



Faszination SXSW: Heidrun Scholten/GPJ hat ihre Eindrücke von der South by Southwest für den BlachReport zusammengefasst

DESIGN

FÜR IHR EVENT



Aus Draht geformte Leichtigkeit. Ein ästhetischer, filigraner Körper wie aus einer einzigen Linie gemalt. Das skandinavische Design macht auf Messen und Events eine exzellente Figur.

Mit seinen schlichten Formen ist der Hee Lounge Chair absolut zeitlos und vereint Ästhetik und Funktionalität.

Wir stellen Ihre Veranstaltung gerne mit modernem Design-Mobiliar aus, das Ihre Kommunikationsziele bestmöglich unterstreicht.


partyrent.com
we create atmosphere

Content Creator



Content Creator haben schleichend eine immer wichtigere Rolle bei der Gestaltung und Umsetzung von Events übernommen. Warum? Kreative Köpfe produzieren Inhalte, um Events zu promoten, ihre Wirkung zu verstärken, das

Publikum zu begeistern und die Markenpräsenz zu erhöhen. Ihre Arbeit umfasst verschiedene Aspekte, darunter Fotografie, Videoproduktion, Social-Media-Management und Storytelling. Durch ihre Fähigkeiten tragen Content Creator zum Erfolg von Veranstaltungen bei.

Natürlich gilt das so nicht für alle Veranstaltungen. Man muss in diesem Fall eindeutig zwischen einigen wenigen High-End-Formaten, die wie bisher von hochqualifizierten Textern, Fotografen, Regisseuren und anderen Spezialisten betreut werden, und der Vielfalt von Events unterscheiden, die tagtäglich überall auf der Welt stattfinden und ebenfalls professionell mit Audio, Video, Stills, Grafik und Claims aller Ausprägungen ausgestattet werden müssen. Letzteres findet immer häufiger beim Inhouse Content Creator statt.

Einer ihrer wichtigsten Aufgabenbereiche ist die visuelle Ausgestaltung vor, während und nach einer Veranstaltung. Visueller Content dient nicht nur als Erinnerung für die Teilnehmer, sondern auch als wirksames Mittel, um Gäste zu informieren und für Marken, Produkte und Botschaften zu begeistern. Content Creator produzieren Eindrücke, Bilder und Videos, die die Stimmung und den Charakter des Events auffangen und widerspiegeln.

Darüber hinaus sind Content Creator für die Erstellung von Inhalten für die Social-Media-Präsenz der Veranstaltung verantwortlich. Sie entwickeln Strategien, um einen Event über Plattformen wie Instagram, Facebook, Twitter und LinkedIn zu kommunizieren. Durch das Teilen von Live-Updates, Behind-the-scenes-Material und interaktiven Inhalten holen sie das Publikum an Bord. Dies trägt nicht nur zur Reichweite der Veranstaltung bei, sondern fördert auch die Interaktion und Bindung mit den Teilnehmern, was langfristig zu einer stärkeren Markenloyalität führen kann.

Das alles ist nicht neu, sondern oft bereits Teil des Daily Business. Um nun in diesem Bereich für mehr Informationsvielfalt zu sorgen, plant der BlachReport eine eigene Website, die demnächst online gehen wird. Hoffentlich können wir Sie damit begeistern.

Herzlichst

Ihr Peter Blach

inhalt

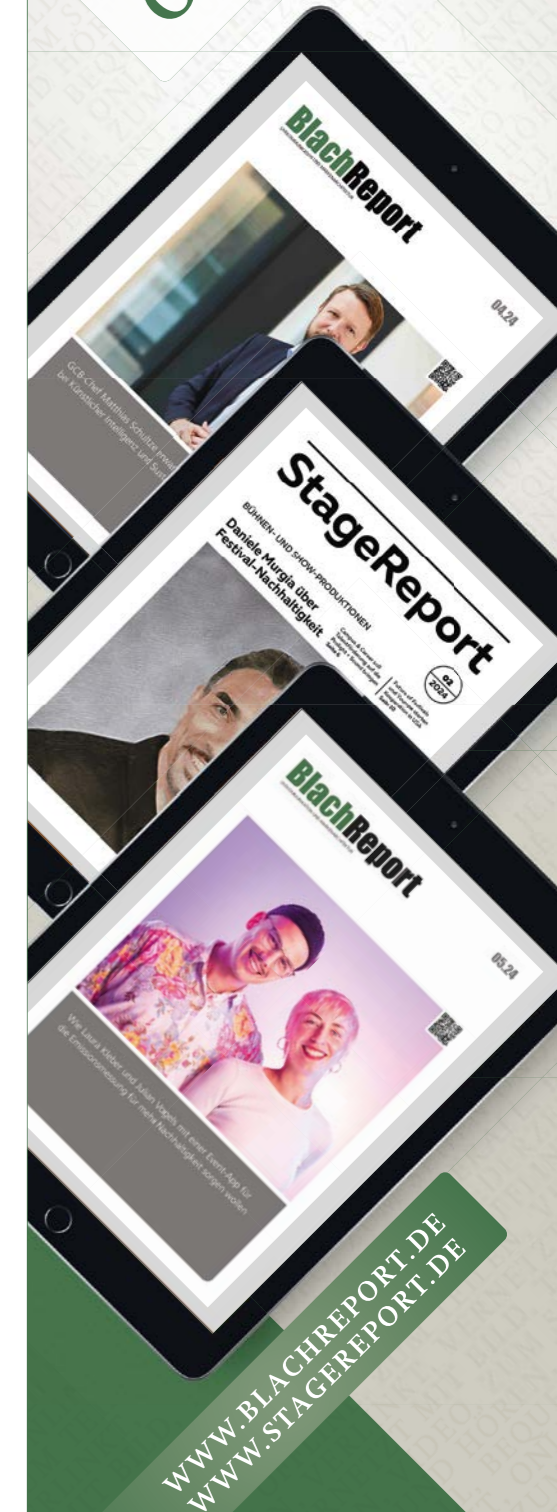
- 4 BUSINESS Best Brands '24 in München ausgezeichnet
- 6 SXSW South by Southwest Festival in Austin/Texas
- 8 BUSINESS Sustainable Value Proposition
- 9 BUSINESS Mehr als 100 Events für Grün Berlin
- 10 PERSPEKTIVEN Fragen an Pieter Krooss von BCD
- 12 WORK Details für Expo-Pavillon in Osaka

Titelfoto: Heidrun Scholten auf dem SXSW (Foto: GPJ)

- 13 VENUES München Marriott Hotel City West
- 14 KOMMUNIKATION IM RAUM if Award 2024
- 16 PEOPLE Jobs + Karriere
- 17 MARKETING-SERVICES Lieferantenverzeichnis
- 26 BACKSTAGE René Britten
- 26 IMPRESSUM

MEDIA
BOARD

OUT NOW!



WWW.BLACHREPORT.DE
WWW.STAGEREPORT.DE

	Best Brand Overall	Best Momentum Brand	Best Brand Fashion	Best Brand Beauty
1. Platz	Nivea Lotionen, Cremes, Sonnencreme	Dyson Wandhaarengpfeife	Nike Sportkleidung	L'Oréal Paris Skincare
2. Platz	Sony PlayStation Spielkonsolen	Sony PlayStation Spielkonsolen	Hunkemöller Damenmode	Maybelline New York Skincare
3. Platz	Nike Sportkleidung	Google Suchmaschinen	Hugo Boss Herrenmode	Nivea Wangcreme, gelb, weiß
4. Platz	Dyson Staubsauger/Handsauger	Apple Smartphones	Adidas Sportbekleidung	Tafel Wangcreme, gelb, weiß
5. Platz	Adidas Sportbekleidung	Garnier Lotionen, Cremes, Sonnencreme	H&M Damenmode	Go2B Wangcreme, gelb, weiß
6. Platz	Legó Spielzeug	Tedla Automobil	Triumph Damenmode	Essence Skincare
7. Platz	Bosch Eis und Handmixer, Küchenmaschinen	Müller Milchprodukte	Levi's Herrenmode	Manhattan Skincare
8. Platz	Apple Smartphones	Weleda Dermis und Deo	Fjällräven Jacken	Catrice Skincare
9. Platz	WWE Actionfiguren/Sammelkarten	L'Oréal Paris Make-up	Wellensteyn Herrenmode	Syoss Wangcreme, gelb, weiß
10. Platz	Canon Einkamerakameras	GoPro Action-Cameras	Calvin Klein Damenmode	Wellafix Wangcreme, gelb, weiß

Best Brands 2024 (Foto: GfK)

Best Brands 2024 in München ausgezeichnet

Starke Marken

Bei den Best Brands Awards wurden am Abend des 27. Februar erneut die stärksten Marken des Jahres ausgezeichnet. Neben Nivea als „Best Brand Overall“ konnte Dyson den Preis als „Best Momentum Brand“ gewinnen. Der Award in der Kategorie „Best Brand Fashion“ ging an Nike, L'Oréal Paris „Best Brand Beauty“. Rund 550 Gäste aus Wirtschaft, Handel und Medien sowie zahlreiche Prominente nahmen an der Award-Gala im Bayerischen Hof München teil.

Tagsüber fand im House of Communication der Serviceplan Group das Best Brands Colleague statt. Der ganztägige Kongress stand in

diesem Jahr unter dem Thema „Best Brands & die Kraft des Moments“: Mit starken Markenimpulsen und KI auf Erfolgskurs“. In ihrer Keynote sprach Ana von Hutten, CMO DACH bei Mattel, über die „Kunst des Markenmoments“ und die epische Reise von Matels ikonischer Barbie. Es folgten Vorträge von Referenten wie Livia Mitschke-Collande von Google, wie es Marken gelingt, den richtigen Impuls zum richtigen Zeitpunkt zu setzen, mit welchen Strategien erfolgreiche Brands Krisenresilienz aufbauen und welche Rolle dabei künftig KI spielen kann.

Die Best Brands Awards werden als Partnerveranstaltung von NIQ/GfK, Seven.One Entertainment Group, Markenverband, WirtschaftsWoche, Die Zeit, RMS. Der Audiovermarkter, Media Impact und der Serviceplan Group gemeinsam ausgerichtet. Best Brands misst auf Basis einer repräsentativen empirischen Studie von GfK die Stärke einer Marke an zwei Kriterien: am tatsächlichen wirtschaftlichen Markterfolg sowie an der Attraktivität der Marke in der Wahrnehmung der Verbraucher. Weitere Insights zu den Best Brands gibt es auf der GfK Website.

2bdifferent begleitet GPJ im ISO 20121 Zertifizierungsprozess

Level 1-Audit

George P. Johnson (GPJ) hat als erstes Unternehmen im Rahmen des ISO 20121 Konvois das Level 1-Audit zur ISO 20121 Zertifizierung für nachhaltiges Eventmanagement erfolgreich abgeschlossen. Das Level 1-Audit markiert den Beginn der letzten Phase im Zertifizierungsprozess und unterstreicht das Engagement des Unternehmens für Nachhaltigkeit und verantwortungsvolles Handeln in der Eventindustrie. Darüber hinaus gilt das Zertifikat als international anerkannter und glaubwürdiger Nachweis für einen nachhaltig orientierten Geschäftsbetrieb bei Ausschreibungen der öffentlichen Hand und Auftraggebern mit entsprechendem Nachhaltigkeitsanspruch.

In Zusammenarbeit mit der Nachhaltigkeitsberatung 2bdifferent, der fwd: Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft und der IFES International Federation of Exhibition & Event Services hat GPJ einen umfassenden Prozess als Grundlage für die Zertifizierung durchlaufen.

Zu den Besonderheiten der Nachhaltigkeitsnorm 20121 zählt, dass sie alle Bereiche der Nachhaltigkeit, den Schutz der Umwelt, soziale Auswirkungen und ökonomische Komponenten berücksichtigt. Deshalb gilt der speziell von 2bdifferent zur ISO 20121 entwickelte BasisCheck zur Feststellung des aktuellen Nachhaltigkeitsstandes eines Unternehmens als Schlüssel zum Erfolg. Dieser BasisCheck bildet die Grundlage zur Ermittlung von Verbesserungsbereichen gemäß des ISO 20121 Standards.

Im Rahmen der Vorbereitung auf die Zertifizierung waren vier Maßnahmen erforderlich, die von 2bdifferent beraten und unterstützt wurden:

- BasisCheck zur Feststellung des Status Quo und einer initialen Bewertung, um den aktuellen Nachhaltigkeitsstand des Unternehmens zu ermitteln.

- Ermittlung der Gaps für die Zertifizierung zur Identifikation von optimierbaren Bereichen, um die Standards der ISO 20121 zu erfüllen.
- Durchführung einer CO2-Bilanzierung beziehungsweise Ermittlung des Corporate Carbon Footprints, um Emissionen zu identifizieren und Maßnahmen zur Emissionsreduzierung zu planen.
- Durchführung von Workshops und individuelle Beratung für die Implementierung nachhaltiger Praktiken einschließlich eines Leitbilds und Code of Conduct, nachhaltiger Beschaffung und Nachhaltigkeits-Kommunikation.

Mit dem Übergang in die zweite und letzte Phase des Zertifizierungsprozesses hat George P. Johnson die Präqualifikation abgeschlossen, um die entwickelten und dokumentierten Prozesse bei ihren Projekten praktisch umzusetzen.



Kampagnenmotiv (Illustration: Forum Veranstaltungswirtschaft)

Forum Veranstaltungswirtschaft startet Kampagne für Demokratie und Vielfalt

„Stimmt“

Mit der Kampagne „Stimmt“ ruft das Forum Veranstaltungswirtschaft die Branche auf, für demokratische Werte und eine vielfältige und pluralistische Gesellschaft einzustehen. Im Mittelpunkt der Initiative stehen flashige Motive, die auf der Website <https://stimmt-fuer.de/> individuell gestaltet, heruntergeladen und danach geteilt werden können.

Die Demokratie ist in der Krise, Gefahren drohen ihr von vielen Seiten: Extremistische und populistische Parteien sind europaweit auf dem Vormarsch und polarisieren die Gesellschaften. Die Wahlbeteiligung sinkt genauso wie das Vertrauen von Teilen der Bevölkerung in staatliche Institutionen oder öffentliche Medien.

Die Verbände im Forum Veranstaltungswirtschaft rufen deshalb dazu auf: „Stimmt für Menschenrechte. Stimmt für den Rechtsstaat. Stimmt für Vielfalt und Diversität. Stimmt für die Gleichstellung aller Menschen. Die nächsten Wahlen kommen, nutze deine Stimme. Es kommt auf sie an!“

Interessierte können sich von der Kampagnen-Website verschiedene Motive downloaden und über den Label Generator mit eigenem Namen und Farben individuell gestalten. Danach teilen sie das „Stimmt“-Keymotiv auf der Plattform ihrer Wahl – zum Beispiel als Social-Media-Post oder als DIN-A1-Plakat für Demos oder das Büro. Möglich ist auch eine AR-Litfaßsäule, die der Teilnehmer via Smart-

phone digital auf belebte Plätze in der Stadt stellt, fotografiert und mit #stimmtfuer teilt.

Das Forum Veranstaltungswirtschaft ist die Allianz von sieben Verbänden in diesem Wirtschaftsbereich. Dazu zählen der BDKV (Bundesverband der Konzert- und Veranstaltungswirtschaft), der EVVC (Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren), der FAMA (Fachverband Messen und Ausstellungen), die ISDV (Interessengemeinschaft der selbständigen Dienstleisterinnen und Dienstleister in der Veranstaltungswirtschaft), der Livekomm (Verband der Musikspielstätten in Deutschland), der VDVO (Verband der Veranstaltungsorganisatoren) und der VPLT (Der Verband für Medien- und Veranstaltungstechnik).

HEAVENT AWARDS 2024 IN CANNES MELDEN 57 FINALISTEN

Für die Heavent Awards wurden 158 Projekte von Event-, Experiential- und Live-Marketing-Agenturen sowie Unternehmen und Messe- und Kongressveranstaltern eingereicht. Die Preisverleihung findet am 28. März in Cannes im Palais des Festivals statt. Die 158 Einreichungen kamen aus zwölf Ländern. Acht Cases

aus Deutschland sind auf der Shortlist und wurden von den Agenturen Pure Perfection, what when why, Industrial Theater für Ikum Ingelheim, Vok Dams, fischerAppelt, live marketing und Schachzug eingereicht. Die Jury setzt sich aus Event Communication- und Product Marketing Spezialisten von Unternehmen wie

Salesforce, Bayer, L'Oréal, CPW/Nestlé, Ikea und Coca-Cola zusammen. Die WeYou Group, Veranstalter der Heavent Awards, erwartet in diesem Jahr mehr als 1.300 Eventprofis bei der Preisverleihung im Palais des Festivals in Cannes. Eingebettet ist die Awardzeremonie in die Veranstaltung Heavent Meetings.



Impressionen von der SXSW 2024
(Fotos: Heidrun Scholten)

South by Southwest Festival in Austin/Texas: Was steckt dahinter?

Faszination SXSW

HEIDRUN SCHOLTEN, SENIOR DIRECTOR STRATEGY & MARKETING BEI GEORGE P. JOHNSON (GPJ), HAT DAS SOUTH BY SOUTHWEST FESTIVAL IN AUSTIN/TEXAS (SXSW) BESUCHT UND IHRE EINDRÜCKE FÜR DEN BLACHREPORT ZUSAMMENGEFASST.

Nach dem zweiten Besuch kann ich diesen Event nun besser greifen – er ist chaotisch, aber auch professionell. Er ist international – aber doch irgendwie provinziell. Er spricht über die wichtigen Themen der Welt – und lässt sie dann abends bei der Party doch vergessen.

Es kommen Pioniere und Vordenker aus der ganzen Welt, die hier die aktuellsten Themen und Trends diskutieren. Wichtigste Themen 2024 waren wie erwartet Artificial Intelligence, Spatial Computing und ein Blick auf den tiefgreifenden Wandel der Wirtschaft und Gesellschaft, der uns durch AI bevorstehen wird.

Aber wie kommt diese „Faszination SXSW“ zustande? Warum hat er so viele Fans auf der ganzen Welt? Was macht diese Veranstaltung anders als andere Events und kann dies auch auf andere Städte und Erdteile übertragen werden?

AUSTIN

Die Stadt an sich ist schon ein Unikum. Das merkt man bereits, wenn man am Flughafen ankommt. Alles ist klein, persönlich und sehr freundlich. Auch die Immigration ist entspannter als in manch anderen Städten der USA.

In der Stadt angekommen, kann man sich nicht so recht entscheiden, ob sie nun groß oder klein ist. Es gibt zwar Hochhäuser, aber Downtown ist doch sehr übersichtlich mit den älteren, gemütlichen Häusern, in denen es entweder ein Restaurant oder eine Musik-Bar gibt.

MIX AUS VERSCHIEDENEN FESTIVALS

Die besondere Atmosphäre kommt aber auch daher, dass SXSW langsam gewachsen ist – und das ganz ohne Werbung, sondern nur über seine Community. Und dass der Ursprung in einem Musik-Festival liegt. Nun sind es drei Festivals, die nacheinander und zum Teil auch parallel ablaufen: Tech, Film und Musik. Eine Mischung des Publikums, das zwar unterschiedlich ist, aber sich doch so gut ergänzt und gerne austauscht.

VERSCHIEDENE FORMATE UND SPRECHER – UND DAVON GANZ VIELE

Angefangen von den ganz großen Formaten und Namen – in diesem Jahr zum Beispiel Meghan, Duchess of Sussex (in Begleitung von Prinz Harry), Selena Gomez, Peter Deng von ChatGPT und der jährliche Höhepunkt der Futuristin Amy Webb bis hin zu Workshops, Meet-ups, Side Events, Coachings, Brand Houses, privat organisierten Treffen und Net-

working Events. Die Auswahl ist riesig und man fühlt schnell großes FOMO – wobei Hugh Forrest von SXSW dies in seiner Eröffnungsrede umformuliert hat. Man sollte es nicht als FOMO (Fear of Missing Out) erachten, sondern letztendlich ist es doch eher JOMO (Joy of Missing Out).

Bei der Organisation vor dem Event und vor Ort hilft auf jeden Fall die App. Diese ist sehr gut und übersichtlich gemacht. Man kann sich dort sein individuelles Programm anfertigen, SXpress Passes ordern (analog zu Disneyland's Fastpasses – sind aber leider immer sehr schnell vergriffen), ersehen, ob die Session bereits voll ist (mit einem grün – gelb – rot System), sich mit anderen Teilnehmern connecten oder auch Notes direkt bei den entsprechenden Vorträgen machen.

Dieses Jahr gab es auch eine Beta-Version eines AI basierten Vorschlagssystems für seine persönliche Agenda. Leider war diese bisher nur einem sehr kleinen Publikum zugänglich. Falls dieses nächstes Jahr zum Laufen kommt, wird dies die Organisation des Events auf jeden Fall erleichtern.

Ein riesiger Vorteil ist auch, dass man jeden Morgen um sieben Uhr einen Überblick zum Tag bekommt und dort nochmal die Highlights und besonderen Aktivitäten wie Partys, Workshops oder auch geöffnete Brand Houses angezeigt bekommt.

BRAND HOUSES

Apropos Brand Houses – hier gibt es jedoch Verbesserungsbedarf. Es ist leider oftmals nicht erkenntlich, welche Brand Houses es letztendlich gibt und wann diese geöffnet haben. Manche gibt es nur an zwei Tagen, und sie sind dann wieder weg. Aber die Idee und das Potential der Brand Houses ist immens. Brand Houses haben ihren Ursprung auf der SXSW, und man kann sie jetzt auch verstärkt auf anderen Events wiederfinden. Es ist ein Takeover von Unternehmen von einem kompletten oder Teil eines Hauses mit manchmal sehr professionellen und manchmal doch eher handgemachtem Branding. Es ist aber eine gute Gelegenheit, sich vor dem Fachpublikum (Ticket für die SXSW kosten rund 1.000 € plus) und auch vor einem größeren Publikum (man kommt auch meist ohne SXSW Badge in die Häuser) zu präsentieren. Awareness at its best!

COMMUNITY

Der Community Gedanke ist bei der SXSW extrem wichtig. Es gibt wenige Events mit solch einer großen „Fan-Base“. Das zeigt sich zum Beispiel schon an der Größe und Auswahl der Merchandise Shops und auch den

entsprechenden Schlangen davor. Viel davon ist auch gleich zu Anfang schon vergriffen, hier muss man also schnell sein.

SXSW „menscht“ auch sehr. Ein Großteil der Mitarbeiter sind sichtbar und ansprechbar und unsere Gruppen hatten sogar einen eigenen EMEA-Repräsentant, der sowohl beim Vortreffen als auch vor Ort bei den Treffen der Gruppen mit dabei war. SXSW ist auch extrem weltoffen mit einem starken Blick auf Diversity und Shared Humanity und dem Anspruch, sich immer weiter zu verbessern.

Viele Besucher reisen auch in Gruppen oder Delegationen an. Ich hatte das Glück, Anschluss bei internationalen George P. Johnson Kollegen, Baden-Württemberg International und den Creators von Drees & Sommer zu finden. Auch die Wirtschaftsministerin von Baden-Württemberg war in diesem Jahr mit einer Delegation vor Ort, was auch zeigt, dass dies nicht nur ein „Festival“ ist, sondern auch wirtschaftliche Interessen dort eine große Rolle spielen. Von den ausländischen Gruppen stammt die größte Gruppe auch in diesem Jahr wieder aus Brasilien.

CONTENT

Selten gibt es auf Konferenzen solch ein breites Spektrum an Content. Es gibt verschiedene Themenblöcke wie z.B. 2050, Advertising & Brand Experience, Artificial Intelligence, Climate Change und Tech Industry.

Auch wenn man einen Vortrag besucht, der einen erst mal gar nicht so interessiert (man ist aber mit jemandem mitgegangen, den man zufällig getroffen hat), wird man nicht enttäuscht. Der Event ist sehr gut kuratiert und man kann Top Notch Themen wie auch interessante Nischenthemen dort finden. Auch die Auswahl der Sprecher ist exzellent. Und auch wenn man erstmal denkt, dass man eigentlich keinen kennt, stellt sich später heraus, dass man zwar den Namen nicht kannte, aber dafür die Erfindung, die Firma, deren Einfluss.

Wichtigster Talk ist immer der neueste „Tech Trends Report“ der Zukunftsforscherin Amy Webb, die dieses Jahr prognostiziert, dass in Wirtschaft und Gesellschaft durch Artificial Intelligence ein tiefgreifender Wandel bevorsteht. Durch AI werden wir in Zukunft anders mit Computern umgehen, da sich die Interaktion zukünftig direkt auf Menschen statt auf Geräte konzentrieren wird.



SERENDIPITY

Bei keiner Veranstaltung lässt man sich so von Zufälligkeiten treiben wie bei der SXSW. Man macht zwar einen Plan für den Tag, dieser wird aber spätestens dann über den Haufen geworfen, wenn man mal wieder zufällig jemanden trifft, der etwas anderes Spannendes vorhat – was unglaublich oft passiert. Man lässt sich dann auch gerne überzeugen, dass ein anderes Thema, Sprecher oder Bereich doch noch interessanter

ist und hört und erlebt dann Dinge, die man so eigentlich gar nicht auf dem Plan hatte.

Aber bei der SXSW ist es dann auch ein wenig wie bei Austin. Es scheint zwar alles recht organisiert, es ist dann aber doch recht locker und dann auch wieder unorganisiert. Manche Sessions werden sehr kurzfristig organisiert – sind dann dafür aber sehr aktuell, Brand Houses werden nur unvollständig kommuniziert und manchmal gibt es dann auch recht lange Schlangen. Bei denen man aber sehr nett von den unzähligen Volunteers und anderen Teilnehmern unterhalten wird.

Zurück zur ursprünglichen Frage: Kann das Konzept SXSW kopiert werden?



Ich denke nicht so, wie sie jetzt in Austin besteht. Denn genau die Mischung aus gewachsener Community, Management des Events und der Stadt Austin macht diese besondere Stimmung und den Hype um den Event aus. Man kann Teile davon übernehmen, aber in der Mischung wird es wohl nur dort so sein.

Es gibt auch hierzulande schon einige Beispiele wie die Digital X in Köln. Hier liegt der Hauptfokus auch auf einer Konferenz mit aktuellen Tech Themen. In der Innenstadt von Köln gibt es noch weitere Bühnen und Brand Houses. Ein sehr guter Ansatz, der aber im Gegensatz zu der SXSW nicht Community-, sondern Business-getrieben ist (Veranstalter Telekom) und schon deshalb ein anderes Publikum und einen anderen Fokus hat. Köln ist in Deutschland auch ein passender Ort dafür, aber im Vergleich zu Austin wird dies dort vor Ort (noch) nicht so gelebt.

Ein anderes Beispiel ist die IAA. Seit sie in München stattfindet gibt es einen offiziellen Teil im Bereich der Messe für Fachbesucher, die Ausstellungsbereiche in der Innenstadt sind aber für alle Besucher offen. Hierbei vermischen sich dann Fachpublikum mit einem breiten Publikum, wodurch sich die Veranstaltung zu einem bunten, diversen Event weiterentwickelt hat.

WAS ICH AUS AUSTIN IN DIESEM JAHR KONKRET MITNEHME?

Zum einen viele spannende neue Kontakte und Einblicke in Bereiche, die ich bisher noch nicht hatte. Die Erfahrung, dass wenn ein diverses, offenes Publikum zusammenkommt, viel Gutes und Neues entsteht und sich daraus viel entwickeln kann. Und das Wichtigste – den absoluten Vorsatz, mich intensiv mit AI auseinanderzusetzen. Für mich selbst, aber auch um meinen Kindern einen Weg in eine spannende und sich stark veränderte Zukunft weisen zu können.

“WE DO NOT KNOW WHAT THE FUTURE'S GONNA HOLD, BUT I ENCOURAGE EVERYONE TO STAY CURIOUS! GO OUT AND TRY IT AND SHARE THESE IDEAS AND SEE WHAT AI CAN DO”

(Peter Deng, VP at OpenAI @ SXSW 2024)



Nachhaltigkeitsworkshop bei Holtmann+ (Foto: Holtmann+)

Holtmann+ erarbeitete Nachhaltigkeitsstrategie mit cool

Sustainable Value Proposition

Holtmann+, Full-Service-Anbieter in der Livekommunikation, übernimmt Verantwortung gegenüber zukünftigen Generationen und ergreift entsprechende Maßnahmen, um einen zukunftsfähigen Einklang aus Ökonomie, Ökologie und Sozialem zu schaffen. Wie das geht und was zu tun ist, hat das Unternehmen in einem Workshop erarbeitet.

„Es bedarf nicht viel. Es bedarf nur des Mutes, die Dinge in die Hand zu nehmen und voranzugehen. Dafür übernehmen wir gern Verantwortung“, sagt Jörg ZeiBig, CEO von Holtmann+. Ziel ist es, Erlebnisse zu schaffen, die im doppelten Sinne nachhaltig begeistern: Kundenbeziehungen stärken durch unvergessliche Begegnungen und sie aktiv durch nachhaltiges Handeln unterstützen.

Die Grundlage dafür ist eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie und deren Integration in alle Geschäftsbereiche des Unternehmens. Für die Entwicklung ist ein effektiver Austausch innerhalb des Teams von hoher Bedeutung. Im Rahmen des jährlichen Auftaktevents von Holtmann+ hat sich das gesamte Team deshalb einen ganzen Tag dem Thema „Nachhaltigkeit“ gewidmet. Ein besonderer Fokus lag dabei auf den internen Prozessen, welche hinter dem Themenkomplex der Nachhaltigkeit stecken,

„denn wirkliche Veränderung erwächst von innen heraus und kann nur so seine volle Kraft nach außen entfalten“, so Jörg ZeiBig.

Ein inspirierender Tag voller Austausch, Wissensteilung und Gemeinschaft brachte vor allem ein zentrales Learning mit sich: Es geht bei Holtmann+ nicht nur darum, Erfolge und Best Practices nach außen zu kommunizieren, sondern vor allem darum, eine starke interne Basis zu schaffen. Gemeinsam mit Unterstützung der Kreativagentur cool für die 1,5°-C-Wirtschaft erweiterte Holtmann+ sein Markenversprechen zu einem Nachhaltigkeitsversprechen. Mit der Sustainable Value Proposition will das Unternehmen nach innen und nach außen dokumentieren, welchen Stellenwert das Thema einnimmt. Das Verständnis der Nachhaltigkeit ist somit klar definiert und die Ideen, Ansätze und Visionen in diesem Bereich sind unkompliziert, attraktiv und umsetzbar darlegt.

Untermauert wird das mit dem Claim „Einen nachhaltigen Schritt voraus“. Holtmann+ will belegen, dass Nachhaltigkeit kein Add-on, sondern eine weitere Dimension der Marke Holtmann+ darstellt, die nicht zusätzlich aufgesetzt wird, sondern alle anderen Dimensionen wie Analyse + Strategie, Konzept + Design,

Abwicklung + Steuerung und Durchführung + Nachbereitung sinnvoll ergänzt.

Als Full-Service-Anbieter der Livekommunikation will Holtmann+ die ökologischen Auswirkungen aller Aspekte der Livekommunikation von der ersten Idee bis hin zur Umsetzung konsequent zu einem festen Bestandteil des Angebotes machen.

Zusätzlich hat Holtmann+ das Corporate Design in diesem Bereich weiterentwickelt und dem Thema Nachhaltigkeit eine eigene Farbe zugeordnet. So soll auch optisch deutlich werden, dass das Thema einen hohen Stellenwert für das Unternehmen besitzt. Das Türkis ist dabei ebenfalls kein Add-on, sondern ergänzt den Farbverlauf der Marke.

Das Wortspiel „Sustain Abilities“ verdeutlicht die Fähigkeit, etwas Zukunftsfähiges zu gestalten. Nachhaltigkeit ist keine Last, sondern ein Weg, neue Möglichkeiten zu schaffen und Holtmann+ am Markt und für die Zukunft besser aufzustellen. Dafür nutzt das Unternehmen die vielfältigen Fähigkeiten und Stärken des eigenen Teams, denn Nachhaltigkeit betrifft alle Projektabschnitte. Jörg ZeiBig: „Holtmann+ begleitet die Nachhaltigkeit seiner Kunden auf Augenhöhe und nimmt alle Stakeholder mit auf die Nachhaltigkeitsreise.“

HIMALAYEAH! RELAUNCHT WEBSITE UND BEGRÜSST NEUE KUNDEN

Die junge Eventagentur Himalayeah! aus Leverkusen feiert den 4. Geburtstag mit zwei neuen Kunden. Neu dabei sind Auftraggeber aus dem Automobilbereich sowie dem Lebensmittel Einzelhandel.

Darüber hinaus hat die Agentur zum Geburtstag in Eigenregie ihren Webauftritt ak-

tualisiert, um die Dienstleistungen und Referenzen besser präsentieren zu können. Ein Relaunch der Webseite war längst überfällig und soll mehr Übersicht auf die Dienstleistungen von Himalayeah! ermöglichen.

„Wir sind begeistert, unser viertes Jahr in der Branche zu feiern und gleichzeitig zwei neue

Kunden in unserer Familie begrüßen zu dürfen“, sagt Geschäftsführer Dominik Dugandzic. „Die Anerkennung unserer Arbeit durch diese renommierten Unternehmen ist eine Bestätigung unserer Bemühungen und ein Ansporn, weiterhin innovative und maßgeschneiderte Veranstaltungen zu kreieren.“



Mathias Bergmann (Foto: kreateur)

Landeseigene Berliner Unternehmensgruppe als Neukunden gewonnen

Mehr als 100 Events für Grün Berlin

Die Agentur kreateur wird gemeinsam mit der Production Company Gate künftig für die Planung und Realisierung von Veranstaltungen der landeseigenen Grün Berlin Unternehmensgruppe verantwortlich zeichnen. Die kommunale Unternehmensgruppe entwickelt, baut und betreibt seit 25 Jahren nachhaltige Infrastrukturen für Berlin.

Die künftige Dienstleistung von kreateur umfasst die Planung und Durchführung verschiedener Veranstaltungsformate überwiegend in den Parkanlagen von Grün Berlin. Die Basis für die Veranstaltungen bildet ein von Grün Berlin erarbeiteter Jahresplan. Optional können weitere Veranstaltungen dazu kommen, deren Pla-

nung und Umsetzung kreateur ebenfalls verantworten wird.

Im Detail übernimmt die Agentur in den Parkanlagen Realisierung und Regie der Veranstaltungen, was unter anderem die Unterbreitung von Besetzungsvorschlägen, Künstlern und Rahmenprogrammen inklusive Vertragsabsprache und Vorbereitung aller Verträge beinhaltet. In den künftigen Verantwortungsbereich fällt auch die Budgetkontrolle und Einhaltung sowie die Partnerakquisition und die Erstellung von Ablaufplänen, Produktionsplänen, Timetables, Checklisten und Grundrisszeichnungen.

Ebenfalls zum Auftragsvolumen gehört die Koordination und Planung der erforderlichen

technischen Voraussetzungen, wozu die entsprechende Bühnen- beziehungsweise Veranstaltungstechnik zählt.

Die Agentur für Markenwelten, Live-Kommunikation und Marketing organisiert künftig auch das Künstlercatering und bucht und koordiniert Helfer für Auf- und Abbauarbeiten. Die Berücksichtigung der Nachhaltigkeit steht bei sämtlichen vorbereitenden Arbeiten und Maßnahmen im Fokus.

Die Projektleitung für die jährlich mehr als einhundert Veranstaltungen von Grün Berlin wird bei kreateur von Mathias Bergmann übernommen, der seit Anfang Dezember 2023 zum Mitglied der Geschäftsführung gehört.

Christian Münch und Daniel Pleyer veröffentlichen Buch für Führungskräfte

„Führung mit Feuer und Flamme“

Was passiert, wenn ein erfolgreicher, mehrfach ausgezeichnete Unternehmer mit Mitte 40 seinen Mut zusammenfasst und der freiwilligen Feuerwehr beitrifft? Er erlebt, was er nicht vermutet hatte: authentische Führung auf höchstem Niveau auch in kritischsten Situationen. „Führung mit Feuer und Flamme – Was jede Führungskraft von einem Feuerwehrkommandanten lernen kann und umgekehrt“ – das von Christian Münch und Daniel Pleyer herausgegebene Buch wirft einen neuen Blick auf das Thema Führung. Christian Münch ist Vorstand bei der Münchener Agentur planworx und Da-

niel Pleyer aus Herrsching einer der jüngsten Feuerwehr-Kommandanten Bayerns.

Die beiden Autoren weiten den Blick auf die Mitarbeiterführung, in dem sie bewährte Führungsprinzipien aus einer 500 Jahre alten Branche anschaulich auf den Punkt bringen und für die volatile, schnelle und hektische Zeit im Business anwendbar machen – untermauert mit spannenden Einsatzbeispielen aus Herrsching, Deutschland und der ganzen Welt. Es geht um klare Anweisungen und Teamgeist, komplexe Lagebeurteilung und schnelle Entscheidungen, existenzielle Krisenbewältigung und

Humor, situatives Agieren und authentische Menschenführung.

„Führung mit Feuer und Flamme“ thematisiert unter anderem die Klarheit und Einfachheit für komplexe Führungsprozesse, zeigt zehn bewährte Führungsprinzipien und erklärt, wie Befehle, Kommandos und Team-Motivation zusammengehören und warum die Nachsorge für Resilienz und Zukunftsfähigkeit so wichtig ist.

Weiterhin gibt das im Springer-Verlag erschienene Buch zwei bis drei reale Beispiele „brandaktueller“ Einsätze je Führungsprinzip.



Pieter Krooss (Foto: BCD)

Fragen an Pieter Krooss von BCD Meetings & Events Germany

„Deutschland ist unser Indikator für Trends und Entwicklungen“

BLACHREPORT HAT PIETER KROOSS, SALES DIRECTOR EMEA BEI BCD MEETINGS & EVENTS GERMANY, ÜBER DIE AKTUELLEN ENTWICKLUNGEN BEFRAGT.

BlachReport: Wie bewerten Sie die aktuelle Situation von BCD Meetings & Events in Deutschland und die Aussichten für die nächsten zwölf Monate?

Pieter Krooss: Die Veranstaltungsbranche, einschließlich BCD, hat eine signifikante Wende erlebt. Unternehmen erkennen die Bedeutung von Live-Veranstaltungen zur Stärkung der Bindung und Wertschätzung. Trotz der Herausforderungen während der Pandemie und den darauffolgenden wirtschaftlichen Unsicherheiten erwarten wir ein weiteres erfolgreiches Jahr.

BlachReport: Welche Rolle spielt der deutsche Markt für BCD im internationalen Vergleich?

Pieter Krooss: Deutschland ist dank seiner Wirtschaftskraft zusammen mit Frankreich für uns einer der wichtigsten Märkte in Europa. Unser Fokus begründet sich auf der spezialisierten Expertise in verschiedenen Marktsegmenten wie Automotive Events oder strategisches Meeting Management, insbesondere in der Pharmabranche. Mit einer breiten Aufstellung unterstützen wir aber auch Kunden in anderen Märkten in EMEA-Ländern und sehen Deutschland als Indikator für Trends und Entwicklungen.

BlachReport: Wie sieht die Zukunftsausrichtung von BCD Meetings und Events aus?

Pieter Krooss: Agilität ist unser Schlüsselwort, was durch offene Kommunikation und Führungsstile erreicht wird. Die Meinungen unserer Mitarbeiter auf Projektebene sind entscheidend, um Trends frühzeitig zu erkennen und umzusetzen. Wir streben danach, stets einen Schritt voraus zu sein und fördern die Einbringung und Entwicklung neuer Ideen durch unsere Teams.

BlachReport: Es gibt bei Ihnen ein spezielles Angebot, das sich ‚The Collective‘ nennt. Dieses Angebot soll auf weitere Regionen ausgerollt werden. Welche Regionen sind geplant und was gehört zu diesem Angebot?

Pieter Krooss: ‚The Collective‘, ursprünglich aus den USA und UK, umfasst neben Eventlösungen auch ein Produktion- und Content-Team, das unsere Kunden vor, während und nach Veranstaltungen unterstützt. In Europa bieten wir diesen Service aktuell mit Partnerfirmen an, sind aber bereits in der Planung, uns entsprechend weiterzuentwickeln.

BlachReport: Gibt es bei BCD einen Prozess für die Auswahl von Leistungspartnern?

Pieter Krooss: Ja, unsere ‚Preferred Supplier‘-Strategie prüft potenzielle Partner auf verschiedene Kriterien. Allerdings sind wir flexibel und berücksichtigen marktspezifische Besonderheiten und Trends, um unseren Kunden bestmögliche Angebote zu machen.

BlachReport: Wie geht man mit dem Hypethema KI bei Ihnen um?

Pieter Krooss: Unser Technologie-Team arbeitet intensiv mit KI, besonders im Hinblick auf Veranstaltungstechnologien. Wir nutzen KI, um beispielsweise Teilnehmerströme zu analysieren und Vorlieben zu identifizieren. Außerdem verbessern wir die Administration und Planung durch maschinelles Lernen und Robotics, um Projektleiter in ihrer Arbeit zu unterstützen.

BlachReport: Es gibt starke Forderungen nach mehr ökologischer Nachhaltigkeit im Event-Business. Wie reagiert BCD auf die Anforderungen nach mehr Ökologie bei den Veranstaltungen?

Pieter Krooss: Wir legen großen Wert auf Nachhaltigkeit und nutzen Tools wie unseren eigenen ‚Carbon Footprint Calculator‘, um gemeinsam mit den Kunden nachhaltige Entscheidungen zu treffen, zum Beispiel bei der Wahl der Destination, der Anreise und der Location. Zusätzlich analysieren wir die Nachhaltigkeitsaspekte der Locations und kompensieren unvermeidliche Emissionen.

BlachReport: Gibt es denn bei Ihnen bereits Zertifizierungen im Sinne von ISO 201211 oder ähnliches?

Pieter Krooss: Alle unsere Standorte sind ISO-zertifiziert, und wir sind zudem mit EcoVadis in Silber ausgezeichnet.

BlachReport: Wie kann man Events evaluieren, also den Erfolg einer Veranstaltung nachvollziehbar beurteilen?

Pieter Krooss: Der Erfolg wird anhand vorher festgelegter Ziele gemessen, und wir nutzen verschiedene Tools und Strategien, um Feedback und Daten zu sammeln. Dies hilft uns, die Effektivität und den ROI der Veranstaltungen zu bewerten und fortlaufend Verbesserungen vorzunehmen.

BlachReport: Vielen Dank für die Beantwortung unserer Fragen.

Kuwait stellt Details für Expo-Pavillon in Osaka vor

Immersive Ausstellung

Kuwait hat Details über die Architektur und die Ausstellung für den Pavillon auf der kommenden Weltausstellung Expo 2025 im japanischen Osaka vorgestellt. Laut Salem Al-Watyan, Generalkommissar des Staates Kuwait für die Expo 2025 Osaka, arbeiten die Teams in Zusammenarbeit mit dem Hauptpartner Nüssli bereits an der Vorbereitung, Ausstattung und Durchführung dieser Großveranstaltung. Als Experte im Bau von Länderpavillons baut Nüssli den Kuwait-Pavillon als „Totalunternehmer“. Bei der neunten Expo-Teilnahme greift das Unternehmen auf ein umfangreiches Know-how rund um Länderauftritte und insbesondere bei Expo-Pavillons zurück.

Bereits zum zweiten Mal nach der Expo 2015 Milano baut Nüssli den Pavillon für den Staat Kuwait. Weitere Projektpartner sind Lava für die Architektur und insglück für die Ausstellung, unterstützt durch schlaich bergemann partner für das Tragwerkskonzept sowie den japanischen Architekten Tokuo Sekkei und das japanische Bauunternehmen Mugishima Construction. „Das architektonische Konzept mit seinen außerordentlichen Formen und Materialien und die herausfordernde Verbindung von Tradition und Hightech in der Ausstellung sind ein komplexes Unterfangen“, sagt Harald Dosch von Nüssli.

Die Architektur des Pavillons vom Architekturbüro Lava (Laboratory for Visionary Architecture) greift die charakteristische Landschaft und Tradition Kuwaits auf und verwendet sie als wiederkehrende Elemente im gesamten Pavillon. Die offene Architektur mit ihren sich öffnenden Flügeln soll eine einladende Geste symbolisieren und steht für die Gastfreundschaft des Landes.

Das Herzstück des zweistöckigen Pavillons ist der als zentrale Kuppel gestaltete Hauptraum. Der Innenhof auf der Rückseite des Pavillons ist der traditionellen islamischen Architektur nachempfunden und verfügt über einen Garten mit typisch kuwaitischer Bepflanzung.

insglück, die auf Livemarketing und Kommunikation im Raum spezialisierte Kreativagentur, ist für das inhaltliche Konzept verantwortlich und hat die Ausstellung für den Kuwait-Pavillon entwickelt. In vier Ausstellungsräumen erleben Besuchende eine Reise durch die Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft des Golfstaates. Die multisensorische Ausstellung nutzt interaktive Rauminzenierungen und gipfelt in einer explorativen Kuppelprojektion, die den Besuch zu einem immersiven Erlebnis macht.

Die Ausstellung beginnt mit einer fesselnden Pre-Show, die die Besuchenden dazu inspiriert, sich die Geheimnisse Kuwaits in einer



Kuwait Pavillon für die Expo in Osaka (Foto: Kuwait Pavilion)

überdimensionalen Perle sichtbar zu machen. Anschließend betreten sie einen Raum, der die Geschichte der Handelsnation in einer Wüstenlandschaft vermittelt. Im dritten Ausstellungsraum rücken die Menschen Kuwaits ins Zentrum. Entlang einer interaktiven Wand, die wie ein großes Tableau der kuwaitischen Gesellschaft gestaltet ist, begegnen die Besuchenden ausgewählten Persönlichkeiten und Projekten. Die Besuchenden sind eingeladen, auf spielerische Weise zu interagieren und erhalten einen Einblick in die Kultur, Wirtschaft und Wissenschaft des Landes. Über eine Dom-Projektion in der Main Show gestalten die Besuchenden mit ihren Wünschen und Träumen an das Morgen selbst die Zukunft mit.

Die Weltausstellung findet vom 13. April bis zum 13. Oktober 2025 in Osaka, Japan, statt und steht unter dem übergreifenden Thema „Designing Future Society for our Lives“. Auf dem Expo-Gelände in Osaka sind Bereiche für die Unterthemen „Saving Lives“, „Empowering Lives“ und „Connecting Lives“ geplant. Insgesamt soll das Expo-Gelände das Bild einer zukünftigen Gesellschaft vermitteln, in der die 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen erreicht sind.

Der kuwaitische Pavillon ist im Unterthema „Empowering Lives“ angesiedelt.

ITB CONVENTION NUTZTE COMNEXX VON DER BEEFTEA GROUP

Die ITB Convention, begleitende Kongress zur weltweit führenden Tourismusfachmesse, konnte ihre Rolle als global führende Plattform für Business, Innovation und Networking bestätigen. Unter dem Motto „Pioneer the Transition in Travel & Tourism. Together.“ bot die Convention auf dem Berliner Messegelände ein umfangreiches Programm mit 17 Themen-Tracks auf vier Bühnen, an dem sich 24.000 internationale Besucher und 400 internationale Speaker beteiligten. Die Sessions konnten von den Besuchern sowohl live vor

Ort in Berlin als auch über einen Stream digital verfolgt werden.

Die Beeftea group zeichnete sich neben der Organisation der ITB Convention auch für das digital gesteuerte Speaker-Management aus. „Für diese Aufgabe haben wir erneut das eigen entwickelte Programm Comnexus genutzt, mit dem der Veranstalter und alle an der Programmgestaltung beteiligten Personen und Institutionen die Programmgestaltung einfach und effizient planen konnten“, sagt Andreas Grunzky von der Beeftea group. „Der Einsatz

von Comnexus reicht von der Ideensammlung der Vortragsthemen über die Suche nach potenziellen Speakern bis zur Gestaltung des Programms auf der Kongresswebsite.“

Comnexus ist eine Kommunikationsplattform, die es ermöglicht, dass an einem zentralen Ort die komplette Kommunikation mit den Rednern durchgeführt wird: von der Übermittlung der Medien für die Vorträge über die Reiseplanung der Speaker bis hin zur datenbankgestützten Betreuung durch ein Help Desk Center in allen Belangen des Auftritts der Redner.



Konferenzbereich im München Marriott Hotel City West (Foto: Marriott)



München Marriott Hotel City West (Foto: Marriott)

München Marriott Hotel City West

Veranstaltungshotel und Eventlocation

Mehr als 600 Gäste waren beim Grand Opening des München Marriott Hotel City West dabei. Das neue Haus im Westend, das als Veranstaltungshotel und Eventlocation konzipiert wurde, hat 398 Zimmer und Suiten und will insbesondere mit den Möglichkeiten und seiner Ausstattung im Veranstaltungsbereich punkten.

Auf 2.440 m² Tagungs- und Veranstaltungsfläche finden sich 20 Eventbereiche inklusive einem Ballsaal mit Tageslicht. Zu den Highlights zählt eine fast 470 Quadratmeter große Dachterrasse mit Panoramablick über die Stadt bis hin zu den Alpen, die auch exklusiv für Veranstaltungen gebucht werden kann und Platz für bis zu 400 Personen bietet.

Herzstück des Veranstaltungsbereichs ist der 904 qm große Ballsaal – einer der größten in München. Der Ballsaal hat eine Kapazität für 616 Personen und eine Deckenhöhe von 5,50 Meter, lässt sich flexibel in drei Abschnitte unterteilen und hat 240 individu-

ell einstellbare Beleuchtungselemente sowie eine zwölf Meter große Leinwand. Tageslicht aus großen Fenstern, ein externer Zugang, die säulenlose Raumgestaltung und eine hydraulische Hebebühne im Format 6 x 5,5 Meter zählen zu den Eigenschaften des Saales. Die Hebebühne ist direkt mit der großen Tiefgarage des Hotels verbunden. Der Ballroom inklusive Foyer sowie fünf weitere Konferenzmöglichkeiten im Untergeschoss lassen sich flexibel verbinden.

Zum Raumangebot zählen auch zwei Back-of-the-House-Bereiche sowie Räumlichkeiten für Speaker, in die eine nahtlose Live-Übertragung aus dem Ballsaal möglich ist. Eine separate Bankettküche mit Hightech-Ausstattung, die speziell für die Ausrichtung von Großveranstaltungen wie Gala-Dinner geeignet ist, rundet das Feinkonzept der Veranstaltungsebene ab.

Einen Rückzugsort für intimere Business-Meetings, kleinere Veranstaltungen, Networ-

king-Abende und Private Dinings bieten die sieben Studios im ersten Stock des Hotels. „Sie sind verbunden durch unseren Studio Hub, einem Foyer im Wohnzimmer-Stil. Weiterhin gibt es eine offene Küche mit Wohnzimmeratmosphäre“, so Yannick van Huissteden, Director of Sales & Distribution vom München Marriott Hotel City West.

Zur technischen Ausstattung gehören unter anderem hochauflösende TFT-Bildschirme, Projektoren, professionelle Audiosysteme und positionierbare Videokonferenzkameras mit Zoomfunktion. Jeder Eventbereich verfügt über ein an der Wand angebrachtes Touchpanel, welches es dem Nutzer erlaubt, Beleuchtung, Hintergrundmusik, Raumtemperatur, Vorhänge und Bildschirme an die individuellen Bedürfnisse anzupassen. Digitale Flipcharts und eine digitale Beschilderung mit mehreren Aufstellorten und -vorrichtungen ermöglichen darüber hinaus eine maximale Individualisierung der Veranstaltung.

iF Award 2024

Designpreis zeichnet Messeauftritte und Ausstellungen aus

NIE ZUVOR KONNTE DER IF DESIGN AWARD SO VIELE ANMELDUNGEN VERZEICHNEN WIE IN DIESEM JAHR: 10.800 PRODUKTE UND PROJEKTE VON 4.970 TEILNEHMERN AUS 72 LÄNDERN WURDEN BEIM RENOMMIERTEN DESIGN-PREIS INS RENNEN GESCHICKT.

Eine international besetzte iF Jury, bestehend aus insgesamt 132 Experten aus 23 Ländern, vergab den Award 2024 an 2.294 Teilnehmer aus 52 Ländern. Die 75 herausragendsten Designs wurden mit der höchsten Ehrung – dem iF Design Award 2024 Gold belohnt. Am Montag, 29. April 2024, werden alle Preisträger im Berliner Friedrichsstadt-Palast gebührend gefeiert.

Auch in diesem Jahr befanden sich unter den siegreichen Projekten Vertreter der Disziplin „Kommunikation im Raum“ – sei es im Bereich der Messeauftritte, Ausstellungen oder Eventbauten. Drei herausragende Beispiele – darunter auch einen Gewinner des iF Gold Award – stellen wir nachfolgend vor.

WUNDER DER MEDIZIN

Den einzigen goldenen iF Design Award im Bereich der Messen und Ausstellungen konnte 2024 die Ausstellung „Wonders of Medicine“ im 2022 eröffneten Novartis Pavillon gewinnen. Für die Kreation der Ausstellung zeichneten das Stuttgarter Atelier Brückner und die Basler iart interactive AG verantwortlich. „Der Novartis Pavillon mit dem Titel ‚Wunder der Medizin‘ ist ein Beispiel dafür, wie man komplexe wissenschaftliche Erkenntnisse auf ansprechende und zugleich anspruchsvolle Weise vermitteln kann“, heißt es in der Begründung der Jury.



Ausstellung „Wonders of Life“ im Novartis Pavillon
(Fotos: Novartis AG)

Die Ausstellung befindet sich im Obergeschoss des Novartis Pavillon und folgt der kreisrunden Form des Gebäudes. Sie ist multimedial aufgebaut und lädt zum selbständigen Entdecken der „Wunder der Medizin“ ein. Durch die Ausstellung begleitet ein Digital Companion, ein eigens für die Ausstellung entwickeltes Audiogerät, das sich nach den Präferenzen der Besucher richtet. Sämtliche Ausstellungsinhalte sind in den Sprachen Deutsch, Englisch und Französisch verfügbar.

Auf dem Weg ins Obergeschoss, im Mezzanine, befindet sich ein kleiner Filmsaal. Hier startet die Ausstellung mit einem Kurzfilm. Die Ausstellung selbst besteht dann aus vier inhaltlichen Bereichen.

„Verletzlichkeit des Lebens“ setzt auf einer ganz grundlegenden, menschlichen Ebene an und will deutlich machen, worum es hier überhaupt geht – um Menschen. Patienten oder ihre Familienmitglieder erzählen, wie sie mit Erkrankungen wie Herzversagen, Brustkrebs und Malaria umgehen. Darüber hinaus soll den Besuchern Wissen über die



vitalen Körperfunktionen vermittelt und erklärt werden, wie Krankheiten den Körper überhaupt beeinflussen können. „Vom Labor zum Patienten“ zeigt die Wege eines Medikaments auf und wie es in acht Schritten vom Labor zur Patientin und zum Patienten kommt. Beispielsweise trifft man in einer Fensterreihe mit Videoinstallationen auf Forscher, Produktionstechniker sowie weitere Personen, die an der Entstehung neuer innovativer Arzneimittel beteiligt sind. Sie erklären, wie sich ihre alltägliche Arbeit gestaltet und stellen auch einige der Geräte vor, die verwendet werden.

„Schritte durch die Zeit“ erzählt die Geschichte der Medizin und die Entstehung der pharmazeutischen Industrie in Basel. Hier gibt es die Möglichkeit, Objekte zu entdecken, die einen Bezug zu Basel und zur Novartis-Firmengeschichte haben. Der Time Scanner ermöglicht anhand einer interaktiven Stadtkarte, die städtebaulichen Veränderungen der Stadt Basel seit dem Jahr 1880 nachzuvollziehen. „Zukunft des Gesundheitswesens“ lädt zu virtuellen Diskussionsrunden mit Experten über soziale und ethische Implikationen von Trends ein, die die Zukunft der Gesundheitsversorgung formen. Themenschwerpunkte sind der Zugang zu Medizin, die Heilung von Krankheiten und der Einfluss der Künstlichen Intelligenz. Besucher können hier aktiv in die Diskussion einsteigen und dabei auch mehr über die Perspektiven der anderen lernen. Interaktive Informationssäulen runden diesen Bereich ab.

DEUTSCHE TELEKOM BEIM MOBILE WORLD CONGRESS 2023

Die Deutsche Telekom setzte beim Mobile World Congress (MWC) 2023 das Leitmotiv „Giving technology a heartbeat“ in Szene. Das nun mit



Telekom beim MWC 2023
(Fotos: Deutsche Telekom)

einem iF Design Award ausgezeichneten Projekt setzten die Lead-Agentur Meiré und Meiré, die Kreativagentur Elastique und die Telekom gemeinsam um.

Das Messepublikum erlebte auf der Fläche „Business Solutions“, wie ein leistungsfähiges und flexibles Netzwerk entsteht. Dort gab es ein Update zu Campus-Netzwerken für eine vernetzte Gesellschaft und eine digital souveräne Industrie. Die Telekom zeigte überdies, wie sie Echtzeitdaten individuell in digitale Lebenswelten umsetzt. Im Bereich „Home“ gab es „B2C-Solutions“ für das eigene Zuhause. Der Standbereich „Technology and Network“ zeigte, wie bei Naturkatastrophen die Verbindung zu Betroffenen erhalten bleibt. Auf einer weitläufigen Bühne präsentierte die Telekom ein vielfältiges Programm. Hier erhielt das MWC-Publikum ein Bild von der gesellschaftlichen und kulturellen Bedeutung von Technologie.



Für den MWC 2023 entstand so ein Markenauftritt, der eine bedürfnisorientierte und umweltfreundliche Technologie inszenieren sollte. Das Standdesign stellte zudem das Publikum in den Mittelpunkt. Die offene Bühne im Herzen der Fläche und die Dialogangebote der Players-Zone sollten einen substanziellen Austausch ermöglichen. Genauso bot der Stand auch Momente der Ruhe im Ambiente- oder Barbereich.

Der anamorphic Cube war Highlight des Messestandes und mediale Intervention zugleich. Er vereinte digitale Evolution und innovatives Denken und Gestalten. Das Ergebnis war eine immersive Bilderprojektion mit einem dreidimensionalen Effekt. Zusätzlich zu einem zirkulär gedachten Standkonzept, setzen Möbel aus recyceltem Kunststoff den Telekom-Anspruch an Nachhaltigkeit um.

DART@OMR FESTIVAL 2023

Die Frage danach, was Marken in Zeiten von Brand Fiction, Künstlicher Intelligenz und der zunehmenden Verschmelzung physischer und digitaler Touchpoints bewegt war Ausgangspunkt des D'art Design (Dart) Standauftritts auf dem OMR Festival 2023. Das interdisziplinäre Designbüro nutzte den Hamburger Digital-Event um seine Kompetenz in der Verbindung von physischen Orten mit digitalen Erlebnissen unter Beweis zu stellen. Unter dem Titel „In Between“ wurde dabei der nun mit dem iF Design Award prämierte analoge Auftritt um digitale Erlebnisräume erweitert und zeigte Entwicklungen für 360° Environments, Augmented Reality, Virtual Reality und Mixed Reality.

Wenige Elemente wie neonfarbene Gerüste und LED-Screens prägten das Standdesign. Eine über die Gesamtlänge angebrachte Spiegelwand erschien den Besuchern erst bei genauerem Hinsehen als eine vollständige Spiegelung des Standes. Die gespiegelten Gerüste sollten dabei die



In Between: Dart beim OMR Festival 2023
(Fotos: D'art Design Gruppe)

Illusion einer Erweiterung des Raumes erzeugen. Diese Verdoppelung der Gerüststruktur führte auch zur Hauptidee des Standkonzepts von In Between: die Möglichkeiten für immersive Erlebnisse, die bei der Fusion von physischer und digitaler Realität entstehen. Ebenso verlängerten sich beim ersten Betreten der Virtual Reality Experience die charakteristischen, neonfarbenen Gerüste in alle Richtungen auch in den virtuellen Raum.

Die VR-Experience bot diverse Aktivitäten und Challenges, die auf den riesigen LED-Screens von Zuschauern live mitverfolgt werden konnten. Das erlebbare Storytelling sollte so jene Themen einbinden, die heute und zukünftig bei der Kreation immersiver und innovativer Markenerlebnisse von zentraler Bedeutung sind: Attention, Change, Sustainability, Creativity und Expansion.



jobs + karriere

Sandra Stichauner, die seit August 2021 Teil des Teams bei der *Österreich Werbung* ist, hat sich in einem Assessment-Prozess gegen 90 Bewerber und Bewerberinnen durchgesetzt und ist ab sofort Chief Marketing Officer (CMO) der nationalen Tourismusorganisation Österreichs. Vorher war sie bereits Head of Channel Management und interimistische Leiterin des Bereichs Kommunikation der Österreich Werbung.

Arne Klehn [47] wird neuer General Manager im *JW Marriott Berlin*. Der gebürtige Kieler bringt reichlich Erfahrung im internationalen Hotelmanagement mit und kann auf 17 erfolgreiche Jahre in verschiedenen General-Manager-Positionen in Europa zurückblicken. Zuletzt führte er als Multi-Property Manager das *Budapest Marriott Hotel* und das *Millennium Court Budapest*. Im JW Marriott Berlin will er insbesondere den Veranstaltungsbereich weiterentwickeln.

Zum 1. April 2024 übernimmt **Karin Schrank** ihre Tätigkeit als Vice President Brand & Communication beim in Radolfzell ansässigen Wäschehersteller *Schiesser*. In dieser Rolle verantwortet sie die Bereiche Marketing, Kommunikation, Public Relations und Social Media und ist gleichzeitig Mitglied des Senior Executive Managements. Sie berichtet direkt an **Andreas Lindemann**, CEO der Schiesser Group.



Sabine Ludwig
(Foto: Jazzunique)

SABINE LUDWIG ALS DIRECTOR SPACE IM TEAM

Die Frankfurter Agentur *Jazzunique* hat **Sabine Ludwig** zum Director Space ernannt. Diese Personalentscheidung soll Jazzunique im Bereich Innenarchitektur und Kommunikation im Raum verstärken.

Sabine Ludwig war vorher unter anderem für Unternehmen wie *Uniplan*, *Geplan Design* und *KSP Engel* tätig. Ihre Fähigkeiten in der Entwicklung von ganzheitlichen, interdisziplinären Designkonzepten in Verbindung mit ihrer Leidenschaft für ästhetische und funktionsgerechte Raumlösungen bilden die Grundlage für ihre zukünftige Arbeit bei Jazzunique.

Die Aufgaben von Sabine Ludwig bei Jazzunique umfassen nicht nur die Führung und Entwicklung des Teams, sondern auch die enge Zusammenarbeit mit den Agentur-Units Event, Design und Campaign.



Tilman Dachzelt
(Foto: dan pearlman Group/Birte Filmer)

DAN PEARLMAN: NEUE POSITION FÜR TILMAN DACHSELT

dan pearlman Markenarchitektur aus Berlin ernannt **Tilman Dachzelt** zum Strategic Director Sustainable Transformation. Dachzelt ist bereits seit 2012 in der *dan pearlman Group* als strategischer Berater in leitender Funktion tätig. Die neue Position umfasst eine Kompetenzbündelung der verschiedenen Zukunftsthemen nachhaltiger Transformation und steht für eine Querschnittsfunktion innerhalb der *dan pearlman Group*. Ziel ist es, übergeordnet den Bereich strategische Beratung in den Bereichen Brand, New Work, Communication, Cross Realities, Retail und Destination Experiences zu stärken. Tilman Dachzelt soll mit seiner Arbeit als Strategiedirektor zukünftig seinen Fokus auf die Zukunftsthemen Nachhaltigkeit und Transformation setzen.

Tilman Dachzelt legt den Schwerpunkt seiner Arbeit in den Bereich Vision- und Markenentwicklung sowie kommunikatives Storytelling der Kundenprojekte.



Annika Klar
(Foto: Deutsche Messe)

NEUER GESCHÄFTSBEREICH BEI DER DEUTSCHEN MESSE

Annika Klar [42] übernimmt zum 1. April 2024 die Leitung des neu geschaffenen Bereichs „New & Global Business Development“ bei der *Deutschen Messe*. Klar ist bereits seit 2013 für die Deutsche Messe tätig und war in den vergangenen drei Jahren Geschäftsführerin der Hannover Fairs Turkey Fuarcılık A.Ş., einer 100-prozentigen Tochtergesellschaft der Deutschen Messe AG in Istanbul. Die Geschäftsführung der Hannover Fairs Turkey Fuarcılık A.Ş. soll Annika Klar bis auf Weiteres – neben ihrer Rolle als Geschäftsbereichsleiterin – wahrnehmen.

Der neu gegründete Geschäftsbereich „New & Global Business Development“ setzt den Fokus auf die Konzeption und Umsetzung neuer Messen und Events in Deutschland sowie auf das strategische Wachstum im Ausland.



Marc Matern
(Foto: Schnaitt)

MARC MATERN IST NEUER CEO BEI SCHNAITT

Die *Schnaitt Internationale Messe- und Ladenbau GmbH* hat ein neues Management installiert. Seit 1. März 2024 ist **Marc Matern** neuer Geschäftsführer (CEO) des Messebauunternehmens. Zusammen mit **Thomas Licht** bildet er nun das Management-Team. Marc Matern löst damit den bisherigen CEO **Manfred Pütz** ab, der für einen reibungslosen Übergang dem Unternehmen noch einige Wochen angehört wird. Pütz verlässt Schnaitt auf eigenen Wunsch, um sich einer neuen Herausforderung zu stellen.

Marc Matern ist tief in der Branche verwurzelt und kann auf eine umfangreiche Expertise im Messebau verweisen. Vor seinem aktuellen Engagement bei Schnaitt war Marc Matern unter anderem als Director Marketing & Business Development bei *EAST END Communications*, Head of Business Development bei *VRPE Team* und – zuletzt – als Managing Director weltweit für die *E3 Gruppe* tätig.

MARKETING SERVICES

anbieter _ansprechpartner	anschrift	Telefon . Fax . email . internet	angebot
------------------------------	-----------	----------------------------------	---------

AUTOMOTIVE EVENT SERVICE / PREMIUM EVENT REINIGUNG



KIWI Event Services GmbH	Kasinostrasse 19-21 42103 Wuppertal	T 0202 89015232 M 0174 8822232 info@kiwi-services.de www.kiwi-services.de
-----------------------------	--	--

Die KIWI Event Services GmbH bietet für Veranstaltungen aller Art umfassende Hygienekonzepte an. Wir sind ein Premiumdienstleister für Fahrzeugevents, Automotive, Messen und Presseveranstaltungen. Wir bieten ökologisch nachhaltigen, professionellen Reinigungsservice zu fairen Konditionen auf nationalen und internationalen Events an. Mit der Erfahrung von über 15 Jahren, sorgen wir für die richtige Pflege und Sauberkeit von Fahrzeugen, Pavillons, Flächen, Böden und Exponaten. Unsere erfahrenen Projektleiter mit unserem ausgebildeten Personal sorgen für die perfekte Sauberkeit.

DUFTREGIE



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

Duftberatung und -Komposition. Professionelle Ausbringungs-Technologie für alle Konzepte und Raumgrößen kaufen oder mieten. Hygienekonzepte mit 100% pflanzlichen Aerosolen für Ihr Luftmanagement. 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 Berlin München	+49 (0)40 899699-0 +49 (0)30 726146-0 +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

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



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**.

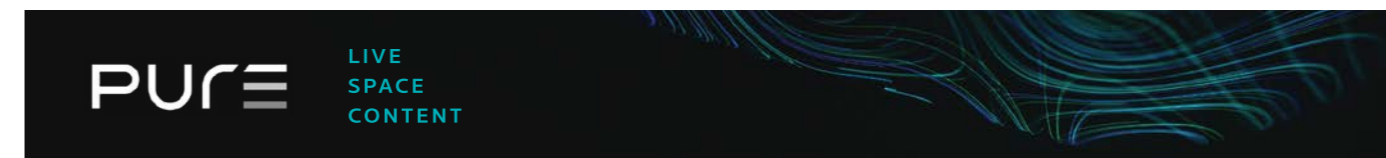


PP Frankfurt

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 GmbH
T +49 611 172 19 60
wiesbaden@pureperfection.com
www.pureperfection.com

Seit 15 Jahren begeistert Pure seine Kund:innen. Mehr als 80 Mitarbeitende an drei Standorten in Wiesbaden, Berlin und Düsseldorf setzen mehr als 120 Veranstaltungen pro Jahr um. Mit unseren drei Units Pure Live, Space und Content bieten wir von der Idee bis zur Umsetzung und begleitenden Kampagne alle Leistungen für spannende Kommunikation aus einer Hand.

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



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

MESSE- UND EVENTBAU



AMECKO
MESSEN
KONGRESSE
AUSSTELLUNGEN
EVENTS
INNENAUSBAU

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

fwd:
Bundesvereinigung
Veranstaltungswirtschaft

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.



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.

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 und Know-how, um unseren Kund:innen aus einer Hand begeisterte, individuelle Lösungen zu bieten – mit kreativem Design, Hannover | Köln | Leipzig detailgenauer Planung und intelligenten Services. Mainz | München | Nürnberg Stuttgart

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

René Britten

RENÉ BRITTEN IST SELBSTÄNDIG MIT *FULLSPECTRUM LIGHTDESIGN*, BEZEICHNET SICH SELBST ALS NACHWUCHS-LICHTDESIGNER (WWW.INSTAGRAM.COM/FULLSPECTRUM.DESIGN) UND SORGT FÜR DAS GUTE LICHT BEI *DEEJAY PLUS* UND DEN *GOODFELLAS*.



René Britten (Foto: privat)

Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?
Ich liebe es beim Besucher den WOW-Effekt zu erschaffen – sei es der Wandel von leerer Industriehalle zu stylischer Eventlocation oder von kühler Konzerthalle zur perfekten Inszenierung der Künstler.

Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?
Professioneller Musiker.

Welchen Traum wollen Sie sich noch erfüllen?
Verschiedene Reisen – zum Beispiel durch die skandinavischen Länder oder die USA.

Was macht Sie glücklich?
Mit der Familie gemeinsame Abende zu verbringen.

Was war bisher Ihre größte Herausforderung?
Die Corona Pandemie war ein Schlag für die gesamte Branche. Ich konnte zum Glück schnell im digitalen Veranstaltungsmarkt Fuß fassen und habe die Zeit gut überstanden.

Welche Entscheidungen haben Sie bereut?
Meine Selbständigkeit nicht schon früher gestartet zu haben.

Was machen Sie gegen Stress?
Schlagzeug spielen!

Wen möchten Sie gern einmal kennenlernen?
Ich würde mir wünschen, dass man weiterhin so viele neue Menschen kennenlernt und mit den Künstlern abseits der Shows ganz ungezwungen ins Gespräch kommen kann.

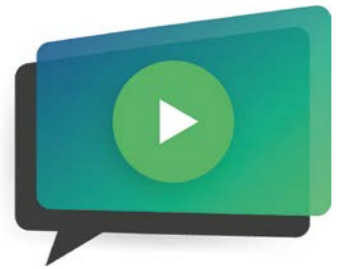
Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?
Vermutlich war es eine Gebrauchsanweisung eines Movinglights.

Was sollen wir hören: Ihr aktueller Musik Tipp?
Ich liebe die Vielfalt von Live-Alben und Jazz-Musik, da kann ich mich gar nicht auf einen Tipp festlegen.

Auf die Gefahr hin, dass Sie dort nie wieder allein sind: Nennen Sie uns Ihr Lieblingsrestaurant?
Taj Mahal in der Dortmunder Innenstadt – kleines, aber fantastisches Restaurant mit indischer Küche.


STUDIO BLACH

Alles über Live-Kommunikation



REPORTAGEN UND TALKS FÜR INSIDER AUS DEM MICE BUSINESS



STUDIO BLACH
ALLES ÜBER LIVE-KOMMUNIKATION
GIBT ES AUF
YOUTUBE 

AKTUELLE VERÖFFENTLICHUNGEN:

WAS CREATIVE GESTALTUNG ALS OSPI-NETZWERKPARTNER ERREICHEN WILL

MARCEL FERY ÜBER 25 JAHRE TSE UND DIE VERANSTALTUNGSWIRTSCHAFT

THE ENTRIES: WIR DOKUMENTIEREN EINREICHUNGEN BEI EVENT-AWARDS

DATENBASIERTE EVENT-ERFOLGSKONTROLLE MIT KNW.

Impressum

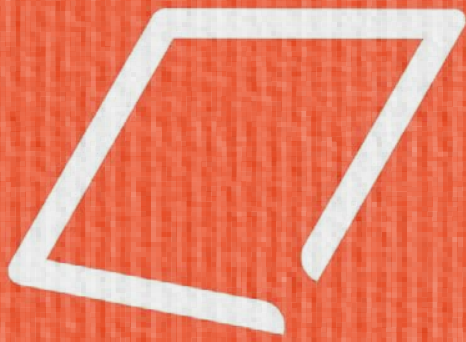
26. Jahrgang _ VERLAG AktivMedia GmbH / Zum Bahnhof 10 / 31311 Uetze - Dedenhausen // Tel 05173 9827-0 / Fax 05173 9827-39 / eMail info@blachreport.de / www.blachreport.de _ CHEFREDAKTION Peter Blach pblach@blachreport.de _ REDAKTION Gabriele Stolte gstolte@blachreport.de / Elke Bartels ebartels@blachreport.de / 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

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.

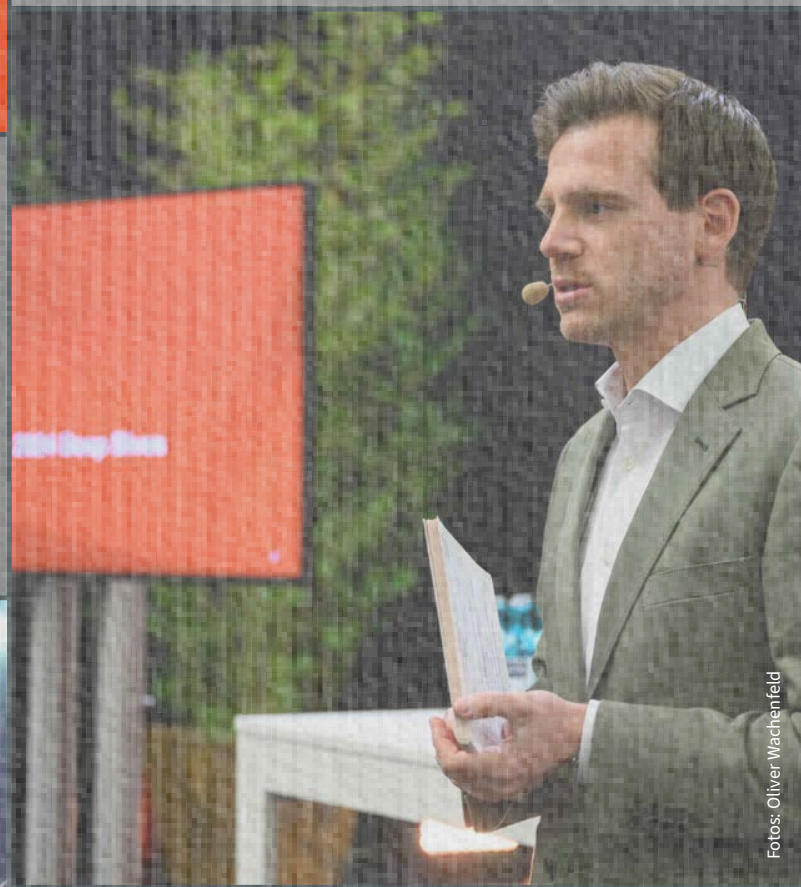
BlachReport



**BRAND
EX
DEEP
DIVE**

**BRANDEX
GEWINNER
IM TALK MIT
ALJOSCHA
HÖHN**

**INKLUSIVE
VIDEOS DER
AWARD-EINREICHUNGEN**



Fotos: Oliver Wachenfeld



**JETZT AUF
YOUTUBE
STUDIO
BLACH**

YOUTUBE.COM/@STUDIOBLACH