



Corporates machen Museum: Aktuelle Ausstellungen aus dem Mercedes-Benz Museum und der Stihl Markenwelt

newslounge

PRESSEPORTAL FÜR DIE
MICE BRANCHE NATIONAL
UND INTERNATIONAL

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

Zertifizierungsprozesse



Der Nachweis einer ökologischen und sozialen Vorgehensweise für Unternehmen allgemein und für die Planung und Durchführung von Veranstaltungen wird immer wichtiger. Die Zahl der Veranstalter, die von ihren Durchführungspartnern für Meetings und Events dafür entsprechende Nachweise fordern, nimmt rapide zu. Immer mehr Anbieter bieten dafür ihre Zertifikate an. Wie werthaltig diese Zertifizierungen für die MICE-Branche sind beziehungsweise ob sie überhaupt eine Bedeutung haben, wollen wir in einer der nächsten Ausgaben darstellen.

In dieser Ausgabe haben wir uns zunächst mit dem Ablauf einer Zertifizierung beschäftigt und darüber mit Martina Riediger von der Nachhaltigkeitsberatung trias consulting in Berlin gesprochen. Ihr Kriterien-Set folgt einem ganzheitlichen Nachhaltigkeitsansatz entlang der Handlungsfelder Governance, Risk & Compliance, Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft. Die Kriterien geben dabei eine schrittweise Implementierung des Managementkonzepts der kontinuierlichen Verbesserung vor. Teilnehmende Unternehmen werden so dazu befähigt, Nachhaltigkeit als Managementaufgabe zu verinnerlichen und ihr eigenes Nachhaltigkeitsmanagement zu entwickeln.

Eine systematische Analyse von Prozessen bildet den Startpunkt, worauf aufbauend die Erarbeitung von Konzepten und die Festlegung von Governance-Strukturen folgt. Anschließend werden Nachhaltigkeitsziele für das Unternehmen definiert und Maßnahmen zur Zielerreichung umgesetzt. Im Idealfall sind am Ende nachhaltige Prozesse fest in der Betriebswirtschaft des Unternehmens und dem Geschäftsalltag verankert. Abschließend erfolgt eine externe Überprüfung des Managementsystems: die Auditierung. Wobei „abschließend“ nicht richtig ist, denn es folgen regelmäßige Nachprüfungen in bestimmten Abständen.

Mehr dazu beschreibt Martina Riediger im Interview ab Seite 6 in dieser Ausgabe.

Herzlichst

Ihr Peter Blach

inhalt

- 4 BUSINESS Aufwärtstrend der MICE-Branche
- 5 BUSINESS Berlin und Brandenburg sichern die ILA
- 6 NACHHALTIGKEIT Fragen an Martina Riediger/trias
- 8 BUSINESS Muse Awards
- 9 BUSINESS Tag der Industriekommunikation
- 10 DIGITAL Fragen an Colja Dams über KI

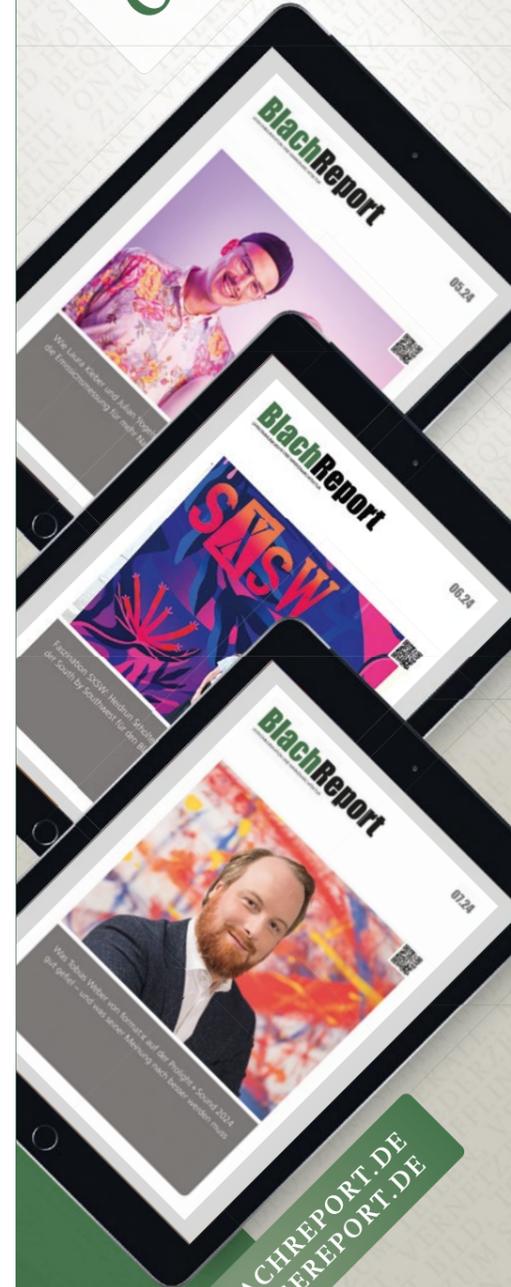
Titelfoto: Mercedes-Benz Museum (Illustration: Mercedes-Benz)

- 12 CORPORATE MUSEUM Stahl und Mercedes-Benz
- 14 VENUES Schottland
- 16 PEOPLE Jobs + Karriere
- 17 MARKETING-SERVICES Lieferantenverzeichnis
- 26 BACKSTAGE Robert König
- 26 IMPRESSUM

WWW.NEWSLOUNGE.DE • INFO@NEWSLOUNGE.DE

MEDIA
BOARD

OUT NOW!



WWW.BLACHREPORT.DE
WWW.STAGEREPORT.DE



Event Inc hat den MICE-Report 2024 veröffentlicht (Illustration: Event Inc)

Event Inc MICE-Report bestätigt Aufwärtstrend der Branche

90 Prozent der Unternehmen planen mehr oder gleich viele Events

Die Event Inc Group hat ihren MICE-Report 2024 vorgestellt. Demnach entwickelt sich die Buchungslage trotz der schwierigen Bedingungen positiv. Über 90 Prozent der Unternehmen planen für 2024 mehr oder gleich viele Events im Vergleich zum Vorjahr. Die Event Inc Group ist einer der führenden SaaS-Anbieter für die Buchung und das Management von Firmenveranstaltungen in Europa. Für den Report befragte das Hamburger Tech-Unternehmen über 320 Event-Experten auf Unternehmensseite sowie Eventlocation- und Hotelpartner. Die Studienergebnisse hat Event Inc mit den über 300.000 Anfrage- und Buchungsdaten aus der internen Datenbank der Unternehmensgruppe zusammengeführt und verglichen.

Obwohl sich die Kosten für Veranstaltungen 2024 durch die Mehrwertsteuererhöhung in der Gastronomie weiter erhöhen und Budgets auf Unternehmensseite eher reduziert werden, bekennen sich Unternehmen zur Relevanz von Events. So sind Events zu einem wichtigen Part des Employer Branding geworden, um Mitarbeitende an das Unternehmen zu binden und zu motivieren.

Beispiel Weihnachtsfeiern: Unternehmen haben 2023 durchschnittlich 129 Euro pro Person aus. Dies entspricht einer Preissteigerung von 54 Prozent zu 2019. Damals kostete das winterliche Firmenfest noch 84 Euro. Trotzdem ist die Weihnachtsfeier wieder fest im Veranstaltungsplan verankert: Laut der Befragung veranstalten neun von zehn Unternehmen eine Weihnachtsfeier.

Beim Tagungsgeschäft sieht die Kostenentwicklung ähnlich aus. Innerhalb eines Jahres stiegen die Kosten pro Person und Tagungstag von 154 Euro (2022) auf 174 Euro (2023) – die Kosten inkludieren die Tagungspauschale, Übernachtungen, Raummieten sowie Catering.

42 Prozent der befragten Unternehmen tagten 2023 klassisch in einem Tagungshotel. 29 Prozent gaben an, dass sie Tagungen in einer Eventlocation veranstalteten. Hier setzt sich der Trend der Eventisierung durch, der bereits aus dem B2C-Bereich bekannt ist. Unternehmen wollen mit ihren Veranstaltungen Erlebnisse schaffen, die den Teilnehmenden lange in positiver Erinnerung bleiben. „Das 70er Jahre Tagungshotel wird in ein paar Jahren ausgedient haben, denn nicht nur das Start-up wählt die außergewöhnliche Location, sondern auch traditionellere Unternehmen suchen nach Räumlichkeiten mit Ereignischarakter“, so Paul Philipp Hermann, CEO Event Inc Group.

Bei über 80 Prozent der befragten Unternehmen spielt die nachhaltige Ausrichtung von Events bereits eine wichtige Rolle oder wird zunehmend wichtiger. Nachhaltige Eventausrichtung scheint dabei auch nicht nur ein Lippenbekenntnis zu sein: Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen gibt an, Mehrkosten für die nachhaltige Ausrichtung eines Events auf sich zu nehmen: acht Prozent dieser Unternehmen sogar mehr als 20 Prozent. Laut den be-

fragten Dienstleistern sind jedoch etwas weniger Unternehmen dazu bereit, mehr für Nachhaltigkeit zu bezahlen. Dies zeigt einen leichten Attitude-Behavior-Gap bei den Veranstaltungsplanern auf Unternehmensseite.

In vielen Unternehmen laufen zahlreiche Schritte der Eventplanung manuell ab. Von der Location-Suche über den Angebotsvergleich bis hin zur Teilnehmerregistrierung: Der Aufwand ist hoch und kostet viel Zeit. „Laut unserer Umfrage dauert die Organisation der Rahmenbedingungen eines Events, also die Recherche, Buchung und Abrechnung der Dienstleister, über 26 Stunden. Das sind mehr als drei ganze Arbeitstage. Und dann sind Programm, Speaker und Inhalte noch nicht geplant. Alle Schritte, die manuell zu viel Zeit einnehmen, werden digitalen Lösungen weichen müssen“, so Paul Philipp Hermann.

Das gilt zum Beispiel für die Teilnehmerregistrierung. 71 Prozent der Befragten sammeln immer noch Teilnehmerdaten manuell per E-Mail, Anmeldeformular oder Telefon ein und übertragen diese anschließend in eine Liste. Paul Philipp Hermann: „Teilnehmermanagement-Systeme bieten schnelle und einfache Unterstützung. Die Teilnehmenden registrieren sich selbst und können weitere Informationen direkt hinterlegen. Fehlerquellen werden reduziert und das Organisationsteam behält immer den Überblick.“

Den MICE-Report gibt es kostenlos auf der Event Inc Website.



Berlin und Brandenburg sichern die ILA bis 2030 (Foto: Messe Berlin)

Berlin und Brandenburg sichern die ILA bis 2030

Wichtigstes Schaufenster

Auf einer gemeinsamen Kabinettsitzung des Senats von Berlin und der Landesregierung Brandenburg haben beide Länder der Rahmenvereinbarung zur Durchführung der Internationalen Luft- und Raumfahrtausstellung (ILA) 2026 bis 2030 zugestimmt. Die Rahmenvereinbarung wurde zwischen der Senatorin für Wirtschaft, Energie und Betriebe, Franziska Giffey, dem Minister für Wirtschaft, Arbeit und Energie, Jörg Steinbach, der Vorsitzenden der Geschäftsführung der Flughafen Berlin Brandenburg GmbH, Aletta von Massenbach, dem CEO der Messe Berlin, Dr. Mario Tobias und Martin Kroell, Mitglied des Präsidiums des Bundesverbands der Deutschen Luft- und Raumfahrtindustrie, geschlossen.

Seit 1992 findet die ILA am Flughafen Schönefeld und seit 2012 auf dem Berlin-ExpoCenter-Airport-Areal im Schönefelder Ortsteil Selchow statt, auf dem Gelände des Flughafens Berlin Brandenburg (BER). Mit der Unterzeichnung der neuen ILA- Rahmenvereinbarung 2026-2030 haben die Vertragspartner die Bedeutung der ILA unterstrichen und sichern zu, die ILA bis zum Jahr 2030 in der Hauptstadtregion durchzuführen.

Als Innovationsmesse für die Luft- und Raumfahrtindustrie in Europa zeigt die ILA die Zukunft des Fliegens. Alle zwei Jahre versammelt sie Vertreter der internationalen Industrie, von Politik, Streitkräften, Forschung und Wissenschaft am Flughafen BER zum Austausch

über Innovation, neue Technologie und Nachhaltigkeit. An ihren Publikumstagen bietet sie der breiten Öffentlichkeit Gelegenheit, die neuesten Trends der Luft- und Raumfahrt hautnah zu erleben.

Kai Wegner, Regierender Bürgermeister von Berlin: „Die ILA ist das wichtigste Schaufenster der Branche in Deutschland. In diesem Jahr stehen bei der ILA Zukunftsthemen wie klimaneutrales Fliegen und Digitalisierung im Mittelpunkt. Berlin und Brandenburg haben die ILA bis zum Jahr 2030 mit einer Rahmenvereinbarung abgesichert, denn die Luft- und Raumfahrtindustrie schafft und sichert als Schlüsselindustrie der Hauptstadtregion gute Arbeitsplätze.“

planworx und Purple Digital Storytelling unter gemeinsamem Dach

The Storytelling Group

Die Münchner Live-Marketing-Agentur planworx und die in Amsterdam ansässige Agentur Purple Digital Storytelling geben ihren Zusammenschluss als The Storytelling Group bekannt, um Synergien zu fördern und ihre Dienstleistungen zu internationalisieren. Beide Unternehmen bleiben unter dem gemeinsamen Dach erhalten.

Während man planworx für Marken-Erlebnisse kennt, hat sich Purple mit seiner digitalen Storytelling-Software „Hyro“ und der Gestaltung und Umsetzung von Erlebniszentren einen Namen gemacht. Gemeinsam wollen die beiden Pioniere Digital- und Live-Erlebnisse für globale Marken und Zielgruppen bieten.

Chris Boehm-Tettelbach, Gründer von planworx: „Mit dieser Zusammenarbeit etablieren wir ein Storytelling-Powerhouse mit breitem Spektrum. Dank 37 Jahren Event-Erfahrung von planworx und den wegweisenden digitalen Fähigkeiten von Purple decken wir von der Konzeption bis zur Umsetzung alle Aspekte digitaler Markenerlebnisse ab. Wir freuen uns darauf, mit neuester Technologie Geschichten zum Leben zu erwecken – in physischen Räumen, auf Live-Veranstaltungen oder mit immersiven Online-Aktivitäten.“

Joost Rueck, CEO von Purple und Vorsitzender von The Storytelling Group, freut sich über die neue Ausrichtung: „Diese Fusion ist ein Game-

changer für uns. Mit der größeren Reichweite und dem breiteren Angebot können wir den Markt für digitale Markenerlebnisse – und unsere Kunden – als globaler Akteur mit unseren Lösungen besser bedienen.“

Parallel dazu tritt Chris Boehm-Tettelbach von seinem Posten als CEO von planworx zurück, um als Berater für Strategie und Business Development für The Storytelling Group zu agieren. planworx gibt seine Rechtsform als Aktiengesellschaft auf und operiert als Tochtergesellschaft des Holdingunternehmens unter den drei Geschäftsführern Nik Benner, Christian Münch und Tobias Münch wieder als GmbH.



Martina Riediger (Foto: Pedro Becerra)

Martina Riediger von trias consulting über Auditierungen in der MICE-Branche

Wie läuft eigentlich ein Nachhaltigkeits-Audit ab?

MARTINA RIEDIGER VON DER NACHHALTIGKEITSBERATUNG TRIAS CONSULTING IN BERLIN HAT IM GESPRÄCH MIT DEM BLACHREPORT DEN ABLAUF VON AUDITIERUNGEN BEI DEN ZERTIFIZIERUNGSPROZESSEN IN DER MICE-BRANCHE ERLÄUTERT.

BlachReport: Berlin hat viel früher als andere Destinationen begonnen, sich um das Nachhaltigkeitsmanagement von Unternehmen in der Veranstaltungsbranche zu kümmern. Was verbirgt sich dahinter?

Martina Riediger: Destinationen stehen zunehmend im Wettbewerb. Nachhaltigkeit ist dabei ein entscheidender Faktor geworden. Und Berlin hat früh erkannt, dass dieser Wettbewerb nur entschieden werden kann, wenn die Unternehmen nachhaltig denken und wirtschaften.

2018 startete die Nachhaltigkeitsinitiative als ‚Sustainable Meetings Berlin‘, die visitBerlin gemeinsam mit trias consulting ins Leben gerufen hat. Ziel war es, die Leistungsträger der Berliner Tourismusbranche, mit Fokus auf den MICE-Bereich, mittels eines ganzheitlichen Managementsystems, nachhaltig und zukunftsfit aufzustellen. Dahinter verbirgt sich die Vision, die Stadt zu einer der innovativsten und nachhaltigsten Destinationen über Deutschland hinaus bekannt zu machen.

Heute ist die Initiative in Berlin etabliert – sie wurde 2023 mit ‚Sustainable Tourism Berlin‘ erweitert, so dass nun auch Attraktionen, Museen und Kultureinrichtungen einen Rahmen mit dem Kriterien-Set erhalten, um sich auf den Weg zu machen. Wir freuen uns sehr darüber, dass mittlerweile fast 80 Unternehmen als ‚Sustainable Partner‘ an dem Programm teilnehmen.

BlachReport: Das von trias entwickelte Kriterien-Set ist das Fundament der Initiative. Worin unterscheidet sich dieses von anderen Zertifizierungssystemen?

Martina Riediger: Das Kriterien-Set folgt einem ganzheitlichen Nachhaltigkeitsansatz entlang der vier Handlungsfelder Governance, Risk & Compliance, Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft. Die Kriterien geben dabei eine schrittweise Implementierung des Managementkonzepts der kontinuierlichen Verbesserung vor. Teilnehmende Unternehmen werden so dazu befähigt, Nachhaltigkeit als Managementaufgabe zu verinnerlichen und ihr eigenes Nachhaltigkeitsmanagement zu entwickeln. Im Gegensatz zu Maßnahmenkatalogen wird Nachhaltigkeit bei ‚Sustainable Berlin‘ strategisch bearbeitet. Eine systematische Analyse von Prozessen bildet den Startpunkt, worauf aufbauend Konzepte erarbeitet und Governance-Strukturen festgelegt werden. Anschließend werden Nachhaltigkeitsziele für das Unternehmen definiert und Maßnahmen zur Zielerreichung umgesetzt. Im Idealfall sind am Ende nachhaltige Prozesse fest in der Betriebswirtschaft des Unternehmens und dem Geschäftsalltag verankert.

BlachReport: Auch die Durchführung der Auditierungen liegt bei trias. Welche Aufgabe hat das Audit in diesem Prozess?

Martina Riediger: Das Audit ist eine externe Überprüfung des Managementsystems, ‚online‘ oder als ‚Vor-Ort-Audit‘ möglich, in dem die Unternehmen zur Umsetzung der 59 Kriterien befragt werden. Sie erhalten hier die Möglichkeit, eigene Methoden zu überprüfen und ihre weiteren Schritte zur Verbesserung zu planen.

BlachReport: Sie unterscheiden zwischen Erst- und Folgezertifizierung. Was ist der Unterschied?

Martina Riediger: Die Initiative folgt einem jährlichen Auditrythmus. Wenn sich ein Unternehmen der MICE- oder Tourismusbranche zum Audit angemeldet hat, dann starten wir mit einem Erstaudit. Dem folgt dann das Überwachungsaudit und ein weiteres Jahr später die Re-Zertifizierung.

BlachReport: Das heißt, im Prinzip ist das so was wie ein Update der Zertifizierung?

Martina Riediger: Ja genau, dieses jährliche externe Audit stellt sicher, dass die teilnehmenden Unternehmen stetig an ihren Nachhaltigkeitsthe-

men weiterarbeiten – vorrangig an den Kriterien, wo eine Abweichung festgestellt wurde. So wird der kontinuierliche Verbesserungsprozess garantiert.

BlachReport: Seit April 2023 werden von Ihnen die Unternehmen nach dem sogenannten Kriterien-Set 2.0 geprüft. Was muss man darunter verstehen?

Martina Riediger: Wir sind 2018 mit einer lokalen Initiative Berlins gestartet, und es ist mehrfach der Wunsch geäußert worden, dass aus dieser lokalen Berliner Zertifizierung mehr werden soll, um es auf eine internationale Ebene zu hieven. Daraufhin haben wir unseren ursprünglichen Kriterienkatalog überarbeitet und vom GSTC Global Sustainable Tourism Council anerkennen lassen. Als Folge der GSTC-Anerkennung wurden drei weitere Kriterien ins Set aufgenommen und alle anderen Kriterien wurden einem Revisionsprozess unterzogen.

BlachReport: Wie muss man sich den Ablauf eines Audits vorstellen und wie müssen sich die Prüflinge darauf vorbereiten?

Martina Riediger: Die Unternehmen nehmen das sehr ernst, sind auch häufig sehr aufgeregt vor dem Audit und haben sich natürlich eine lange Zeit, manchmal, bei einem Erstaudit, sogar ein bis zwei Jahre, auf dieses Audit vorbereitet. Es steckt unglaublich viel Arbeit darin und deswegen hat es den Anschein einer Prüfungssituation. Ich spreche jedoch lieber von einem Feedbackgespräch, um so den Druck aus einem Audit herauszunehmen.

Anhand von Kriterienblättern, die einer Prozentlogik von 20 bis 100 Prozent folgen, bereiten sich die Unternehmen vor. Sie erstellen beispielsweise Selbstverpflichtungen, Konzepte oder legen Zertifikate, Gefährdungsbeurteilungen et cetera vor. Als Auditorin schaue ich, ob die Dokumente vollständig sind, und gebe Tipps und Empfehlungen zur Verbesserung für das Folgeaudit. Sollten Verschriftlichungen fehlen, lasse ich mir vor Ort erklären, wie der Prozess in der Praxis abläuft. Diese sogenannten ‚gelebten Konzepte‘ werden von uns anerkannt.

BlachReport: Welche Prozesse und Details stehen da im Vordergrund? Was wird tatsächlich geprüft?

Martina Riediger: Ich kann als externe Auditorin nicht inhaltlich prüfen, weil wir ja viel zu wenig in diesem Unternehmen drinstecken. Wir kommen als Externe und schauen uns beispielsweise an, ob ein strukturierter Risikoprozess vorhanden ist. Wir können jedoch nicht überprüfen, ob die wesentlichen Unternehmens- und Projektrisiken identifiziert wurden, das kann nur das Unternehmen selbst.

Während des Audits könnte es sein, dass ich bei den sogenannten Kernkriterien, also den wichtigsten Kriterien in unserem Managementsystem, eine Abweichung feststelle. Das heißt, das gewünschte Ziel ist nicht vollständig erreicht. Damit müsste das Unternehmen in ein digitales Nachaudit, das dem Nacharbeiten oder Überarbeiten eines Kriteriums dient.

BlachReport: Kann man bei einem Audit auch durchfallen?

Martina Riediger: Durchfallen ist gar nicht erwünscht, weil wir ja eine Hilfestellung geben wollen, mit diesem externen Audit ein Nachhaltigkeitsmanagement aufzubauen. Es geht da tatsächlich um Unterstützung, um Hilfestellung, um Wissensvermittlung und um Verbesserungsvorschläge. Es geht nicht darum zu sagen, ihr habt das noch nicht geschafft, sondern um die Motivation, dranzubleiben. Das ist das Entscheidende. Deswegen ist an dieser Stelle das Wort ‚Durchfallen‘ fehl am Platz.

BlachReport: Vielen Dank für die Beantwortung unserer Fragen.



Dreimal Platin und viermal Gold für Schachzug aka These Guys bei den Muse Creative Awards 2024 in den USA (Foto: Schachzug)

Sieben Awards für Schachzug aka These Guys in den USA

Muse Awards

Die Agentur Schachzug aka These Guys freut sich über weitere Anerkennungen für ihre Projekte. Kurz nachdem sie mit zwei Heavent Awards ausgezeichnet wurde, erhielt sie bei den Muse Creative Awards in den USA sieben weitere Auszeichnungen und festigt damit ihren Ruf als eine der führenden Kreativ-Agenturen in Deutschland.

Gewürdigt wurde mit Platin das Projekt „BMW: Battery Cell Manufacturing Insights“ in der Kategorie „Event – Celebration Event“ für die BMW Group. Eine weitere Platin-Auszeichnung nahm das Projekt „Volkswagen: F.A.T. Ice Race“ in der Kategorie „Experiential & Immersive – Promotions & Stunts“ in Empfang.

Insgesamt drei Gold Muse Awards konnte Schachzug aka These Guys für seine Kunden Škoda und Volkswagen verbuchen. Eine dieser Auszeichnungen gab es für das Projekt „Volkswagen CES: AI Integration & Golf GTI Unveiling“ in der Kategorie „Strategic Programm – Product Launch“. Für den Kunden Škoda konnte sich das Kreativunternehmen aus Erlangen über zwei Gold-Ehrungen freuen. Diese gab es für die Projekte „Škoda Kodiaq: Discover a new kind of space“ und „Škoda: A truly „Superb“ World Premiere“ in der Kategorie „Experiential & Immersive – Launch Event“.

Besondere Highlights waren zwei Auszeichnungen in Platin und Gold für die Agentur

selbst. So wurde Schachzug aka These Guys für den globalen „Volkswagen ID.7 Launch auch noch Platin sowie der Titel „PR Agency of the Year“ verliehen, während es einen Gold-Award für das „These Guys. Experiential Lab | xKPI ecosystem“ in der Kategorie „Best Agency Awards – Best New Agency (<24 Monate) gab.

Die Muse Creative Awards wurden 2015 von der International Awards Associate (IAA) als Teil des Muse Awards-Programms ins Leben gerufen, um Leistungen und Innovationen in den Bereichen Design, Werbung und Medien auszuzeichnen. Mit über 10.000 Einreichungen aus über 75 Ländern zählen die Muse Awards zu den größten Kreativ-Wettbewerben.

BRANDEX AWARD 2025 GIBT ERSTE TERMINE BEKANNT

Der Termin für die siebte BrandEx Award-Verleihung steht fest. Die Zeremonie soll im kommenden Jahr wieder im Rahmen der BOE International in Dortmund stattfinden.

Am 15. Januar 2025, erste BOE Messtag, werden erneut herausragende Kreativleistungen der Branche mit den begehrten Trophäen in Gold, Silber und Bronze geehrt.

Auch der kreative Nachwuchs kommt nicht zu kurz: Im Rahmen des Fresh Awards erhalten die Nachwuchskräfte ihre Auszeichnung für besondere Kreativleistungen bei der Award-Zeremonie.

Die Einreicherphase für den BrandEx Award 2025 beginnt am 1. Juni 2024. Interessierte haben dann bis zum 31. August 2024 Zeit, ihre

Projekte in den verschiedenen Clustern einzureichen. Wie im vergangenen Jahr werden in der ersten Phase lediglich ein Einseiter zur Projektübersicht sowie bis zu drei Bilder gefordert.

Die Ausschreibungsunterlagen für den BrandEx Award 2025 stehen ab dem Start der Einreicherphase auf der Website des BrandEx Award zum Download bereit.



Visual zum TIK 2024 (Foto: bvik)

Tag der Industriekommunikation am 27. Juni

bvik-Event

Zum „Tag der Industriekommunikation“ (TIK) lädt am 27. Juni 2024 der Bundesverband Industriekommunikation (bvik) in Fürstenfeldbruck bei München ein. Angekündigt sind Best Practices von IBM, Siemens, Schunk, Bosch und anderen. Unter dem Motto „[R] Evolution im B2B-Marketing“ werden 350 Marketer zum jährlich stattfindenden bvik Leuchtturm-Event erwartet.

Die volatile Entwicklung der deutschen Wirtschaft erfordert immer kurzfristigere Planungszyklen, besonders budgetintensive Projekte werden verstärkt unter die Lupe genommen. Um die eigene Effizienz zu steigern und den anhaltenden Fachkräftemangel zu kompensieren, braucht es interne Transformationen, Integration zukunftssträchtiger Technologien und Mut zur Kreativität. Der bvik will beim TIK gemeinsam mit Industrieunternehmen wie Bosch, Siemens und Schunk zeigen, wie man diese Herausforderungen stemmen kann und

Inspiration für die deutsche Industrie und den Mittelstand bieten.

„Entscheidungsträger haben in den letzten Jahren gemerkt, dass kurzfristige Projekte und strategische Zukunftsarbeit Hand in Hand gehen müssen. Die Tools dazu sind allerdings noch rar. Hier haben wir an der Schnittstelle von Strategie, Innovation und Zukunftsforschung einige Lösungen entwickelt. Das Problem: Die Strukturen in den meisten Unternehmen sind noch nicht bereit dafür“, wie Kai Gondlach, Zukunftsforscher und Opening Speaker des TIK zusammenfasst.

Petra Bernhardt von IBM und Steven Rose von Siemens zeigen dann vor Ort, wie „digitale Reife“ neue Wege eröffnen kann: Permanentes Transformieren der Geschäftsmodelle, Infrastruktur und Lernkultur können den Boden für Wachstum bereiten. Dabei soll es sowohl um eine Neuausrichtung der Social-Media-Kommunikation als auch um die Auseinan-

dersetzung mit neuen Möglichkeiten in der Gestaltung von Event-Erlebnissen gehen.

Einer der aktuell stärksten Transformations-treiber ist die exponentiell wachsende Vielfalt an KI-Technologien. Neben den Chancen Künstlicher Intelligenz gilt es aber auch ethisch verantwortungsvoll mit ihr umzugehen. Um die Oberhand zu behalten, setzen immer mehr Unternehmen, genau wie Schunk auf eigene GPTs um Qualität und Datenschutz zu wahren. Wie KI die Regeln im Marketing außerdem neu schreibt, erörtert Marketing-Professorin Prof. Dr. Carolin Durst auf der TIK-Konferenzbühne.

„Eine Transformation ist nie wirklich abgeschlossen, vor allem im Marketing ist es essenziell, fortlaufend zu evaluieren und zu verbessern. Deshalb freuen wir uns dieses Jahr auch unser Leuchtturmevent weiter zu transformieren, nachhaltiger zu gestalten und mit Kraft für B2B-Marketing auf die Bühne zu gehen“, so Ramona Kaden, Geschäftsführerin des bvik.

planworx unterzeichnete die Charta der Vielfalt

Diversity Management

planworx unterzeichnete die Charta der Vielfalt und setzt sich sichtbar für ein wertschätzendes und vorurteilsfreies Arbeitsumfeld ein. Die Charta der Vielfalt ist eine Initiative zur Förderung von Vielfalt in Unternehmen und Institutionen unter der Schirmherrschaft von Bundeskanzler Olaf Scholz

Mit der Unterzeichnung der Charta der Vielfalt will die Münchner Agentur für Livemarketing ein klares Zeichen für Vielfalt und Toleranz in der Arbeitswelt setzen und die Wertschätzung aller Mitarbeitenden unabhängig von Alter, ethnischer Herkunft und Nationalität, Geschlecht und geschlechtlicher Identität, körperlichen und geistigen Fähigkeiten, Religion und

Weltanschauung, sexueller Orientierung und sozialer Herkunft verdeutlichen.

„Wir erleben täglich, wie sich unsere Arbeitswelt wandelt“, sagt Nik Benner, seit 2022 Managing Director bei planworx. „Als Eventagentur leben wir vom Miteinander und dem Wunsch, die Welt mit frischen Ideen zu einem besseren Ort für alle zu machen. Unser Einsatz für Vielfalt stärkt uns für gesellschaftliche und wirtschaftliche Veränderungen wie die Globalisierung, den demografischen Wandel und sinkende Erwerbstätigenzahlen.“

Diversity Management ist ein Querschnittsthema. Die Idee dahinter: Eine Organisationskultur, in der Vielfalt selbstverständlich gelebt

wird, führt dazu, dass alle Beschäftigten ihr Potenzial bestmöglich einbringen. Sie befördert auch die Vielfalt der Ideen oder Produkte, für die die Organisation steht.

Diese Vorteile sehen immer mehr Unternehmen und Institutionen: mehr als 5.000 Konzerne, Firmen, öffentliche Institutionen, Vereine, Stiftungen und Verbände mit über 15 Millionen Beschäftigten haben die Charta der Vielfalt inzwischen unterzeichnet.

Charta-Geschäftsführerin Corina Christen: „Wer die Charta unterzeichnet, berücksichtigt und verankert die vielfältigen Bedürfnisse der Mitarbeitenden in den organisationsinternen Strukturen.“



Colja Dams (Foto: Vok Dams)

Fragen an Colja Dams über KI und das neue Büro in Barcelona

Warum KI den Event-Workflow massiv beeinflussen wird

DIE AGENTUR VOK DAMS HAT IN BARCELONA EIN NEUES BÜRO MIT FOKUS AUF KÜNSTLICHE INTELLIGENZ ERÖFFNET. KI SOLL KÜNFTIG VIELFÄLTIG ZUM EINSATZ KOMMEN – VON DER SUCHE NACH LOCATIONS UND VERANSTALTUNGSORTEN BIS HIN ZUR OPTIMIERUNG VON TEXTEN UND PROJEKTMANAGEMENT. DER BLACHREPORT HAT DAZU CEO COLJA DAMS BEFRAGT.

BlachReport: Vok Dams hat ein neues Büro mit Fokus auf KI in Barcelona eröffnet. Warum gerade in Barcelona?

Colja Dams: Wir wollten mit einem Büro in Barcelona präsent sein und das passte dann auch mit der Bündelung unserer KI-Aktivitäten. Interessanterweise hatte ich dafür Wuppertal präferiert, aber damit konnte ich die Kollegen nicht überzeugen.

BlachReport: Im neuen Büro in Barcelona werden KI Prompt Engineers eingesetzt. Woher kommen die? Was können sie? Was machen sie? Anders gefragt: Welche Kompetenzen sind da an Bord?

Colja Dams: Das ist tatsächlich gerade die große Herausforderung des Prompt Engineers, den es noch nicht als Beruf gibt, auch wenn ich gerade sehe, dass viele private Anbieter, Schulen und Universitäten Kurse anbieten. Aber das sind natürlich Menschen, die sich das Wissen um die sprachbasierten Modelle selbst beigebracht haben und die einen sehr guten Job machen.

Vielleicht als Vergleich: Wir haben früher unterschieden zwischen 2D Design, also alles was ich so aufs Papier bringen kann, und 3D Design. Jetzt kommt eine weitere Dimension dazu, dass ich als KI Design in allen Formen und Farben einbringe. Das ist schon spannend.

BlachReport: Künstliche Intelligenz ist bereits zu einem unverzichtbaren Bestandteil unserer täglichen Arbeit geworden. Was bedeutet das für eine Agentur wie Vok Dams?

Colja Dams: KI wird tatsächlich alle Arbeitsabläufe beeinflussen im Workflow eines Events von der Strategie und Kreation über das Projektmanagement bis hin zur Umsetzung. In die Analytics wird KI ebenfalls massiv einfließen.

BlachReport: Stichwort Analytics. Gibt es da auch ein Angebot von Vok Dams oder ist das noch ein Ziel beziehungsweise etwas, was noch kommen kann?

Colja Dams: Nein, da gibt es schon eine ganze Menge Angebote von uns, aber auch von Partnern, mit denen wir zusammenarbeiten, die wir dann jeweils für die Aufgabe des Kunden orchestrieren. Gerade im Analytics-Bereich sind wir ja schon länger unterwegs und nennen das Data Driven Eventmanagement. Das bedeutet, dass ich die Datenbasis schaffe, auf der die Entscheidungen im Event fallen. Da gibt es schon einige Ansätze, die sehr spannend sind.

BlachReport: Noch einmal zur generellen Ausrichtung: Welche Aufgaben lassen sich denn in der Livekommunikation durch KI besser, anders, schneller bearbeiten?

Colja Dams: Unzählige. Wahrscheinlich haben wir noch gar nicht alle entdeckt, die sich in dem Bereich ergeben. Aber beginnen wir mit dem klassischen Projektmanagement. Das klassische Projektmanagement besteht ja in vielen Bereichen aus repetitiven Tasks und Aufgaben, die sich optimieren lassen. Wenn man sich anschaut, was Microsoft Copilot, also die KI-Integration von Microsoft in die Office 365 Palette, die ja jeder Projektmanager in allen Facetten nutzt, schon bringt. Dort lässt sich eine immense Zeitersparnis bereits im alltäglichen Normalgeschäft erreichen. Das setzt sich fort, wenn es um Visualisierungen geht. Das

sind gerade die Themen, mit denen wir uns auch in unserem Office in Barcelona beschäftigen. Wie kann ich Visualisierungsmöglichkeiten von KI nutzen bis hin in allen Bereichen auf der Veranstaltung vor Ort und dann im Data Driven Bereich?

Da gibt es sehr spannende Ansätze – auch aus anderen Bereichen und speziell bei den jungen Zielgruppen, die sich viel mit TikTok beschäftigen. TikTok hat ja gerade versehentlich geleakt, dass sich ein Nutzer im Schnitt gerade mal 0,4 Sekunden mit einem TikTok Video beschäftigt. Die TikTok-Fans werden mit KI-generiertem Content geflutet, der austauschbar und vor allen Dingen eins nicht ist: Er ist nicht authentisch und damit bleibt bei dieser ganzen Überflutung durch KI-generierte Medien, Texte und anderen Content nur eine Form der authentischen Kommunikation: Live-Events. Deswegen sind wir uns sicher, dass wir am Anfang der nächsten Riesen-Welle stehen, denn, wie man so schön im Englischen sagt: You cannot fake live events. Deswegen beglückwünsche ich jeden, der im Event-Bereich unterwegs ist, weil das die Zukunft sein wird.

BlachReport: Gibt es denn konkrete Projekte, bei denen KI eingesetzt wurde und wofür?

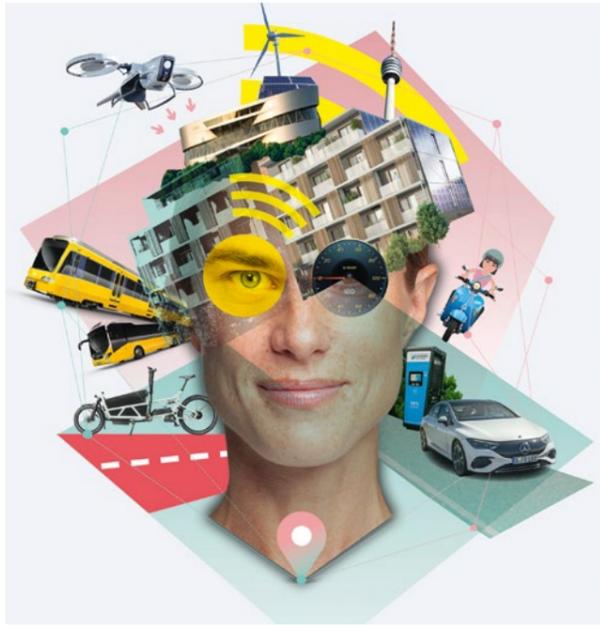
Colja Dams: Ich glaube, es ist fast umgekehrt. Es gibt, glaube ich, gerade kein Projekt mehr, wo nicht KI eingesetzt wird, sei es beginnend bei ganz einfachen Fototools, wo ich als Teilnehmer mein Selfie hochlade und dann werden mir aus der Cloud, aus den unzähligen Bildern, genau die Fotos ausgewählt, auf denen ich zu erkennen bin. Dann kann die KI auch noch sicherstellen, dass nur die Bilder angezeigt werden, auf denen ich lächelnd gut aussehe und keine Gabel mit dem Hummer im Mund habe oder vor einem falschen Hintergrund stehe.

Ein anderes Beispiel und schon fast banal ist die Auswahl der richtigen Destination und der Location. Hier können sich Nachhaltigkeit und KI gut ergänzen. 80 Prozent des CO₂-Outputs entfallen bei großen Events auf die An- und Abreise der Teilnehmer. Das lässt sich natürlich ganz einfach optimieren, indem ich den Veranstaltungsort gezielt auswähle. Dafür lade ich die Teilnehmerdaten in einem Tool anonymisiert hoch und frage: Wo kommt wer her? Dann wählt mir die KI aus, was für eine nachhaltige Anreise die optimale Destination wäre, um die Veranstaltung mit einem geringeren CO₂-Ausstoß umzusetzen.

BlachReport: Schauen wir noch mal einen kleinen Schritt nach vorn. KI hat zu einem großen Neustart in der Digitalisierung geführt, was sich zum Beispiel mit der Markteinführung der Apple Vision Pro widerspiegelt. Wird das auch zu einem neuen Interesse an VR und Metaverse führen?

Colja Dams: Apple nennt das Spatial Computing. Ich war auch auf der CES Messe in Las Vegas und habe gesehen, dass ganz viele Anbieter mittlerweile Brillen zeigen, die nicht mehr wie eine Taucherbrille vor meinem Kopf hängen, sondern tatsächlich geschliffen in der gewünschten Sehstärke eine Kombination von realen und virtuellen Inhalten bieten können. Also ja. Hier bin ich aber nach wie vor der Meinung, dass das Metaverse das ultimative Betriebssystem für hybride Events sein wird.

BlachReport: Vielen Dank für die Beantwortung unserer Fragen.



Ausstellung „Der Mobile Mensch“ im Mercedes-Benz Museum (Fotos: Mercedes-Benz)

Aktuelle Projekte in deutschen Firmen-Museen

Stihl und Mercedes-Benz

WIE SCHAUT ES EIGENTLICH IN DEUTSCHEN MUSEEN IN SACHEN BESUCHERN IN DER POST-CORONA ZEIT AUS? DAS INSTITUT FÜR MUSEUMSFORSCHUNG, DAS ALLJÄHRLICH DIE BESUCHSZAHLEN IN MUSEEN UND AUSSTELLUNGSHÄUSER IN DEUTSCHLAND UNTERSUCHT, KONNTE ZUM JAHRESBEGINN 2024 EINEN POSITIVEN TREND VERMELDEN: IM JAHR 2022 WURDEN IN DEUTSCHEN MUSEEN 81,4 MILLIONEN BESUCHE REGISTRIERT.

Das sind zwar mehr als doppelt so viele wie noch im Jahr 2021, allerdings immer noch ein gutes Viertel weniger, als vor der Pandemie 2019 erfasst wurden. Dass auch deutsche Unternehmen trotzdem weiterhin auf Ausstellungen als Marketingmittel setzen, zeigen wir nachfolgend an zwei aktuellen Beispielen.

GfG/Gruppe für Gestaltung bringt „Der Mobile Mensch“ in das Mercedes-Benz Museum

Wie genau funktioniert unsere Mobilität – heute und in der Zukunft? Dieser Frage widmet sich die Sonderausstellung „Der Mobile Mensch – Deine Wege. Deine Entscheidungen. Deine Zukunft.“ im Mercedes-Benz Museum. Noch bis zum 17. November 2024 ist das interaktive Angebot kostenfrei auf Ebene 0 des Museums zu erleben. Der Rundgang der Ausstellung besteht aus Erlebnis- und Themenstationen sowie der „Stuttgart-Wand“ mit Hinweisen auf weitere Angebote und Mobilitätsorte in der Stadt.

Für die Inhalte und Fragestellungen haben sechs Unternehmen als Partner der Ausstellung ihr Wissen eingebracht: Robert Bosch GmbH (Bosch eBike Systems), Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR), Mercedes-Benz AG, Stadtwerke Stuttgart GmbH, Stuttgarter Straßenbahnen AG und die Stuttgarter Wohnungs- und Städtebaugesellschaft

mbH. „Der Mobile Mensch“ ist ein Projekt des Science-Centers Universum Bremen. Die Kommunikations- und Designagentur GfG/Gruppe für Gestaltung hat die Ausstellung und Aktionsplattform unter wissenschaftlicher Begleitung des DLR konzipiert. Erstmals umgesetzt wurde das Projekt von 2019 bis 2020 in Bremen.

„Das Mercedes-Benz Museum freut sich, Gastgeber der Mitmachausstellung Der Mobile Mensch zu sein. Sie passt thematisch ausgezeichnet in unser Haus mit dem Schwerpunkt Mobilitäts- und Zeitgeschichte seit 1886“, sagte Bettina Haussmann, die Leiterin des Mercedes-Benz Museums, zur Eröffnung der Ausstellung.

Mobilität ist das Thema der Sonderausstellung, und auch der Besuch selbst soll die Menschen in Bewegung bringen: Wer sich mit „Der Mobile Mensch“ auseinandersetzt, soll stets in Aktion bleiben. Hierfür sollen insbesondere die Erlebnisstationen sorgen, an denen sich die Besucher spielerisch und interaktiv mit den Kernthemen der Sonderausstellung beschäftigen können. Vertiefende Informationen und Bezüge zum mobilen Alltag bieten weitere Themenstationen. Für einen Lokalbezug mit breitem Horizont sorgt die sogenannte „Stuttgart-Wand“. Hier präsentieren sich als abstrahiertes Stadtpanorama Mobilitätsorte und -angebote, an denen sich Themen der Ausstellung ganz konkret in der Stadt erfahren lassen.

An den Erlebnisstationen steht die spielerische Auseinandersetzung mit acht Themen zur Mobilität im Vordergrund. Die Themen sind Verfügbarkeit, Komfort, Flexibilität, Sicherheit, Information, Gesundheit, Entschleunigung und Werte. Die Auseinandersetzung geschieht einerseits über digitale Spielszenarien in der virtuellen Stadt „Mobitopia“ und andererseits über Aktionsspiele im Raum, bei denen der ganze Körper zum Einsatz kommt. Ganz intuitiv sollen Besucher so ihre eigenen Ansprüche und Wünsche an Mobilität besser kennenlernen. Ergänzt werden diese



Eröffnung der Stihl Markenwelt mit Ministerpräsident

Winfried Kretschmann (Fotos: Stihl)

BlachReport: Das von trias entwickelte Kriterien-Set ist das Fundament der Initiative. Worin unterscheidet sich dieses von anderen Zertifizierungssystemen?

Martina Riediger: Das Kriterien-Set für eine nachhaltige Mobilität ist ein zentraler Baustein der Handlungsfelder Governance, Risk & Compliance. In der Spielball begleitet die Geschäftsführung die Entwicklung des Kriterien-Set als Teil der strategischen Ziele des Konzerns. Die Initiative ist ein zentraler Baustein der Handlungsfelder Governance, Risk & Compliance. In der Spielball begleitet die Geschäftsführung die Entwicklung des Kriterien-Set als Teil der strategischen Ziele des Konzerns. Die Initiative ist ein zentraler Baustein der Handlungsfelder Governance, Risk & Compliance. In der Spielball begleitet die Geschäftsführung die Entwicklung des Kriterien-Set als Teil der strategischen Ziele des Konzerns.

BlachReport: Die Initiative folgt einem jährlichen Auditrhythmus. Wie wird die Initiative in der Zukunft weiterentwickelt?

Martina Riediger: Die Initiative folgt einem jährlichen Auditrhythmus. Wie wird die Initiative in der Zukunft weiterentwickelt? Die Initiative ist ein zentraler Baustein der Handlungsfelder Governance, Risk & Compliance. In der Spielball begleitet die Geschäftsführung die Entwicklung des Kriterien-Set als Teil der strategischen Ziele des Konzerns.

BlachReport: Die Initiative folgt einem jährlichen Auditrhythmus. Wie wird die Initiative in der Zukunft weiterentwickelt?

Martina Riediger: Die Initiative folgt einem jährlichen Auditrhythmus. Wie wird die Initiative in der Zukunft weiterentwickelt? Die Initiative ist ein zentraler Baustein der Handlungsfelder Governance, Risk & Compliance. In der Spielball begleitet die Geschäftsführung die Entwicklung des Kriterien-Set als Teil der strategischen Ziele des Konzerns.



Stihl Markenwelt

fografiken bis hin zum Prototyping, der Umsetzung und Integration aller Elemente.

Direkt am Ufer der Rems mit dem Blick ins Grüne umfasst die Markenwelt eine Ausstellungsfläche auf drei Ebenen von gut 1.500 Quadratmetern. „Neben der Entwicklung des Unternehmens und den innovativen Produkten von Stihl steht die Faszination für den Wald im Mittelpunkt der Ausstellung, die seit der Firmengründung 1926 durch Andreas Stihl untrennbar mit der Marke Stihl verbunden ist“, erklärt Sarah Gewert, Stihl Vorständin Marketing und Vertrieb. Entstanden ist die Wissensplattform in Zusammenarbeit mit internationalen Expertinnen und Experten aus Wissenschaft und Forstwirtschaft. Sie verbindet die Forschung mit der Praxis und wird von Prof. Dr. Jürgen Bauhus, Leiter der Professur für Waldbau an der Universität Freiburg, kuratiert.

Auf den beiden weiteren Ebenen „Vision“ und „Innovation“ wird die Geschichte des Unternehmens erzählt: von den Anfängen der Forstarbeit mit den ersten historischen Zweimannsäten über den aktuellen Stand wegweisender Stihl Technologien, bis hin zu einem Ausblick in die Zukunft und auf künftige Anwendungsfelder. Auch kommen in der Ausstellung einige Mitarbeitende zu Wort, die aktuelle und relevante Unternehmensthemen vorstellen, wie die Stihl Nachhaltigkeitsstrategie, die hohe Fertigungstiefe oder die Produktinnovationen hinsichtlich Sicherheit und Ergonomie.

Neben Einblicken in die Fertigung und Montage gibt es zudem die Möglichkeit, die Produktvielfalt von Stihl für sämtliche Anwendungsgebiete kennenzulernen. Der Bereich von Stihl Timbersports gibt den Besuchern die Möglichkeit, in die Wettkampfatmosphäre des Sportholzfallens einzutauchen. Abgerundet wird das Angebot mit einem Amphitheater für Produktvorführungen, einem Café und dem Stihl Markenshop.

Die Ausstellung wird in deutscher und englischer Sprache präsentiert und will so ein breites Publikum ansprechen – von Profis in Forst sowie Garten- und Landschaftsbau über Fans von Stihl bis hin zu allgemein interessierten Besuchern und jüngeren Gästen. Begleitend führt ein digitaler Guide durch die Ausstellung und bietet zusätzliche vertiefende Inhalte.

Neue Veranstaltungsorte in Schottland

Destination legt weiter zu



Johnnie Walker Princes Street (Foto: Diageo)

FÜR DIE DESTINATION SCHOTTLAND IST DEUTSCHLAND EINER DER ZENTRALEN INTERNATIONALEN MÄRKTE. GÄSTE AUS DEUTSCHLAND GEHÖREN GAR ZU DEN TOP DREI BEI DEN INTERNATIONALEN BESUCHERZAHLEN. DIE TOURISMUSORGANISATION VISIT SCOTLAND ERWARTET, DASS DIE BESUCHER-AUSGABEN DEUTSCHER REISENDER IM JAHR 2024 DIE BESUCHER-AUSGABEN VON VOR DER COVID-KRISE ÜBERTREFFEN WERDEN.

Reiseveranstalter melden weiterhin starke Buchungen für Schottland im Jahr 2024 und eine hohe Nachfrage für 2025. Auch das schottische Angebot an Eventlocations wächst stetig, eine kleine Auswahl an neuen Veranstaltungsorten stellen wir nachfolgend vor.

JOHNNIE WALKER PRINCES STREET

Diageos Johnnie Walker Princes Street, das achtstöckige neue Besuchererlebnis der Marke Johnnie Walker befindet sich seit dem Herbst 2021 im Herzen von Schottlands Hauptstadt

Edinburgh. Die neue Location, an der viereinhalb Jahre lang gearbeitet wurde, ist das Herzstück einer 185 Millionen Pfund schweren Investition von Diageo in den schottischen Whisky-Tourismus.

Johnnie Walker Princes Street bietet den Besuchern ein Johnnie Walker-Markenerlebnis auf einer Fläche von 6.642 Quadratmetern. Zu den Features zählen die Johnnie Walker Journey of Flavour Tour, bei der die persönlichen Geschmacksvorlieben der Besucher erfasst und die Getränke auf ihren Geschmack abgestimmt werden. Mehr als 800 Geschmackskombinationen stehen dabei in den Schanksystemen zur



Label Studio (Foto: Diageo)

Verfügung. Über 150 neue Mitarbeiter erwecken in 23 Sprachen die 200-jährige Unternehmensgeschichte zum Leben. Im Keller befindet sich eine „Whisky-Schatzkammer“, in der einige der seltensten Whiskyfässer der Welt reifen und darauf warten, von den Gästen verkostet zu werden. Das Gebäude, das fast 100 Jahre lang ein traditionelles Kaufhaus war, beherbergt damit nun einen hochmodernen Erlebnisbereich, in dem die Besucher aus seltenen und exklusiven Whiskys auswählen, ihre eigenen Flaschen abfüllen und personalisieren lassen können.

Die Johnnie Walker Princes Street wird von zwei Rooftop-Bars und einer Terrasse mit atemberaubendem Blick auf die Skyline von Edinburgh gekrönt, darunter die Explorers' Bothy Whisky-Bar mit 150 verschiedenen Whiskysorten und die 1820 Cocktail-Bar, in der die Getränke mit einem sorgfältig zusammengestellten Menü kombiniert werden können. In dem Gebäude können Veranstaltungen mit einem Fassungsvermögen von bis zu 200 Personen durchgeführt werden. Das Label Studio ist dabei der größte Veranstaltungsraum und befindet sich auf der vierten Etage und bietet so ei-

nen Blick auf Edinburghs bekannteste Sehenswürdigkeiten. Es eignet sich für unterschiedliche Veranstaltungen, einschließlich Markenaktivierungen oder Pressekonferenzen. Dieser vielseitige und moderne Raum von 205 qm kann je nach Bedarf angepasst und umgestaltet werden und bietet Platz für bis zu 190 Stehgäste, 130 bei Theaterbestuhlung oder rundem Tisch. Professionelle Beleuchtung und hausinterne AV-Ausstattung sind vorhanden.

Ein etwas intimerer Space ist die Learning for Life Academy. Mit einem interaktiven Smart-Screen und einer privaten Bar eignet sich dieser Raum ideal für Workshop-Veranstaltungen, Präsentationen oder als Breakout-Raum in Verbindung mit dem Label Studio nebenan. Sie bietet Platz für bis zu zehn sitzende Teilnehmer oder 30 Stehplätze.

W EDINBURGH

W Hotels Worldwide feierte im November 2023 mit der Eröffnung des W Edinburgh ihr Debüt in Schottland. Das neu eröffnete Luxus-hotel W Edinburgh befindet sich im Herzen des St. James Quarter, dem eleganten und gleichzeitig jüngsten Lifestyle-Stadtviertel von Edinburgh. Visionäres Design und vielseitige Gastronomie will das Haus verbinden, inspiriert von seiner kreativen Umgebung. Vom Ribbon Building über den James Craig Walk bis hin zum Quarter House bietet jedes der 199 Zimmer und 45 Suiten, viele davon mit Außenterrassen, eine neue Perspektive auf die Stadt.



W Edinburgh (Foto: Marriott International)

Die oberen Etagen des Hotels sollen der lebendigen sozialen Szene Edinburghs noch mehr Energie und Flair verleihen. Zu den Highlights gehören eine lebhaftes W Lounge, das Restaurant Sushisamba, die Joao's Place Cocktailbar und Terrasse, ein Chef's Table und die Außenterrasse, die Einheimischen, als auch Besuchern der Stadt und Hotelgästen einen 360-Grad-Panoramablick auf die historische Skyline bietet. Die W Lounge interpretiert, sowohl tagsüber als auch nachts, gälische Küche neu und die W-Dachterrasse bietet Besu-

chern Rundumblick auf Edinburgh und darüber hinaus.

Die hochmodernen Veranstaltungsräume bestehen aus fünf Meeting und Event Studios. Eine spezielle „Sound Suite“ steht für Musiker oder Podcaster zur Verfügung.

PERTH MUSEUM

Das Perth Museum wurde am 30. März 2024, nach einem Sanierungsprojekt im Wert von 27 Millionen Pfund, frisch eröffnet. Die neue Kultur- und Kulturattraktion beleuchtet die Objekte und Geschichten, die die nördlich von Edinburgh gelegene Region Perth and Kinross in den Mittelpunkt der Geschichte Schottlands stellen.



Perth Museum (Foto: Culture Perth & Kinross/Julie Howden)

Highlight-Exponat ist der Stone of Destiny, auch bekannt als Stone of Scone, eines der bedeutendsten historischen Objekte Schottlands und Großbritanniens. Zum ersten Mal seit über 700 Jahren kehrt der Stein nach Perthshire zurück. Er ist das Herzstück dieses neuen Museums und kann von allen kostenlos besichtigt werden. Neben dem Stein zeigt das neue Museum Sammlungen von nationaler Bedeutung von Perth and Kinross sowie Leihgaben und Ausstellungen aus dem Vereinigten Königreich und dem Ausland.

Das Museum ist in einem denkmalgeschützten Gebäude aus der Zeit Edwards VII. untergebracht, das einst als Treffpunkt diente, von Märkten und Konzerten bis hin zu politischen Konferenzen und Ringkämpfen. Der historische Veranstaltungsort wurde von den preisgekrönten Architekten Mecanoo in eine moderne Besucherattraktion verwandelt. Das Museum verfügt außerdem über das Stone Café sowie verschiedene buchbare Veranstaltungsräume.

GLENEAGLES TOWNHOUSE

Das neue Gleneagles Townhouse in Edinburgh wurde 2022 der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Mit 33 Zimmern, einem ganztägig ge-

öffneten Restaurant, einer Bar auf der Dachterrasse und einem Members' Club entwickelt sich das Stadthaus zu einem der exklusivsten Reiseziele Schottlands.

Gleneagles hat mit der Eröffnung in seiner fast 100-jährigen Geschichte zum ersten Mal einen Ausflug über die Hügel von Perthshire hinaus unternommen. Drei Jahren dauerte die sorgfältige Restaurierung des denkmalgeschützten Gebäudes mit Blick auf den belebten St. Andrew Square. Das Townhouse war ursprünglich Sitz der British Linen Company, bevor es später zur Bank of Scotland wurde. Im Rahmen der Restaurierung wurden ein Anbau und eine Dachterrasse sowie ein neues einstöckiges Gebäude mit Keller, luxuriösen Zimmern sowie Fünf-Sterne-Speise- und Küchenbereichen realisiert.

Im Herzen des Gebäudes liegt The Spence – ein geselliger Raum mit zentraler Bar unter einer außergewöhnlichen Glaskuppeldecke, die eine saisonal wechselnde, lokal inspirierte Auswahl an Cocktails, lokalen Whiskys, Bieren, Spirituosen und Wein serviert. Unten, im ehemaligen Tresorraum der Bank haben Gäste und Mitglieder von Townhouse Zugang zu The Strong Rooms, einem speziellen Behandlungs- und Therapiebereich mit ganzheitlichem Wellness sowie einem Fitnessstudio. Der Members' Club verfügt über zwei exklusive Räume: den Note Burning Room, der für Meetings, Brunches und Mittagessen konzipiert ist, und den Co-Working-Bereich The Telling Rooms, der sich für entspanntes Remote-Arbeiten eignet. Die Dachterrasse Lamplighters bietet einen Blick auf die mittelalterliche Altstadt auf der linken Seite und die Neustadt auf der rechten Seite.



Gleneagles Townhouse (Foto: Gleneagles)

The Courtyard ist ein heller und eleganter Bereich, der den Charme eines Essens unter freiem Himmel vermittelt und gleichzeitig vor den unvorhersehbaren schottischen Elementen geschützt bleibt.

Als geschlossener Bereich ist The Courtyard der Ort für Workshops und kleine Events mit bis zu 22 Personen.

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



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 anschrift telefon . fax . email . internet anbot
 _ ansprechpartner

EVENT-LOCATIONS



SCHOKOLADENFABRIK
 Event & 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.

MEDIEN- / LED-WÄNDE



ACETEC
 EVENT- & MEDIEN- / LED-WÄNDE

Acetec GmbH
 Ihr Ansprechpartner:
 Michael Lenkeit

Rostocker Straße 17
 65191 Wiesbaden

T +49 611 9879296
 mail@acetec.de
 www.acetec.de

ACETEC vermietet Medientechnik und LED-Wände für Veranstaltungen und Messeauftritte in Deutschland und Europa. Unser Firmensitz ist in Wiesbaden, von wo aus das Frankfurter Messegelände, das RheinMain CongressCenter (RMCC) sowie das Kurhaus innerhalb weniger Minuten erreichbar sind.

MESSE- / 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.



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

MESSE- / EVENTBAU



Creative Gestaltung GmbH

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

Heinger 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.



DEKO SERVICE
 BUILDING VISIONS
 EVENT / EXPO / LIVE MARKETING

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.

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.STAGEREPORT.DE

anbieter
_ansprechpartner anschrift telefon . fax . email . internet anbot

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 Giebhübelstraße 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 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.
GmbH & Co. KG D-67346 Speyer info@2bdifferent.de
_ Jürgen May www.2bdifferent.de
_ Clemens Arnold

TECHNISCHES PLANUNGSBÜRO

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

TEILNEHMERMANAGEMENT

EMENDO Event + Congress Riedstraße 25 T 0711 4605376-0 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.
GmbH & Co. KG 73760 Ostfildern post@emendo-events.de
_ Philipp Sautter www.emendo-events.de
Managing Partner

anbieter
_ansprechpartner anschrift telefon . fax . email . internet anbot

VERANSTALTUNGSTECHNIK

Aventem GmbH Düsseldorf T +49 2103 25230-0 Reale und digitale Veranstaltungen in unseren Studios, bei unseren Kunden oder an Veranstaltungsstätten in jeder Größenordnung.
Audiovisuelle Herderstraße 70 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.
Dienstleistungen 40721 Hilden Berlin T +49 30 367005-70
Rohrdamm 24b info@aventem.de
13629 Berlin www.aventem.de

Live.Digital.On-site



btl next GmbH Berlin • Düsseldorf T +49 (0)211 90449-0 Bei uns sind Event-Spezialisten für deine Themen wie **Content, 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.
Frankfurt • Hannover F +49 (0)211 90449-444
München • Poznań contact@btl-x.de
www.btl-x.de

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, Rigging und Bühnenbau. Seit über 40 Jahren sammeln wir Erfahrung und Know-how, um unseren Kund:innen aus einer Hand begeisterte, individuelle Lösungen zu bieten – mit kreativem Design, detailgenauer Planung und intelligenten Services.
Erfurt | Frankfurt | Hamburg
Hannover | Köln | Leipzig
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

Robert König



Robert König (Foto: privat)

ROBERT KÖNIG IST GESCHÄFTSFÜHRER VON KÖNIG CONCEPT, EINEM BÜRO FÜR MARKENINSZENIERUNG IN BIETIGHEIM-BISSINGEN.

Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?
Faszination Markenräume – Geschwindigkeit, Termintreue und Präzision in der Umsetzung – Gestaltungsfreiräume und kreative Möglichkeiten, die es sonst selten gibt – dazu viele Menschen die ähnlich denken! Diese Kombination ist einzigartig in der Veranstaltungsbranche.

Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?
Habe ich mir noch nie Gedanken darüber gemacht.

Was macht Sie glücklich?
Leckeres Essen!

Was war bisher Ihre größte Herausforderung?
Meine Unternehmensgründung mit hohem Risiko im September 2021, noch während der Covid-Phase. Keiner wusste, welche Richtung unser Schwerpunkt Messen International einschlagen würde, da die meisten Länder weltweit noch nicht geöffnet waren. Wir haben es mit viel Einsatz und unserem Glauben geschafft, eine tolle Entwicklung zu machen.

Welche Entscheidungen haben Sie bereut?
Ich bereue keine Entscheidung. Jede Entscheidung hat mich im Leben weitergebracht. Wichtig ist, aus jeder Entscheidung die positiven Dinge mitzunehmen.

Wen möchten Sie gern einmal kennenlernen?
Barack Obama – ein unglaublich charismatischer Mensch.

Was machen Sie gegen Stress?
Ich höre oder mache Musik. Das geht natürlich nicht immer, aber mir bringt es die notwendige Ruhe zurück. Ich arbeite außerdem streng nach Prioritäten und versuche dadurch das Stresslevel nicht zu hoch werden zu lassen.

Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?
Ich lese nicht viele Bücher, aber ich glaube es war ‚Der Schwarm‘ von Frank Schätzing, das ich von meinem Sohn zu Weihnachten bekommen habe.

Was sollen wir hören: Ihr aktueller Musiktip?
Ich habe keinen Lieblingstitel und höre gerne unterschiedliche Arten von Musik. Empfehlen würde ich die Eagles oder Queen.

Welches Live-Ereignis hat Sie bisher am meisten beeindruckt?
Die Expo 2010 in Shanghai und dort speziell im deutschen Pavillon die schwingende LED-Kugel. Ich fand das zu der Zeit unglaublich gut gemacht und die Inhalte haben mich emotional berührt.

Auf die Gefahr hin, dass Sie dort nie wieder allein sind: Nennen Sie uns Ihr Lieblingsrestaurant?
Das La Piazza am Marktplatz in Bietigheim-Bissingen, meiner Heimatstadt. Ein wunderbares italienisches Restaurant.

POCKETEVENT

*24

POCKETEVENT

*24

Daten / Zahlen / Fakten

DATENBANK
LIVEKOMMUNIKATION

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

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

PocketEvent *24 gibt es auf www.blachreport.de



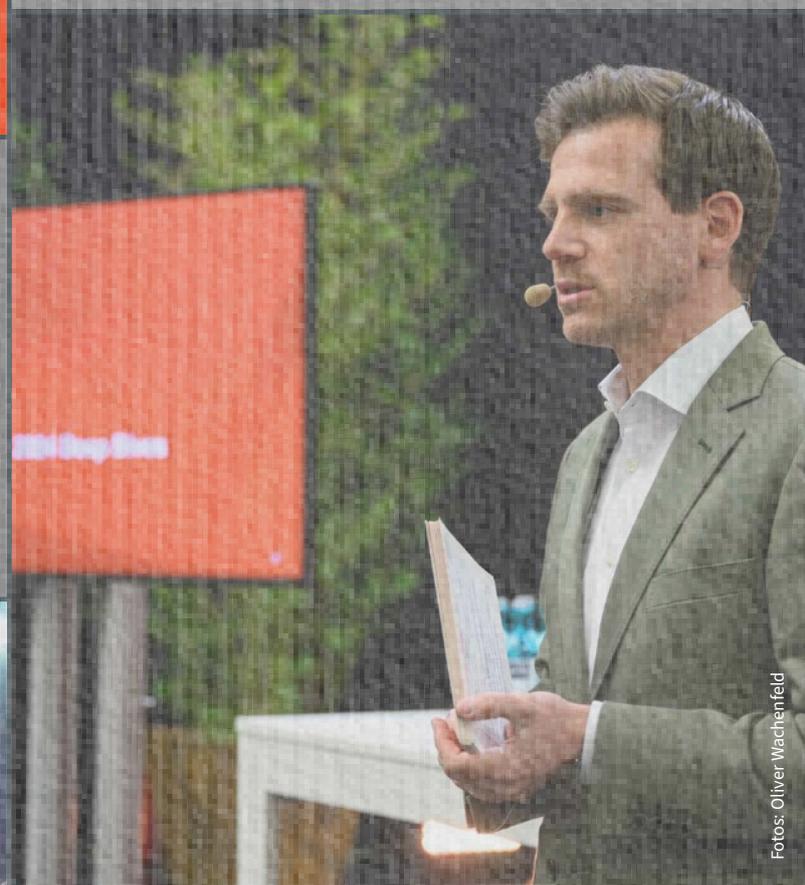
AktivMedia
Marketing- und
Medienkommunikation GmbH



**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