



Was Tobias Weber von format:c auf der Prolight+ Sound 2024 gut gefiel – und was seiner Meinung nach besser werden muss

IT'S N&M O'CLOCK



NEUMANN & MÜLLER
VERANSTALTUNGSTECHNIK

→ CORPORATE EVENTS

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

→ PUBLIC EVENTS

Kultur, Sport, Musik, Ausstellungen, TV/Hörfunk

→ DIGITAL-LIVE ODER HYBRIDE EVENTS

NEUMANNMUELLER.COM

Warum Prolight + Sound?



Rund 25.000 Besucher aus fünf Kontinenten und mehr als 100 Ländern kamen vom 19. bis 22. März zur Prolight + Sound 2024. Im Vorjahr waren es noch rund zehn Prozent mehr gewesen. Über 500 Aussteller und Marken –

zum größten Teil aus dem Bereichen Medien- und Veranstaltungstechnik – und damit mehr als 2023 – zeigten ihre Lösungen. Der Führungskräfte-Anteil unter den Fachbesuchern bezifferte der Veranstalter mit 62 Prozent. 25 Prozent der Besucher waren jünger als 25 Jahre. Dies zeigte, dass die Fachmesse mit ihren Formaten sowohl aktuelle Entscheidungsträger als auch den Nachwuchs anspricht.

Eine erfreuliche Entwicklung zeigten auch die Zufriedenheitswerte unter den Besuchern. So gaben 86 Prozent an, mit ihrem Messebesuch zufrieden zu sein. Insbesondere die Zufriedenheit mit dem Ausstellungsangebot stieg mit 82 Prozent im Vergleich zum Vorjahr noch einmal an.

Traditionell kommen die Besucher der Prolight + Sound natürlich aus den Bereichen Veranstaltungstechnik und -produktion. Die Auftraggeber von Veranstaltungen sieht man dagegen eher selten. Warum eigentlich – wollten wir wissen und haben darüber mit Tobias Weber von der Kölner Agentur format:c gesprochen, der seit vielen Jahren die Prolight + Sound zu seinem Pflicht-Besuchsprogramm zählt. Details gibt es ab Seite 6 in dieser Ausgabe.

Herzlichst

Ihr Peter Blach

inhalt

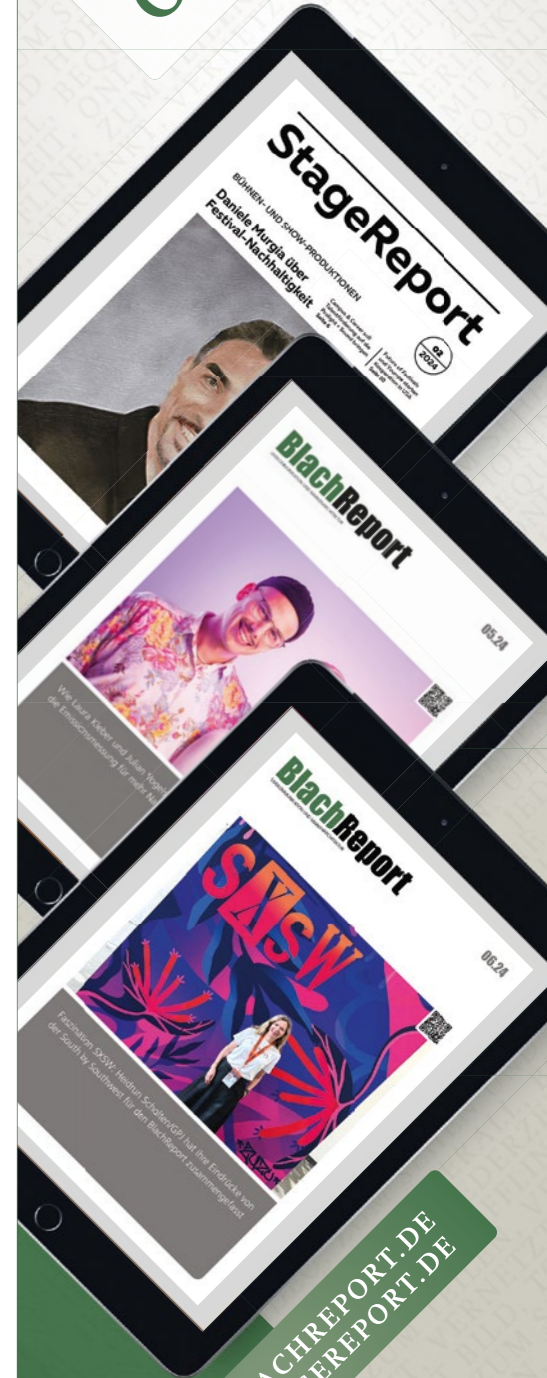
- ⁵ BUSINESS Marken-Ranking veröffentlicht
- ⁶ PL+S Tobias Weber über die Prolight + Sound 2024
- ⁸ VERANSTALTUNGSTECHNIK Neuheiten
- ¹⁰ BUSINESS Bayerischer Kongressfonds
- ¹¹ BUSINESS Jazzuniqué für Discover Airlines
- ¹² DIGITAL Swisscom Zoon wird zu Oniva

Titelfoto: Tobias Weber (Foto: format:c)

- ¹³ DIGITAL Immersive Experiences mit WongDoody
- ¹⁴ DIGITAL Eventanalyse-Workshop mit Flow und knw.
- ¹⁶ PEOPLE Jobs + Karriere
- ¹⁷ MARKETING-SERVICES Lieferantenverzeichnis
- ²⁶ BACKSTAGE Benny Ge
- ²⁶ IMPRESSUM

MEDIA
BOARD

OUT NOW!



WWW.BLACHREPORT.DE
WWW.STAGEREPORT.DE



Die Prolight + Sound 2024 meldet einen Besucherrückgang (Grafik: Messe Frankfurt)

Prolight + Sound 2024 zieht Bilanz

Besucherrückgang

Rund 25.000 Besucher aus fünf Kontinenten und mehr als 100 Ländern kamen vom 19. bis 22. März zur Prolight + Sound 2024. Über 500 Aussteller und Marken zeigten ihre Lösungen. Der Führungskräfte-Anteil unter den Fachbesuchern bezifferte der Veranstalter mit 62 Prozent. 25 Prozent der Besucher waren jünger als 25 Jahre. Dies zeigte, dass die Fachmesse mit ihren Formaten sowohl aktuelle Entscheidungsträger als auch den Nachwuchs anspricht.

Eine erfreuliche Entwicklung zeigten auch die Zufriedenheitswerte unter den Besuchern. So gaben 86 Prozent an, mit ihrem Messebesuch zufrieden zu sein. Insbesondere die Zu-

friedenheit mit dem Ausstellungsangebot stieg mit 82 Prozent im Vergleich zum Vorjahr noch einmal an.

Wissenstransfer in unterschiedlichsten Formaten stand an erster Stelle: Neben den Ausstellerpräsentationen teilten vor allem hochkarätige Persönlichkeiten ihr Wissen und ihre Insights in Podiumsgesprächen, Keynotes und Live-Demonstrationen mit einem interessierten Publikum. Darunter unter anderem die preisgekrönte Kreativdirektorin Geneviève Cleary, der Lichtdesigner Mikki Kunttu, Produzent und DJ Gregor Tresher, Labelchef Edgar Dirksen, Gitarristin Yasi Hofer, der Atelier Markgraph CCO

Stefan Weil sowie Creative Director und Künstlerin Eileen Hall.

Ein umfassendes Vortrags- und Konferenzprogramm ergänzte diese um Themen wie Personalentwicklung und die Umsetzung nachhaltiger Events. Unter dem Dach des Prolight + Sound College boten drei Plattformen bilinguale Seminare zu branchenrelevanten Themen – darunter das Camera College (in Kooperation mit dem BVFK – Bundesverband der Konzert- und Veranstaltungswirtschaft), das ProAudio College (in Kooperation mit dem VDT – Verband der Deutschen Tonmeister) und das VPLT College (Verband für Medien- und Veranstaltungstechnik).

insglück startete Zertifizierungsprozess gemäß ISO 20121

Zertifizierung im Konvoi

insglück startete den Zertifizierungsprozess für nachhaltiges Veranstaltungsmanagement gemäß der internationalen Norm ISO 20121. Koordiniert und begleitet wird der Prozess von den Verbänden IFES und fwd: Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft. Die Zertifizierung bestreitet die Agentur im Konvoi mit anderen Unternehmen. Zu den Teilnehmenden zählen Anbieter aus dem Agentur-, Catering-, Messe- und Designumfeld.

Die ISO 20121 setzt internationale Standards für ein umfassendes Nachhaltigkeitsmanagement in der Veranstaltungsbranche. Sie unterstützt Unternehmen dabei, sich auf künftige gesetzliche Anforderungen und die Erwartungen von Stakeholdern einzustellen. Die Zertifizierung dient zudem als anerkannter Nachweis für die Nachhaltigkeitsleistung bei Ausschreibungen.

Das Engagement für CSR- und Nachhaltigkeitsmaßnahmen ist schon länger fester Teil der

Firmenkultur. 2012 gehörte insglück zu den ersten Agenturen, die das Siegel „Sustainable Company powered by Famab“ erhielten. 2022 wurde insglück für sein ganzheitlich nachhaltiges Engagement mit der Silber-Medaille im internationalen EcoVadis-Nachhaltigkeitsrating ausgezeichnet. Zuletzt bekräftigte insglück sein Engagement für Inklusion durch die Unterzeichnung der Charta der Vielfalt als Bekenntnis zu einem vorurteilsfreien Arbeitsumfeld.

BLACHREPORT 07/24

dm und Nivea führen deutschen Identitätsindex 2024 an

Marken-Ranking

Im Zwei-Jahres-Rhythmus untersucht die Unternehmensberatung FehrAdvice & Partners mit ihrem Identitätsindex die Marken- und Unternehmensidentifikation in Österreich und der Schweiz. 2024 wurde nun erstmals auch Deutschland in die Studie einbezogen. Am 13. März wurden die Ergebnisse vorgelegt. Im Spitzenfeld des „Identitätsindex 2024“ liegt ein Markenmix aus Handel, Konsumgüter und Industrie. Schwächen bei der Markenidentität zeigen große Namen wie VW, Mercedes, Deutsche Bank und HypoVereinsbank – Branchen die stark im Umbruch sind.

FehrAdvice hat für den Index mit einem verhaltensökonomischen Modell die 80 stärksten Marken in Deutschland gemessen: Den Top 10 des „Identitätsindex Deutschland 2024“ gelingt es, eine dauerhafte, identitätsstiftende Beziehung zu ihren Kunden aufzubauen. An der Spitze liegt dm mit 71,6 Punkten, dicht gefolgt von Nivea (70,1) und Amazon (70,0). Mit etwas Abstand folgen Bosch (66,0) und Rossmann (64,8). „Die deutschen Identitätssieger festigen durch eine starke Markenidentität die Kundenbindung, was die Preisempfindlichkeit senkt und die Wahrnehmung der Pro-

duktqualität erhöht. Wichtige Aspekte, die für die Stabilität und den Erfolg eines Unternehmens gerade in Zeiten des Wandels entscheidend sind“, sagt Luca Geisseler, CEO von FehrAdvice & Partners AG.

Aktuell erlebt gerade die Mobilitätsbranche einen bedeutenden Umbruch. Das Mobilitätsverhalten ändert sich und innovative Anbieter drängen erfolgreich auf den Markt. Zwar ist Volkswagen in Deutschland mit 56,1 Punkten noch immer das stärkste Mobilitätsunternehmen knapp vor BMW (54,8), aber dicht dahinter positioniert sich bereits Share Now (53,5). Der Plattformdienstleister hat bereits einen höheren Wert als Traditionsunternehmen wie Lufthansa (49,5) oder der Autobauer Daimler (49,4). Die Deutsche Bahn rangiert mit 45,6 Punkten weiter hinten, während Uber mit 34,1 Punkten am Ende des Rankings zu finden ist.

Geisseler: „Banken und Finanzinstitute müssen für ihren Erfolg stark auf Vertrauen und gute Kundenbeziehungen setzen, um sich über reine Konditionen hinaus zu differenzieren. Hohe Identitätswerte wären hier also wichtig.“ An der Spitze des Identitätsrankings im Bereich der Finanzinstitute stehen die Volks- und Raif-

feisenbanken (50,3). Schon auf dem zweiten Platz jedoch folgt mit Revolut (45,6) eine Überraschung. Die Digitalbank besitzt keine Filialen und schafft es dennoch, andere, teils sehr traditionsreiche Banken, zumindest aus Sicht der Identität zu überholen. Es folgen weiter die DKB (44,7) und die Commerzbank (41,3). Institute wie die Deutsche Bank (34,8) und die HypoVereinsbank (33,7) bilden die Schlusslichter.

In der Konsumgüterbranche ragt Nivea mit 70,1 Punkten als Identitätschampion heraus und übertrifft damit die Wettbewerber deutlich. Diese starke Identifikation mit der Marke zeigt sich nicht nur in Deutschland, sondern auch in der Schweiz. Obwohl Marken wie Persil (58,4), Schwarzkopf (54,6) und Ariel (54,2) solide Identitätswerte aufweisen, erreichen sie nicht das Niveau von Nivea.

Die Lebensmittelhändler stiften in Deutschland weniger Identität als in den deutschsprachigen Nachbarländern. Bis auf Edeka (63,1) hat es aus der Branche kein Unternehmen unter die Top 10-Unternehmen geschafft. Allenfalls Rewe (60,8), Lidl (57,2) und Aldi (56,5) befinden sich halbwegs in Reichweite zu Edeka und den anderen identitätsstarken Marken.

BETRIEBSWIRTE-STUDIUM DIGITAL MARKETING (FH) IM NEUEN FORMAT

Das weiterbildende Studium zum Betriebswirt (FH) Digital Marketing, das das Studieninstitut für Kommunikation in Kooperation mit der Hochschule Schmalkalden anbietet, präsentiert sich ab dem kommenden Wintersemester 2024/2025 in einer vollständig digitalen Form mit frischen Inhalten und einer modernisierten Organisationsstruktur. Der ehemals auf Präsenzveranstaltungen und Webinaren basierende Studiengang wurde dafür in ein Online-Format umgewandelt, um eine flexible und ortsunabhängige Teilnahme zu ermöglichen.

Weiterhin wurden die Lehrinhalte aktualisiert, wobei das Thema Künstliche Intelligenz nun auch zu einem festen Bestandteil des Lehrplans geworden ist. Zusätzlich wurde auch die Dauer des Studiums angepasst. Teilnehmende können innerhalb von neun statt wie bisher zwölf Monaten das staatlich anerkannte Hochschulzertifikat erlangen.

Bewerbungsschluss ist der 31. Juli 2024. Details gibt es auf der Website.

BLACHREPORT 07/24

skyliner®

covering your event

photo / MOONCITY VIENNA E-MOBILITY STORE OPENING
qr code / GRX 24H NÜRBURGRING SHOWCASE

skyliner.tv



Tobias Weber
(Foto: format:c)



Prolight + Sound in Frankfurt
(Foto: Messe Frankfurt/Pietro Sutura)

Tobias Weber von der Agentur format:c über die Prolight + Sound

Pflichttermin?

RUND 25.000 BESUCHER AUS FÜNF KONTINENTEN UND MEHR ALS 100 LÄNDERN KAMEN VOM 19. BIS 22. MÄRZ ZUR PROLIGHT + SOUND 2024 NACH FRANKFURT, UM SICH ÜBER DIE AKTUELLEN ENTWICKLUNGEN IN DER VERANSTALTUNGSTECHNIK ZU INFORMIEREN. NOCH EHER SELTEN AUF DIESER MESSE SIND VERTRETER AUS EVENTAGENTUREN. WIR WOLLTEN WISSEN, WARUM SIE DIE PROLIGHT + SOUND BESUCHEN UND WAS SIE AUF DER MESSE INTERESSIERT. BEFRAGT HABEN WIR DAFÜR TOBIAS WEBER VON DER AGENTUR FORMAT:C AUS KÖLN.

BlachReport: Was hat dich an der Prolight + Sound 2024 interessiert?

Tobias Weber: Die Prolight + Sound ist für mich ein Must-have Termin im Jahr, schon seit vielen Jahren, auch bevor ich in die Agenturbranche eingestiegen bin und format:c gegründet habe. Bereits vor fast zwanzig Jahren besuchte ich regelmäßig die Messe. Seitdem verfolge ich die Entwicklung der Prolight + Sound und der Musikmesse, mit der sie früher verbunden war. In diesem Jahr interessierte mich besonders, wie die neuen Ideen der letzten Jahre in Frankfurt umgesetzt wurden und wie erfolgreich diese Umsetzung war. Mein Fokus lag auf der übergeordneten Frage: Wie entwickelt sich die Messe? Welche Formate werden dort eingeführt und wie plant man ihre Zukunft?

BlachReport: Hast du die gewünschten Eindrücke und Informationen bekommen?

Tobias Weber: Absolut. Ich habe die Messe intensiv erkundet und mir die Neuerungen angesehen, insbesondere im Lichtbereich, wo beeindruckende Innovationen präsentiert wurden. Es gab auch einige Jubiläen zu feiern, wie zum Beispiel das 30-jährige Bestehen von Robe und GLP. Ich hatte zahlreiche Gespräche zu verschiedenen Themen, zum Beispiel, wie LED-Systeme noch besser im Messebereich integriert werden können.

Außerdem habe ich mir viele Shows angeschaut. Vor allem im Lichtbereich ist gigantisch, was da aufgeföhren wird. Da gab es jede Menge zu sehen und auch zu lernen. Last but not least habe ich mir die Zeit genommen, um die verschiedenen Formate der Messe zu erkunden.

Dieses Jahr war ich länger in Frankfurt als jemals zuvor, um auch die neu hinzugekommenen Abendveranstaltungen zu erleben.

BlachReport: Gab es Segmente in der Ausstellung, die dir gefehlt haben?

Tobias Weber: Ein wichtiger Bereich, der seit einigen Jahren unterrepräsentiert ist, ist der Audio-Bereich. Hier fehlen wirklich einige der großen Brands und viele wichtige Aussteller sind nicht mehr präsent. Was mir auch fehlt, sind die ganz jungen Start-ups im technischen Bereich, die mit neuen innovativen Lösungen ihren Platz im Markt suchen. Es wird doch in vielen Bereichen eher das große Besteck aufgeföhren. Und für die kleinen smarten Lösungen, könnte man noch mehr tun. Das würde den Besuch in Frankfurt noch mal wertiger machen, wenn man ein paar Sachen sieht, die man noch nicht gesehen hat oder die man auch sonst nicht überall geboten bekommt. Ich würde mir daher eine noch stärkere Förderung von Start-ups und mehr Unterstützung für innovative Lösungen vom Messeveranstalter wünschen.

BlachReport: Wie war insgesamt dein Eindruck von der Prolight + Sound 2024?

Tobias Weber: Mein Gesamteindruck war sehr positiv. Ich habe interessante Kontakte geknüpft – auch international – und viele neue Ideen mitgenommen. Es herrschte eine überwiegend positive Stimmung, obwohl auch einige kritische Fragen zur Zukunft der Messe gestellt wurden – insbesondere im Hinblick auf die Veranstaltung in Barcelona und den neuen Wettbewerber aus dem Medienbereich in Deutschland. Ich glaube fest daran, dass die Messe weiterhin international relevant bleiben muss und ihre Vollständigkeit zurückgewinnen sollte.

BlachReport: Hast du die Networking- und Unterhaltungsangebote genutzt, und wie würdest du sie beurteilen?

Tobias Weber: Ja, ich habe diese Angebote intensiv genutzt und fand sie sehr ansprechend. Besonders die Abendveranstaltungen in verschiedenen Locations haben mir gefallen und boten eine ausgezeichnete Gelegenheit zum Networking.

In den vergangenen Jahren habe ich die Prolight + Sound wiederholt kritisiert, wobei meine Kritik stets konstruktiv und lösungsorientiert war. Es ging mir darum, den über zwei Jahrzehnte von mir gewertschätzten Tummelplatz unserer Branche zu erhalten. Nach der Corona-Pause kam ich mit Messe-Direktorin Mira Wölfel ins Gespräch. In unserem intensiven, anhaltenden Austausch wurde deutlich, dass sie großen Wert auf den Dialog mit den Ausstellern und Besuchern legt. Sie möchte wissen, was diese in Frankfurt suchen und was sie brauchen, warum auch besonders die Agenturen kaum noch vertreten sind.

Im vergangenen Jahr gab es beispielsweise einen Community-Abend im Außenbereich auf dem Messegelände, der jedoch etwas unterkühlt verlief, da es zu dieser Jahreszeit – und die Messe fand im letzten Jahr einige Wochen später statt – in Frankfurt abends noch recht frisch sein kann. Vielleicht war die Musik auch etwas zu laut, und insgesamt schien das Konzept noch nicht ganz stimmig zu sein.

Eine Besonderheit vergangener Jahre war die Einbindung der Messe in das Stadtleben, sodass man als Besucher die Stadt erlebte und gewissermaßen mitnahm, indem man sich in der Stadt bewegte.

Das wurde in diesem Jahr aufgegriffen und Community Nighths an verschiedenen Orten organisiert, die jeweils um 20 Uhr oder 21 Uhr begannen und namhafte DJs als Gäste hatten. Die Veranstaltungen endeten gegen Mitternacht, denn es sollten keine endlosen Partynächte werden, die den nächsten Messetag zu sehr beeinträchtigen.

Ich habe diese Abende alle besucht. Die Messe hatte passende, teilweise noch unbekannte, Locations organisiert und zu All-inclusive eingeladen. Es war für die Besucher eine Gelegenheit, sich in Frankfurt zu treffen, zu netzwerken und gemeinsam unterwegs zu sein. Es herrschte eine bunte Vielfalt an Sprachen, und man spürte die Internationalität deutlich. Die DJs kamen gut an, und ich denke, dass dieses Konzept in den kommenden Jahren weiterentwickelt werden kann.

Ich möchte noch die Angebote vor Ort auf den verschiedenen Bühnen ansprechen. Insbesondere in Halle 11.0 ist mir aufgefallen, dass viele der Themen eigentlich ein größeres Publikum verdienen. Es ging beispielsweise um Qualität in der Veranstaltungstechnik in Zusammenhang mit der DPVT und dem Einstieg vom TÜV Rheinland sowie um KI-Einsatz im Fernbereich, welche Auswirkungen sie hat und ob sie möglicherweise neue Positionen schafft oder alte ersetzt. Diese Themen waren äußerst spannend, und ich denke, dass sie mehr Aufmerksamkeit bekommen sollten. Messen werden meiner Meinung nach in Zukunft immer wichtigere Orte des Netzwerkers und der aktiven Weiterbildung sein.

BlachReport: Wie war die Awardzeremonie für Opus und Sinus?

Tobias Weber: Die Veranstaltung war dieses Jahr mehr in Richtung Gala ausgerichtet und fand mit rund 100 geladenen Gästen im Steigenberger Icon im Frankfurter Hof statt. Es war ein festlicher und unterhaltsamer Abend, der in puncto Award-Glamour sicher in die richtige Richtung ging.

Mit der Award-Verleihung hat man in den letzten Jahren in Frankfurt immer wieder Schwierigkeiten gehabt, da man nicht genau zu wissen schien, in welche Richtung sich das Ganze entwickeln sollte. Letztes Jahr fand es mehr oder weniger zwischen den Messeständen statt. Für dieses Jahr hat man sich entschieden, dem Event definitiv mehr Gala, mehr Glamour und mehr Stil zu gönnen. Die Atmosphäre war durchweg elegant, die Moderation war unterhaltsam, und Vertreter der Messe Frankfurt sowie verschiedener Fachmagazine und Verbände waren anwesend.

Besonders erfreulich war, dass die Kollegen von Opus-Preisträger ‚Falling in Love‘ aus dem Friedrichstadtpalast in Berlin ebenfalls vor Ort waren. Oftmals sind die Preisträger dieser Awards leider nicht anwesend,

aber in diesem Fall konnten wir uns gemeinsam über ihre Auszeichnung freuen. Auch Vertreter von ‚The Sphere‘ in Las Vegas, die den Sinus Award für System Integration gewonnen hat, waren anwesend. Es wurde sogar ein Video aus Las Vegas geschickt, was dem Event einen Hauch von Gala-Glamour verlieh.

Eine Möglichkeit zur Verbesserung wäre vielleicht, die Laudatio und die Festlichkeiten noch stimmiger zu gestalten. Als Regisseur fehlten mir persönlich ein paar musikalische Einspielungen beziehungsweise Jingles, wenn die Preisträger auf die Bühne traten. Schließlich kommt hier die Show-Branche zusammen – da wäre etwas mehr Show durchaus angebracht.

BlachReport: Wirst du die Messe wieder besuchen, und was erwartest du von ihrer weiteren Entwicklung?

Tobias Weber: Es gibt verschiedene Aspekte, auf die ich gerne in mehreren Abschnitten antworten möchte. Erstens, es steht außer Frage, dass ich die Prolight + Sound erneut besuchen werde. Sie begleitet mich schon seit langem in meinem beruflichen Leben und hat daher einen besonderen Platz in meinem Messekalender, sowohl persönlich als auch fachlich. Ich bin der Meinung, dass wir als Branchen-Menschen vor Ort und aktiv dabei sein müssen und nicht nur von der Couch aus kritisieren sollten. Es sollte in unserem Interesse sein, eine solche internationale Messe auch hier am wichtigen und mächtigen Event-Standort Deutschland zu erhalten.

Des Weiteren interessiert mich sehr, wie die aktuellen Entwicklungen auf der Messe kommuniziert werden. Nach den turbulenten Jahren verdient sie es, in ruhigere Gewässer zu gelangen, um schrittweise wieder auf- und auszubauen. Ich glaube fest daran, dass dies notwendig ist, wenn man den Erfolg der Messe, auch mit ihren Ablegern in China, betrachtet. Hier in Deutschland und Europa sollte die Messe wieder als wichtiger Treffpunkt für Branchenpolitik und -innovationen etabliert werden.

Jedoch müssen dafür noch einige Schritte unternommen werden. Frankfurt ist insgesamt auf einem guten Weg, aber es sollte mutiger und schneller experimentiert werden. Das ist meine Überzeugung. Letztendlich wird die Messe auch wieder ein interessanter Ort für eine erweiterte Branche sein, nicht nur für Technik-Nerds, die sich für die neuesten Geräte und Materialien interessieren, sondern auch für Agenturen und Anwender im Theater und bei Konzerten.

Es wäre sinnvoll, Agenturen und Technik zusammenzubringen, um über bestimmte Themen zu sprechen. Auch der Theaterbereich könnte noch stärker – auch inhaltlich – integriert werden, da er viele Gemeinsamkeiten mit der Veranstaltungstechnik aufweist. Die Verknüpfung dieser Themen und die Förderung des Austauschs untereinander werden dazu führen, dass mehr Agenturen, Theaterleute und kreative Persönlichkeiten die Messe besuchen und für sich entdecken.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Aus- und Weiterbildung. Bei format:c nehmen wir seit unserer Gründung vor zehn Jahren unsere Auszubildenden direkt mit auf die Messe. Es ist wichtig für uns, dass das Interesse der jungen Menschen durch die Inszenierungen und technischen Möglichkeiten geweckt wird. Für junge Leute ist die Messe eine spannende Gelegenheit, um einen Einblick in die Vielfalt der technischen Möglichkeiten zu erhalten und zu verstehen, was alles machbar ist und wie es in das Budget passt. Ein solcher Messebesuch ist daher für den Einstieg in die Branche und für die Entwicklung technischen Verständnisses von großer Bedeutung.

BlachReport: Vielen Dank für die Beantwortung unserer Fragen.



Impression aus der Messe-Halle 12
(Foto: Messe Frankfurt/Jochen Günther)

500 Aussteller und Marken bei der Prolight + Sound 2024

Neue Veranstaltungstechnik auf der Prolight + Sound

DIE EVENT- UND ENTERTAINMENT TECHNOLOGY BRANCHE WAR VOM 19. BIS ZUM 22. MÄRZ WIEDER EINMAL FÜR VIER TAGE ZUM BRANCHENTREFF „PROLIGHT + SOUND“ NACH FRANKFURT GELADEN.

Rund 25.000 Besucher aus fünf Kontinenten und mehr als 100 Ländern konnten verzeichnet werden – im Vorjahr waren es noch 27.523 Besucher aus 113 Ländern gewesen. Über 500 Aussteller und Marken zeigten ihre Lösungen. Der Führungskräfte-Anteil unter den Fachbesuchern bezifferte der Veranstalter mit 62 Prozent. Eine erfreuliche Entwicklung zeigten die Zufriedenheitswerte unter den Besuchern. So gaben 86 Prozent an, mit ihrem Messebesuch zufrieden zu sein. Insbesondere die Zufriedenheit mit dem Ausstellungsangebot stieg mit 82 Prozent im Vergleich zum Vorjahr noch einmal an.

Neben vier Außenbühnen, Performances, Live Shows und DJ Sets wartete die Prolight + Sound vor allem mit Podiumsgesprächen, Keynotes und Präsentationen rund um die neuesten Trends und Produkte aus den Bereichen Light, Audio, Stage, Media und Events auf. Eine kleine Auswahl der neuen Highlights haben wir nachfolgend zusammengestellt – wie immer ohne Anspruch auf Vollständigkeit.

LED-Wand Hersteller Ledtek stellte neben der PRO- und der NEO-Serie auch einige Neuerungen des Tri-Frame Systems vor. Die P3+WH PRO ist eine Neuheit im Produktportfolio des Göttinger Anbieters. Sie ist die erste Outdoorwand des Fabrikanten mit einem Pixelpitch von weniger als vier Millimetern. Sie ist auf den Rentaltbetrieb für den variablen Einsatz zwischen Außen- und Innenbereich ausgelegt. Sie verfügt über die IP-Schutzart 65 zum Schutz gegen das Eindringen von Wasser und Staub. Eine Helligkeit von bis zu 3.900 Nits verspricht ein intensives Bild auch bei Sonneneinstrahlung. Die P3+WH PRO ist kompatibel mit den verschiedenen Aufbaumöglichkeiten des Ledtek Tri-Frame Systems. Durch eine Scanrate von 1/8 ist sie prädestiniert für Kameraaufzeichnungen.



Outdoorwand P3+WH PRO
(Foto: Ledtek)



iBolt
(Foto: Robe)

Robe feierte auf der Prolight + Sound den 30. Geburtstag und zeigte dazu an seinem Stand einige neue Produkte. Das Herzstück war mit dem iBolt ein heller Scheinwerfer, der als echter Ersatz für herkömmliche 7K-Xenon-Suchscheinwerfer dienen kann. Mit dem gleichen Effekturnfang wie der beliebte MegaPointe von Robe, kann der iBolt als Beam-, Spot-, Wash- und Effektscheinwerfer für den Bühnen- und Außeneinsatz eingesetzt werden. Er hat eine 300 mm große Frontlinse und die Laser-Phosphor-Weißlichtquelle LSW-5 für kräftige Beams und hohe Reichweite. Die 300 mm-Frontlinse verfügt über eine Präzisionsoptik, um hochauflösende Beams zu erzeugen, die über einen Zoom von 0,4° bis 8,5° einstellbar sind. Mit SpektraBeam steht eine patentierte Effekt-Engine für spe-

zielle Beleuchtungserlebnisse zur Verfügung. CMY Farbmischung mit DataSwatch Bibliothek sowie Farbrad geben eine nahezu unbegrenzte Farbauswahl.

Ebenfalls wurde der iT12 Fresnel vorgestellt, ein Fresnel-Scheinwerfer für den Außenbereich, der über ein neu patentiertes F2LTM Fresnel-Linsensystem verfügt – ebenso wie der iEsprite Fresnel. Dieses kombiniert zwei Linsen so, dass eine glatte Außenoberfläche entsteht – für eine einfache Reinigung. Für den iForte LTX wurde darüber hinaus ein LightMaster System vorgestellt, mit dem der Long-Throw-Scheinwerfer als manueller Verfolger eingesetzt werden kann.

Zum 25. März hat United Brands die exklusive Distribution für die Produkte der Marke Sound Devices in Deutschland übernommen.



A20-SuperNexus
(Foto: Sound Devices)

Ein erstes Preview dazu zeigte United Brands auf der Prolight + Sound und präsentierte als besonderes Highlight das Astral-Drahtlossystem. Das Herzstück, der „A20-SuperNexus“, ist ein Empfänger im 19-Zoll-Format, der auf einer Höheneinheit (1 HE) 32 Kanäle empfangen kann. Mit einer Schaltbandbreite von über 1.000 MHz ermöglicht er es, überall auf der Welt freie Frequenzen zu nutzen. Während der A20-SuperNexus bereits die gängigsten professionellen Audioanschlüsse bedienen kann, bietet das Zusatzmodul „A20-Opto“ eine Optocore-Schnittstelle zur Anbindung an Pulte von DiGiCo. Komplettiert wird das System derzeit durch eine mobile 16-Kanal-Empfangseinheit „A20-Nexus“, zwei Taschensender „A20-Mini“ und „A20-TX“ sowie einen in Kürze erhältlichen Handsender.

30-jähriges Firmenbestehen wurde auch in der LMP City gefeiert. Als Publikumsmagneten erwiesen sich beim Vertrieb der Messeauftritt der Firmen Elation, Magmatic und Obsidian, die mit zahlreichen Produktneuerungen nach Frankfurt gekommen waren. Ein Eyecatcher war der Lightcubus, der die neuen beziehungsweise erneuerten Serien Six+, Pulse (Strobe) und SOL (Blinder) im Verbund

zeigte und deren Verbindungsmöglichkeiten präsentierte. Highlight war zudem der Elation Proteus Atlas, ein mit einer 500 Watt Solid-State Phosphor-Converted-Engine ausgestattetes Beamlight mit reichhaltiger Effektpalette und einer großen Frontlinse als Ersatz für Xenon-Searchlights aus vergange-



Elation Proteus Atlas
(Foto: LMP)

nen Tagen in einer im Vergleich sehr kompakten Bauform.

Ebenfalls ein begehrtes Produkt war der Proteus Hybrid Max. Dabei handelt es sich um den Nachfolger des Proteus Hybrid, eines der ersten Outdoormovinglights überhaupt. Das Nachfolgergerät setzt erneut einen Benchmark, ist es doch kompakter, leichter, heller und schneller als sein Vorgänger. Litecraft Truss zeigte mit der Loadbox ein eigenes Lastmess-System in einer einfachen und bezahlbaren Form.

Auch das aktuelle GLP Produktportfolio konnten Besucher der Prolight + Sound erleben – allen voran das JDC2 IP Hybrid-Strobe: das neue IP65-zertifizierte JDC2 IP ist größer als sein Vorgänger deutlich heller und bietet zudem eine Fülle an neuen Funktionen. Um die Bedeutung dieses Produkt-Launches zu unterstreichen, schwebte über dem GLP-Stand eine Interpretation des JDC2 IP, geformt aus 120 impression X5 Compact und einer mächtigen „Strobe-Line“ aus 40 JDC2 IP in der Mitte.

Ebenfalls für den Außenbereich entwickelt ist der impression X5 IP Maxx, der sich dank Schutzart IP65 als leistungsfähigerer Partner des impression X5 Wash anbietet und insbesondere für Anwendungen auf große Distan-

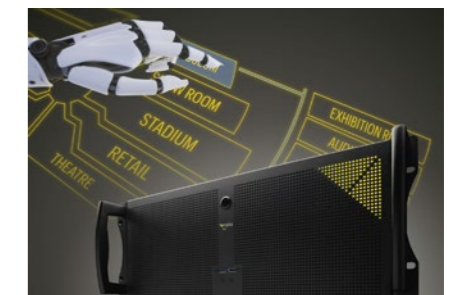


impression X5 IP Maxx
(Foto: GLP)

zen konzipiert ist. Das Fixture verfügt über ein umfangreiches Effektpaket und emittiert einen Lichtstrom von bis zu 24.000 Lumen aus 37 40 W RGBL-LEDs – mit einem erweiterten Farbraum. Wie alle Produkte der X5 Serie ist auch der X5 IP Maxx mit dem iQ.Gamut Farbalgorithmus ausgestattet, der tief gesättigte und vor allem exakte Farbtöne liefert.

Mit Fusion X-PAR 8Z und Fusion X-PAR 18Z vervollständigt GLP die Familie der wetterfesten LED-PARs mit motorisiertem Zoom. Die gesamte Serie war in Frankfurt zu sehen. Darüber hinaus gab GLP eine Vorschau auf die neuen Geräte impression S500 Profile HQ und impression S500 Profile HO, die in Kürze in Produktion gehen, gefolgt vom impression S500 Wash HQ.

Der österreichische AV-Technologie-Hersteller AV Stumpf zeigte seine neuesten Projektionswand- und Medienservertechnologien. Besucher hatten die Gelegenheit, die preisgekrönte Blackpeak-Folie erstmals in Frankfurt zu erleben: Die tiefschwarze Projektionswand verspricht beste Schwarzwerte und ein hervorragendes Kontrastverhältnis, selbst bei Umgebungslicht und im Einsatz mit weniger leistungsstarken Projektoren. Neben Blackpeak zeigte AV Stumpf die AnyShape-Technologie des Unternehmens: AV Stumpf ermöglicht damit maßgeschneiderte Projektionsleinwände mit einer großen Vielfalt an verschiedenen



Pixera-Medienserver
(Foto: AV Stumpf)

Rahmenformen. Abseits des traditionellen rechteckigen Designs will AnyShape es Designern möglich machen, ihrer Kreativität freien Lauf zu lassen.

Das Leinwandteam stellte auch das neue 21:9 Format für die mobilen Projektionsleinwandssysteme Monoblox und Monoclip vor das speziell auf die Bedürfnisse von Corporates zugeschnitten ist. Auch die neuesten Funktionen der Pixera-Software wurden gezeigt. Mit seinen neuen Multi-User-Workflow-Features ermöglicht es Pixera 2.0 den Anwendern, effizienter und flexibler an komplexen Showproduktionen oder Installationen zu arbeiten.



Michaela Kaniber bei der Jahrespressekonferenz Tourismus 2023
(Foto: Stefanie Büchl/StMELF)

Bayerischer Kongressfonds soll im Sommer 2024 starten

Neues Förderprogramm

In ihrer Pressekonferenz zur touristischen Jahresbilanz stellte Michaela Kaniber, Bayerische Staatsministerin für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus (StMELF), einen neu aufgesetzten Bayerischen Kongressfonds vor.

Er soll im Sommer 2024 mit einem Fördervolumen von circa 25 Millionen Euro starten und auf fünf Jahre angelegt werden.

Weitere Initiatoren des neuen Kongressfonds sind die Tourismusinitiative München e.V. (TIM) und die städtische Tourismusorganisation München Tourismus. Mit dem Kongressfonds soll das gemeinsame Ziel der bayerischen Destinationen und deren Partnern unterstützt werden, Bayern als Standort für Kongresse und Tagungen weltweit zukunfts- und konkurrenzfähig zu positionieren.

Bayern will dabei als erster Flächenstaat in Deutschland mit einem solchen gezielten Förderprogramm eine Vorreiterrolle einnehmen. Die Fördermittel können von Kongressveranstaltern selbst oder der vom Veranstalter beauftragten Organisation wie PCOs oder Agenturen beantragt werden. Der Start erfolgt voraussichtlich zum 1. August 2024.

fwd: und IFES starten dritten Konvoi zur ISO-Zertifizierung

Betrieblicher Nachhaltigkeitsprozess

Die fwd: Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft und der IFES, International Federation of Exhibition and Event Services, haben den dritten Konvoi zur Zertifizierung nach der Nachhaltigkeitsnorm ISO 20121 auf den Weg gebracht. Elf Mitgliedsunternehmen aus den Bereichen Exhibition, Catering und Agency, die dem fwd: und dem IFES angehören, sind dabei.

Für den „Konvoi“ formieren sich Mitglieder der Verbände in kleinen Gruppen, um in Workshops gemeinsam die Implementierung eines

betrieblichen Nachhaltigkeitsprozesses voranzutreiben. Durch Weiterbildungen zu internen Auditoren nach ISO 20121 ist es den Verbänden möglich, das Programm zu gestalten und umzusetzen. Um ein tiefes Verständnis der Norm und ihrer Anforderungen zu erlangen, absolvieren alle Teilnehmer Basis- und Aufbau Seminare zum Thema „Beauftragter für Nachhaltiges Veranstaltungsmanagement nach ISO 20121“. Unterstützt werden die teilnehmenden Unternehmen zusätzlich durch weitere Module, die sich an den Kapi-

teln der Norm orientieren und sie befähigen, die Anforderungen in ihrem eigenen Unternehmen umzusetzen.

Die ersten 20 Unternehmen im fwd: und IFES sind mit dem Konvoi-Beratungskonzept zur ISO 20121 in Zusammenarbeit mit 2bdifferente bereits erfolgreich auf dem Weg zur Zertifizierung. Jetzt wollen die Verbände das Konvoi-Prinzip unter eigener Federführung fortzusetzen. Jürgen May von 2bdifferente: „Für intensive Beratungsthemen bleiben wir bedarfsorientiert an Bord“.

MESSE DORTMUND INTEGRIERT STRUCTURES IN DIE BOE

Die Messe Dortmund hat die Zeltmesse Structures in die BOE integriert. Damit soll die thematische Breite der internationalen Fachmesse für Erlebnismarketing wachsen und neue Synergien für Aussteller und Fachbesucher erschließen. „Die Integration ist ein strategisch bedeutender Schritt, der die BOE als Leit-

messe und Treffpunkt der Event-Industrie weiter stärkt. Die Structures bietet Entscheidern aus dem Eventbereich, dem Handel, der Produktion, Logistik und Architektur sowie Industriekunden mit einem hohen Bedarf an temporärer Lagerlogistik ein ganzheitliches Angebot von Zelt bis Zubehör“, so Sabine Loos, Haupt-

geschäftsführerin der Westfalenhallen Unternehmensgruppe. Das erweiterte Messeangebot startet bereits 2025 und wird begleitet von einem Rahmenprogramm. Vorträge, Workshops und Diskussionsrunden mit Branchenexperten sollen Themen und Herausforderungen adressieren und den Austausch fördern.



Discover Airlines hat die Zusammenarbeit mit Jazzunique verlängert
(Foto: Discover Airlines)

Discover Airlines verlängert Rahmenvertrag mit Jazzunique

Jazzunique festigt Position in Aviation-Branche

Die Frankfurter Agentur Jazzunique festigt ihre Position in der Aviation-Branche. Nach einem umfassenden Auswahlprozess konnte sich die Agentur erneut durchsetzen und gemeinsam mit anderen Agenturen bei einem Pitch die weitere Zusammenarbeit mit Discover Airlines sichern. Mit diesem Erfolg wurde der bestehende Discover Airlines-Rahmenvertrag um

drei weitere Jahre verlängert und durch eine Lufthansa Group Klausel für die Zusammenarbeit mit der Lufthansa Group erweitert.

Bereits im November konnte die Agentur verkünden, den Pitch der Fraport und Lufthansa Joint Venture FraAlliance für ein neues ästhetisches Erlebniskonzept im Terminal 1 des Frankfurter Flughafens gewonnen zu haben.

Auch für Discover Airlines setzt Jazzunique seit deren Erstflug im Jahr 2021 Projekte im Eventbereich um.

Anne Platten, Marketing Lead bei Discover Airlines: „Drei Jahre mit Events für die unterschiedlichsten Anlässe und Zielgruppen haben uns gezeigt, dass Jazzunique genau versteht, wie unsere Branche und unsere Airline ticken.“

Wachstum und weiteres Teammitglied bei Pure Space

Markenarchitektur und Kommunikation im Raum

Seit 2022 gibt es bei Pure Perfection die Unit Pure Space. Die anfänglich von Lea Bildesheim gegründete Abteilung ist mittlerweile auf sechs Mitarbeitende gewachsen und kann mit Julian Lanser einen weiteren, neuen Kollegen am Standort Düsseldorf begrüßen.

Pure Space ist neben den Disziplinen „Pure Live“ und „Pure Content“ eine der drei festen

Leistungssäulen der Agentur. Das Team, bestehend aus den Fachrichtungen Architektur und Innenarchitektur, unterstützt die Agentur in den Segmenten Markenarchitektur und Kommunikation im Raum.

2023 konnte Pure Space 23 Projekte von Messeständen bis zu Bühnendesigns realisieren. Zu den Schwerpunkten zählen Weltpre-

mieren, temporäre Gebäude, Fahrveranstaltungen und Roadshows.

Fester Bestandteil bei der Design-Entwicklung sind die Aspekte Nachhaltigkeit und Funktionalität. „Wir glauben fest daran, dass Design mehr sein muss als nur schön anzusehen – es sollte einen Mehrwert schaffen“, bekräftigt Lea Bildesheim.

UNIPLAN ERÖFFNET NEUEN STANDORT IN DUBAI

Die Agentur Uniplan eröffnet in Dubai einen weiteren internationalen Agenturstandort. Gleichzeitig ernannt das Unternehmen Safwan El Roufai als CEO für die Region Middle East & North Africa (MENA).

Die Eröffnung in Dubai bewertet Uniplan als einen wichtigen Schritt in der globalen Wachstumsstrategie der Agentur mit Hauptsitz in

Köln. In den vergangenen Jahren hat sich die Metropole als wichtiges Handelszentrum zwischen Asien und Europa etabliert. Mit ihrer Präsenz vor Ort unterstreicht Uniplan ihr Engagement, auf die sich verändernden Bedürfnisse der Kunden in der Region einzugehen.

Safwan El Roufai bringt neben einem tiefen Verständnis für die Region auch strategisches

Führungstalent mit. Er kann auf über 20 Jahre Erfahrung in der Veranstaltungs- und Kommunikationsbranche verweisen und hat seine Führungsqualitäten bei renommierten Agenturen unter Beweis gestellt; unter anderem als Executive Vice President MENA bei VML, dem Kreativunternehmen der WPP Group, und als CEO bei Prisme International.



Simon Gadiant, Anna Fredholm und Marc Blindenbacher
(v.l., Foto: Oniva AG)

Eventmanagement-Software

Swisscom Zoon wird zu Oniva

Seit 2019 wurden mit der Eventmanagement-Software Zoon von Swisscom Broadcast AG über 5.000 Veranstaltungen mit mehr als einer Million Teilnehmenden umgesetzt. Nun wird Zoon als Spin-off mit dem Namen Oniva ausgegliedert.

Mit Hilfe von Zoon kann die gesamte Eventkommunikation mit einer einzigen Lösung digitalisiert werden – von der Einladung über die Webseite bis hin zu Event-Check-in und Dankes-E-Mail. Spezifische Einstellungen ermöglichen zudem, die Lösung auf die Bedürfnisse der eigenen Organisation anzupassen.

2019 war das Projekt gestartet worden, um die Eventmanagement-Software von Swisscom zu einem marktreifen Produkt zu entwickeln. „Wir haben schnell realisiert, dass die Heraus-

forderungen von Swisscom im Eventmanagement auch bei anderen Organisationen vorhanden sind“, sagt Marc Blindenbacher, bisher Head of Event Data bei Swisscom Broadcast AG. In Unternehmen gibt es oft viele Anlässe: Neben Marketing-Events oder Konferenzen haben zum Beispiel auch Aus- und Weiterbildungen aus prozessualer Sicht einen starken Event-Charakter. „Mit unserer Lösung können Organisationen nahezu alle Events abdecken und bis zu 80 Prozent ihres bisherigen Zeitaufwands einsparen.“ Neben Swisscom setzen Unternehmen wie Xpo, Kanton Waadt, Mepha Pharma oder SBB auf die Lösung.

Am 1. März 2024 ist aus Zoon nun ein eigenständiges Spin-off mit dem Namen Oniva AG entstanden. Das Unternehmen wird vom bisherigen Team mit langjähriger Expertise im

Eventmanagementsoftware-Bereich geführt. Gründer und Mitglieder der Geschäftsleitung sind Marc Blindenbacher, Anna Fredholm und Simon Gadiant.

„Wir werden die bestehende Lösung innerhalb von Oniva weiterentwickeln, so dass die Organisation von Events in Zukunft noch einfacher und effizienter wird und von jedem Mitarbeitenden innerhalb einer Firma gemacht werden kann“, erklärt Anna Fredholm, Verantwortliche für die Produktentwicklung. Oftmals übernehme jemand die Rolle des Event-Verantwortlichen nur vorübergehend oder einmal im Jahr. „Deshalb legen wir großen Wert auf eine benutzerfreundliche und sichere Lösung“, so Fredholm. So biete Oniva zum Beispiel die Funktion an, Personendaten nach dem Event per Knopfdruck zu anonymisieren.

NEUES LOGO BETONT BINDUNG VON MAGNID AN PROSKE

magnid hat ein neues Logo erhalten. Die cloudbasierte Plattform für nachhaltige und digitale Erlebnisse mit AI-Funktionalität ist ein Produkt der Agentur Proske. Das spiegelt sich auch in der neuen grafischen Umsetzung wider, die explizit mit dem angehängten Namenszug „magnid by Proske“ auf die Herkunft verweist. Grundsätzlich kann die cloudbasierte Plattform auch künftig unabhängig von Proske als White-label genutzt werden.

Mit dem umgestalteten Logo unterstreicht Proske die enge Verbindung zwischen magnid und dem Unternehmen. Erst im August 2022 kehrte magnid im Rahmen einer Umstrukturierung und Fusion unter das Dach der Proske

GmbH zurück. Die Erfolgsstory der inzwischen vielfach preisgekrönten Plattform startete im Jahr 2018 mit dem „Virtual Venue“.

Während der letzten Jahre durchlief magnid zahlreiche technische Weiterentwicklungen, die die Plattform auf neue Level brachte. Im September 2023 bekam die Marke auch eine neue Webseite, die unterschiedliche Use Cases und ihre verschiedenen Einsatzmöglichkeiten multimedial vorstellt. Für eine schnelle Übersicht sind sie in fünf Kategorien geclustert: magnid events, magnid 360, magnid ready, magnid showroom und magnid community.

Jüngster Entwicklungsschritt ist ein Facelift des integrierten Venue Designers, der ei-

ne überarbeitete Benutzeroberfläche für die schnellere Erstellung von eigenen virtuellen Plattformen erhielt. In dem Zuge wurden auch neue Features vorgestellt. Dazu zählen der direkte Video-Upload auf die Plattform sowie eine automatische, KI-gesteuerte Meeting- und Video-Summary. Die AI Meeting Summary generiert Zusammenfassungen aus Videoquellen in Textform, kann manuelle Protokolle ersetzen und eine schnelle Weitergabe der wichtigsten Meeting-Botschaften ermöglichen. Der direkte Video-Upload ermöglicht die Speicherung und das Hosting von Videos auf der Plattform mit dem Ziel einer vereinfachten Integration von Videos in virtuelle Plattformlösungen.



Steffen Knocke (Foto: WongDoody)

WongDoody baut 3D- und AI-Kompetenz

Immersive Experiences

Die Agentur WongDoody, Tochtergesellschaft des Tech-Unternehmens Infosys, bekommt Unterstützung in einem ihrer wachsenden Geschäftsbereiche: Ab sofort unterstützt Steffen Knocke das Immersive Experiences Team als Executive Expert und berichtet in dieser Funktion an Senior Vice President Motion Picture Bianca Mack sowie Managing Director Christian Gözl. Knocke soll vor allem die Entwicklung maßgeschneiderter Kundenlösungen und

Services vorantreiben sowie neue Technologien und Tools in den Bereichen 3D und Generative AI weiterentwickeln.

Der Absolvent der Filmakademie Baden-Württemberg und Co-Founder des Stuttgarter 3D-Studios unexpected verantwortete zuletzt beim Wuppertaler CGI-Spezialisten Sooi als Head of Realtime 3D die Entwicklung von 3D/AI-Hybrid-Visualisierungslösungen. Davor war er bei Mackevision (heute Accenture

Song), sowie bei Staud Studios (heute Media Monks) in der Projektentwicklung aktiv. Christian Gözl, Managing Director WongDoody: „Mit Steffen gewinnen wir 25 Jahre Erfahrung in der Entwicklung von Digital-Twin-basierten Visualisierungslösungen und einen wahren 3D-Visualisierungs-Experten. Das stärkt unser Team und unsere Möglichkeit, zukunftsweisende Lösungen für unsere Kunden anzubieten.“

blowUP media mit neuem Flaggschiff-Screen in Düsseldorf

The Green Digital

blowUP media, ein Unternehmen der Ströer Gruppe und Experte für großformatige Außenwerbung, erweitert sein Nachhaltigkeits-Portfolio um „The Green Digital“ in Düsseldorf, einem Vertical Garden mit eingebettetem Digital Screen. Die neue Lösung steht Werbungtreibenden ab sofort in der Düsseldorfer Innenstadt am hochfrequentierten Umschlagplatz Wehrhahn zur Verfügung.

Der 180 m² große vertikale Garten besteht aus mehr als 14.000 Pflanzen und kann laut blowUP media 3,6 Tonnen CO₂ pro Jahr kompensieren. Der in den vertikalen Garten eingebettete 100 m² große Digital Screen bietet state-of-the-art Technik mit hochauflösender, tageslichttauglicher Bildqualität. Darüber

hinaus wurde auf dem Dach und der Wand des Standortes eine Photovoltaikanlage installiert. Diese liefert einen Teil der Energie für den Betrieb des Digital Screens. Für den restlichen Energiebedarf wird emissionsfreier Ökostrom bezogen.

„Als Anbieter großformatiger Außenwerbung spielt blowUP media eine aktive Rolle bei der Gestaltung urbaner Räume. Wir engagieren uns für Nachhaltigkeitsthemen und bieten unseren Kunden unübersehbare Brandingplattformen, die zusätzlich einen ökologischen und gesellschaftlichen Beitrag erbringen. Nach Berlin und München ergänzt der neue Vertical Garden in Düsseldorf unser nachhaltiges Produktportfolio. Mit solch innovativen Green

Media-Standorten verbessern wir die Luftqualität in den Städten, minimieren gleichzeitig unseren CO₂-Fußabdruck und schaffen darüber hinaus einen grünen Rahmen für Marken“, sagt Katrin Robertson, CEO von blowUP media.

Als erster Kunde nutzt Sephora, ein globaler Beauty Retailer, The Green Digital in Düsseldorf und macht seine neue globale Kampagne „We belong to something beautiful“ in 3D erlebbar. Platziert an einem Drehkreuz des öffentlichen Nahverkehrs und im Umfeld der Düsseldorfer Shoppingmeilen will Sephora hier mit einer speziell für den Screen konzipierten 3D-Kampagne ein trendbewusstes Szenepublikum erreichen. Verantwortlich für die kreative Umsetzung ist das Düsseldorfer Startup met[ads].



Veranstaltungsort MS Viva One (Foto: Viva Riverside)



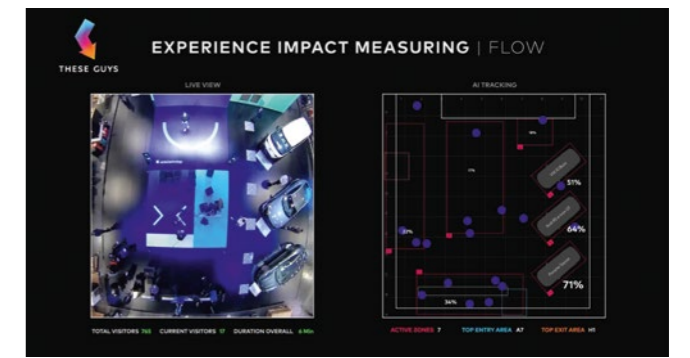
„knw.“ hat kürzlich eine Erweiterung für Messeauftritte vorgestellt (Illustration: Live Matters)



Michael Tschakert von Live Matters (Foto: Simon Wähler)



Ron Schneider (oben), Screenshot „Flow“ (Fotos: BlachReport, Schachzug)



Eventanalyse-Workshop im Frankfurter Hafen

Erfolgskontrolle im Eventmarketing

In einem Workshop mit Ron Schneider von Schachzug und Michael Tschakert von knw./Live Matters im kleinen Kreis auf der MS Viva One im Frankfurter Hafen konnten die Teilnehmer – darunter Abgesandte von Vok Dams, Grothe Marketing, jazzuniqu, EY Corporate Solutions, format:c live communication, insglück, ottomisu communication, KahnEvents, inlupa select (der neuen Agentur von Ingo Schwerdtfeger/Ex-marbet), jaeger + haeckerhase, what when why, innocean, jazzuniqu, fischerAppelt live marketing und PP live – den aktuellen Stand bei der Evaluation beziehungsweise Erfolgskontrolle im Eventmarketing kennenlernen.

Hintergrund: Die Eventbranche erlebt derzeit eine transformative Phase, in der technologische Innovationen die Art und Weise, wie der Erfolg von Veranstaltungen und Messebeteiligungen gemessen und analysiert wird, grundlegend verändern. Der Grund für diese Entwicklung sind die KI-basierten Analysetools „knw.“ von Live Matters und „Flow“ von Schachzug. Während „knw.“ bereits im Spätherbst eingeführt wurde, erfolgt die offizielle Premiere von „Flow“ erst auf dem Experiential Marketing Summit vom 24. bis 26.

April in Las Vegas. Beide 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 auf Erlangen 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. Ron Schneider von Schachzug erklärt dazu, dass „Flow“ nicht nur zur Rechtfertigung von Eventbudgets beiträgt, sondern auch Einblicke und Hinweise 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 wachsenden Forderungen 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 Verpflich-

tung zum Schutz der Privatsphäre trägt dazu bei, das Vertrauen zwischen Veranstaltern und Teilnehmern zu stärken, was für den langfristigen Erfolg nicht nur in der Eventbranche, 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.

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 gleich-

zeitig 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.

Unterstützt wurde der BlachReport Eventanalyse-Workshop auf der MS Viva One im Frankfurter Hafen durch die Convention Bureaus von Malaga und der Costa del Sol, die auch vor Ort waren und sich ebenfalls über die Möglichkeiten von „Flow“ und „knw.“ und die Einbindung entsprechender Tools in das Leistungsportfolio ihrer Partner informierten. Weiterhin haben sie die aktuellen Entwicklungen im MICE-Bereich ihrer Regionen vorgestellt.

Zwei weitere Eventanalyse-Workshop will der BlachReport am 6. Juni in München und vom 13. bis 15. Juni in Sevilla durchführen. Bitte eine kurze Info an die Redaktion, wenn Sie dabei sein wollen. Leider haben wir nur noch wenige freie Plätze – also: first come first serve . . .

anbieter
_ansprechpartner anschrift telefon . fax . email . internet anbot

EVENT-AGENTUREN



HAGEN INVENT GmbH & Co. KG
_ Catherine Hoffmann

Adlerstraße 74
40211 Düsseldorf

T 0211 67935-0
F 0211 67935-19
info@hagen-invent.de
www.hagen-invent.de

Bei unserer Gründung im Jahr 1979 waren wir Pioniere, heute sind wir eine der stärksten deutschen Eventmarketing-Agenturen. Mit unserer Verbindung aus Kreativität, Erfahrung und Leidenschaft bespielen wir seit 45 Jahren die gesamte Klaviatur der Live-Kommunikation. Unseren Pioniergeist haben wir uns stets bewahrt: Ob live, hybrid oder digital – für unsere Kunden entwickeln wir passgenaue Konzepte für Events und Incentives, die begeistern.



JOKE Event AG
Creating Memories

Herbststraße 31
28215 Bremen

Hamburg
Berlin
Frankfurt/Main
Stuttgart
München

T 0421 37888-0
F 0421 37888-88
kontakt@joke-event.de
www.joke-event.de

JOKE inszeniert Marken, schafft Erlebnisse, begeistert Menschen. Live, hybrid oder digital – aber vor allem nachhaltig. Für das große Ganze und die bleibende Erinnerung. Und das seit über 30 Jahren. 140 Kommunikations- und Event-Spezialisten betreuen Projekte von der Kreation bis zur Umsetzung für große und kleine Marken – quer durch alle Formate und Branchen. Eine eigene Produktion, Eventlocations sowie ein integriertes Teilnehmer- und Destinationsmanagement gehören zu unseren Kompetenzen. In Deutschland, Europa und weltweit.



livewelt GmbH & Co. KG
_ Ole Ternes
Geschäftsführer

Berliner Str. 133
33330 Gütersloh

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

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

**MEDIA
BOARD**

Digitale Ausgaben unter:
www.blachreport.de

anbieter
_ansprechpartner anschrift telefon . fax . email . internet anbot

EVENT-AGENTUREN



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

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

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



Connecting people, brands and markets.

ottomisu
communication GmbH

Im Klingenhühl 1
69123 Heidelberg

T +49 (0)6221 73902-0
anfrage@ottomisu.com
www.ottomisu.com

Unser Herz schlägt für echte LIVE-Kommunikation. Seit 1993. Als **Full-Service-Agentur** realisieren wir Events – offline, online und hybrid. Von der Marktanalyse über Strategie, Design, Konzeptentwicklung und Kommunikation bis hin zu Produktion und Umsetzung. Darüber hinaus begleiten wir unsere Kunden bei der ergänzenden digitalen Interaktion mit ihren Zielgruppen. Beispielsweise via Plattformen, Podcasts, Magazinen oder Social Media. Unser Antrieb, bei allem was wir tun, ist der Aufbau von tragfähigen Beziehungen zwischen Unternehmen und ihren Märkten. Wir nennen diesen Ansatz **#CONNECTIVITY**.



PP Frankfurt

PP Köln

Christoph Symeonidis
M 0175 723 43 64
c.symeonidis@pp-live.com
www.pp-live.com
Patrick Birkenfeld
M 0173 919 80 85
p.birkenfeld@pp-live.com

PP LIVE GmbH steht für Live Kommunikation, strategische - und Personallösungen und hat sich zum Ziel gesetzt, Ihre Marke im Rahmen von Events, Messen oder am POS emotional erlebbar zu machen... live, digital oder hybrid! Für einzigartig nachhaltige Erlebnisse verbinden wir strategische Beratung und Konzeption mit einem effizienten Projekt- und Personalmanagement.



Pure Perfection 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, Huaihaihong 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 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



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

anbieter
_ansprechpartner anschrift telefon . fax . email . internet anbot

MODERATION

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

NACHHALTIGKEIT

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

TECHNISCHES PLANUNGSBÜRO

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

TEILNEHMERMANAGEMENT

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

anbieter
_ansprechpartner anschrift telefon . fax . email . internet anbot

VERANSTALTUNGSTECHNIK

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

Live.Digital.On-site



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

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

VIDEO

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

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.BLACHREPORT.DE

INSIDE

Benny Ge

BENNY GE IST MODERATOR UND MASTER OF SCIENCE BWL. ENDE 2023 KONNTE ER DEN NAWUMO-WETTBEWERB ZUM NACHWUCHSMODERATOR DES JAHRES FÜR SICH ENTSCHEIDEN.



Benny Ge (Foto: privat)

Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?

Ich liebe es, Atmosphäre zu schaffen, dabei zu der eigenen Performance sofort und live Feedback zu erhalten und damit spielen zu können. Ich finde das ist das große Geschenk der Event-Moderation.

Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?

Alternativlos. Ich wollte schon immer Moderator werden.

Welchen Traum wollen Sie sich noch erfüllen?

Wenn ich ganz groß träume: eine eigene Late Night Show.

Was war bisher Ihre größte Herausforderung?

Beruflich: Show Opening beim BrandEx Award (man, war ich da aufgeregt); den Mut zu fassen, mich selbstständig zu machen und als Quereinsteiger mit der Moderation zu starten; schlecht besetzte Podiumsdiskussionen zu moderieren (immer hart!).

Welche Entscheidungen haben Sie bereut?

Mich für Jobs zu verstellen. Als ich mit 18 eine Ausbildung in der Bank anfing, musste ich jeden Morgen ganz viel von mir zu Hause lassen. Das hat mich Morgen für Morgen unglücklich gemacht.

Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?

„Achtsam morden“ von Karsten Duse. Das ist nicht nur super unterhaltsam, sondern lehrt Achtsamkeit. Klare Empfehlung!

Was machen Sie gegen Stress?

Sport! Ich liebe Surfen, Fußball, Snowboarden und Tennis. Ich versuche mich außerdem in Meditation, um neben der ganzen Aktivität auch einen Ausgleich in der Ruhe zu finden, aber Sport funktioniert für mich am besten.

Was macht Sie glücklich?

Ab und zu einfach in den Tag hineinzuleben und mir keine Gedanken übers morgen zu machen. Und natürlich meine Familie und Freunde, die ich so lieb habe. Außerdem: mit dem Surfboard unterm Arm und der Reisetasche auf dem Rücken allein auf Reisen zu gehen und dabei viele neue Menschen kennenzulernen.

Was sollen wir hören: Ihr aktueller Musiktipp?

Jedes Mal, bevor ich auf die Bühne gehe, höre ich denselben Song: „Heybb!“ von binki. Absoluter Gute-Laune-Bringer, wenn man am Schreibtisch gerade mal eine Portion Tanz braucht.

Welches Live-Ereignis hat Sie bisher am meisten beeindruckt?

Kann ich gar nicht sagen: Ich finde jede Bühne ist auf ihre Weise einzigartig.

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

Das Don Carlos in Bremen im Viertel. Super leckere und authentische spanische Tapas auf kanarische Art.

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 gdstolte@blachreport.de / Elke Bartels ebartels@blachreport.de / Marco Raupach mraupach@blachreport.de _ ANZEIGENMARKETING Medienmarketing Sanders, Ulf-Gundo Sanders / Tel 07203 502727-0 / Fax 07203 502727-18 / eMail gsanders@aktivmedia.biz _ PRODUKTION Sandra Fink sf@betriebsbuero.com _ DRUCK Druckpunkt Langer / Uetze _ GERICHTSSTAND Burgdorf >> Der BlachReport ist eine Business-to-business-Publikation über Event-Marketing, Promotions und Sponsoring. Sie erscheint zweiwöchentlich. Der jährliche Bezugspreis beträgt 93 Euro beim Digitalabo und 290 Euro beim Printabo (jeweils zzgl. MwSt.). Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein Jahr, wenn es nicht sechs Wochen vor Ablauf schriftlich gekündigt ist. Keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte. (Preise jeweils inkl. Versandkosten)

ISSN 1611-9308

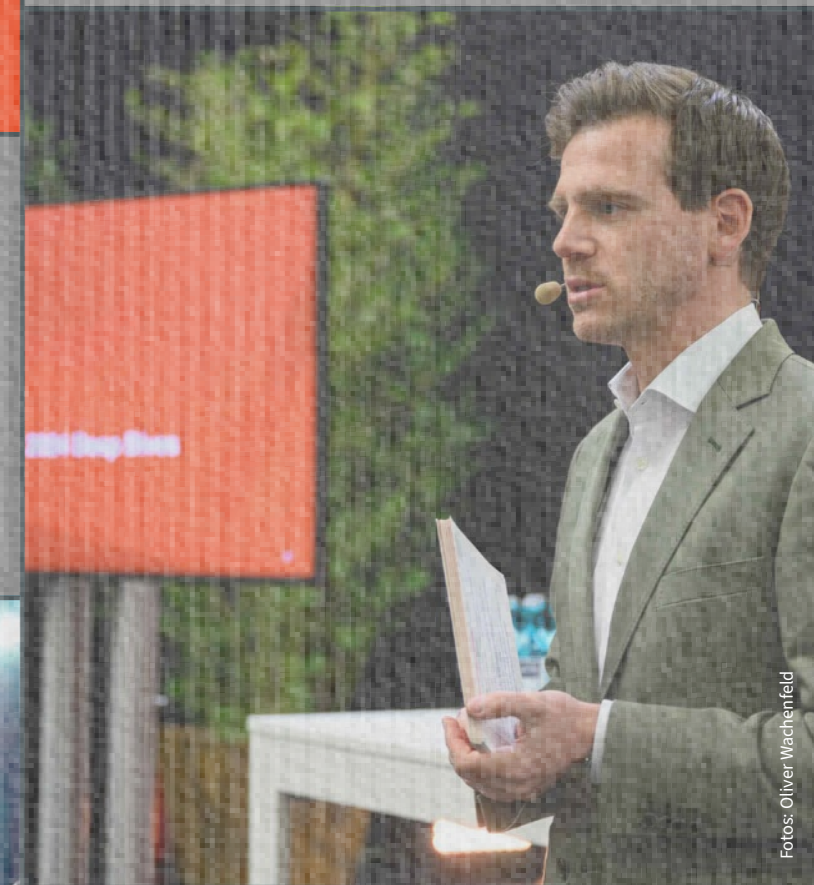
BLACHREPORT 07/24



BRAND
EX
DEEP
DIVE

BRANDEX GEWINNER IM TALK MIT ALJOSCHA HÖHN

INKLUSIVE VIDEOS DER AWARD-EINREICHUNGEN



Fotos: Oliver Wachnefeld

JETZT AUF YOUTUBE STUDIO BLACH

YOUTUBE.COM/@STUDIOBLACH

ALPINER RAUM FÜR INSPIRATION

Hochmodern tagen im Gurgl Carat.



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

Jetzt anfragen! gurgl-carat.com