



GCB-Chef Matthias Schultze erwartet rasante Entwicklungen bei Künstlicher Intelligenz und Sustainability für Business-Events

# newslounge

PRESSEPORTAL FÜR DIE  
MICE BRANCHE NATIONAL  
UND INTERNATIONAL

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

## Workshop im Frankfurter Hafen



Die Eventbranche erlebt derzeit eine transformative Phase, in der technologische Innovationen die Art und Weise, wie der Erfolg von Veranstaltungen gemessen und analysiert wird, grundlegend verändern. Der Grund für diese

Entwicklung sind die Einführungen der KI-basierten Analysetools „knw.“ von Live Matters und „Flow“ von Schachzug. Diese Tools bieten nicht nur Lösungen für bestehende Herausforderungen in der Erfolgsmessung von Events, sondern setzen auch neue Maßstäbe in der präzisen Datenerfassung und -analyse in der Livekommunikation.

„knw.“ bringt die Eventanalyse durch die Aggregation und Analyse von Daten aus verschiedensten Quellen wie Management-Tools, Heatmaps, Beacons oder QR-Codes auf ein neues Level. Diese Technologie ermöglicht Veranstaltern eine ganzheitliche Sicht auf ihre Events, indem sie nicht nur quantitative, sondern auch qualitative Daten – wie das Sentiment des Publikums – erfassen.

„Flow“ von Schachzug aus Erlangen zielt darauf ab, den Erfolg von Events im Experience Marketing messbar zu machen, indem es die Bewegungen und Interaktionen der Gäste mit verschiedenen Sensortechnologien erfasst. Diese Daten ermöglichen es Veranstaltern, die Guest Journeys präzise nachzuvollziehen und Optimierungen in Echtzeit vorzunehmen.

Wie das funktioniert, wollen wir auf einem (kostenlosen) Workshop im kleinen Kreis im Frankfurter Hafen am 18. März (mit Verlängerungsoption) vorstellen. Bitte eine kurze Info, wenn Sie dabei sein wollen. Leider haben wir nur zwölf Plätze . . .

Herzlichst

Ihr Peter Blach

### inhalt

- 4 BUSINESS Brandfit legt weiter zu
- 5 BUSINESS Future Meeting Space Ergebnisse
- 6 ERFOLGSKONTROLLE BEI EVENTS Eventanalyse
- 8 BUSINESS Subbrand jazzunique.workplace gestartet
- 10 BUSINESS Campus & Career
- 12 WORK Big Rösti Winterwelt

Titelfoto: Matthias Schultze (Foto: Michael Pasternak)

- 13 DIGITAL Potenziale von Virtual Reality
- 14 VENUES Toulouse
- 16 PEOPLE Jobs + Karriere
- 17 MARKETING-SERVICES Lieferantenverzeichnis
- 26 BACKSTAGE Matthias Vogelmann
- 26 IMPRESSUM

WWW.NEWSLOUNGE.DE • INFO@NEWSLOUNGE.DE

MEDIA  
BOARD

OUT NOW!

BlachReport

POCKETEVENT

BlachReport

WWW.BLACHREPORT.DE  
WWW.STAGEREPORT.DE





Brandfit-Team (Fotos: Brandfit)



Brandfit-Management: Kai Brökelmeier, Guido Thiemann, Mike Kucksdorf, Tobias Becker (v.l.), Marcus Lerche (sitzend)

Essener Agenturgruppe Brandfit legt weiter zu

## Signifikantes Wachstum

Rekordjahr für die Brandfit-Agenturgruppe: Auch 2023 konnte der Essener Spezialist für Markenaktivierung trotz der spürbaren Auswirkungen zahlreicher globaler Krisen sowie schlechter Prognosen für den Werbe- und Agenturmarkt ein signifikantes Wachstum bei allen relevanten wirtschaftlichen Kennzahlen verzeichnen. Zudem gewann der Agenturverbund namhafte Neukunden für sich und erhöhte die Zahl der Mitarbeiter deutlich. Gemessen am Gross Income gehört Brandfit nun zu den größten inhabergeführten Agenturgruppen – nicht nur in Nordrhein-Westfalen, sondern deutschlandweit.

„2023 war für uns ein ereignisreiches Jahr, das uns geprägt und vor allem auch gestärkt hat“, betont Brandfit-Geschäftsführer Kai Brökelmeier. „Wir haben in allen Unternehmens-

bereichen Erfolge verzeichnet und konnten das Wachstum der vergangenen Jahre nicht nur bestätigen, sondern sogar steigern.“

Als Marken-Aktivierer entlang der gesamten Customer Journey verfügt Brandfit mit ihren Agentur-Marken wie Royal5, Pushfire, Error oder Playerone inzwischen über elf spezialisierte Bereiche, die ein breites Leistungsspektrum anbieten – von Handels- und Live-Marketing, Event- sowie Roadshow-Maßnahmen über digitales Marketing, Social Media, Festival- und Influencer-Vermarktung bis hin zu den Wachstumssektoren Culture, Gaming und Esports. In diesen Feldern setzte die Agenturgruppe auch 2023 großangelegte Projekte für langjährige Partner und Bestandskunden wie die Deutsche Telekom, Jägermeister oder Desperados um.

Zudem gewann Brandfit im vergangenen Jahr zahlreiche starke Marken wie Kia Deutschland, De’Longhi, LG Electronics, Gerri, Tausquelle oder Waldemar Behn als Kunden.

Das Wachstum der Agenturgruppe spiegelt sich auch im Team wider: Mehr als 50 neue Mitarbeiter haben sich Brandfit in 2023 angeschlossen. Insgesamt umfasst das Team damit nun mehr als 120 Beschäftigte. Hinzu kommt das mehr als 300 Personen starke externe Sales-Team, das für die Aktivierungen im Handelsmarketing zuständig ist. Brökelmeier: „Wir legen extrem viel Wert auf eine positive, wertschätzende Work-Culture. Deshalb freuen wir uns sehr, dass wir als Arbeitgeber gerade in Zeiten des Fachkräftemangels für erfahrene Kollegen, aber auch für talentierte Berufseinsteiger weiterhin attraktiv bleiben.“

ITB Berlin 2024 ist fast ausgebucht

## MICE Hub als neues Angebot

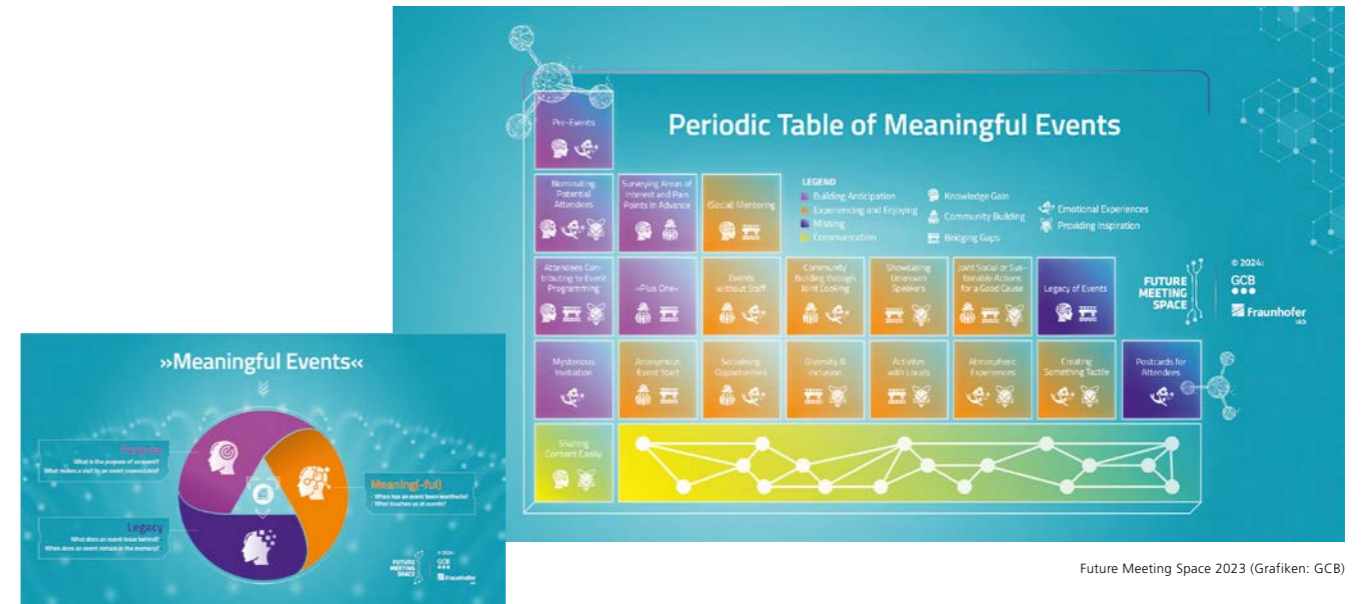
Wenige Wochen vor dem Auftakt der weltweit führenden Tourismusfachmesse, verzeichnet die ITB Berlin eine Buchungslage mit über 90 Prozent belegter Ausstellungsfläche. Die Vielfalt von Ausstellern, darunter starkes Wachstum aus dem Gastland Oman und anderen arabischen Staaten, der Türkei, Griechenland, Asien, Afrika und den Mobility-, Tech- und Cruise-Segmenten, spiegelt die globale Bedeutung der Veranstaltung wider. Rückkehrer wie Emirates

Airlines und Liechtenstein sowie neue Teilnehmer wie Disney, São Tomé and Príncipe und Air India bringen zusätzliche Dynamik. Highlights sind der neue Fokus im Hub27 auf den DACH-Raum, der neue ITB MICE Hub in Halle 8.2 oder die neue ITB Sustainability Lounge in Halle 4.1.

Die ITB Berlin findet vom 5. bis 7. März 2024 statt. Als reine B2B-Plattform will sie die gesamte Wertschöpfungskette des Tourismus abbilden. Bislang haben Aussteller aus über 165 Ländern und Regionen ihre Teilnahme in

den insgesamt 27 Ausstellerhallen sowie dem Home of Luxury im Marshall-Haus und dem neuen „Zuhause“ der ITB Buyers Circle-Einkäufer im Palais am Funkturm zugesagt.

Fünf zusätzliche Hallen öffnen 2024 ihre Pforten und ermöglichen einen kompletten Rundgang. In Halle 8.2 findet sich der neue ITB MICE Hub, der Anbietern aus der MICE-Branche unabhängig von ihren Destinationen auf der ITB Berlin Raum geben soll. Hier wird auch der Bereich Business Travel gebündelt.



Future Meeting Space veröffentlicht Ergebnisse

## Meaningful Events

Im Late-Night-Format präsentierte der Innovationsverbund Future Meeting Space am 22. Januar 2024 seine neuen Ergebnisse. Kern der nun abgeschlossenen Forschungsphase unter dem Motto „Creating Meaningful Events in Challenging Times“ war die Entwicklung innovativer Veranstaltungselemente mit nachhaltiger Wirkung und echter Bedeutung. Die Studie mit allen Erkenntnissen ist ab sofort kostenfrei verfügbar, auch die Aufzeichnung des Livestreams aus Frankfurt soll in Kürze bereitgestellt werden. Initiiert wurde Future Meeting Space bereits vor fast zehn Jahren durch das GCB German Convention Bureau und das Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO.

Business Events sind als Plattformen für Wissensaustausch und zur Vernetzung von Menschen echte Multitalente. Doch in einer Zeit vielfältiger globaler Herausforderungen und Transformationsprozesse müssen auch sie neu justiert werden. Wer sich für den Besuch einer Veranstaltung entscheidet, erwartet davon einen Mehrwert – etwa neues Wissen, außergewöhnliche Erlebnisse, Inspiration oder eine besondere persönliche Erfahrung. Kurz gesagt: Die Veranstaltung soll einen im besten Sinne bleibenden Eindruck hinterlassen. Der Innovationsverbund Future Meeting Space (FMS) zeigt mit seiner neuen Studie daher auf, mit welchen strategischen und inhaltlichen Elementen ein Event in diesem Sinne „meaningful“ werden kann und liefert darüber hinaus

konkrete Handlungsempfehlungen, wie die identifizierten Elemente in der Praxis effektiv umgesetzt werden können.

„Die Zukunft ist gehaltvoll. Insbesondere die immer rasanteren Entwicklungen im Bereich Künstlicher Intelligenz sowie substantielle Schritte zu mehr Nachhaltigkeit heben Business Events auf neue Ebenen“, so Matthias Schultze, Managing Director des GCB. „Die Akteure am Tagungsstandort Deutschland sind mit ihrer Expertise und ihrem Gestaltungswillen aktive Treiber dieser Entwicklung – damit sichern wir wertvolle Anteile in einem dynamischen internationalen Wettbewerb.“

Bei der FMS-Ergebnispräsentation – am 22. Januar live aus dem „memox“ in Frankfurt am Main gestreamt – waren nicht nur die Initiatoren des Innovationsverbundes im Einsatz, sondern auch zwei ausgewiesene Expertinnen: Zoe Nogai (Schwerpunkt Gen Z und New Work) und Tanja Bauer-Glück (Schwerpunkt Leadership und Diversity) ergänzten die wissenschaftlichen Schlussfolgerungen mit ihren persönlichen Erkenntnissen und ordneten diese praktisch ein.

Im Forschungsverlauf von FMS 2023 konnten fünf wesentliche Eventkategorien identifiziert werden: Wissenszuwachs, Community-Building, Gap-Bridging, Inspirationsgewinn und emotionale Erlebnisse. Sie alle repräsentieren grundlegende Veranstaltungsziele und ermöglichen es den Veranstaltern, ihre eigenen, spezifischen Ziele zu identifizieren. Die Vielzahl

der vom FMS-Team evaluierten und jeweils einer der Kategorien zugeordneten Event-Elemente bieten darüber hinaus eine praxisnahe Orientierung und konkrete Anleitung zur Realisierung von „meaningful events“. „Der Begriff ‚meaningful‘ bezieht sich darauf, Veranstaltungen mit Sinn und Zweck, nachhaltiger Wirkung und positiven Erfahrungen für die Teilnehmer zu kreieren“, so Dr. Stefan Rief, Institutsdirektor und Leiter des Forschungsbereiches Organisationsentwicklung und Arbeitsgestaltung am Fraunhofer IAO. „Dahinter steht letztlich die Absicht, einen positiven Einfluss sowohl auf die Teilnehmer wie auch auf die Gesellschaft als Ganzes zu erzielen.“

Die Transformation von Business Events rückt das GCB gemeinsam mit dem Fraunhofer IAO auch in der neuen Phase des Innovationsverbunds in den Fokus der anwendungsorientierten Forschung. Unter dem Titel „Emerging Opportunities, Persisting Classics, Fading Models: Business Events in a Transformative Era“ adressiert Future Meeting Space 2024 die Frage, welche Prozesse, Produkte und Services im Ökosystem von Business Events künftig bestehen bleiben, welche verschwinden werden und welche neu entstehen. Ziel der explorativen Forschung ist es, Chancen für alle Akteure entlang der gesamten Customer Journey bei Business Events – Veranstalter ebenso wie Anbieter – frühzeitig aufzudecken und sie zu datenbasierten, wissenschaftlich fundierten Entscheidungen zu befähigen.



Wird der Erfolg von Events endlich messbar?

# Eventanalyse erreicht die Praxistauglichkeit



Michael Tschakert  
(Foto: knw.)

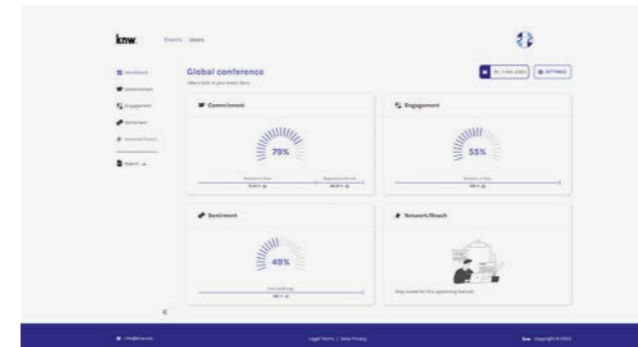
DIE EVENTBRANCHE ERLEBT DERZEIT EINE TRANSFORMATIVE PHASE, IN DER TECHNOLOGISCHE INNOVATIONEN DIE ART UND WEISE, WIE DER ERFOLG VON VERANSTALTUNGEN GEMESSEN UND ANALYSIERT WIRD, GRUNDLEGENDE VERÄNDERN.

Der Grund für diese Entwicklung sind die Einführungen der KI-basierten Analysetools „knw.“ von Live Matters und „Flow“ von Schachzug. Diese Tools bieten nicht nur Lösungen für bestehende Herausforderungen in der Erfolgsmessung von Events, sondern setzen auch neue Maßstäbe in der präzisen Datenerfassung und -analyse in der Livekommunikation.

„knw.“ bringt die Eventanalyse durch die Aggregation und Analyse von Daten aus verschiedensten Quellen wie Management-Tools, Heatmaps, Beacons oder QR-Codes auf ein neues Level. Diese Technologie

ermöglicht Veranstaltern eine ganzheitliche Sicht auf ihre Events, indem sie nicht nur quantitative, sondern auch qualitative Daten – wie das Sentiment des Publikums – erfassen. Michael Tschakert, einer der Köpfe hinter „knw.“, betont die Bedeutung von datengetriebenen Einblicken, um die Effektivität von Events zu bewerten und Optimierungspotenziale zu identifizieren. Mit einer hohen Genauigkeit in der Datenauswertung bietet „knw.“ eine solide Grundlage für die Optimierung zukünftiger Events. Die Technologie macht die Performance von Sprechern messbar und lässt die quantitative Erfassung von Publikumsreaktion auf neue Produkte oder Präsentationen zu, was eine präzise Anpassung zukünftiger Veranstaltungsstrategien erlaubt.

Parallel dazu zielt „Flow“ von Schachzug aus Erlangen darauf ab, den Erfolg von Events im Experience Marketing messbar zu machen, indem es die Bewegungen und Interaktionen der Gäste mit verschiedenen Sen-



knw. Dashboard  
(Illustration: knw.)

sortechnologien erfasst. Diese Daten ermöglichen es Veranstaltern, die Guest Journeys präzise nachzuvollziehen und Optimierungen in Echtzeit vorzunehmen. Ron Schneider von Schachzug erklärt dazu, dass „Flow“ nicht nur zur Rechtfertigung von Eventbudgets beiträgt, sondern auch wertvolle Einblicke für die kontinuierliche Verbesserung von Veranstaltungen bietet. Durch die Bereitstellung eines digitalen Dashboards, das Echtzeiteinblicke in das Besucherverhalten ermöglicht, setzt „Flow“ neue Standards in der datenbasierten Event-Evaluierung.

Beide Tools, „knw.“ und „Flow“ adressieren effektiv die wachsende Forderung nach präziser und umfassender Erfolgsmessung in der Eventbranche. Während „knw.“ sich auf die Erfassung und Analyse von Publikumsreaktionen konzentriert, bietet „Flow“ tiefe Einblicke in die physischen Bewegungen und Interaktionen der Eventteilnehmer. Beide Ansätze könnten sich dabei sogar ergänzen und dazu beitragen, ein umfassenderes Verständnis der Dynamiken von Live-Events zu entwickeln.

Die Einführung dieser innovativen Tools zeigt deutlich, dass die digitale Transformation der Eventbranche in vollem Gange ist. Veranstalter, die diese Technologien nutzen, können nicht nur den ROI ihrer Events verbessern, sondern auch die Teilnehmererfahrung durch datengestützte Optimierungen bereichern. In einer Zeit, in der Daten als das neue Gold betrachtet werden, bieten „knw.“ und „Flow“ bahnbrechende Möglichkeiten, die Art und Weise, wie der Erfolg von Veranstaltungen gemessen und analysiert wird, neu zu definieren und endlich an die Erwartungen der Veranstalter anzupassen.

Darüber hinaus werden die Anforderungen an Datenschutz und Anonymität beider Systeme den rechtlichen Vorgaben gerecht – soweit bisher bekannt. Sowohl „knw.“ als auch „Flow“ sind so konzipiert, dass sie die Privatsphäre der Teilnehmer respektieren, indem sie auf die Erfassung individuell identifizierbarer Informationen verzichten und stattdessen aggregierte Daten nutzen, um die gewünschten Einblicke zu gewinnen. Diese Verpflichtung zum Schutz der Privatsphäre trägt dazu bei,



Flow Dashboard  
(Illustration: Schachzug)

das Vertrauen zwischen Veranstaltern und Teilnehmern zu stärken, was für den langfristigen Erfolg nicht nur in der Veranstaltungsbranche, sondern in der Marketingkommunikation von entscheidender Bedeutung ist.

Die Implementierung dieser Technologien könnte daher einen Wendepunkt für die Eventbranche bedeuten. Sie ermöglicht nicht nur eine detaillierte Analyse und Optimierung von Veranstaltungen, sondern eröffnet auch neue Wege für die Schaffung personalisierter und einzigartiger Erlebnisse für die Teilnehmer durch entsprechende „Vorhersagen“. Antizipation könnte möglich werden. Indem Veranstalter datengesteuerte Entscheidungen treffen, steigern sie nicht nur die Zufriedenheit und das Engagement ihrer Zielgruppen, sondern maximieren auch die Effizienz und den Erfolg ihrer Events – was die Investitionen in diese Aktivitäten rechtfertigt.

Was beiden Tools jetzt noch fehlt, sind umfassende Praxiserfahrungen, wie sie nur durch hundert- oder besser tausendfachen Einsatz bei unterschiedlichen Formaten und Veranstaltungsgrößen und die wissenschaftliche Bestätigung der gesammelten Daten. Voraussichtlich wird es



Ron Schneider  
(Foto: Schachzug)

aber nicht lange dauern, bis an den Lehrstühlen entsprechender Hochschulen und Universitäten eine inhaltliche Auseinandersetzung mit diesen Möglichkeiten der Eventevaluation beginnt, die sich von bisher üblichen Methoden der Pre- und Postbefragung und Balanced Scorecard Konzepten deutlich abhebt.

Zusammenfassend lässt sich prognostizieren, dass „knw.“ und „Flow“ beispielhaft für den Fortschritt in der Eventtechnologie stehen. Sie bieten leistungsfähige Werkzeuge für die präzise Erfolgsmessung und bieten gleichzeitig Einblicke, die Veranstaltern helfen, ihre Angebote kontinuierlich zu verbessern. In einer sich ständig wandelnden Welt bieten diese Innovationen nicht nur die Möglichkeit, mit den Veränderungen Schritt zu halten, sondern auch die Art und Weise, wie Events von Teilnehmern erlebt und bewertet werden, neu zu gestalten.



jazzunique.workplace Launch-Event (Foto: Annika Esaias)

Jazzunique startet Subbrand jazzunique.workplace

## Workplace Experience

Die Frankfurter Agentur Jazzunique launcht mit jazzunique.workplace ihre erste Subbrand. Damit will sie ihre Leistungen darauf fokussieren, Büros in maßgeschneiderte Erlebnisorte zu verwandeln, die die Unternehmenskultur sowie das Miteinander positiv beeinflussen und „von Mitarbeitenden geliebt“ werden.

Das Büro als fester Arbeitsort steht zunehmend in der Diskussion: Es herrscht Unsicherheit in vielen Unternehmen, wie sie mit der lieb gewonnenen Freiheit in Bezug auf die Wahl des Arbeitsortes der Mitarbeitenden umgehen sollen. Hier setzt Jazzunique mit der neuen Marke jazzunique.workplace an. Als Work-

place-Experience-Experten unterstützt die Agentur Unternehmen dabei, den idealen Mix aus Raumbedarf, Aktivierung und Kommunikation zu identifizieren, zu realisieren und zu etablieren.

Mit jazzunique.workplace will die Frankfurter Agentur ästhetische Raumarchitektur, kommunikative Elemente, eine ansprechende Gestaltung sowie konsequentes Storytelling geschickt für ihre Kunden miteinander in Einklang bringen – für einen maximalen Impact und eine hochwertige Workplace Experience. Dafür erarbeitet Jazzunique konkrete Maßnahmen zur Entwicklung einer ganzheitlichen

Workplace Experience Strategie und leistet Hilfestellungen, um das Erlebnis am Arbeitsplatz zu optimieren.

Am 8. Februar fand zum Start der neuen Marke ein Launch-Event statt, bei dem das jazzunique.workplace-Team den geladenen Gästen aufzeigte, wie für sie die Zukunft des Arbeitens und damit einhergehende Herangehensweisen aussehen können. Spannende Talks, Expertisen und Impulse rund um das Thema Workplace sowie beispielhafte Musterflächen, in Kooperation mit Sedus und OfficeFlorist by Heureka.Solutions, veranschaulichten dabei die jeweiligen Ansätze.

cherrypicker Branchenumfrage veröffentlicht

## Agenturen unter Kostendruck

Wachsende Ausgaben für Personal, Energie und Miete führen zu ungewöhnlich hohen Kosten- und Preisanstiegen bei Kommunikationsagenturen. Mehr als ein Drittel der Dienstleister kann die Mehrkosten jedoch nicht beim Kunden weiterberechnen, wie eine aktuelle Branchenumfrage unter knapp 300 Teilnehmern zeigt. Zur Existenzsicherung müssen neue Strategien ergriffen werden. Eine von der Marketingberatung cherrypicker durchgeführte Umfrage beleuchtet die auseinanderklaffende Sichtweise von Unternehmen und Agenturen in der Kommunikations- und Werbebranche. Alle Ergebnisse sind im Whitepaper „Der Preis des Preises“ zusammengefasst.

Preistreiber wie Personal-, Energie- und Mietkosten setzen die Agenturlandschaft stark unter Druck. Jedoch können nicht alle Dienstleister die gestiegenen Mehrkosten an ihre Kunden weitergeben. Obwohl die Kosten auf

Agenturseite in den letzten zwölf Monaten um bis zu 35 Prozent gestiegen sind, werden Honorare durchschnittlich nur um ein bis fünf Prozent erhöht – das ist das Ergebnis der Branchenumfrage, für die mehr als 230 Agenturen und über 50 Unternehmen im November 2023 online befragt wurden.

Klar ist, wenn bei steigenden Kosten die Umsätze gleichbleiben oder gar zurück gehen, sind Liquiditätsprobleme vorprogrammiert. Daher sind Agenturen gezwungen ihre Strategie, Preispolitik und Kostenstruktur zu überdenken. Laut Umfrageergebnissen wird knapp die Hälfte der Agenturen eine Kombination aus kurz- und langfristigen Maßnahmen ergreifen, um bei gleichbleibenden oder reduzierten Honoraren ihre Existenz zu sichern.

Zu den genannten Strategien zählen kosten-senkende Maßnahmen, eine stärkere Fokussierung auf das Neugeschäft oder auch die Ver-

änderung des Leistungsumfangs bei den Bestandskunden. Über 50 Prozent der Auftraggeber teilen die Einschätzung in Puncto „Leistungsumfang und Qualität reduzieren“. Bei der Einschätzung „Neugeschäft“ liegen Auftraggeber und Dienstleister weit auseinander. Rund 45 Prozent der Agenturen beabsichtigen verstärkt in Neugeschäft zu investieren. Das ist dreimal mehr als von Kundenseite erwartet.

Neben zahlreichen weiteren Insights gibt die Umfrage Aufschluss darüber, welche Faktoren einschränken und wie Gestaltungsräume besser genutzt werden können. Ein überraschendes Ergebnis in diesem Zusammenhang ist, dass bei über 75 Prozent das Thema „Preiserhöhung“ von Agenturen gar nicht thematisiert wurde. Ergebnisse, Erkenntnisse und Entwicklungen sind im kostenlosen Whitepaper „Der Preis des Preises“ zusammengefasst und kostenlos im Web abrufbar.



Außenansicht des CCH – Congress Center Hamburg (Foto: Hamburg Messe und Congress/Piet Niemann)



OMR23 bei der Hamburg Messe (Foto: OMR/Julian Huke)



Heiko M. Stutzinger und Uwe Fischer (v. l., Foto: Hamburg Messe und Congress/Michael Zapf)

Hamburg Messe und Congress

## Weiter auf Wachstumskurs

Eine Straßensperrung, ein Weltrekord und ein fast geheimes Megaevent im CCH – Congress Center Hamburg zählten zu den Besonderheiten des Jahres 2023, das mit 80,7 Millionen Euro – ein Plus von 19 Prozent gegenüber dem Referenzjahr 2019 – zum umsatzstärksten ungeraden Jahr seit Bestehen der Hamburg Messe und Congress (HMC) geworden ist. Noch besser soll es 2024 werden, wenn mit 133,7 Millionen Euro der bislang höchste Umsatz der Firmengeschichte und ein positives Jahresergebnis angepeilt wird. Damit setzt die HMC unter dem seit Jahresbeginn verantwortlichen CEO-Duo Uwe Fischer und Heiko M. Stutzinger ihren durch Corona zeitweise unterbrochenen Wachstumskurs fort.

554.271 Menschen haben im Jahr 2023 sieben eigene Messen und 34 Gastveranstaltungen auf dem Hamburger Messegelände besucht. Hinzu kamen 125.971 Gäste der 56 Veranstaltungen im neuen CCH, das erstmals seit seiner Revitalisierung ein komplettes Veranstaltungsjahr verbuchen konnte. Auch für die Hamburg Messe und Congress als Gesamtunternehmen war 2023 das erste vollständige Veranstaltungsjahr seit 2019.

Die herausragende Eigenveranstaltung im Jahr 2023 war neben der Internorga das noch junge Community-Event Polaris Convention, dessen Tickets für zwei der drei Tage bereits vor Eröffnung ausverkauft waren. Die Polaris wird bei ihrer dritten Auflage 2024 nun fünf, statt wie bislang zwei Hallen, bespielen. Als überaus erfolgreich erwies sich eine ungewöhnliche und zunächst einmalige Kooperation zwischen der Reisen & Caravaning Hamburg und den Hamburger Motorrad Tagen. Das Kombiticket für die parallel laufenden Messen nutzten im Februar 2023 mehr als 100.000 Menschen. Für eine Besonderheit sorgte auch das OMR-Festival: Aus Gründen der Verkehrssicherheit wurde die Karolinenstraße zum Schutz der rund 70.000 Besuchenden zwischen den beiden Messegeländen im Mai erstmals für zwei Tage für den Autoverkehr gesperrt. Strenge Sicherheitsvorkehrungen und Verschwiegenheitsauflagen galten im CCH für die VW Brand Experience im März 2023. Bei dem Megaevent präsentierte der Konzern gut 13.000 Handelsvertretern aus rund 60 Ländern insgesamt 14 Fahrzeuge der kommenden vier Jahre.

Das CCH erzielte mit 18,6 Millionen Euro den höchsten Jahresumsatz seit seiner Eröffnung 1973. Jedoch machten sich 2023 negative Effekte bemerkbar, so dass die Hamburg Messe und Congress mit einem vorläufigen Jahresergebnis von -43,4 Millionen Euro abschließt, obwohl sie das Umsatzziel von 73,1 Millionen Euro um zehn Prozent übertroffen hat. Besonders die hohen Kosten von 22 Millionen Euro für das Immobilienleasing sowie stark gestiegene Energiepreise, deutlich höhere Kosten für Dienstleistungen und ebenfalls steigende Instandhaltungskosten hätten laut HMC zu diesem Ergebnis beigetragen. Gleichzeitig investiert das Unternehmen insbesondere in die Digitalisierung, um für zukünftige Herausforderungen gut aufgestellt zu sein.

CEO Uwe Fischer: „Auf unserem Weg in die Profitabilität hat Corona uns nur gebremst, aber nicht aufgehalten. 2024 werden wir mit 133,7 Millionen Euro gut 20 Prozent über unserem besten Umsatz aus dem Jahr 2016 liegen.“ Aktuell stehen für 2024 neun HMC-eigene Messen, rund 40 Gastveranstaltungen sowie 50 CCH-Veranstaltungen, darunter auch Konzerte, im Terminkalender.

### XAVER-AWARD 2024 STARTET EINREICHUNGSPHASE

Am 1. Februar startete die Einreichungsphase des Xaver-Awards 2024, durchgeführt von der Swiss LiveCom Association Expo Event. Die Bewerbung für den Award der Schweizer LiveCom-Branche ist bis zum 30. April 2024 möglich. Die eingereichten Projekte müssen zwischen dem 1. Februar 2023 bis 30. April 2024 umgesetzt worden sein. Anmeldungen

vor dem 15. März 2024 profitieren von einer reduzierten Early-Bird-Einreichungsgebühr.

Ausgewählt und bewertet werden die Einreichungen von einer fachkundigen Jury, die sich aus Dany Waldner (Jury-Präsident, Dipl. Architekt ETH, waldner partner), Norbert Egli (Head of Branding), Maximilian Souchay (Managing Partner), Andrea Meier (Head of Partnership &

Live Experience), Mauro Testerini (Innenarchitekt, Szenograf, Designer, Ausstellungsmacher und Projektleiter) und Nadine Imboden (Showproduzentin, Regisseurin, Choreografin) zusammensetzt.

Am 10. September 2024 soll die Award-Show in den Hallen von JED Events in Zürich/Schlieren stattfinden.





Der Prolight + Sound Future Hub soll Aus- und Weiterbildungsangebote, Karriereplanung und Jobbörse bündeln (Foto: Jochen Günther)



Der Future Talents Day am 22. März 2024 gibt Einblicke in Berufsfelder und Karrierewege in der Veranstaltungsbranche (Foto: Messe Frankfurt)

Talentförderung auf der Prolight + Sound 2024

## Campus & Career

Vor dem Hintergrund aktueller technologischer Innovationen zeichnet sich nun ein tiefgreifender Wandel des Arbeitsmarktes ab. Was als Konstante bleibt: Die Zukunft einer Branche hängt vor allem von der Qualität ihres Nachwuchses ab. Als Leitmesse der Event-Technology-Industrie will die Prolight + Sound daher ihren Fokus auf die Förderung junger Talente setzen. Mit einem der europaweit größten Jobmärkte des Sektors bietet sie zudem Fachkräften auf Stellensuche eine Plattform.

Im Zentrum des Karriere- und Ausbildungsangebots der Prolight + Sound 2024 steht der Future Hub in Halle 11.0. Untergliedert in den Campus, das Career Center, die Start-up Area und die Networking Lounge soll das Areal die Anlaufstelle für die Profis von heute und morgen werden. Ressourcenschonend konstruiert und durch Ökostrom gespeist, setzt es ein Zeichen für Energieeffizienz und Nachhaltigkeit.

Auf dem Campus informieren namhafte Bildungseinrichtungen über Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten in der Eventbranche und beraten den Nachwuchs bei der Karriereplanung. In Kooperation mit dem VPLT (Verband für Medien- und Veranstaltungstechnik)

sind unter anderem die Berliner Hochschule Innovationen zeichnet sich nun ein tiefgreifender Wandel des Arbeitsmarktes ab. Was als Konstante bleibt: Die Zukunft einer Branche hängt vor allem von der Qualität ihres Nachwuchses ab. Als Leitmesse der Event-Technology-Industrie will die Prolight + Sound daher ihren Fokus auf die Förderung junger Talente setzen. Mit einem der europaweit größten Jobmärkte des Sektors bietet sie zudem Fachkräften auf Stellensuche eine Plattform.

Wer auf Jobsuche ist oder sich für Karriere-möglichkeiten in der Event-Industrie interessiert, soll im Career Center richtig sein. Nachwuchs- und Fachkräfte können hier mit Arbeitgebern in Kontakt treten, die offene Positionen zu besetzen haben. Mit gut 1.600 stellensuchenden Eventprofis bei der letztjährigen Show hat sich die Prolight + Sound als Plattform für Unternehmen auf der Suche nach qualifiziertem Personal etabliert. So wollen auf der kommenden Veranstaltung unter anderem Leyendecker, Aventem, Riedel Communications und viele andere die Möglichkeit nutzen, neue Fachkräfte zu rekrutieren.

In der Start-up Area präsentieren Unternehmen aus dem Veranstaltungssektor junge Marken, die seit maximal fünf Jahren am Markt

sind. Im Fokus stehen dabei Produkte und Konzepte, die Einblicke in die Zukunft der Eventbranche geben.

Die redesignte Networking Lounge bietet Raum zum Entspannen und Netzwerken. Hier werden essenzielle Zukunftsthemen der Branche diskutiert und Impulse für eine nachhaltigere Veranstaltungsindustrie gesetzt.

Beim Future Talents Day am 22. März 2024 steht der Nachwuchs des Event-Technology-Sektors im Fokus. Das Format richtet sich speziell an Schüler, Auszubildende und Studenten und soll diese aktiv bei ihrem Einstieg ins Berufsleben unterstützen. Exklusive Führungen und interaktive Workshops geben jungen Talenten Einblick in die unterschiedlichen Berufsfelder der Branche.

Die Prolight + Sound findet vom 19. bis 22. März 2024 statt und bietet als Leitmesse der Entertainment-Technology-Branche ihrem Publikum die gesamte Palette der Veranstaltungstechnik. Besucher können sich auf ein Weiterbildungs- und Vortragsprogramm, neue Community Nights in exklusiven Locations sowie Live Performances international bekannter Künstler freuen.

gestattet ist, Mitte des Jahres für 2.000 Key Player der Marken Thermomix und Kobold in Stockholm inszenieren. Als Lead-Agentur übernimmt Pioneers Live sowohl die ganzheitliche Konzeption von Storytelling, Spatial Design und Guest-Journey als auch die Umsetzung und Koordination aller operativen Gewerke.

Der VIAN Event bildet den Abschluss eines internationalen Vertriebswettbewerbs und ehrt die wichtigsten Vorwerk-Akteure aus 16 Ländern. Johannes Keller, Geschäftsführer von Pioneers Live: „Für das Projekt setzen wir auf ein starkes Narrativ, immersive Erlebnisse und beeindruckende Räume“.



(alle Grafiken: UFI)

UFI legt 32. Ausgabe des Global Exhibition Barometer vor

## Flagship-Studie

Der Weltmesseverband UFI hat die neueste, 32. Ausgabe seiner Flagship-Studie „Global Exhibition Barometer“ veröffentlicht, die den aktuellen Zustand der Messebranche dokumentiert. Die Ergebnisse zeigen, dass sich die Messebranche in den meisten Märkten weltweit im Jahr 2023 vollständig von dem Einbruch der Pandemie erholt hat und die Umsätze im Durchschnitt ein vergleichbares Niveau wie 2019 erreichten. Die Aussichten für das Jahr 2024 sind laut Barometer positiv: Der Umsatz wird voraussichtlich um durchschnittlich 15 Prozent steigen, sodass die Branche im Jahr 2024 einen Rekordumsatz verzeichnen soll.

Weltweit geben 52 Prozent der Unternehmen an, dass sie planen, ihre Belegschaft in den kommenden sechs Monaten zu erhöhen, und 45 Prozent geben an, dass sie die derzeitige Personalzahl stabil halten werden. „Wirtschaftslage im Heimatmarkt“ ist das dringlichste Thema (22 Prozent der Antworten weltweit), gefolgt von „Globale wirtschaftliche Entwicklungen“ (17 Prozent der Antworten). Weltweit besteht ein überwältigender Konsens darüber, dass KI die Branche beeinflussen wird. 91 Prozent der Unternehmen geben dies an, gegenüber 87 Prozent in der vorherigen Ausgabe.

„Unser Bericht zeigt, dass die Messebranche nicht nur im Jahr 2023 das Niveau vor der Pandemie erreicht hat, sondern auch im Jahr 2024 wachsen will und weltweit viele neue Arbeitsplätze im Messewesen entstehen. Diese gute Nachricht geht einher mit der Verschiebung der Geschäftsprioritäten, bei der wirtschaftliche und ökologische Überlegungen deutliche Fortschritte verzeichnen“, sagt Kai Hattendorf, Geschäftsführer und CEO von UFI. Die neueste

Ausgabe der halbjährlichen Branchenumfrage von UFI wurde im Januar 2024 abgeschlossen und umfasst Daten von 419 Unternehmen in 61 Ländern und Regionen. Die Studie umfasst auch Ausblicke und Analysen für 19 Schwerpunktländer und -regionen sowie fünf weitere aggregierte regionale Zonen.

Im Jahr 2023 kam es zu einer vollständigen Erholung der Messen, wobei die Einnahmen im Durchschnitt ein vergleichbares Niveau wie 2019 erreichten. Der Ausblick ist sehr positiv, im Jahr 2024 wird mit einem Umsatzwachstum von durchschnittlich 15 Prozent gerechnet. Die Einnahmen von 2023 im Vergleich zu 2019 variieren dabei, während an der Spitze Länder wie Indien mit 127 Prozent oder Spanien mit 120 Prozent liegen, befindet sich Deutschland deutlich weiter hinten mit gemeldeten 82 Prozent. Beim Betriebsgewinn im Vergleich zum Niveau von 2019 verkündet rund die Hälfte der Unternehmen für 2023 eine Steigerung von mehr als zehn Prozent, jedes vierte eine stabile Entwicklung. Im Vergleich zum Jahr 2022 vermelden sechs von zehn Unternehmen einen Anstieg von mehr als zehn Prozent.

Bei den dringlichsten Herausforderungen hebt diese Ausgabe wesentliche Veränderungen im Vergleich zur vorherigen Ausgabe des Barometers hervor, die vor sechs Monaten veröffentlicht wurde. Das dringlichste Geschäftsproblem, das in dieser Ausgabe genannt wird, ist „Wirtschaftslage im Heimatmarkt“ (22 Prozent der Antworten weltweit – verglichen mit 14 Prozent vor sechs Monaten – und das Hauptproblem in allen Regionen und den meisten Märkten). Insgesamt sind „globale wirtschaftliche Entwicklungen“ weltweit das zweitwichtigste Thema, gefolgt von „ge-

opolitischen Herausforderungen“. „Interne Managementherausforderungen“ und „Auswirkungen der Digitalisierung“, die vor einem halben Jahr noch die Top-2-Themen waren, wurden nun auch von „Wettbewerb innerhalb der Messewirtschaft“ und „Nachhaltigkeit/Klima“ überholt.

Eine Analyse nach Branchensegmenten (Veranstalter, reiner Veranstaltungsort und Dienstleister) zeigt keine Unterschiede hinsichtlich der drei drängendsten Probleme für Veranstalter und Dienstleister, nämlich „Wirtschaftslage im Heimatmarkt“, „Globale wirtschaftliche Entwicklungen“ und „Geopolitische Herausforderungen“.

Zum zweiten Mal stellte die 32. Barometer-Umfrage eine spezifische Frage zu den Auswirkungen von KI auf die Messebranche. Ziel war es, die aktuelle Nutzung von KI in verschiedenen Geschäftsfunktionen zu bewerten und zukünftige Erwartungen abzuschätzen.

91 Prozent der Befragten sind demnach der Meinung, dass KI Auswirkungen auf die Branche haben wird, im Vergleich zu 87 Prozent in der vorherigen Ausgabe. Die Bereiche, die voraussichtlich am stärksten von der Entwicklung der KI betroffen sein werden, sind: „Vertrieb, Marketing und Kundenbeziehungen“ sowie „Forschung & Entwicklung“ (beide 80 Prozent) und „Eventproduktion“ (65 Prozent). Genau in diesen Bereichen werden generative KI-Anwendungen bereits am häufigsten eingesetzt.

Im Einklang mit dem Ziel von UFI, wichtige Daten und Best Practices für die gesamte Messebranche bereitzustellen, können die Ergebnisse unter [www.ufi.org/research](http://www.ufi.org/research) heruntergeladen werden. Die nächste UFI Barometer-Umfrage wird im Juni 2024 durchgeführt.



Big Rösti Winterwelt in Ludwigsburg  
(Foto: Milla & Partner/Günther Bayerl)

McDonald's und Scholz & Friends setzen auf Milla & Partner

## Big Rösti Winterwelt

Der McDonald's Big Rösti ist ein Burger, den es nur im Winter und für eine begrenzte Zeit gibt. Als Kulisse für einen TV-Spot zur Rückkehr des Burgers, inszenierte Milla & Partner für Scholz & Friends und dessen Kunden McDonald's im Innenhof des Barockschlosses Ludwigsburg die „Big Rösti Winterwelt“. Nach Beendigung der Dreharbeiten wurde diese vier Tage lang auch für das Publikum geöffnet.

Im Innern des begehbaren Schneeballs tauchten die Besucher in eine immersive, medial inszenierte Winterwunderwelt ein, die in einer 360-Grad Kuppelprojektion zum Leben erweckt wurde. Die Experience, als Show konzipiert, dauerte acht Minuten – am Höhepunkt gab es für alle Besucher dann einen Big Rösti auf die Hand.

Die Konstruktion des Schneeballs folgt dem Prinzip einer Traglufthalle. Die Grundfunktionsweise basiert auf einer speziellen Hülle, die durch Überdruck stabilisiert wird. So entsteht ein neun Metern hoher Kugelbau mit einem Durchmesser von zwölf Metern, dessen visuelle Leichtigkeit die Komplexität des Baus kaum er-

ahnen lässt. Drinnen ist das untere Drittel der Hülle mit einer stilisiert gebauten, verschneiten Berglandschaft verkleidet, eine malerische Hütte steht in der Mitte. Der Raum wird mit einer sieben Meter hohen 360-Grad-Projektion bespielt.

Das Publikum findet sich im Innern der Schneekugel in einer magisch anmutenden Winterwelt wieder. Über berührungsempfindliche Flächen können Besucher mit der Projektion interagieren und sie gemeinsam zum Leben erwecken. Mit der beginnenden Morgendämmerung entfaltet sich ein 360-Grad Winterpanorama, welches das Publikum einen vollgepackten Wintertag in Zeitraffer erleben lässt: Vom Sonnenaufgang über den Tag bis zu den Nordlichtern in der Nacht

spielen sich in dem Panorama rundherum viele kleine Geschichten ab, wie in einem

Wimmelbild. Eine Schneeballschlacht bringt die Kuppel zum Erfrieren und plötzlich scheint alles unter einer majestätischen Eisdecke zu erstarren. Doch dann verändert sich die Atmosphäre wieder:

warmes Licht erhellt die Szenerie, plötzlich öffnen sich die Fensterläden der McDonald's-Hütte – und aus der Hütte heraus wird allen Gästen ihr Big-Rösti überreicht.

„Nur wenn die Besucher durch gemeinsame Interaktion den Raum mit ihren Winterwünschen füllen, erwecken sie die Winterwelt zum Leben – eine Welt, in der ständig etwas passiert, in der packende Momente und stimmungsvolle Szenen ineinander greifen, in der große und kleine Geschichten jeden die schönsten Wintermomente erleben lassen“, erklärt Robin Palleis von Milla & Partner.

Nur zwei Monate standen Milla & Partner vom ersten Briefing bis zur Fertigstellung des Projektes zur Verfügung. Zu den Aufgaben zählten die Suche einer stimmungsvollen Location in zentraler Lage trotz Weihnachtsmarkt-Zeit, Entwurf und Ausführungsplanung der Schneeball-Konstruktion, die Entwicklung der Storyline und Gestaltung des Innenraums, die Entwicklung und Umsetzung der medialen Show sowie Abstimmung mit den Behörden für den Innenhof des Barockschlosses.

Schachzug mit Volkswagen auf der CES

## Pressekonferenz und Keynote Show

Die Kreativagentur Schachzug aus Erlangen hat für ihren Kunden Volkswagen und dessen Partner Cerence die Pressekonferenz und Keynote Show auf der Consumer Electronic Show (CES) 2024 im Mandela Bay Resort in Las Vegas konzipiert und umgesetzt.

Auf der Veranstaltung am zweiten Medientag der weltgrößten Technologiemesse thematisierte Volkswagen, langjähriger Auftraggeber von Schachzug, die Integration von Artificial Intelligence beziehungsweise ChatGPT in alle Volkswagen-Serienmodelle ab dem zweiten Quartal 2024. Darüber hinaus wur-

de das Facelift des Golf GTI kommuniziert und als besonderer Eyecatcher im Camouflage gezeit.

Schachzug übernahm Verantwortung als Lead- und Full-Service-Agentur. Der Auftragsumfang der Agentur für Markenkommunikation umfasste die Kreation der kompletten Show, die Produktion aller Medieninhalte sowie das Camouflage Design des Golf GTI. Alle Leistungen wurden inhouse umgesetzt. Auch die Event-Organisation und -Realisierung inklusive der Produktionsleitung vor Ort zählten zum Leistungsumfang.

Zudem organisierte und leitete Schachzug eine Guided Tour über die CES, an der Kunden, Partner und Presse am ersten Veranstaltungstag teilnahmen. Seit 2016 veröffentlicht das Kreativunternehmen jährlich den Report mit dem Schwerpunkt Brand Experience und Experiential Communication von der wichtigsten Innovationsplattform der Welt – so auch in diesem Jahr.

Dieser wird ausschließlich von Schachzug präsentiert und dient den Kunden als Inspirationsimpuls für die Fachabteilungen in den Bereichen Kommunikation und Marketing.



Tech Boost Summit in München (Foto: Meta)

Forschungsergebnisse zum Potenzial von VR für Trainings

## Möglichkeiten von Virtual Reality

Das Münchener Unternehmen Straightlabs hat im Rahmen des „Tech Boost Summit“ am Münchner Standort von Meta die ersten Ergebnisse seines Forschungsprojekts zum Potenzial von XR (Mixed Reality)-Technologien für Bildung und Lernen veröffentlicht. In Zusammenarbeit mit Bertrand und fünf weiteren deutschen Unternehmen, die global in verschiedenen Branchen aktiv sind, wurde das Potenzial von Virtual Reality (VR) für interkulturelles Training untersucht. Dafür wurde die VR-Trainingsanwendung „The Others' Thoughts“ entwickelt, die es ermöglicht, interkulturelle Kompetenzen im Arbeitsalltag durch drei realitätsnahe Szenarien zu verbessern. Das Forschungs-

projekt ist Teil des internationalen Forschungsprogramms „Immersive Learning Fund“, das Meta letztes Jahr zusammen mit Universitäten und Think Tanks aus ganz Europa gestartet hat.

Das Forschungsdesign und die Methodik des Projekts kombinieren quantitative und qualitative Daten, um die Wirksamkeit des VR-Trainings zu bewerten. Die Studienteilnehmer waren von dem VR-Training begeistert und lobten es für seine lehrreiche und unterhaltsame Art sowie für die einfache Bedienung.

Das belegen auch die Ergebnisse der Studie: 83 Prozent der Teilnehmenden bewerteten das Training als sehr nah an realen Praxisituationen. Dies ist ein entscheidender Aspekt,

da realistische VR-Umgebungen zu erhöhtem Engagement und Konzentration der Teilnehmenden führen und dadurch den Transfer in reale Situationen erleichtern. Außerdem berichteten 81 Prozent der Teilnehmenden von einem erhöhten Bewusstsein für interkulturelle Nuancen sowie verbesserten interkulturellen Kommunikationsfähigkeiten und 96 Prozent sprachen sich für mehr VR-Trainings in ihrem Unternehmen aus. Insgesamt verdeutlicht das Forschungsprojekt das Potenzial von VR als transformatives Werkzeug für zukunftsorientierte Trainingsprogramme.

Das Whitepaper inklusive der Studienergebnisse steht im Web zur Verfügung.

Das Whitepaper inklusive der Studienergebnisse steht im Web zur Verfügung.

Von Content Creation bis Community Management

## Bitkom veröffentlicht Leitfaden über KI im Marketing

Der neue Leitfaden „Künstliche Intelligenz im digitalen Marketing“ des Bitkom will Orientierung für Marketing-Profis und Entscheidungsträger im Bereich des digitalen Marketings schaffen, die generative KI künftig nutzen wollen. Anhand von Praxisbeispielen aus verschiedenen Branchen wird beleuchtet, wie alltägliche Marketingaufgaben mithilfe von KI effizienter und qualitativ hochwertiger gestaltet werden können.

„Ob automatisierte Content-Vorschläge, optimierter Kundendialog oder dynamisch angepasster Marketingmix – KI kann Marketing einfacher und schneller machen, indem zum Beispiel Routineaufgaben automatisiert ablaufen. Gleichzeitig erschließt KI aber auch neue Wege der Datenanalyse und Kundenansprache“, sagt Dr. Florian Bayer, Bereichsleiter Digital Marketing & Vertrieb beim Bitkom. „Marketingabteilungen bringen dabei unterschiedliches Vorwis-

sen und Strukturen mit. Der Leitfaden zeigt daher nicht nur die großen Potentiale von KI für das Marketing generell auf, sondern gibt Hilfestellungen, wie individuell passende Anwendungsfälle identifiziert und ausgestaltet werden können. Statt abzuwarten, gilt es auszuprobieren – die Einstiegshürden für den KI-Einsatz sind so niedrig wie nie.“

Die Publikation steht online kostenlos zum Download bereit.

ALLSEATED WIRD ZU PRISMM UND LAUNCHT 3D TECHNOLOGIEPLATTFORM

Allseated, eine SaaS-Lösung für Bestuhlungsplanung und virtuelle Eventplanung, gibt seinen neuen Firmennamen Prismm bekannt. Das Rebranding des Unternehmens und die Konzentration auf 3D Space Design sollen die weitere Expansion vorantreiben. Mit der Prismm-Plattform können Veranstaltungsorte und

Event-Profis maßgeschneiderte virtuelle Begehungen von physischen Räumen für Kunden und Interessenten erstellen. Spaces jeglicher Art lassen sich dynamisch und gemeinschaftlich präsentieren. Prismm ermöglicht die Erstellung dynamischer 3D-Layouts und -Erlebnisse in nur wenigen Minuten. Eventplaner

können räumliche und Cloud-basierte Dienste nahtlos in ihre Arbeitsprozesse integrieren. Digitale Zwillinge und die fotorealistische Modellierung ermöglichen virtuelle Rundgänge. Alle Gewerke können die virtuellen Kollaborationstools von Prismm nutzen, um in Echtzeit in einem virtuellen Raum zusammenzuarbeiten.



Südfranzösische Metropole positioniert sich als MICE-Destination

# Eventlocations in Toulouse



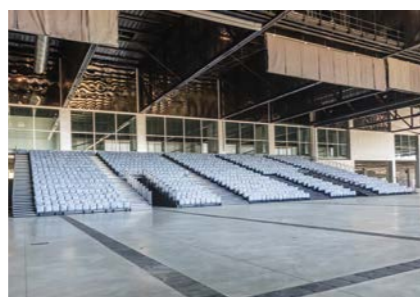
Eventräume in The Social Hub Toulouse (Foto: TSH Management)

ALS VIERTGRÖSSTE STADT FRANKREICHS UND HAUPTSTADT DER VERWALTUNGS-REGION OKZITANIEN (FRANZÖSISCH: OCCITANIE) POSITIONIERT SICH TOULOUSE ALS STADT DER KREATIVITÄT UND DYNAMIK, UM B2B-EVENTS UNTER DEN BESTEN BEDINGUNGEN DURCHZUFÜHREN. EIN KRÄFTIGES WIRTSCHAFTLICHES UMFELD UND EIN DICHTES FORSCHUNGS- UND INNOVATIONSÖKOSYSTEMS VERBINDET SICH HIER MIT EINER RUND 2.000-JÄHRIGEN GESCHICHTE UND EINEM VIELFÄLTIGEN KULTURELLEN LEBEN.

Toulouse als Ziel für B2B-Events wird vom Toulouse Convention Bureau und einem lokalen Netzwerk aus mehr als 150 MICE- und Veranstaltungsdienstleistern unterstützt, die sich zusammengeschlossen haben, um die Destination Toulouse zu fördern. Highlights der Bestrebungen der letzten Jahre sind die Einführung des Global Destination Sustainability Index (GDS-Index) durch das Convention Bureau sowie nicht zuletzt die Eröffnung des Kongresszentrums Meett Ende 2020. Diese Location und eine Reihe anderer Neuzugänge stellen wir nachfolgend vor.

## KONGRESSZENTRUM MEETT

Meett ist das im Herbst 2020 eröffnete Ausstellungs- und Kongresszentrum von Toulouse. Das 195.000 qm große Zentrum liegt am Schnittpunkt von Stadt und Land: Es verbindet urbanisierte Grundstücke im Süden, die hauptsächlich der Luftfahrt gewidmet sind, darunter der Flughafenhangar von Airbus, mit einer Agrarlandschaft im Norden. Das Gelände verbindet eine Reihe modularer Messehallen im Norden mit einem Kongresszentrum und einer multifunktionalen Veranstaltungshalle im Süden sowie einem Empfangsbereich im Zentrum mit einem Parkplatz für 3.000 Autos.



Kongresszentrum Meett (Foto: meett.fr)

Die Ausstellungshalle bietet insgesamt 40.000 qm Präsentationsfläche, die entweder als eine große Ausstellungsfläche fungieren oder in modulare Hallen unterteilt werden kann, die durch einen mechanisierten Vorhang getrennt sind. Zwei erhöhte Zwischengesosse an beiden Enden der Halle bieten Platz für Empfänge oder VIP-Programme und bieten gleichzeitig einen Blick auf die Haupträume.

Im Zentrum des Meett empfängt ein 32.700 qm großer Empfangsbereich im Erdgeschoss die Besucher der Messehallen, der Außenausstellung und des Kongresszentrums.

Der südliche Teil von Meett besteht aus einer multifunktionalen Veranstaltungshalle und einem Kongresszentrum, die in einem einzigen Gebäude zusammengefasst sind und auch direkt von der Rue Centrale aus zugänglich sind. Das gesamte Gebäude lässt sich zudem in zusätzliche Ausstellungsflächen auf zwei Ebenen umwandeln.

Das Gebäude der Veranstaltungshalle und des Kongresszentrums setzt auf ein System aus beweglichen vertikalen Fensterläden und horizontalen Trennwänden die es möglich machen, in wenigen Minuten in eine Vielzahl von Raum-Konfigurationen zu kreieren, von klei-

nen Besprechungsräumen in den oberen Etagen des Kongresszentrums bis hin zu offenen Räumen mit natürlichem Licht im Erdgeschoss.

Das zweistöckige Kongresszentrum ist für die Ausrichtung professioneller Veranstaltungen für bis zu 10.000 Personen konzipiert. Dieser 15.000 qm große Veranstaltungsort ist vollständig modular aufgebaut und kann gleichzeitig eine Plenarsitzung sowie eine Vielzahl von Veranstaltungen abhalten: Cocktails, Restaurant und Ausstellung.

Eine 13 m hohe Schiebefassade an der Ostseite der Veranstaltungshalle lässt sich öffnen und ermöglicht die Fortsetzung von Innenveranstaltungen auf dem Außenveranstaltungsplatz. Insgesamt verfügt der Südstreifen über eine Gesamtmietfläche von 65.000 qm innerhalb und 40.000 qm außerhalb des Messegeländes.

Die Navigation rund um Meett ist einfach – die Routen sind intuitiv und sollen es den Besuchern in Kombination mit Informationsschildern im gesamten Komplex leicht, sich zurechtzufinden. Darüber hinaus verringert die Kompaktheit der Messe die Entfernungen, die das Publikum während seines Besuchs zurücklegen muss. Das gesamte Gebiet ist für schwere Fahrzeuge zugänglich und verfügt über einen separaten Ein- und Ausstiegspunkt.

## THE SOCIAL HUB

Seit der Eröffnung im September 2022 befindet sich das Hotel The Social Hub (TSH) im Stadtzentrum von Toulouse, zentral vor dem Place de l'Europe und neben dem Japanischen



Eventräume in The Social Hub Toulouse (Foto: TSH Management)

Garten im Universitäts- und Geschäftsviertel Compans Caffarelli. Das Community-Konzept des Hauses kombiniert ein modernes Hotel mit 164 Zimmern, ein Studentenwohnheim mit 190 Zimmern, gemeinschaftliche Wohnbereiche und Räume für längere Aufenthalte mit einem Workcafé, einem Fitnessstudio, Terrassen, einer Bar, Terrassenbereiche mit Patio und eine Dachterrasse mit Swimmingpool.

TSH will dabei mehr als ein Hotel sein und organisiert für Kunden alle Arten von Veran-

staltungen – Workshops, Ausstellungen, Konzerte, Konferenzen und vieles mehr. An Tagungs- und Veranstaltungsräumen bietet das Hotel mehrere voll ausgestattete Räume in verschiedenen Größen – von 35 bis 45 Qua-

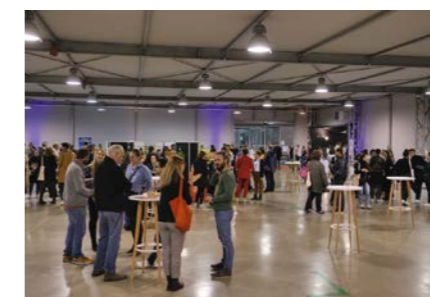


Eventräume in The Social Hub Toulouse (Foto: TSH Management)

dratmeter, die teilweise auch kombiniert werden können. Auch die Dachterrasse mit Swimmingpool, ein Workcafé, die Flex Lobby oder ein stylisches Kino können als Räume für Veranstaltungen angemietet werden. Mit seinen Restaurants und Catering-Paketen bietet The Social Hub zudem alles für Cocktailpartys, After-Meeting-Buffets oder Dinner-Events. Hier kann das Workcafé oder die Rooftop-Bar als Location dienen.

## LE GRAND MARCHÉ BY MIHARU

Die Location Le Grand Marché by Miharuru ist ein 10.000 qm großer Komplex in der Avenue des États-Unis, nur wenige Minuten vom historischen Zentrum von Toulouse und dem Flughafen Blagnac entfernt. Hier stehen für Veranstaltungen fünf ebenerdige Räume im Industrielstil zur Verfügung, die durch Kombinationsmöglichkeiten auch größere Veranstaltungen mit bis zu 10.000 Personen beherbergen können. Das „Carreau des Pépinières“ bietet als größter Raum mit fast 5.000 Quadratmetern Platz für bis zu 5.000 Personen bei Cocktail-Empfängen. Ansonsten kann diese Fläche auch als Parkplatz oder Lagerfläche für technische Dienstleister und Caterer genutzt werden.



Le Grand Marché by Miharuru (Foto: Miharuru)

Das „Carreau des Producteurs“ ist knapp 3.500 Quadratmeter groß, verfügt über eine außergewöhnliche Deckenhöhe und einen Tageslichtkorridor und kann als Schauplatz von Events mit bis zu 3.500 Personen dienen. Eine Bühne kann hinzugefügt werden, um beispielsweise ein Galadinner durchzuführen. „La Halle aux Fleurs“ ist ein kleinerer, geschlossener Raum, etwa um einen Veranstaltungstag ausklingen zu lassen. 1.000 Personen können unter diesem Dach im Herzen des „Grand Marché“ zum Cocktailempfang empfangen werden. „La Verrière“ dagegen ist ein 552 qm großer Raum mit einem atypischen Glasdach, während das „Park'In“ eine 745 qm große Fläche bietet und in einen Empfangsbereich für die Gäste umgewandelt werden kann.

## L'ORANGERIE DES DEMOISELLES

L'Orangerie des Demoiselles ist ein traditionelles Herrenhaus in Frouzins, etwa 20 Minuten von Toulouse und dem Flughafen entfernt, das auf einem rund 110 Hektar großen Anwesen liegt. Es beherbergt eine Reitschule, eine Schweinefarm sowie nachhaltiges Ackerland.



L'Orangerie des Demoiselles (Foto: L'Orangerie des Demoiselles)

Rund um das Schloss aus dem 18. Jahrhundert gibt es fünf Tagungsräume und zwei Empfangsbereiche, die mehr als 1.000 Quadratmeter Empfangsfläche darstellen, sowie einen riesigen Park und einen Innenhof für die Organisation von Event-Pausen und Cocktails. Die komfortablen Unterkünfte im Herzen des Schlosses oder in den vier Ferienhäusern haben Platz für insgesamt 45 Personen.

Das Team von L'Orangerie des Demoiselles gestaltet individuell zugeschnittene Veranstaltungen. Alle Räume werden so gestaltet, dass sie bis ins Detail den Vorgaben entsprechen. Nur einen Steinwurf von Toulouse entfernt lassen sich so Meetings, Teambuildings, Roadshows, Produkteinführungen, Cocktails, Seminare oder Tagungen in speziellem historischen Ambiente realisieren. Das Haus greift dabei auf eine Reihe von Dienstleistern zurück, die alle Kunden-Anforderungen erfüllen.



## JOBS + KARRIERE

\_ **Ute Poprawe** wird Non Executive Chairwoman und Mitglied des deutschen *DDB Executive Committees* in Frankfurt, **Sebastian Perschke** übernimmt als General Manager das operative Geschäft. Die Kreation wird durch das Creative Director Team **Hendrik Frey** und **Fabian Moretti** verstärkt.

\_ Nach 26 Jahren als Chief Operating Officer (COO) bei *Porsche Deutschland* verabschiedet sich **Martin Bothe** [60] Ende April 2024 in den Ruhestand. Illner begann 1998 bei *Porsche Cars North America*. Nach Porsche-Stationen in Deutschland und der Schweiz folgte 2010 der Wechsel zu *Porsche Cars Canada*. Seit Oktober 2022 leitet er den Sales-Bereich bei Porsche Deutschland.

\_ **Aurélie Alemany** [48] übernimmt den Vorsitz des Vorstandes der *energy AG in Hannover*. Die studierte Verfahrenstechnikerin Alemany ist nach einigen Jahren in der Chemiebranche seit nunmehr 13 Jahren in der Energiewelt erfolgreich. Zuletzt war sie CEO des Speicherherstellers *Senec*, zuvor Geschäftsführerin bei *Yello Strom* und in verschiedenen Führungspositionen der *EnBW*.



Fabian Koch  
(Foto: Mood Studios)

#### FABIAN KOCH IST NEUER BRAND DIRECTOR BEI MOOD STUDIOS

Die Production Agency *Mood Studios* hat sich personell mit **Fabian Koch** als neuem Brand Director verstärkt. Koch war zuvor über zehn Jahre lang im Bereich Live Marketing/Content & Creation bei der *AMAG Import* für *Audi Switzerland* sowie *Swisscom* tätig und bringt eine umfangreiche Expertise in der Emotionalisierung von Marken mit.

In seiner neuen Rolle bei Mood Studios soll Fabian Koch nun eine Schlüsselrolle im Unternehmen einnehmen. Seine vielfältigen Aufgaben umfassen Brand Consulting, die Beratung von Kunden, das Ausarbeiten von kreativen Konzepten, die Leitung von Kampagnen sowie die Umsetzung von Produktionen. Mit seiner langjährigen Erfahrung und seinem tief gehenden Verständnis für Markenentwicklung soll er dazu beitragen, die Position von Mood Studios weiter zu stärken.



Urs Treuhardt  
(Foto: Büro Magma)

#### URS TREUHARDT GRÜNDET EIGENE AGENTUR OCCURSUS

**Urs Treuhardt** [39], seit über 20 Jahren international in der Tourismusbranche und im MICE-Bereich tätig, hat jetzt sein eigenes Unternehmen *occursus* (lat. Begegnung) gegründet. Zuletzt war er Geschäftsführer von *Bodensee-Voralberg Tourismus und Convention Partner Voralberg*.

Unter eigener Flagge will Urs Treuhardt Tagungs- und Kongressformate entwickeln und bei der Neupositionierung von Locations beratend tätig werden. Ein weiterer Schwerpunkt von *occursus* liegt in der Beratung und Entwicklung von MICE-Strategien für Tourismusdestinationen und Convention Bureaus.

Treuhardt ist Mitinitiator der Forschungsplattform *micelab.bodensee*, die sich als Impulsgeberin der Veranstaltungsbereich im deutschsprachigen Raum etabliert hat. Mit dem *data:room* entwickelte Treuhardt gemeinsam mit Netzwerkpartnern einen flexiblen physischen und digitalen Raum, der Menschen dabei unterstützt, faktenbasierte – und damit bessere – Entscheidungen zu treffen.



Nadin und Viktor Fischer, Hans und Anja Schmözl (v.l., Foto Mahavi)

#### VERÄNDERUNGEN BEI DER MAHAVI-GRUPPE

**Markus Bauer**, einer der drei Geschäftsführer bei *Mahavi* in München, ist rückwirkend zum 31. Dezember 2023 aus der Geschäftsführung der *Mahavi GmbH* sowie als Gesellschafter zurückgetreten. Das gab die *Mahavi Gruppe* bekannt.

Gegründet wurde das Unternehmen von Markus Bauer mit **Hans Schmözl** und **Viktor Fischer**. Schmözl und Fischer mit ihren Ehefrauen **Anja Schmözl** und **Nadin Fischer** haben nun die alleinige Geschäftsführung übernommen und wollen die Erfolgsgeschichte der *Mahavi Gruppe* im familiären Sinne fortsetzen.

Die Unternehmen der „Mahavi Family“ repräsentieren eine langjährige Geschichte in der Gastronomie und umfassende Erfahrung in der Hospitality Branche. Ihre Schwerpunkte liegen auf Events, Festivals, Groß- und Klein-Caterings, Arbeitsplatzversorgung, Eventlocations, Restaurants und gastronomischer Beratung.



Christine Bauermann  
(Foto: Wilkenwerk)

#### WILKENWERK VERSTÄRKT MANAGEMENT

Die Livekommunikationsagentur *Wilkenwerk* in Hamburg hat **Christine Bauermann** in den Führungskreis berufen. Sie übernimmt den Posten als Director Operations und unterstützt fortan Agenturinhaberin **Daniela Wilken** unter anderem bei dem weiteren Ausbau des Kundenportfolios sowie der Steuerung und Optimierung der Prozesse.

In ihrer Funktion übernimmt sie die Verantwortung für die operative Leitung der Projektteams, das Qualitätsmanagement sowie die strategische Kundenberatung in der Agentur. **Christine Bauermann** bringt über 15 Jahre Branchenerfahrung im Bereich der Livekommunikation mit und verantwortete als Account Director und Senior Projektleitung Event-Formate für Kunden wie Porsche, Ferrero, Apple, Süddeutsche Zeitung und Pepsi Co. Deutschland.

## MARKETING SERVICES

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

## AUTOMOTIVE EVENT SERVICE / PREMIUM EVENT REINIGUNG



KIWI	Kasinostrasse 19-21	T 0202 89015232
Event Services GmbH	42103 Wuppertal	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.

## DUFTREGIE



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

## EVENT-AGENTUREN

## fischerAppelt, live marketing

fischerAppelt, live marketing GmbH	Widdersdorfer Str. 205 D-50825 Köln	T +49 (0)221 56938-0 live@fischerappelt.de live.fischerappelt.de www.linkedin.com/company/ fischerappelt
	Weitere Standorte:	
	Hamburg	+49 (0)40 899699-0
	Berlin	+49 (0)30 726146-0
	München	+49 (0)89 747466-0

**Wir schaffen einzigartige Markenerlebnisse.**  
Innovativ, interaktiv und immersiv. Ob singuläres Event oder holistische Brand Experience – als Spezialist:innen für Experience Marketing kreieren wir Begegnungsräume, die Menschen emotional involvieren. Strategisch fundiert, kreativ inszeniert und begeistert realisiert!

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

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

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.

## Digitale Ausgaben unter:

# www.blachreport.de



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 900m<sup>2</sup> in Design-Räumen, zwei Außenbereiche mit 1000m<sup>2</sup>, 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.



**Creative Gestaltung**  
GmbH

Creative Gestaltung GmbH  
Internationaler Messebau  
Bühnen- und Kulissenbau  
Beschriftungstechnik  
\_ Alexander Kirchgessner  
\_ Tyson Autenrieth

Heininger Straße 70  
D – 73037 Göppingen

T 0049 (0)7161 - 606 89-0  
F 0049 (0)7161 - 606 89-20  
www.creative-gestaltung.de

Seit über 30 Jahren bringt CG Kreativität und Kompetenz aus Göppingen in alle Welt. Wir gestalten und produzieren „Brand Spaces“ in der digitalen und analogen Welt. Dadurch machen wir Ihre Marke greif- und erlebbar – ob im Internet, im Laden, auf Messen oder Veranstaltungen. Bei uns trifft hochwertiges Design und Werbetechnik auf makellose Ausführung und professionelles Projekt- und Logistikmanagement.

AKTUELLES IM INTERNET \_ WWW.STAGEREPORT.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 / EVENTLOGISTIK / SONDERBAU / EVENTCATERING



**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 – Sonderbau - Eventcatering:  
Repräsentatives Mobiliar, ausgesuchte Zeltsysteme, vielfältiges Zubehör und Sonderbau für Messe und Event aus der eigenen Schreinerei. Ein professionelles Eventcatering für alle Anlässe und in jeder Größenordnung, sowie die hauseigene Eventlogistik runden das Portfolio ab.

**MEDIA BOARD**

Digitale Ausgaben unter:  
[www.blachreport.de](http://www.blachreport.de)



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

MODERATION

Louisa Schlang Hoxbergstraße 29 T 0174 7959893 Charmant. Bezaubernd. Professionell.  
 MODERATION 66822 Lebach info@louisaschlang.de Louisa Schlang ist ausgebildete Moderatorin, vielseitig einsetzbar und Gewinnerin des bundesweiten Nachwuchsmoderatoren-Wettbewerb.

NACHHALTIGKEIT

2bdifferent Gießhübelstraße 3 T +49 (0)6232 68 33 90 Das Team von 2bdifferent gehört zu den führenden Spezialist:innen für Nachhaltigkeit in der Veranstaltungswirtschaft und richtet sich GmbH & Co. KG D-67346 Speyer info@2bdifferent.de mit seinem Angebot speziell an die Event-, Messe-, Meeting- und \_ Jürgen May www.2bdifferent.de Filmbranche sowie an das Sportbusiness. Die Beratungsagentur mit \_ Clemens Arnold 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 Schlesische Straße 28 T 030 616716-0 Das Berliner Ingenieurbüro für Entertainment – unabhängig, Ingenieurbüro für 10997 Berlin F 030 616716-29 flexibel, budgetorientiert. Technische Planung und Leitung Entertainment www.production-office.de sowie architektonische Ausarbeitung von Designs. \_ Dipl. Ing. Joachim Koppe info@production-office.de Ihr Partner für alle technischen, gestalterischen und \_ Dipl. Ing. Ralf Schafstall logistischen Themen. Ausschreibungs- & Genehmigungsverfahren. Hygiene- & Sicherheitskonzepte, Hygienebeauftragte.

TEILNEHMERMANAGEMENT



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

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

VERANSTALTUNGSTECHNIK

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



Live.Digital.On-site



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

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

VIDEO

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

AKTUELLES IM INTERNET \_ WWW.BLACHREPORT.DE

INSIDE

# Matthias Vogelmann



Matthias Vogelmann (Foto: privat)

MATTHIAS VOGELMANN IST GESCHÄFTSFÜHRER VON VOGELMANN-ADVENTURE IN WALZBACHTAL.

## Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?

Unsere außergewöhnlichen Abenteuer-Events und Teambuildings finden meist draußen statt. Mich begeistert es Menschen in traumhafte Natur zu begleiten und ihnen die Schönheit derer nahezubringen. Eine solch' perfekte Vielfalt an Kunstwerken wie zum Beispiel der Eisvogel oder eine Trauerweide wird es sonst wohl nirgends geben. Der Schöpfer dessen muss ein wahrer Künstler gewesen sein. Tag und Nacht, die vier Jahreszeiten bringen Abwechslung und lassen die Natur anders aussehen. Somit gibt es keinerlei Langeweile, auch wenn ich die Orte mit unterschiedlichen Kunden betreue.

## Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?

Da ich ein sehr vielseitig interessierter Mensch bin wird es wohl Alternativen geben. Da mir mein Job aber sehr viel Freude macht, kann ich momentan nicht genau sagen, welche Alternative ich tatsächlich wählen würde.

## Welchen Traum wollen Sie sich noch erfüllen?

Einmal Nordlichter am Nordkap bewundern.

## Was macht Sie glücklich?

Glücklich bin ich dann, wenn ich andere Menschen begeistern kann. Sie etwas für ihren Alltag lernen und sie sich weiterentwickeln können. So entwickle auch ich mich stetig weiter und freue mich an persönlichem Erfolg und dem Erfolg anderer.

## Was war bisher Ihre größte Herausforderung?

Immer mehr Naturschutzaufgaben, die von Behörden auferlegt werden, sind sehr herausfordernd. Auch Personalgewinnung ist eine große Herausforderung unserer Branche.

## Welche Entscheidungen haben Sie bereut?

Eine Investition zu tätigen, welche sich später als Flop herausgestellt hat.

## Was machen Sie gegen Stress?

Ich gehe gerne wandern. Am liebsten mit der Familie. Urlaub am Gardasee oder in den Bergen ist für mich pure Erholung. Ich höre gerne entspannte Musik mit tiefgehenden Texten. Dies bringt mich in die Ruhe und zum Nachdenken.

## Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?

„Die Kunst des reifen Handelns“ von Thomas Härry.

## Was sollen wir hören: Ihr aktueller Musiktipp?

Sefora Nelson.

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

### Nennen Sie uns Ihr Lieblingsrestaurant?

Ein spezielles Lieblingsrestaurant habe ich nicht. Jedoch gehe ich gern mit meiner Familie asiatisch essen.

# 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.

### Impressum

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

ISSN 1611-9308

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**



# POCKETEVENT

\*24

## POCKETEVENT

\*24

Daten / Zahlen / Fakten



DATENBANK  
LIVEKOMMUNIKATION



POCKETEVENT ERSCHEINT EINMAL PRO JAHR ALS DATENBANK LIVEKOMMUNIKATION UND FASST DIE ERGEBNISSE RELEVANTER EVENT-AWARDS UND BRANCHENEREIGNISSE ZUSAMMEN: DEUTSCHES EVENT-KREATIVRANKING 2023, RANKINGS EVENT-DIENSTLEISTER, EVENT-LOCATIONS, EVENT-DESTINATIONEN, EVENT-ENTERTAINMENT, EVENT-CATERING, NON-FOOD-CATERING UND MESSEBAU SOWIE BRANDEX AWARD, BEAWORLD AWARD, GOLDEN AWARD MONTREUX UND MEHR.

PocketEvent \*24 gibt es auf [www.blachreport.de](http://www.blachreport.de)



AktivMedia  
Marketing- und  
Medienkommunikation GmbH