LOCATIONS



SCHOKOLADENFABRIK
EVENT & MEETING VENUE

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
MESSEN
KONGRESSE
AUSSTELLUNGEN
EVENTS
INNENAUSBAU

THE INSPIRING PEOPLE

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

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.



Digitale Ausgaben unter:
www.blachreport.de

anbieter
_ansprechpartner anschrift telefon . fax . email . internet anbot

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 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

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.

MIETMÖBEL / NONFOOD-CATERING / CATERING



wisag

WISAG Event Service
GmbH & Co. KG

Isarstrasse 1
65451 Kelsterbach

T +49 (0)6142 83555-0
F +49 (0)6142 83555-199
wes.kelsterbach@wisag.de
www.wisag.de
www.event-services.shop

Wir machen Events!
Eventausstattung – Eventlogistik & Lagerservice – Eventcatering: Repräsentatives Mobiliar, ausgesuchte Zeltsysteme und vielfältiges Zubehör für alle Bereiche. Ein professionelles Eventcatering für alle Anlässe und in jeder Größenordnung rundet das Portfolio ab.

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.STAGEREPORT.DE

anbieter
_ansprechpartner anschrift telefon . fax . email . internet anbot

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.

NACHHALTIGKEIT

2bdifferent
GmbH & Co. KG
_ Jürgen May
_ Clemens Arnold Giebhübelstraße 3
D-67346 Speyer T +49 (0)6232 68 33 90
info@2bdifferent.de
www.2bdifferent.de Das Team von 2bdifferent gehört zu den führenden Spezialist:innen für Nachhaltigkeit in der Veranstaltungswirtschaft und richtet sich mit seinem Angebot speziell an die Event-, Messe-, Meeting- und Filmbranche sowie an das Sportbusiness. Die Beratungsagentur mit Sitz in Speyer definiert erfolgreich Nachhaltigkeitsstrategien mit klaren Zielen für Unternehmen und Institutionen in diesem Marktsegment und setzt diese erfolgreich um. Zur Kernkompetenz gehört es, Nachhaltigkeitsaspekte in glaubhafte und erfolgreiche Businessstrategien zu wandeln. Ein weiteres Kompetenzfeld umfasst die Analyse, Bewertung und Optimierung von Messen, Kongressen, Tagungen, Roadshows, Filmproduktionen, Corporate- und Sport-Events nach ökologischen, sozialen und ökonomischen Kriterien.

TECHNISCHES PLANUNGSBÜRO

PRODUCTION OFFICE GbR
Ingenieurbüro für
Entertainment
_ Dipl. Ing. Joachim Koppe
_ Dipl. Ing. Ralf Schafstall Schlesische Straße 28
10997 Berlin T 030 616716-0
F 030 616716-29
www.production-office.de
info@production-office.de Das Berliner Ingenieurbüro für Entertainment – unabhängig, flexibel, budgetorientiert. Technische Planung und Leitung sowie architektonische Ausarbeitung von Designs. Ihr Partner für alle technischen, gestalterischen und logistischen Themen. Ausschreibungs- & Genehmigungsverfahren. Hygiene- & Sicherheitskonzepte, Hygienebeauftragte.

TEILNEHMERMANAGEMENT

EMENDO Event + Congress
GmbH & Co. KG
_ Philipp Sautter
Managing Partner Riedstraße 25
73760 Ostfildern T 0711 4605376-0
post@emendo-events.de
www.emendo-events.de EMENDO Event + Congress ist einer der führenden Anbieter für Teilnehmermanagement in Deutschland. Neben der Bereitstellung unserer Guestmanagement-Software EM.EX unterstützen wir unsere Kunden seit über 15 Jahren in der Betreuung von Messe- und Kongressbesuchern sowie Eventgästen.

anbieter
_ansprechpartner anschrift telefon . fax . email . internet anbot

VERANSTALTUNGSTECHNIK

Aventem GmbH
Audiovisuelle
Dienstleistungen Düsseldorf
Herderstraße 70
40721 Hilden
Berlin
Rohrdamm 24b
13629 Berlin T +49 2103 25230-0
T +49 30 367005-70
info@aventem.de
www.aventem.de Reale und digitale Veranstaltungen in unseren Studios, bei unseren Kunden oder an Veranstaltungsstätten in jeder Größenordnung. Auf unserer eigenen, wandelbaren Plattform setzen wir Ihr Event in Szene und bringen die Emotionen zurück zum Publikum. Wir wollen Ihr Partner mit hoher Beratungskompetenz bei der Umsetzung für den gemeinsamen Erfolg sein.

Live.Digital.On-site



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

Neumann & Müller
GmbH & Co. KG Unsere Standorte:
Berlin | Dresden | Düsseldorf
Erfurt | Frankfurt | Hamburg
Hannover | Köln | Leipzig
Mainz | München | Nürnberg
Stuttgart info@neumannmueller.com
www.neumannmueller.com **Neumann & Müller Veranstaltungstechnik**
Live oder digital – wir leben die große, weite Welt von Audio, Licht und Video, von Konferenztechnik, Content Production, Event-IT, Rigging und Bühnenbau. Seit über 40 Jahren sammeln wir Erfahrung und Know-how, um unseren Kund:innen aus einer Hand begeisterte, individuelle Lösungen zu bieten – mit kreativem Design, detailgenauer Planung und intelligenten Services.

VIDEO

Screen Visions GmbH
Waldburgstraße 17/19
70563 Stuttgart T +49 711-21414-140
mail@screenvisions.com
www.screenvisions.com • LED-Videowände
• Mobile & modulare Lösungen
• Sonderkonstruktionen • On-Screen-Vermarktung
• Digitale Promotionmodule
• Beratung für Festinstallationen • Kameras
• Medienserver
• technische Planung

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.BLACHREPORT.DE

INSIDE

Malte Heindl

MALTE HEINDL GEHÖRT ALS HEAD OF OPERATIONS ZUR GESCHÄFTSLEITUNG VON *INSGLÜCK*. ER ÜBERNIMMT ALS EHEMALIGER UNIT MANAGER VON INSGLÜCK BERLIN UND ZULETZT STANDORTLEITER VON HAMBURG DAS GESCHÄFTSFELD „OPERATIONS“ UND VERANTWORTET STANDORTÜBERGREIFEND DAS PROJEKTMANAGEMENT. SEIT WENIGEN WOCHEN IST ER AUCH STELLVERTRETENDER VORSITZENDER IN DER FWD:-LANDESVERTRETUNG HAMBURG SCHLESWIG-HOLSTEIN.



Malte Heindl (Foto: insglück)

Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?

Weil im Marketingmix nur wir den Gästen unvergessliche Live-Momente und Emotionen schenken dürfen.

Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?

Wollte als Kind Kapitän auf einem Kreuzfahrtschiff oder Radiomoderator werden, das könnte immer noch passen.

Welchen Traum wollen Sie sich noch erfüllen?

Ich lebe meinen Traum – beruflich und privat.

Was macht Sie glücklich?

Freude in den Augen meines Gegenübers.

Was war bisher Ihre größte Herausforderung?

Die Umsetzung des deutschen Pavillons im eventfernen Kasachstan zur EXPO 2017.

Welche Entscheidungen haben Sie bereut?

Bereuen musste ich bisher zum Glück keine.

Was machen Sie gegen Stress?

Auf das Ende freuen und positiv bleiben.

Wen möchten Sie gern einmal kennenlernen?

Ich hätte gerne mal Zaha Hadid getroffen, eine einfach visionäre Architektin.

Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?

„Das Jahrzehnt der Entscheidung – Deutschland 2030“.

Was sollen wir hören: Ihr aktueller Musiktipp?

Was bei mir immer geht: Danger Dan.

Welches Live-Ereignis hat Sie bisher am meisten beeindruckt?

Die Fußball WM 2006 in Deutschland, bei der ich mit dem Fan Fest in Hamburg hautnah beim Sommermärchen dabei war.

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

Nennen Sie uns Ihr Lieblingsrestaurant?
Das Altamira in Hamburg Ottensen – leckere Tapas gehen immer.

Aventem

Audiovisuelle Dienstleistungen



Wir sind Event!

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

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

www.aventem.de

www.jobs.aventem.de

www.aventem.digital

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 1611-9308

BLACHREPORT 02/24

Düsseldorf:
Berlin:

Herderstraße 70
Rohrdamm 24b

40721 Hilden
13629 Berlin

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

TAGEN BEI ALDIANA

An allen Standorten der Aldiana Club Resorts erwartet Sie ein eindrucksvolles Tagungs-Angebot. Diese maßgeschneiderten Programme sind perfekt geeignet für Geschäftsreisen und Gruppenveranstaltungen. Mit hochmoderner Konferenztechnologie, erstklassigen Veranstaltungsorten und kulinarischen Höhepunkten schaffen die Aldiana Club Resorts die ideale Umgebung für erfolgreiche Veranstaltungen.

Ob es sich um professionelle Tagungen, Teambuilding-Aktivitäten, sportliche Herausforderungen oder erholsame Wellness-Angebote handelt, Aldiana bietet für jeden Bedarf die passende Lösung. Zusätzlich zu den vielseitigen Tagungsmöglichkeiten werden attraktive Verpflegungsangebote bereitgestellt, um transparente und kalkulierbare Kosten sicherzustellen.

Aldiana lädt potentielle Kunden dazu ein, die vielfältigen Optionen der Seminarräume zu erkunden und einzigartige Veranstaltungen zu gestalten. Detaillierte Informationen zu den Angeboten von Aldiana Club Resorts finden Sie auf der offiziellen Website: <https://www.aldiana.com/gruppen-mice>

Vier der Aldiana Club Resorts mit ausgezeichneten Tagungsmöglichkeiten stellen wir Ihnen hier vor.



CALABRIA

Der Aldiana Club Calabria, idyllisch gelegen an der Küste von Süditalien, bietet speziell ausgestattete Räumlichkeiten, die eine ideale Umgebung für geschäftliche Veranstaltungen jeder Art schaffen. Abseits der Tagungsräume erwarten Sie atemberaubende Ausblicke auf das Meer und eine entspannte Atmosphäre, die sich perfekt für Teambuilding, Incentives und Gruppenveranstaltungen eignet.

Der Aldiana Club Calabria verfügt selbst über mehrere kleine Räume mit Kapazitäten bis zu 20 Personen. Das topmoderne Theater mit LED-Leinwand bietet Platz für 400 Personen. Tagungsmaterial kann über den Club angemietet werden. Neben Tagungen bietet Aldiana auch hier eine breite Palette von Aktivitäten, darunter Wassersport, Wellness-Angebote und italienische Kulinarik, die Ihre Teilnehmer begeistern werden.

FUERTEVENTURA

Das neu eingerichtete Casa Atlantica Seminarzentrum im Aldiana Club Fuerteventura bietet sieben helle und inspirierende Räume, ideal für kleinere Gruppen und Meetings in konzentrierter Atmosphäre. Die Lage direkt an den beeindruckenden Klippen des Atlantiks schafft eine einzigartige Umgebung für geschäftliche Veranstaltungen und Gruppenreisen. Die Räume sind mit modernster Tagungstechnik ausgestattet, um die Anforderungen von Geschäftsveranstaltungen optimal zu erfüllen. Dies umfasst High-Speed-Internetzugang, Audio- und Videotechnik sowie Präsentationsausrüstung.

DJERBA ATLANTIDE

Der Aldiana Club Djerba Atlantide, gelegen am weißen Sandstrand Sidi Mahres, bietet ein umfassendes Angebot für Tagen in einer Atmosphäre aus 1000-und-einer-Nacht. Der Club verfügt über 2 Seminarräume, einer davon mit einer Kapazität bis 190 Personen sowie ein Theater mit 300 Sitzplätzen. Die Tagungsbereiche befinden sich in zentraler Lage und sind mit moderner Technologie ausgestattet. Ein umfangreiches Programm von Sport- und Freizeitaktivitäten, wie zum Beispiel Beachvolleyball, Beachtennis, Tauchen und Wassersport, bietet eine optimale Grundlage für unvergessliche Gruppenveranstaltungen und Incentives.

AMPFLWANG

Im Herzen des Hausruckwaldes gelegen, bietet das modernisierte Seminarzentrum im Aldiana Club Ampflwang eine inspirierende Umgebung für geschäftliche Veranstaltungen und andere Gruppenreisen. Die Räumlichkeiten sind nicht nur technologisch auf dem neuesten Stand, sondern wurden auch gestalterisch passend zum Motto „Tagen inmitten des Hausruckwaldes“ konzipiert. Insgesamt stehen neun multifunktionale Räume zur Verfügung, um Veranstaltungen flexibel zu gestalten. Von kleinen Teammeetings bis hin zu größeren Konferenzen mit bis zu 600 Teilnehmern - alles ist möglich.

