



Heidelberg „kann“ jetzt Kongress: Wie das neue Congress Center mit einem Festakt und dem Tag der offenen Tür startete

## RAUM &amp; FORMATE

# Der Ort für erfolgreiche Tage

Ihre Veranstaltung im TurmQuartier Pforzheim



Ob Kongresse, Business-Meetings, hybride Events, Galadinner oder private Feiern – wir bieten den perfekten Raum für Ihr Event. Das TurmQuartier in Pforzheim: Die Mischung macht's!

Mehr Informationen unter  
[www.turmquartier.de](http://www.turmquartier.de)

 **Turm  
Quartier**

## Bewertung und Aufarbeitung



Same procedure every year: DZT Deutsche Zentrale für Tourismus, GCB German Convention Bureau und EVVC Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren haben die Ergebnisse des Meeting- & EventBarometers 2023/2024 veröffentlicht. Die Zahlen des Jahres 2023 bestätigen den Aufwärtstrend der letzten Jahre im deutschen Veranstaltungsmarkt.

Mit einem realen Volumen von 2,15 Millionen Veranstaltungen im Jahr 2023 erreichte der deutsche Veranstaltungsmarkt 74,4 Prozent des Niveaus von 2019. Dies entspricht einem Anstieg von 24,7 Prozent im Vergleich zu 2022. Die Teilnehmerzahlen wuchsen deutlich um 68,5 Prozent auf knapp 311 Millionen, was 73,5 Prozent des Niveaus von 2019 entspricht. Kongresse, Tagungen und Seminare dominierten 2023 mit 57,5 Prozent der Veranstaltungen.

So weit so gut: Die Zahlen des Meeting- & EventBarometer sind eine Rückschau und bilden immer die Entwicklung im Vorjahr ab. Das ist auch okay, diese Momentaufnahme und Faktensammlung liefert für Weichenstellungen und Investitionsentscheidungen wichtige Informationen. Was uns aber fehlt, sind Informationen darüber hinaus. So wird zum Beispiel auf die weiter bestehenden personellen Engpässe hingewiesen, aber weder auf die Gründe noch auf Lösungen eingegangen.

Ähnlich sieht es beim Thema Nachhaltigkeit aus: Zertifizierte Nachhaltigkeit befindet sich für Business Events auf einem stringenten Weg von einem „nice to have“ zu einem „must have“. Zwischen 2011 und 2023 hat sich der Anteil der Anbieterbetriebe mit einem zertifizierten Nachhaltigkeitsmanagementsystem laut Meeting- & EventBarometer von 27 Prozent auf 54 Prozent verdoppelt.

Eigentlich reicht das so nicht aus, denn viele Unternehmen und Anbieter stehen gerade jetzt vor der Frage, in welches Nachhaltigkeitssystem sie investieren sollen. Zertifizierungen kosten Zeit und Geld – da wollen sich die Interessenten natürlich richtig entscheiden. Hier würde eine redaktionelle Aufarbeitung der Ergebnisse mit Handlungsempfehlungen weiterhelfen.

Das gilt sinngemäß auch für andere Aussagen aus dem „Barometer“ wie der Hinweis auf möglicherweise veränderte Raumanforderungen durch agile Eventformate mit mehr Interaktion oder die Einschätzung von KI im MICE-Business. Ja, hat jeder schon mal genutzt. Und jetzt?

Für die Zukunft würden wir uns mehr wissenschaftliche Aufarbeitung der ermittelten Zahlen und eine redaktionelle Begleitung beim Meeting- & EventBarometer wünschen.

Herzlichst

Ihr Peter Blach

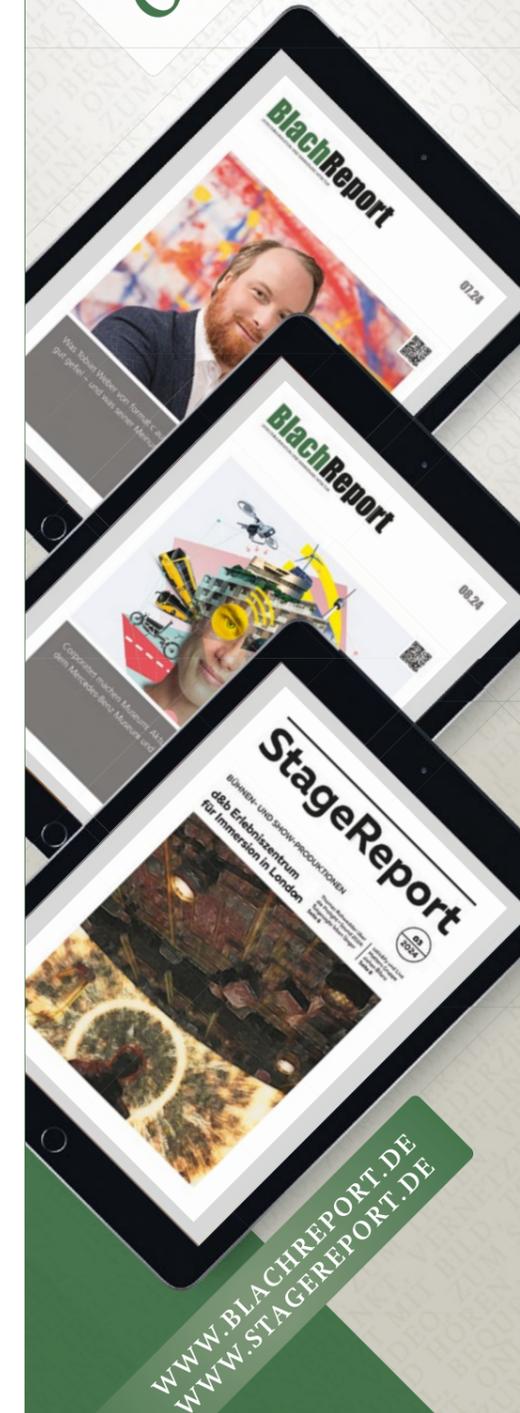
### inhalt

Titelfoto: Heidelberg Congress Center (Foto: Heidelberg Marketing)

- |  |  |
|--|--|
| 4 BUSINESS Studie zur Rentabilität des Donauinselfests | 14 VENUES Heidelberg Congress Center eröffnet  |
| 5 BUSINESS 15 Jahre Kompetenznetzwerk                  | 15 SERVICES Aventem im Set- und Dekorationsbau |
| 6 IMEX 2024 MICE-Messe als Brückenbauer                | 16 PEOPLE Jobs + Karriere                      |
| 8 BUSINESS IST-Hochschule Video- und TV-Konzepte       | 17 MARKETING-SERVICES Lieferantenverzeichnis   |
| 10 INTERNE KOMMUNIKATION Inkometa-Award                | 26 BACKSTAGE Michael Lenket                    |
| 12 VENUES Paris für alle Fälle                         | 26 IMPRESSUM                                   |

MEDIA  
BOARD

OUT NOW!



WWW.BLACHREPORT.DE  
WWW.STAGEREPORT.DE



Dr. Dieter Scharitzer, Barbara Nova und Matthias Friedrich (v. l., Foto: Markus Sibrawa)

Studie untersucht Rentabilität des Donauinselfests

## 40 Millionen Euro Umsatz

Seit mehr als 40 Jahren findet in Wien das traditionelle Donauinselfest statt. Der Großevent setzt auf ein Konzept mit „freiem Eintritt, niederschwelligem Zugang und respektvollem Miteinander“ und will dabei auch kulturell einer der größten Förderer der örtlichen Musik- und Veranstaltungsbranche sein. Nun wurde im Rahmen einer Studie zur Umwegrentabilität im Auftrag der Agentur Pro Event Team für Wien der wirtschaftliche Mehrwert auf Basis des vergangenen Donauinselfestes 2023 (#dif23) erhoben. Das Festival schaffte laut der Studie einen Umsatz in der Region von rund 40 Millionen Euro und eine Umwegrentabilität für zwei bis drei Folgejahre von 86 bis 99 Millionen Euro. Das ist das 14- bis 16-fache des eingesetzten Budgets.

„Das Donauinselfest ist nicht nur eine Wiener Institution, sondern auch ein starker wirtschaftlicher Impulsgeber für die Region. Das verdeutlicht die vorliegende Studie zur Umwegrentabilität einmal mehr“, so Barbara Novak, Veranstalterin und Landesparteisekretärin der SPÖ Wien. „Als eine zu rund einem Drittel von der Stadt geförderte Veranstaltung tragen wir eine entsprechende Verantwortung. Dieser werden wir mit Transparenz und laufenden Evaluierungen wie der aktuellen Studie gerecht. Wir zeigen damit auf, dass das eingesetzte Budget nicht nur zweckgemäß Verwendung findet, sondern darüber hinaus einen großen Mehrwert für Wien schafft.“

Die Umwegrentabilität des Donauinselfests 2023 wurde in Form einer Input-Output-Analyse durch Dr. Dieter Scharitzer, Assistenzprofessor an der WU Wien und Geschäftsführer

der Forschungsgesellschaft Forges Scharitzer, im Auftrag der Pro Event Team für Wien GmbH durchgeführt. Diese ermöglicht es, wirtschaftliche Effekte kurzfristig erhöhter Ausgaben in einer Region zu berechnen, wie sie beispielsweise durch eine Veranstaltung wie dem Donauinselfest entstehen. „Unter Einbeziehung von Primäreffekten wie Organisation, Bühnen- und Infrastrukturaufbau, Gastronomie sowie Ausgaben der Besucher haben wir einen Betrag von circa 40 Millionen Euro errechnet, den das Donauinselfest 2023 mit seinen drei Festivaltagen an direkter Wertschöpfung generiert“, so Dr. Scharitzer. „Berücksichtigt man zusätzlich sogenannte Sekundäreffekte, die sich beispielsweise durch Reinvestitionen der beauftragten Firmen ergeben, so kann die Umwegrentabilität für zwei Folgejahre mit rund 86 Millionen Euro und für drei Folgejahre mit 99 Millionen Euro beziffert werden.“

Das Budget des Wiener Donauinselfests 2023 lag bei rund sechs Millionen Euro. Etwa ein Drittel davon wurden von der Stadt Wien gefördert. Damit ergibt sich ein Eigendeckungsgrad von rund 66 Prozent. „Durch das investierte Gesamtbudget der Veranstalter wird beinahe der siebenfache Umsatz generiert und eine Umwegrentabilität, die je nach Betrachtungsdauer über zwei oder drei Folgejahre das 14- bis 16-fache an Umsatz, Reinvestitionen und damit Wertschöpfung in der Region erzeugt“, erklärt Dr. Scharitzer.

Das dreitägige Musikfestival und die Marke „Donauinselfest“ sind zudem fest in den Köpfen der Wiener und dem umliegenden Einzugs-

gebiet verankert. Im Rahmen der jährlichen Nachbefragung zum Donauinselfest 2023 gaben 97 Prozent der Befragten aus Wien, Niederösterreich und dem Burgenland an, das Donauinselfest zu kennen. Und das bei Zustimmungswerten unter Besuchern: 91 Prozent hat das Donauinselfest 2023 (sehr) gut gefallen, vier von fünf Befragten wollen es wieder besuchen und 59 Prozent würden den Event Freunden und Bekannten weiterempfehlen.

Darüber hinaus wird das Donauinselfest seit vielen Jahren mit einer umfassenden Medienresonanzanalyse begleitet, die den kommunikativen Wert der Großveranstaltung fassbar macht. 2023 ergab diese einen „Best Gesamt-Werbewert“ in Höhe von rund 140 Millionen Euro. „Zusammen mit sehr starken Bekanntheits-, Image und Werbewerten ist das Donauinselfest eine der stärksten Wiener Marken. Die Ergebnisse im Jubiläumsjahr waren tatsächlich herausragend und brachten den größten Werbe-Impact seit Beginn der Analyse vor 24 Jahren. Dennoch: Der Werbewert des Donauinselfests ist stets sehr hoch und ein überzeugendes Argument für die vielen Sponsoren – allen voran unsere Presenting Partner – die das Event in dieser Größenordnung erst möglich machen. Daher gilt ihnen an dieser Stelle mein großer Dank“, so Matthias Friedrich, Geschäftsführer Pro Event Team für Wien und Projektleiter vom Donauinselfest. Die Presenting Partner des Donauinselfests 2024 sind Wien Energie, UniCredit Bank Austria, OBI, Wiener Städtische Versicherung, Österreichische Lotterien und Wien Holding.

15 Jahre Convention Bureau Karlsruhe & Region

## Kompetenznetzwerk

Das Convention Bureau Karlsruhe & Region feiert in diesem Jahr seinen 15. Geburtstag. Im Jahr 2009 war es von der Messe Karlsruhe ins Leben gerufen worden, um die länderübergreifende Kongresslandschaft national und international zu positionieren, und mit Hilfe von Standortmarketing die Tagungs- und Kongresswirtschaft in der Region Karlsruhe zu fördern. Als unabhängige Non-profit Servicestelle will das Bureau seitdem Menschen und Ideen auf nationalen und regionalen Plattformen verbinden, kostenfrei bei der Planung von Veranstaltungen unterstützen und bei der Kontaktabstimmung zu Experten in der Region helfen. Seit den ersten Schritten leitet Pia Kumpmann, deren Aufgabe zuvor die Organisation von Messen und Kongressen in der Messe Karlsruhe war, das Convention Bureau Karlsruhe & Region.

Nicht nur die Stadt und die Messe Karlsruhe begleiten das Convention Bureau von Anfang an, sondern auch mehrere mutige Tagungshotels, Eventlocations und Veranstaltungsdienstleister unterstützten mit Enthusi-

asmus das neu ins Leben gerufene Convention Bureau Karlsruhe & Region. Darunter waren das Schwarzwald Panorama, res ebert, Hotel Ibis Hauptbahnhof, Burg Windeck, AV-Data, Sokoll and Friends, Schlosshotel Karlsruhe, Achat Hotel (früher Renaissance Hotel), Radisson, BLU, Novotel, Eventtechnik Gleich, Jugendstil-Festhalle Landau, Festhalle Wörth, Bürger und Veranstaltungszentrum Bruchsal, Buhlsche Mühle und BBK. Die meisten dieser Partner sind weiterhin Teil des Kompetenznetzwerks des Convention Bureau Karlsruhe & Region.

Stetig wurde der Aufbau eines umfangreichen Netzwerks mit Partnern aus der Hotellerie, Gastronomie, Logistik und Veranstaltungsbranche vorangetrieben. Anfang 2017 konnte dann der hundertste Partnervertrag verzeichnet werden.

Die neueste Statistik für das Jahr 2023 zeugt von der positiven Entwicklung der Reisebranche in der Region: Sowohl die Anzahl der Ankünfte (645.600) als auch die Anzahl der Über-



Pia Kumpmann (Foto: KTG Karlsruhe Tourismus GmbH)

nachtungen (1.147.200) konnten eine Steigerung von über 20 Prozent verzeichnen. Es fanden 24.500 Veranstaltungen in der Region statt, wobei das Umsatzvolumen um die 903 Millionen netto betrug.

Zu den neuesten Partnern des Convention Bureaus gehören drei neue Hotels. Das InterCity Hotel Karlsruhe und das MOXY Hotel erweitern seit 2023 das Übernachtungsangebot, Motel One Karlsruhe eröffnete im April 2024.

Das Convention Bureau Karlsruhe & Region will seinen Partnern sowie Veranstaltungsplanern und Interessierten als Kommunikationsplattform und Impulsgeber dienen. In diesem Sinne werden für die Branche relevante Events organisiert, zu denen auch die beliebten Stammtische, Impulsvorträge und Führungen zählen. Die insgesamt fast 70 Stammtische finden immer in einer Partnerlocation des Convention Bureaus statt, und dienen der Vermittlung von Fachwissen und dem persönlichen Erfahrungsaustausch mit den Experten und Entscheidern der MICE Branche.

Startschuss für German Design Award 2025

## Einreichungen nun möglich

Unternehmen, Designer, Architekten und Agenturen sind ab sofort weltweit dazu

aufgerufen, ihre Produkte und Projekte zum German Design Award 2025 einzureichen. Der Award des Rat für Formgebung sucht alljährlich nach innovativen Designentwicklungen und prämiiert Projekte, die in der deutschen und internationalen Designlandschaft wegweisend sind. Anmeldeschluss ist der 6. September 2024.

Der German Design Award hat es sich zum Ziel gesetzt, die vielfältigen Transformationsaufgaben der Gegenwart durch Design zu för-

dern und durch herausragende Beispiele Orientierung für andere zu geben. Ab diesem Jahr können Unternehmen, Designer und Agenturen ihre Projekte daher auch in der Zusatzkategorie „Circular Design“ einreichen. Hier sollen besonders innovative Lösungen sichtbar gemacht werden, die die aktuellen Zielsetzungen der Kreislaufwirtschaft in die Umsetzung bringen und inspirierende Impulse setzen.

Um zukunftsweisende Entwicklungen in der Architektur durch den Einfluss von künstlicher Intelligenz und digitale Gestaltungsmethoden sichtbar zu machen, können darüber hinaus

ab diesem Jahr Projekte, Service Designs und virtuelle Architekturen in der Kategorie „AI in Architecture and Metaverse Space Design“ eingereicht werden.

Die Jury des Designpreises prämiiert Projekte in den drei Hauptkategorien „Excellent Product Design“, „Excellent Communications Design“ und „Excellent Architecture“. Bei der Award Show im Februar 2025 in Frankfurt am Main können sich dann internationale Gäste unterschiedlicher Branchen treffen und austauschen. Zudem werden die Gold-Preisträger in einer Ausstellung präsentiert.



Tahira Edean (Foto: Regent Exhibitions Ltd.)



Impression von der IMEX Frankfurt (Foto: Regent Exhibitions Ltd.)



Carina Bauer, CEO der IMEX Group (Foto: Regent Exhibitions Ltd.)



Impression von der IMEX Frankfurt (Foto: Regent Exhibitions Ltd.)

## Das Programm der IMEX Frankfurt 2024

# MICE-Messe als Brückenbauer

DER MICE-BRANCHENTREFF IMEX FRANKFURT, DER VOM 14. BIS 16. MAI BEI DER MESSE FRANKFURT STATTFINDET, VERSTEHT SICH ALS PLATTFORM FÜR DEN AUSTAUSCH UND BRÜCKENBAUER ZWISCHEN DER EINKÄUFER- UND DER VERKÄUFERSEITE. KNAPP ZWEI WOCHEN VOR DEM START ERWARTEN DIE VERANSTALTER RUND 4.000 EINKÄUFER AUF DER MESSE, WOBEI DIE EINKÄUFER, AUSSTELLER- UND MEETINGTEILNEHMERZAHLEN ZUM AKTUELLEN STAND (25. APRIL) ÜBER DENEN VOM VORJAHR LIEGEN. DETAILS ZUM PROGRAMM DER IMEX FRANKFURT 2024 HABEN WIR NACHFOLGEND ZUSAMMENGESTELLT.

„Impact“, das diesjährige Fokusthema der IMEX bildet die Basis und strategische Klammer der Messe, welches sich im gesamten Messebereich wie auch im messebegleitenden Programm wiederfindet. „Impact“ meint die Möglichkeit, in einer oft komplizierten Welt etwas zu bewirken. Die Auswirkungen können weitreichende Folgen haben, da die Ergebnisse sofort sichtbar sind oder die Saat für die Zukunft gesät wird“, erklärt Tahira Edean, Head of Programming der IMEX.

An allen drei Messetagen findet wie immer ein Weiterbildungsprogramm statt, das sich in verschiedene Themenbereiche wie den neuen Track „Impact“, „Marketing“, „Technologie und Innovation“ und „Trends und Forschung“ gliedert. Neu in diesem Jahr sind die zwei Initiativen „Impact Zone“ und „Young Stars“. Kuratiert und organisiert werden beide neuen Initiativen von IMEX Markenbotschafterin und MICE Impact Gründerin Tanja Knecht.

Die „Impact Zone“ befindet sich als neuer Messebereich in Halle 9. Hier soll es an allen drei Messetagen Co-Creation, Netzwerken und Education zum Mitmachen geben – stets mit einem Bezug zum Thema „Impact“ in allen Facetten. So will Matthias Renner, Inhaber von Brickolution in seinem Lego Serious Play Workshop „Spielend nachhaltig: Kreative Lösungen für nachhaltige Events“ die Teilnehmer mit Hilfe dieser innovativen Problemlösungs-, Kommunikations- und Kreativmethode dazu animieren, spiele-

risch ko-kreative Lösungen für nachhaltigere Meetings zu entwickeln und sich dazu mit anderen Branchenakteuren auszutauschen.

Carsten Fuchs, Geschäftsführer der Unternehmensberatung Fuchs von Morgen und Karin Ruppert, Organisationsberaterin und Vorstandsvorsitzende She Means Community e.V. vermitteln in ihrem Workshop „Zukunft wird aus Mut gemacht – Mehr positiver Impact bei der Veranstaltungsplanung und im Kundenkontakt durch die Zukunftsbild-Methode“ Zukunftsmut und geben konkrete Ideen an die Hand, sich sein eigenes positives Zukunftsbild für mehr Impact in der eigenen Eventplanung und im Kundenkontakt zu gestalten.

Die „Young Stars“ Initiative richtet sich an junge Planer am Anfang ihrer Karriere, die neu in der Veranstaltungsbranche sind, sich ihr eigenes Netzwerk aufbauen und neuestes Wissen zu aktuellen Themen und Herausforderungen aneignen wollen. Hierzu soll es in der „Impact Zone“ täglich Workshops, Panels und ko-kreative Sessions speziell ausgerichtet auf diese Zielgruppe geben. Führungen über die Messe von „Young Stars für Young Stars“ runden das Programm ab. Dabei kooperiert die Initiative eng verzahnt mit MICE-Agenturen, die das „Young Stars“ Programm in ihre Mitarbeiterentwicklung integrieren.

Zusätzlich zum Messegeschehen wird es am Vortag der IMEX, am Montag den 13. Mai 2024, wieder die zielgruppenspezifischen Weiterbildungs- und Netzwerkformate „Exclusively Corporate“ für Meetingplaner in Unternehmen und „Association Focus“ für Verbändeplaner geben. Zudem geht die „MICE Impact Academy“, ein speziell für die Herausforderungen und Bedürfnisse der operativen Eventplanung entwickeltes exklusives Hosted Buyer Format, nach dem Launch im letzten Jahr in die zweite Runde.

Auf der Ausstellerseite bauen grade globale Aussteller ihre Messepräsenz aus. Die meisten Regionen sind dabei stärker vertreten, als im letzten Jahr, mit deutlichen Zuwächsen in Nordamerika, der Karibik, Asien und Afrika. Die Zahl der US-Destinations hat sich sogar verdoppelt – auf über 20 im Vergleich zu zehn im letzten Jahr. Zusammen mit den Erstaustellern – Savannah, Bloomington, West Hollywood und Beverly Hills – sind sie alle im neuen USA-Pavillon zu finden.

Zu den starken Vertretern Asiens gehört die Rückkehr Pekings, während Ho-Chi-Minh-Stadt – die größte Stadt Vietnams – neu auf der Messe ist. Sowohl Indonesien als auch Japan verstärken ihre Präsenz, wobei Tokio einen eigenen Stand hat. Auch afrikanische Reiseziele wachsen weiter, wobei Senegal und Sambia zu den Neukömmlingen zählen. Tansania kehrt mit einem seiner bisher größten Stände zurück, während Ruanda den zehnten Geburtstag seines Kongressbüros feiert, das auf der IMEX Frankfurt 2014 erstmals der Branche vorgestellt wurde.

Auch viele europäische Länder und Städte erhöhen ihre Investitionen, darunter Italien, Kroatien, die Tschechische Republik und Istanbul, die ihre Standfläche vergrößern. Auch große Hotelgruppen werden ihre Portfolios präsentieren, darunter Accor, Hilton, Hyatt, Four Seasons, Marriott, Radisson und Wyndham. Der Technologiebereich der Ausstellungsfläche wird unter anderem Lösungen für Zahlungen, virtuelle Veranstaltungen und Content Management präsentieren – zu den Neuzugängen gehören TranslateABLE, Swoogo und Ouispeak.

Das IMEX-Programm zur beruflichen und persönlichen Weiterentwicklung umfasst ein Angebot von mehr als 150 Sessions. Die Teilnehmer können aus sieben Tracks auswählen – natürlich auch gemischt, um sie an den jeweiligen Bedarf anzupassen. Nachfolgend eine Auswahl des Session-Angebots:

- Managing tight budgets today – Laut der neuesten Pulse-Umfrage von Global DMC Partners sind höhere Kosten die größte Herausforderung für MICE-Planer. Eine Gruppe von Veranstaltungsprofis erklärt die Kunst der Budgetoptimierung, wenn die Besucherzahlen unvorhersehbar sind, die Kosten hoch bleiben und die Vorlaufzeiten kürzer werden.
- Event-Marketing – Sessions zu diesem Thema behandeln den Einsatz von KI zur Analyse und Identifizierung von Trends sowie die Erforschung von Event-Strategien aus der Sicht von Marketingleitern.

- From brand storytelling to customer storyfeeling – Pigalle Tavakkoli, Gründerin der School of Experience Design, erklärt, warum ihre Session im aktuellen Markt von entscheidender Bedeutung ist: „Experience Design ermöglicht es uns, über die bloße Gestaltung der Form und Funktion eines Produkts, einer Veranstaltung oder einer Dienstleistung hinauszugehen, um auch die Emotionen, Erinnerungen und Verhaltensweisen der Teilnehmer zu gestalten. Es bewegt uns von der Gestaltung durch Intuition zur bewussten Gestaltung der Gefühle und Gedanken der Teilnehmer und verändert letztendlich ihr Verhalten für immer.“

- Impact – Wonder Walks – in diesem neuen Format für 2024 – wird Kreativdirektor Robert Dunsmore eine Führung zum Thema „Biophilia“ leiten. Es soll um die positiven Auswirkungen des Zeitverbringens in der Natur und der Verbundenheit mit ihr gehen. Dunsmore sucht nach von der Natur inspirierten Aktivierungen und Standdesigns, die Planer in ihre eigenen Veranstaltungen integrieren können.

- Technology & Innovation – AI-Revolution: Transforming the Meetings Industry – Anthony Vade von Encore wird die Teilnehmer hier durch eine Reihe realer Anwendungsfälle führen und die Rolle von KI bei der Verbesserung der Eventplanung, -durchführung und des Teilnehmerengagements demonstrieren.

Carina Bauer, CEO der IMEX Group, sagt: „Unsere Branche erkennt mehr denn je den Wert der persönlichen Begegnung. Menschen durch zielgerichtete Veranstaltungen zu verbinden schafft Möglichkeiten, um die Herausforderungen, denen wir gegenüberstehen – von der Talentakquise und -entwicklung bis zur Klimakrise – anzugehen. Gemeinsam können wir es schaffen, Antworten zu finden.“



TV-Drehbuchautor Daniel Schneider, TV-Producerin und Redaktionsleiterin Martina Della Giustina und Filmproduktionsleiter und Fernsehproducer Nico Weinberger (Foto: IST-Hochschule)

IST-Hochschule holt Film- und Fernsehproduzenten

## Video- und TV-Konzepte

Wie die Entwicklung und Umsetzung von Video- und TV-Konzepten gelingt, können Studierende der Bachelor-Studiengänge „Kommunikation & Medienmanagement“, „Kommunikation & Eventmanagement“ und „Online-Marketing & Marketingmanagement“ an der IST-Hochschule seit dem 1. April 2024 lernen. Im neuen Wahlpflichtmodul „Medienproduktion – Schwerpunkt Video und TV“ werden die Studierenden nicht nur mit den Grundlagen der Medienproduktion vertraut gemacht, sondern erlangen auch Kompetenzen für die Entwicklung und Umsetzung von Video- und TV-Konzepten. „Der praxisorientierte Ansatz des Moduls ermöglicht es den Studierenden, sich direkt in die Redaktions- und Produktionsabläufe einzubringen, die für die heutige Medienlandschaft entscheidend sind“, erklärt Prof.

Dr. Miriam Goetz, Modulverantwortliche und Leiterin des Bachelor-Studiengangs „Kommunikation & Medienmanagement“.

Unter den Dozenten finden sich erfahrene Film- und Fernsehproduzenten wie Martina Della Giustina, Daniel Schneider und Nico Weinberger. Martina Della Giustina ist als TV-Producerin und Redaktionsleiterin tätig und arbeitete unter anderem für die Pro7-Staffel „Jenke.Crime“ und die ZDF-Dokureihe „Unvergesslich – unser Chor für Menschen für Demenz“. Daniel Schneider ist als TV-Drehbuchautor unter anderem für das Dokumentations- und Wissenschaftsmagazin des WDR, Planet Wissen, aktiv. Außerdem arbeitet er als Autor, Redakteur und Sprecher für das Evangelische Rundfunkreferat NRW, für diverse Hörspiele, TV-Beiträge und Podcasts. Nico Wein-

berger ist seit elf Jahren beim WDR-Fernsehen in verschiedenen Redaktionen vom Nachmittagsprogramm über die Investigation bis hin zu True-Crime-Formaten tätig und leitet seit sieben Jahren die Videoproduktion am IST-Studieninstitut.

Die Studierenden erlernen nicht nur den Umgang mit professionellem Equipment, sondern auch die Produktion mit einfachen Mitteln wie dem Smartphone, und entwickeln Fähigkeiten in den Bereichen Dreh, Schnitt und Präsentation. Die Erstellung eines Casting-Videos, als Teil eines Konzeptpapiers für einen Pitch, ermöglicht es ihnen, ihre Ideen professionell zu präsentieren und praktische Erfahrungen in der Konzeptentwicklung zu sammeln.

Anmeldungen zum Sommersemester sind noch rückwirkend möglich.

mac eröffnet weiteren Standort in Asien

## Entscheidung für Singapur

Nach dem Rekordjahr 2023, mit einem Umsatz von 96 Millionen Euro, setzt mac. brand spaces den Expansionskurs weiter fort. Zum 1. April hat die mac-Gruppe einen neuen Standort in Singapur gegründet. Die Entscheidung für Singapur als neuen Standort begründet mac-CEO

Stefan Trieb mit den starken Perspektiven. „Der asiatische Markt verzeichnet weiterhin ein bemerkenswertes Wachstum. Das strahlt auch auf das lokale Messengeschäft ab. Nach dem Erfolg in Shanghai sehen wir in Singapur die optimale Ergänzung, um unseren Kunden erst-

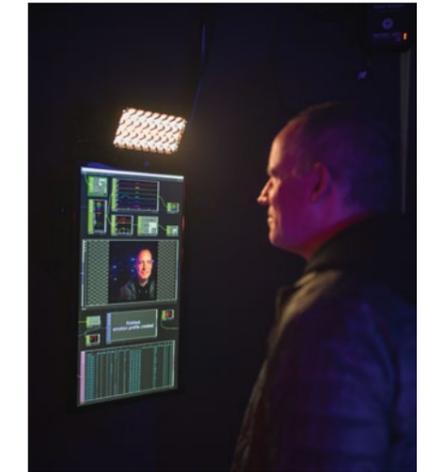
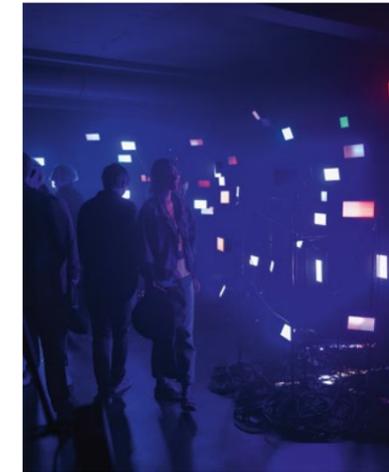
klassige Dienstleistungen anzubieten“, erklärt Trieb. Die Leitung des Büros übernimmt der erfahrene Messeprofi Jackie Soh, der über umfangreiche Erfahrung in der Livekommunikation verfügt und in den ASEAN-Staaten seit vielen Jahren tätig und vernetzt ist.

VERANSTALTUNGSFORMAT VON FWD: UND GRAND HALL ZOLLVEREIN

Am 21. und 22. August 2024 soll das fwd: Sommer-Festival in Essen stattfinden – ein Veranstaltungsformat, bei dem sich Akteure aus der gesamten Veranstaltungswirtschaft zum gewerkeübergreifenden Dialog treffen können, um sich über die neuesten Trends und Themen in der Veranstaltungsbranche aus-

zutauschen. Das fwd: Sommer-Festival 2024 richtet sich aber nicht nur an die Mitglieder des fwd: Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft, sondern an alle interessierten Marktteilnehmer, die sich sowohl über die Aktivitäten des Verbands informieren wollen als auch den interdisziplinären Dialog unter Kunden und

Dienstleistern suchen. Anlässlich des fwd: Sommer-Festivals 2024 bietet die Grand Hall Zollverein die Gelegenheit, im Rahmen eines Open Days sowohl die Eventlocation als auch das Welterbe Zollverein näher kennenzulernen und in die Welt der ehemals größten Kokerei Europas einzutauchen.



imprfct space No 4 (Fotos: Kristof Lemp)

Immersive Rauminstallation im imprfct space von Jazzunique

## Emotionen, Ton und Licht

Die Agentur Jazzunique präsentiert gemeinsam mit dem Musikkomponisten, Produzenten und Sounddesigner Wolfram Gruss den „imprfct space No 4“ als eine immersive, audiovisuelle Installation. Das Kunstprojekt lädt die Besuchenden zu einer Reise durch Emotionen, Ton und Licht ein. Der „imprfct space“ ist ein Experimentierfeld für Kunst, Design und Inszenierungen, in dem Jazzunique in enger Zusammenarbeit mit dem Design- & Technologiestudio bright! in regelmäßigen Abständen aus dem Zusammenspiel von physischem Raum und digitalen Welten eindrucksvolle Erlebnisse entstehen lässt. In Kooperation mit Wolfram Gruss wurde nun eine audiovisuelle Experience umgesetzt.

Wolfram Gruss nimmt die Besuchenden des Erlebnisraums mit auf eine emotionale Reise. Hierfür stellt die Installation eine unmittelbare Verbindung zwischen Emotionalität und den Komponenten Bild und Ton her und übersetzt sie in ein ganzheitliches Erlebnis. Emotionen werden durch installierte Kameras individuell erfasst, den Besuchenden zugeordnet und durch KI-Tools interpretiert. Daraus ergeben sich Emotionsprofile, die zu in Echtzeit generierten Ton- und Lichteffekten im Raum münden und diesen immersiv zum Leben erwecken.

Durch eine räumliche Erfassung der Teilnehmenden können die generierten Effekte dreidimensional im Raum angeordnet werden. Auf der Lichtebene spiegelt sich dies in individu-

ellen Lichteffekten wider, welche durch großflächig angebrachte Astera HydraPanels pixelgenau abgebildet werden. Auf der Audioebene gibt es zu den Emotionsprofilen passend generierte Einspielungen.

Die Installation eröffnet die Möglichkeit, entweder mehrere im Raum vorhandene Emotionen mit Ton und Licht zu reflektieren und sich in ihnen zu vertiefen oder jeden Besuchenden eine individuelle Emotionsumgebung erleben und folgen zu lassen. Interessant ist dabei die Beobachtung, wenn verschiedene Emotionsprofile aufeinandertreffen und sich vermischen.

Der imprfct space No 4 ist für Besuchende auf Vereinbarung bis zum 29. Mai zugänglich und erlebbar.

fwd: wurde Mitglied im BNW Bundesverband Nachhaltige Wirtschaft

## Interdisziplinäre Vernetzung

Die fwd: Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft ist dem BNW Bundesverband Nachhaltige Wirtschaft beigetreten. Mit der neuen Mitgliedschaft sollen sich zahlreiche Möglichkeiten eröffnen, die Veranstaltungsbranche in Zukunft nachhaltiger zu gestalten.

Die beiden Netzwerke bieten zahlreiche Synergieeffekte. Ziel der Bundesvereinigung ist es, das Thema nachhaltiges „WERTschaften“ in der Veranstaltungsindustrie voranzubringen. „WERTschaften“, ein Begriff des BNW, steht für nachhaltiges Wirtschaften.

Der Austausch mit den Nachhaltigkeitsexperten des BNW kann nach Aussage von Marko Roscher, Referent Nachhaltigkeit beim fwd:, dabei helfen, neue Perspektiven und Handlungsspielräume für nachhaltigeres Wirtschaften in der Veranstaltungsbranche zu eröffnen. Dies spiegelt sich in konkreten Projekten wie der Konvoi-Lösung zur ISO20121-Zertifizierung wider, die von der Bundesvereinigung bereits angeboten wird.

Alexander Ostermaier, Geschäftsführer fwd:, betont die Bedeutung dieser Partnerschaft:

„Die Mitgliedschaft ermöglicht eine interdisziplinäre Vernetzung mit den Pionieren nachhaltiger Transformation. Diese Kooperation ist ein Schlüssel zur Bewältigung wichtiger Herausforderungen.“

Der BNW Bundesverband Nachhaltige Wirtschaft ist ein parteipolitisch unabhängiger Unternehmensverband, der sich für Umwelt- und Klimaschutz einsetzt und als gemeinnützig anerkannt ist. Mit seinen Bildungsprojekten verbindet der BNW Wirtschaft, Soziales und Ökologie.

Fragen an Dagmar Mackett und Lars Dörfel

# Warum der Inkometa-Award jetzt auch Live Experiences auszeichnet

DER INKOMETA-AWARD IST DER BEDEUTENDSTE AWARD FÜR INTERNE KOMMUNIKATION IM DEUTSCHSPRACHIGEN RAUM. IN DIESEM JAHR WIRD ERSTMAL EINE AUSZEICHNUNG FÜR DIE „BESTE LIVE EXPERIENCE“ VERGEBEN UND DABEI DIE PLANUNG UND DURCHFÜHRUNG EINES EVENTS BEWERTET, DER EINE EFFEKTIVE UND BEDEUTUNGSVOLLE KOMMUNIKATION BEZIEHUNGSWEISE INTERAKTION MIT DEN MITARBEITERN ERREICHT HAT. WIR HABEN DAZU DAGMAR MACKETT, GLOBAL DEVELOPMENT DIRECTOR DER DRP GROUP UND MITGLIED DER INKOMETA-JURY, UND LARS DÖRFEL BEFRAGT. LARS DÖRFEL IST GESCHÄFTSFÜHRER DER SCHOOL FOR COMMUNICATIONS AND MANAGEMENT (SCM) UND INITIATOR DES INKOMETA AWARD UND DER INKOMETA DAYS, DIE IN DIESEM JAHR AM 8./9. OKTOBER IN BERLIN STATTFINDEN.

**BlachReport:** Die DRP Group unterstützt seit einigen Jahren den Inkometa-Award mit seinem Fokus auf interne Kommunikation und hat sich dafür eingesetzt, den Award um die Kategorie ‚Live Experience‘ zu erweitern. Warum?

**Dagmar Mackett:** Events wie Konferenzen, Tagungen und auch eine Ausstellung spielen in der internen Kommunikation eine große Rolle. Daran haben auch die Pandemie und die in dieser Zeit entstandenen virtuellen und hybriden Formate nichts geändert. Insbesondere während der Pandemie hat sich sogar gezeigt, dass das Bedürfnis nach echten Live-Erlebnissen noch größer geworden ist.

Das liegt daran, dass Live Experiences eine emotionale Bindung schaffen können. Sie ermöglichen es den Mitarbeitenden, gemeinsame Erfahrungen zu sammeln und fördern so ein Gefühl der Zugehörigkeit und der Loyalität.

**BlachReport:** Wie sieht man das als Veranstalter des Inkometa-Award?

**Lars Dörfel:** Wir haben festgestellt, dass hinter Live Experiences eine besondere emotionale Aufladung steckt, die für die interne Kommunikation von großer Bedeutung ist. Deshalb haben wir beschlossen, den Award um diese Kategorie zu erweitern und ihm ein moderneres Gesicht zu geben.

Wir haben allerdings über die Jahre schon immer einen Award auch in der Kategorie Events verliehen. Jetzt bekam die Kategorie einen neuen Anstrich mit mehr Anspruch an den Kommunikationswert – weg von Events und hin zu ganzheitlichen Live Experiences.

**BlachReport:** Welche Schwerpunkte hat der Inkometa-Award?

Welche Kategorien gibt es überhaupt?

**Lars Dörfel:** Der Inkometa Award zeichnet erfolgreiche Projekte der internen Kommunikation aus. Wir haben Hauptkategorien wie Strategie, Kampagnen, Medien, Culture & Purpose und Intranet & Digital Workspace. Neu davon ist die Kategorie Culture & Purpose, bei der es um den Prozess der Übermittlung und Verinnerlichung der Unternehmenswerte bei der Belegschaft und den Führungskräften als Leitfadern für Entscheidungsprozesse geht. Zudem verleihen wir Sonderpreise für den internen Kommunikator beziehungsweise die interne Kommunikatorin des Jahres und einen Publikums-Sonderpreis. Unsere Awardzeremonie

ist eingebettet in eine zweitägige Konferenz mit vielen hochrangigen Speakern und findet als kurzweiliger und gut durchgetakteter Event am Abend des ersten Veranstaltungstages statt – in diesem Jahr am 9. November und wie in den Vorjahren in Berlin.

**BlachReport:** Dagmar, gibt es aus Deiner Sicht spezielle Live Experience Formate, die sich für die interne Kommunikation empfehlen?

**Dagmar Mackett:** Konferenzen und Tagungen sind besonders geeignet, da sie die Möglichkeit bieten, gemeinsame Erlebnisse zu schaffen und die Zugehörigkeit der Mitarbeiter zu stärken. Auch Ausstellungen spielen eine wichtige Rolle, um Einblicke in die Zukunft zu geben und neue Ideen zu generieren.

Die DRP Group ist ja traditionell eher in der internen Kommunikation zu Hause – wenn sich das in den letzten Jahren auch gewandelt hat. Wir haben diese Entwicklung zu den Live Experiences in der internen Kommunikation also hautnah erlebt und teilweise vorangetrieben. Gerade in größeren Unternehmen ist das Zugehörigkeitsgefühl zum Unternehmen selbst und seinen Marken häufig gesunken, was auch daran liegt, dass viele Unternehmen über Standorte im In- und Ausland verfügen und die Mitarbeitenden ihre Kollegen und Kolleginnen kaum noch persönlich kennenlernen. Dazu kommt der Trend zur Arbeit im Homeoffice. Für die interne Kommunikation sind daher noch mehr als früher leistungsfähige Plattformen gefragt, die zu einem Gefühl der Zusammengehörigkeit effektiv beitragen.

Events und Live-Erlebnisse sind aus unserer Sicht geeignete Tools, eine gemeinsame Verbundenheit, ein Gefühl von Zusammengehörigkeit und sogar Loyalität zu fördern. Man entwickelt ein besseres Verständnis füreinander, lernt sich kennen und erkennt vielleicht, dass verschiedene Abteilungen und Standorte unterschiedliche Herausforderungen haben können und es doch um Kollegen geht. Eine weitere wichtige Erkenntnis ist, dass Live-Erlebnisse den Raum für Wissensvermittlung und unternehmerische Impulse schaffen, was diese Art der Kommunikation so wertvoll macht. Das setzt voraus, dass man am meisten davon profitiert, wenn man persönlich anwesend ist. Und wenn das nicht möglich ist, dann gibt es noch die hybriden Events, die vielleicht nicht die gleiche Intensität ermöglichen, aber in die gleiche Richtung gehen. Ich habe nichts gegen Firmenmagazine und Newsletter, die per E-Mail verschickt werden. Das sind alles wichtige Werkzeuge. Aber die Ideen und Impulse, die oft spontan sind, aus dem Bauchgefühl kommen und mit Emotionen verbunden sind, entstehen so nicht – oder vielleicht reduziert. Man muss vor Ort sein, sich austauschen und zusammen Erlebnisse haben, um gemeinsame Werte zu entwickeln. Das ist von unschätzbarem Wert.

Dazu kommt aus meiner Sicht noch ein weiterer wichtiger Aspekt. Produkte und Entwicklungen entstehen für den Kunden, müssen aber auch intern gut kommuniziert werden. Mitarbeitende sollten daher diese Produkte und Dienstleistungen auch mal direkt vor Ort sehen und ausprobieren können. Sie müssen verstehen, woran und womit sie arbeiten. Und sie müssen ein Gefühl und Verständnis dafür entwickeln.

**Lars Dörfel:** Viele Mitarbeiter sitzen heute im Homeoffice vor ihren Computern. Welche Folgen hat das für ein Unternehmen? Wie wird



Lars Dörfel (Foto: Inkometa)



Dagmar Mackett (Foto: DRP Group)

die interne Kommunikation organisiert? Wie bringen wir die Menschen zusammen? Das sind Fragen, die die interne Kommunikation vor große Herausforderungen gestellt hat. Teams müssen virtuell geführt werden, Social Intranets und Mitarbeiter-Apps werden dafür implementiert. Die Pandemie war im Prinzip eine Hochphase für die interne Kommunikation. Wie viel Arbeit und Mühe haben wir in diese Kampagnen gesteckt, um mit den extremen Veränderungen Schritt zu halten? Und wie schaffen wir es, diesen Elan und diese Aufbruchstimmung nicht nur zu erhalten, sondern auch weiterzuentwickeln? Interne Kommunikation ist nicht profan, sondern ein wesentlicher Baustein für den Unternehmenserfolg.

**BlachReport:** Wie erfolgen die Einreichungen für den Inkometa-Award? Was erwartet ihr von den Projekten?

**Lars Dörfel:** Wir bieten fünf verschiedene Einreichungskategorien an, um alle Möglichkeiten interner Kommunikation greifbarer zu gestalten und den Einreichern eine bessere Vorstellung davon zu geben. Eine dieser Kategorien ist das mediale Engagement. Hierunter fallen beispielsweise die Einführung eines neuen Intranets, einer Mitarbeiter-App oder verschiedener Medien wie gedruckte oder digitale Mitarbeiterzeitschriften sowie Web- und Podcasts. Auch innovative mediale Mischformen werden von den Juroren gern gesehen. Eine besonders faszinierende Kategorie ist die Begleitung von Transformations- und Veränderungsprozessen. Hierbei geht es darum, die Rolle der internen Kommunikation bei der Transformation und dem Wandel eines Unternehmens zu begleiten und zu dokumentieren – von den frühen Phasen bis zum erfolgreichen Abschluss.

Mein persönliches Highlight ist die Kategorie ‚Kleine Idee, große Wirkung‘. Hierbei geht es nicht darum, ein großes Budget zu haben, um erfolgreich zu sein, sondern vielmehr um Kreativität, Raffinesse und Innovationen, die sich mit einem kleinen finanziellen Aufwand realisieren lassen. Wir möchten Projekte auszeichnen, die durch ihre Kreativität und ihre Fähigkeit, Dinge anders zu machen, erfolgreich sind.

**Dagmar Mackett:** Ich bin ebenfalls ein Fan der Kategorie ‚Kleine Idee, große Wirkung‘. Als Jurvorsitzende der Kategorie ‚Kampagne‘ habe ich festgestellt, dass meine Mitjuroren die Auszeichnungen für Projekte mit kleinem Aufwand und großer Wirkung besonders gerne vergeben. Interessanterweise hört das auch bei Events nicht auf. Selbst mit kleinen Veranstaltungen kann man großartige Ergebnisse erzielen. Events müssen nicht immer teuer sein. Man kann den Begriff ‚Event‘ dafür auch etwas weiter fassen, und ein Live-Experiment kann auch eine kleine Story haben. In der Kategorie Kampagne werden natürlich viele Projekte eingereicht, bei denen unterschiedliche Lösungen wunderbar zusammenkommen. Es sind beispielsweise Kampagnen dabei, die im

Kern ein Live-Erlebnis haben, bei dem Menschen gemeinsam etwas erleben, was dann mit anderen Maßnahmen ergänzt, optimiert und abgerundet wird.

**BlachReport:** Wie lange gibt es den Award schon? Wofür steht überhaupt Inkometa?

**Lars Dörfel:** Inkometa ist ein Kunstwort, das beliebig interpretiert werden kann und in dem die Interne Kommunikation ja schon mitschwingt. Gestartet sind wir 2018 im Rheinland. Mit Beginn der Pandemie sind wir nach Berlin gewechselt und dort auch geblieben. Worauf wir ein bisschen stolz sind, ist der Umstand, dass wir den Award seit 2018 ohne covidbedingte Ausfälle live durchführen konnten.

**BlachReport:** Wer kann am Award teilnehmen und wann ist der Einreichungsschluss?

**Lars Dörfel:** Wir haben zwei Termine: Der Early Bird war direkt nach Ostern, der reguläre Einreichungsschluss ist am 7. Mai. Teilnehmen kann jedes Projekt oder Format, das sich kreativ und erfolgreich mit einer Herausforderung aus der internen Kommunikation auseinandergesetzt hat. Die Einreichungen erfolgen über einen gut beschriebenen Prozess auf unserer Website, der sicherstellt, dass auch alle wichtigen Informationen vorhanden sind.

**Dagmar Mackett:** Es gibt ein zweistufiges Juryverfahren. Besonders bei Kampagnen, bei denen eine Vielzahl von Tools genutzt werden kann, ist es oft schwierig, alles zu erfassen. Das gilt auch für Kategorien wie ‚Live Experience‘ oder ‚Events‘. Die meisten Events werden mit Filmen oder Fotografien dokumentiert. Das ist nötig, weil es fast unmöglich ist, einen Event ausschließlich anhand schriftlicher Beschreibungen zu bewerten. Deshalb ist es wichtig, der Jury genügend Material zur Verfügung zu stellen, damit die Jury das Ereignis oder die Kampagne besser verstehen kann. Insofern würde ich an die Einreicher plädieren, dass sie sich selbst die Chance geben, erfolgreich zu sein und dafür die Projekte detailliert dokumentieren.

**BlachReport:** Wie setzt sich die Jury für die Kategorie Live Experience zusammen?

**Dagmar Mackett:** Es gibt erfahrene Juroren aus allen Bereichen interner Kommunikation. Bewertet werden Kommunikationsmaßnahmen und ihr Erfolg – nicht ein einziges Tool.

**BlachReport:** Wie viele Einreichungen gab es beim letzten Inkometa Award?

**Lars Dörfel:** Knapp 200 Beiträge. Beim Kongress konnten wir 500 Teilnehmer begrüßen.



Dock Eiffel

## Locations für die Olympischen Sommerspiele 2024

# Paris für alle Fälle

In wenigen Monaten wird Paris der Austragungsort der Olympischen und Paralympischen Sommerspiele 2024 sein. Unter dem Motto „Games Wide Open“ bereitet sich die französische Hauptstadt darauf vor, die größte Veranstaltung der Welt als inklusive und nachhaltige Feier zu gestalten.

Die Organisatoren, darunter die Stadt Paris, sehen die Ausrichtung der Spiele als Verpflichtung, Verantwortung und Chance zugleich. Es ist die Gelegenheit, neue Maßstäbe für Inklusion, Vielfalt und Nachhaltigkeit zu setzen. Mit einem globalen Publikum aus über 200 Ländern bieten die Spiele auch die Chance, Grenzen zu überwinden und Gemeinschaft zu schaffen. Das Motto „Games Wide Open“ symbolisiert die Offenheit der Spiele für die Welt und das breite Publikum. Die Wettkämpfe werden nicht nur in traditionellen Sportstätten, sondern auch auf öffentlichen Plätzen der Stadt stattfinden, wie das Beachvolleyballturnier am Fuße des Eiffelturms.

Für Paris und die Region bieten die Spiele auch eine Möglichkeit zur Entwicklung. Neue Hotels, Konferenzzentren und kulturelle Einrichtungen entstehen, die langfristige Auswirkungen auf die Region haben werden.

Vor diesem Hintergrund steigt der Bedarf an außergewöhnlichen Locations für Veranstaltungen nicht nur im Kontext der weltweit größten Veranstaltung. Die Agentur ctc events aus Wiesbaden hat sich mit ihrer Pariser Außenstelle auf das Sportereignis und seine Begleit-Events vorbereitet und kennt eine vielfältige Auswahl an Veranstaltungsorten in der Seine-Metropole, die für jeden Anlass und alle Eventformate geeignet sind. Neben bekannten Veranstaltungsorten ist ctc events mit zahlreichen Insider-Locations vertraut, die Events eine besondere Note verleihen. Von eleganten Ballsälen bis hin zu trendigen Loft-Settings ist für jeden Geschmack etwas dabei.

Ein Beispiel ist „La Plantation“, eine Rooftop-Farm auf einem innerstädtischen landwirt-

schaftlichen Betrieb mit einer Fläche von 7.000 Quadratmetern in Sichtweite vom Montmartre. Der eigene Veranstaltungsbereich bietet Platz auf 1.250 Quadratmetern und besteht aus einem Kubus (250 qm) mit Terrasse (1.000 qm). Hier hat Adidas beispielsweise Athleten zu einem Event eingeladen, um eine Körperanalyse plus Ernährungsplan zu erstellen.

Für geschäftliche Veranstaltungen ist „Le Pavillon des Princes“ unweit vom „Stade Roland Garros“ eine exquisite Location. Die Renovierung und das Design der Räume durch Maison Sarah Lavoine verleihen der Location einen besonderen Charme. Die Vielfalt der Räumlichkeiten, Säle und Gärten bietet eine ideale Umgebung für maßgeschneiderte Veranstaltungen. Kulinarische Angebote auf hohem Niveau runden das Gesamterlebnis ab.

Ein anderes Erlebnis bieten „Mademoiselle Mouche“ und die anderen Schiffe von „Bateaux Mouches“. Auf einem Ausflugsschiff der Company des Bateaux Mouches können Gäste bei-

spielsweise ein Dinner im Herzen der Stadt genießen – inklusive freier Sicht auf viele Landmarks der Metropole. „Mademoiselle Mouche“ ist in einem Bohème-Chic-Ambiente gestaltet und bietet am Liegeplatz einen der besten Partyspots gegenüber dem Eiffelturm. Ein angeschlossener neuer Innenbereich ermöglicht es, diesen atypischen Raum auch bei unsicherem Wetter zu nutzen. „Mademoiselle Mouche“ kann ganzjährig für Events genutzt werden.

Mit dem „Le Five Paris 18“ kann ctc events einen weiteren außergewöhnlichen Veranstaltungsort empfehlen. Der Komplex auf dem Rooftop umfasst acht 5er-Fußballfelder und liegt im 18. Arrondissement auf der Höhe der Porte d'Aubervilliers. Die Indoor- und Outdoor-Eventflächen auf 4.000 beziehungsweise 1.000 Quadratmetern lassen sich flexibel für verschiedene Sportarten, Catering oder Fan-Zonen gestalten – und bieten einen Blick auf das Stade de France.

Die Welt des Tennis öffnet sich mit dem „Stade Roland Garros“. Seit 1928 versammelt sich hier die Weltelite des Weißen Sports. Das im Laufe der Jahre mehrfach erweiterte und modernisierte Stadion liegt zwischen Bois de Boulogne und dem Parc des Princes und ist der Austragungsort der jährlich stattfindenden French Open. Das Tennisstadion erstreckt sich über zwölf Hektar und verfügt über 18 Sandtennisplätze. Besonders herausragend ist der berühmte Philippe-Chatrier-Court mit einem versenkbaren Dach in einem revolutionären Design. Geführte Touren bieten Besuchern einen Rundgang durch die Geschichte des Pariser Grand Slam Stadions, das auch Räume für Meetings und Events anbietet.

Das Stade de France, mit einer Kapazität von 81.338 Zuschauern das größte Stadion des Landes, bietet die Kulisse und passende Räumlichkeiten für über 250 Events jährlich. Das Rugby- und Fußballstadion in Saint-De-

nis ist regelmäßig Austragungsort für Konzerte nationaler und internationaler Künstler sowie Freilichtshows.

Zu den Sehenswürdigkeiten der französischen Hauptstadt gehört das Hôtel de Ville – heute wie damals Sitz des Pariser Bürgermeisters oder aktuell der Pariser Bürgermeisterin.

La Plantation  
(Foto: BlachReport)

Ganzjährig ist es Schauplatz verschiedener Ausstellungen, die im Erdgeschoss gezeigt werden und für Besucher kostenlos sind. Der Place de l'Hôtel de Ville ist heute ein Hotspot für Unterhaltung, Ausstellungen und Kultur. Das Hôtel de Ville und sein gleichnamiger Platz werden während der Olympischen Spiele 2024 in Paris Austragungsort von Wettkämpfen im Herzen der Hauptstadt sein. Hier starten unter anderem die Athleten zum olympischen Marathon. Im Hôtel de Ville lassen sich mehrere historische Räume für Veranstaltungen anmieten.

Die Entwicklungen rund um die Sommerspiele 2024 locken auch zahlreiche neue Hotels an. In Saint-Denis eröffnete Anfang 2024 das H4 Hotel Paris Pleyel. Mit einer Höhe von 140 Metern bietet der Hotelurm auf 40 Etagen fast 700 Zimmer und Suiten, eine Rooftop-Bar und den höchstgelegenen Pool Frankreichs. Das Konferenzzentrum umfasst einen Ballsaal und zehn Räume.

Südlich davon hat Anfang des Jahres nahe der neuen Metrostation Marie de Saint-Quen

Hotel Molitor  
(Foto: BlachReport)

das neue Boutique-Hotel Tribe Paris Saint-Quen mit 112 Zimmern seinen Betrieb aufgenommen, das sich ebenfalls für Meetings und Empfänge empfiehlt.

Im Norden von Paris wartet vor den Toren des 19. Arrondissements das Les Docks des Paris auf. Zu der insgesamt 8.500 qm umfassenden Anlage zählen mehrere Hallen wie Dock Eiffel (1.600 qm), Dock Haussmann (1.500 qm) und Dock Pullman (3.200 qm). Ergänzt werden sie durch 19 weitere modulare Räume von 30 bis 200 qm, die sich an Veranstaltungsgrößen individuell anpassen lassen.

Im legendären Hotel Molitor entfliehen Besucher der Hektik des modernen Stadtlebens und tauchen ein in die lebendige und kreative Umgebung eines der 117 Zimmer und sieben Suiten im Design von Jean Philippe Nuel. Das Molitor war von den 20ern bis zu den 80ern

La Plantation  
(Foto: BlachReport)

des letzten Jahrhunderts ein Schwimmbad mit Außen- und Innenschwimmbekken im Art-Déco-Stil, ehe es nach einer Umgestaltung durch den Architekten Jean-Philippe Nuel zu einem Luxushotel mit hoher Promidichte wurde. Die beiden Schwimmbekken und die historischen Umkleidekabinen blieben erhalten und sind heute kleine Kunstwerke. Betrieben wird das Molitor von Mgallery, der Nobelmarke der Accor Gruppe. Es bietet vielfältige Möglichkeiten für Tagungen und Veranstaltungen, alle Räume und Säle sind dafür modular aufgebaut und lassen sich individuell gestalten.

Dass mit den Sommerspielen 2024 eine Revitalisierung im Nordosten einhergeht, macht sich auch im Cent Quatre #104 Paris bemerkbar. Direktor José-Manuel Gonçalves und sein Team haben einen kollaborativen Ort geschaffen mit Zugang zu Kunst und Kreativität, zu Sport (neue Sportarten und urbaner Straßensport), Tanz (Hip-Hop und Breakdance) und einen Inkubator für Straßenkunst. „Es ist ein unbegrenzter Ort für Kunst, Kultur und Innovation“, wirbt Karine Yris, verantwortlich für Business Development. Planer können Spaces unterschiedlicher Größen buchen, Künstler für Performances oder Teambuilding-Workshops oder im Inkubator 104factory Start-ups kennenlernen und experimentieren.



Unterhaltung mit Toni-L



Lichtdurchfluteter HCC-Eingang



Vortrag beim Tag der offenen Tür (Fotos: Heidelberg Marketing)

Heidelberg Congress Center mit Festakt eröffnet

## Heidelberg kann Kongress

AM 19. APRIL 2024 ERÖFFNETE NACH LANGER BAUZEIT DAS HEIDELBERG CONGRESS CENTER SEINE TÜREN.

Beim großen Finale der Opening-Gala über-gab Wahid Saberi, Projektleiter der Gesellschaft für Grund- und Hausbesitz Heidelberg (GGH), unter großem Beifall den Schlüssel an Thomas Sante und Mathias Schiemer, den Geschäftsführern der Heidelberger Kultur- und Kongressgesellschaft (HKK).

Am nächsten Tag konnten dann Tausende von Interessierten das neue Wahrzeichen Heidelbergs in Augenschein nehmen konnten. Ein informatives Programm bereicherte dabei den Besuch. Vom lichtdurchfluteten Foyer mit seinen dreieckigen Oberlichtern in 22 Metern Höhe ging es in den 1.500 qm großen Saal, mit einer Kapazität von maximal 1.800 Besuchern inklusive der zweitgrößten LED-Wand Europas. Weiter führte der Rundgang durch das Pop-up-Forum, geeignet für lockere Tagungsformate, hinauf in die erste Etage, in den zweitgrößten Raum Saal 2, in dem bis zu 800 Personen Platz finden. Im hauseigenen TV- und Filmstudio können Veranstaltungen live gestreamt und mithilfe eines „Green Screens“ und einer Digitalwand sogar eigene Werbefilme produziert werden.

Große Foyers mit hellem Sichtbeton auf allen Etagen unterstreichen die offene Bauweise. Im zweiten OG erweckte besonders das Sky Forum Aufmerksamkeit, mit Tagungs- und After-Work-Freizeitmöglichkeiten unter freiem Himmel. Ein markantes Highlight ist auch „the kitchen“. Drei große Kochinseln in der Mitte des dunkel gekachelten Raumes mit Bullaugen-Fenstern sind dort von einem großen Tresen eingefasst und mit Kameras bestückt, bestens geeignet für Live-Cooking-Sessions.

So beeindruckt wie die Journalisten und die Öffentlichkeit, so begeistert war das Publikum vom Programm der Opening-Gala, durch die Claudia Kleinert führte, bekannt als Wetterreporterin der ARD. Charmant kündigte sie nacheinander die Redner des Abends an: Oberbürgermeister Dr. Eckart Würzner, den Ersten Bürgermeister Jürgen Odszuck, Mathias Schiemer, Geschäftsführer von Heidelberg Marketing und der HKK, Thomas Sante, Geschäftsführer der HKK, den verantwortlichen Architekten Florian Walter des Baseler Büros Degelo, Albertus Bujard, Mitglied des Koordinationsbeirates, so-



Foyer HCC

wie per Video zugeschaltet Peter Bresinsky, Geschäftsführer der GGH. In zahlreichen Reden, Grußworten und Kurzfilmen ließen sie die Entstehungsgeschichte des Hauses lebendig werden. Für stimmungsvolle Unterhaltung sorgte während des Abends Heidelbergs Hip-Hop-Legende Toni-L.

Oberbürgermeister Eckart Würzner sagte: „Mit dem Heidelberg Congress Center erhält unsere Stadt ein Konferenzzentrum, das ihrem weltweiten Renommee als Wissenschaftsstadt entspricht. Ich freue mich sehr, dass wir die Eröffnung des HCC nach vierjähriger Bauzeit feiern können. Das Haus gründet auf der Überzeugung, dass Dialog und Austausch Menschen inspirieren. Im lernen voneinander liegt

das Potenzial, die großen Herausforderungen unserer Zeit zu lösen. Mit seiner markanten Architektur und seiner hochmodernen Technik wird das HCC ein idealer Ort für Wissenschaft und Wirtschaft sein, um innovative Zukunftslösungen zu entwickeln. Das HCC wird ein Ideenbeschleuniger sein, von dem Heidelberg und die gesamte Region in großem Maße profitieren werden.“

Architekt Florian Walter hebt die außergewöhnliche Herangehensweise an dieses Bauwerk hervor, bei dem ein Expertenstab aus Media, Event und Catering-Spezialisten im Auftrag von Heidelberg Marketing unter Berücksichtigung einer Bürgerbeteiligung zuerst ein Bedarfs- und Raumkonzept entwarf, an dem sich die Architekten orientieren mussten. Er ist überzeugt, dass das „Heidelberger Modell“, wie man plant und baut, Vorbild werden wird.

„Die im Vorfeld erstellte Raumplanung ist aufgegangen, wie man an der Akzeptanz und Buchungslage sieht“, ergänzt Mathias Schiemer. „Trotz des ansprechenden hellen Sichtbetons ist das Kongresszentrum ein warmes, einladendes Gebäude, es gibt unheimlich viele Fluchten und dadurch spannende Aus- und Einblicke, die Technik ist weltklasse und es gibt ganz neue Perspektiven für die Stadt“, waren nur einige der Lobeshymnen, die die Gäste dem HCC zugeschrieben haben.

Auch der Weg zum neuen Konferenzzentrum war für viele eine Premiere – denn rechtzeitig zum Opening wurde die Fußgängerbrücke vom Hauptbahnhof zur Bahnstadt und damit der direkte, barrierefreie Zugang zum neuen Kongresszentrum fertiggestellt.

Um den großen Erwartungen gerecht zu werden, sind derzeit 20 Personen bei der HKK angestellt, die mit vielen weiteren Partnern und deren Experten zusammenarbeiten.



Schreinerei bei Aventem (Fotos: AktivMedia)



Sebastian Rudolph

Dienstleistungsspektrum von Aventem im Bereich Messe- und Bühnenbau wird weiter ausgebaut

## Set- und Dekorationsbau

DER VERANSTALTUNGSTECHNIK-DIENSTLEISTER AVENTEM AUS HILDEN STELLT DEN BEREICH DEKORATIONS- UND BÜHNENBAU NEU AUF.

Neben den bewährten veranstaltungstechnischen Gewerken wie Licht-, Ton-, Medien- und Bildtechnik sowie Rigging – in denen Aventem seit Jahren vordere Ränge im Dienstleistungsrang belegt – bietet die Production Company verstärkt auch wieder hochwertige Set- und Dekorationsbauten an. Mit Investitionen in diesen Bereich positioniert sich Aventem weiter als Anbieter von Komplettlösungen aus einer Hand.

Dazu Sebastian Rudolph, Director Marketing & Sales bei Aventem: „Der Bereich Set- und Dekorationsbau ist und war schon immer fester Bestandteil im Leistungsspektrum von Aventem. Nachdem das Thema jedoch während der Pandemie weniger gefragt war, verzeichnen wir in den letzten Jahren wieder eine verstärkte Nachfrage und haben deshalb diesen Bereich nun entsprechend neu aufgestellt und die Kapazitäten erhöht. Wir sind davon überzeugt, dass dies zur aktuellen Entwicklung in der Veranstaltungswirtschaft passt, bei der viele Auftraggeber von Veranstaltungen gezielt

nach Full-Service-Anbietern suchen, die die immer komplexeren Projekte zuverlässig und gesamtheitlich aus einer Hand entwickeln und realisieren können.“

Das Dienstleistungsangebot von Aventem in diesem Bereich umfasst eine breite Palette von Leistungen: von der Erstellung von Visualisierungen und CAD-Plänen über die Abwicklung von Bauanträgen, Statiken und Abnahmen bis hin zum Vorbau in den eigenen Werkstätten, der Umsetzung und der gewerkeübergreifenden Koordination vor Ort. Mit der Gewinnung zusätzlicher Mitarbeiter in den Bereichen Grafik, Fachplanung sowie in der Schreinerei hat Aventem diese Möglichkeiten nun weiter verstärkt.

Neben der personellen Neuausrichtung spielen aber auch Nachhaltigkeits-Gesichtspunkte eine wesentliche Rolle bei der Umgestaltung des Bereichs. Materialeitig wurde etwa umfangreich in wiederverwendbare Wandbausysteme investiert. Darüber hinaus entwickeln und bauen die Hildener auch eigene Produkte wie etwa wiederverwendbare Bühnenverblendungen aus hochwertigen Holzwerkstoffen. Dekorationsmaterialien wie Molton, Bühnenbauten und Möbel, die nicht mehr weiterverwendet wer-

den können, spendet Aventem an Schulen und Kulturzentren.

Die Production Company hat zudem umweltfreundliche Mobilitäts- und Energielösungen im Fokus. Eine große Photovoltaik-Anlage auf dem Hallendach von Aventem, versorgt so nicht nur die E-Fahrzeugflotte mit Strom aus eigener Produktion, sondern deckt auch einen Großteil des für die Produktion am Standort benötigten Stroms. Und auch beim Transport erzielt Aventem Vorteile.

Dazu Sebastian Rudolph: „Durch die ganzheitliche Ausstattung von Events aus einer Hand sind wir häufig in der Lage das Transportvolumen deutlich zu reduzieren, da eine Komplettbelieferung mit Veranstaltungstechnik, Dekoration und Bühnenmaterialien aus einem Lager mit weniger LKWs möglich ist.“

Aventem ist ein führender Veranstaltungstechnik-Dienstleister mit Sitz in Hilden. Neben den klassischen veranstaltungstechnischen Gewerken bietet das Unternehmen hochwertige Set- und Dekorationsbauten an und überzeugt mit einer Komplettlösung aus einer Hand.

Mit einem starken Fokus auf Nachhaltigkeit will Aventem neue Standards in der Branche setzen.

jobs + karriere

\_ Dr. **Christian Loeffert** [51], verantwortlich für Marketingkommunikation, Mobilfunk-Endgeräte und Training bei *Telekom Deutschland*, wird das Unternehmen auf eigenen Wunsch zum 31. Juli 2024 verlassen, um sich neuen Herausforderungen zu stellen. Die Nachfolge tritt **Michael Falkensteiner** [40], der zuvor die Marken- und Marketing-Kommunikation bei *o2 Telefonica Deutschland* leitete, zum 1. August 2024 an.

\_ **Barbara Jamison-Woods** wurde zur ersten Präsidentin der *City Destinations Alliance (City DNA)* ernannt und wird eine dreijährige Amtszeit antreten. Sie sammelte vorher über 25 Jahren Erfahrung in der Tourismusförderung – unter anderem bei *London & Partners* – und ist engagierte Befürworterin eines nachhaltigen Tourismus.

\_ Ab Mai wird **Johannes Tonnesen** als Managing Director die Bereiche New Business und Organisational Development bei der Agenturgruppe *KK03* in Hamburg und Essen steuern. Der 40-jährige bringt Erfahrungen aus den Bereichen Live- und Brand Communication, Trade Marketing und Sales mit, welche er in Führungspositionen bei der *Mast-Jägermeister SE*, der Vertriebs- und Marketing-Tochter *Mast-Jägermeister Deutschland* und *Bacardi Deutschland* sammelte.



Peter Mohnhaupt  
(Foto: TAS)



GWA Young Board  
(Foto: GWA)



Ursula Baumann übergibt an Burcu Dural-Lange  
(v. l., Foto: Messe Berlin)



Franziska Neumann  
(Foto: Flad & Flad)

**PETER MOHNHAUPT WIRD GESCHÄFTSFÜHRER BEI TAS**

**Peter Mohnhaupt** wird neuer Geschäftsführer bei *TAS Emotional Marketing*. Bereits von 2008 bis 2014 leitete Mohnhaupt [48] gemeinsam mit **Sandra Fechner** und **Thomas Siepmann** die Geschicke der Essener Agentur. Nun kehrt er zurück und übernimmt die Aufgaben des ebenfalls noch amtierenden Geschäftsführers **Jan Milkereit**.

Milkereit wird die Agentur im Sommer 2024 auf eigenen Wunsch verlassen und sich neuen beruflichen Herausforderungen widmen. **Thomas Siepmann**, Gründer und Hauptgesellschafter der Agentur: „Jan Milkereit hat hervorragende Arbeit für unser Unternehmen geleistet und viele Weichen für die Zukunft gestellt“.

**GWA BERUFT NEUES YOUNG BOARD**

Der *GWA*-Vorstand hat fünf junge Talente in seinen Young Board Beirat berufen. Zu den neuen Mitgliedern gehören **Ophelia Dartey** (*DDB Germany*), **Magdalena Horejs** (*Scholz & Friends*), **Jonas Kratz** (*ressourcenmangel*), **Geena Schindler** (*palmerhargreaves*) und **Maylin Vural** (*segmenta*). **Aisu Diallo** (*Butter.*), die bereits in der letzten Legislaturperiode zum Young Board gehörte, übernimmt den Vorsitz und die Sprecherrolle in Richtung *GWA*-Vorstand.

Als Sprachrohr der jungen Generation im *GWA* unterstützt das Young Board die Nachwuchsformate des Branchenverbandes und möchte sich zudem in den Bereichen Diversity, New Work und Nachhaltigkeit engagieren. Dabei ist auch eine enge Zusammenarbeit mit der Squad-Community geplant, in der sich junge Mitarbeitende aus *GWA*-Agenturen austauschen und vernetzen.

**BURCU DURAL-LANGE ÜBERNIMMT DMEA-LEITUNG**

Bei der *Messe Berlin* tritt **Burcu Dural-Lange** die Nachfolge von **Ursula Baumann** als Projektleiterin der Digital Health-Messe *DMEA* an. Baumann verlässt das Unternehmen zum Jahresende.

Sie hatte den Berliner Event für Digital Health seit 2008 betreut und maßgeblich dazu beigetragen, die *DMEA* – vormals *conhIT* – gemeinsam mit dem Veranstalter *Bundesverband Gesundheits-IT (bvitg)*, den Kooperationspartnern *GMDS* und *BVMI* und den Verbänden *CIO-UK* und *KHIT* auf dem Berliner Messegelände zu etablieren und voranzutreiben. Ursula Baumann soll Burcu Dural-Lange noch bis zum Ende des Jahres beratend zur Seite stehen.

Burcu Dural-Lange ist seit 2006 bei der *Messe Berlin*. Bisher hat sie im Bereich *Guest Events* das Team *Projektmanagement Conventions* geleitet und zahlreiche Veranstaltungen, vor allem leitende nationale und internationale Medizinkongresse auf dem Berliner Messegelände betreut.

**FRANZISKA NEUMANN WECHSELT ZU FLAD & FLAD**

Die *Flad & Flad Communication GmbH (Flad)* verstärkt ihr Team mit dem Neuzugang **Franziska Neumann**. Als Creative Director *Art* übernimmt sie bei der Kommunikationsagentur für Zukunftsthemen die fachliche Führung der Abteilung *Kreation* und die damit verbundene Konzeptentwicklung und Umsetzung von Kampagnen, Contentformaten, Film- und Fotoproduktionen für Bestands- und Neukunden.

Franziska Neumann hat in der Vergangenheit bei Kreativagenturen wie *Serviceplan* und *Grabarz & Partner* gearbeitet. Bei *Flad* soll sie ihre Expertise, komplexe Themen in aufmerksamkeitsstarke Kampagnen oder crossmediale Kommunikationskonzepten zusammenzuführen, einbringen. Besonders freut sich Neumann darauf, „spannende Projekte für ganz unterschiedliche Kunden umzusetzen und mit einem tollen Team bei *Flad & Flad* die kreative Zukunft mitzugestalten.“

MARKETING SERVICES

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

AUTOMOTIVE EVENT SERVICE / PREMIUM EVENT REINIGUNG



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

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

DUFTREGIE



**MAGIC BOX® eK**  
DUFTREGIE  
\_ Inh. Elke Kies  
Büdericher Str. 9  
41460 Neuss  
www.duftregie.de  
T +49 (0)2131 591810  
M +49 (0)171 4706026  
info@magicbox.de

Duftberatung und -Komposition. Professionelle Ausbringungs-Technologie für alle Konzepte und Raumgrößen kaufen oder mieten. Hygienekonzepte mit 100% pflanzlichen Aerosolen für Ihr Luftmanagement. Duft-zum-Bild Inszenierung auch für den Nahbereich.

EVENT-AGENTUREN

fischerAppelt, live marketing

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

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

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

anbieter  
\_ansprechpartner      anschrift      telefon . fax . email . internet      anbot

EVENT-AGENTUREN



HAGEN INVENT GmbH & Co. KG  
\_ Catherine Hoffmann

Adlerstraße 74  
40211 Düsseldorf

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

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



JOKE Event AG  
Creating Memories

Herbststraße 31  
28215 Bremen

Hamburg  
Berlin  
Frankfurt/Main  
Stuttgart  
München

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

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



livewelt GmbH & Co. KG  
\_ Ole Ternes  
Geschäftsführer

Berliner Str. 133  
33330 Gütersloh

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

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

## Digitale Ausgaben unter: [www.blachreport.de](http://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](http://WWW.AUTOMOBIL-EVENTS.DE)

anbieter  
\_ansprechpartner      anschrift      telefon . fax . email . internet      anbot

EVENT-AGENTUREN



Siegfriedstr. 29  
40549 Düsseldorf

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

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

Red Carpet Event GmbH

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

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



trendhouse      Innsbrucker Ring 15  
event marketing GmbH      81673 in München

T 089 368498-0  
hello@trendhouse.de  
www.trendhouse.de

Seit 1994 bringen wir Geschichten auf die große Bühne. Live, digital und hybrid, in Deutschland und im internationalen Ausland. Neben der professionellen Umsetzung anspruchsvoller Events sind wir besonders stark in der Inszenierung und Emotionalisierung Ihrer Botschaften. Wir sehen uns als strategischer Berater auf Augenhöhe und tauchen tief mit in Ihre Welt ein. Für unsere kreativen, innovativen und wirkungsstarken Events wurden wir bereits mehrfach ausgezeichnet.

Unser Vision Statement: We create lifetime memories by moving the new. We bring your stories to life by breaking the impossible. No matter what!

AKTUELLES IM INTERNET \_ WWW.BLACHREPORT.DE

anbieter  
\_ansprechpartner      anschrift      telefon . fax . email . internet      anbot

EVENT-AGENTUREN



Uniplan Köln	Schanzenstraße 39 a/b 51063 Köln	T +49 221 845 69 0 hello@uniplan.com uniplan.com
Uniplan Frankfurt/Main	Speicherstraße 59 60327 Frankfurt/Main	T +49 69 478 625 59 600 frankfurt@uniplan.com
Uniplan Hamburg	Schaartor 1 20459 Hamburg	T +49 40 180 436 040 hamburg@uniplan.com
Uniplan Kerpen	Zeißstraße 12-14 50171 Kerpen	T +49 22 37 50 90 hello@uniplan.com
Uniplan Basel	Signalstraße 37 4058 Basel - Schweiz	T +41 61 7269 555 basel@uniplan.com
Uniplan Beijing	F15, Building B Guanghua Lu SOHO2 No. 9 Guanghua Road, Chaoyang District, Beijing 100020 - China	T +86 10 5969 2188 hello@uniplan.com
Uniplan Shanghai	2203 K Wah Centre No. 1010, Huaihaizhong Road Shanghai 200031 - China	T +86 21 6330 2226 hello@uniplan.com
Uniplan Hong Kong	Room 2A, 2nd Floor, Beverly House No. 93-107 Lockhart Road Wanchai Hong Kong - China	T +852 2757 9628 hello@uniplan.com

**Uniplan. Eine Agentur für Markenerlebnisse.**  
Uniplan wurde 1960 von Hans Brüche, Vater des heutigen CEO und Inhabers Christian Zimmermann, in Köln gegründet. Seither hat Uniplan sich immer wieder neu erfunden und mit einem Gespür für zukünftige Entwicklungen den handwerklichen Ursprung mit kreativer Vorstellungskraft verbunden. Die Agentur begleitet ihre Kunden von der ersten Idee bis zum letzten Handgriff: 400 Uniplaner an acht Standorten in Europa und Asien erwecken visionäre Ideen mit hohem Anspruch an die Machbarkeit zum Leben – alles für den einen Moment, der das Markenerlebnis einzigartig macht.

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

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

EVENT-FACHMESSEN

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

Stellen Sie im kommenden Jahr die wirtschaftlichen Weichen auf Erfolg und präsentieren Sie sich als Aussteller der BOE INTERNATIONAL den Top-Entscheidern und Einkäufern der Industrie und Agenturszene aus Deutschland und den benachbarten Benelux-Ländern. Nutzen Sie die BOE als attraktive Vertriebs- und Networking-Plattform für Ihre Produkte und Dienstleistungen und schließen Sie neue Geschäftskontakte in professioneller Atmosphäre.

anbieter  
\_ansprechpartner      anschrift      telefon . fax . email . internet      anbot

EVENT-LOCATIONS



**SCHOKOLADENFABRIK**  
EVENT & MEETING VENUE

Schokoladenfabrik  
Event und Meeting Venue  
owned by format:c live  
communication GmbH

Stollwerckstraße 27-31  
51149 Köln  
Ihre Ansprechpartner:  
\_ Natalie Driesnack  
\_ Tobias Weber

T 0162-4596001  
T 0176-23177122  
hello@schokoladen-fabrik.com  
www.schokoladen-fabrik.com

Kölns neueste Location bietet 900m<sup>2</sup> in Design-Räumen, zwei Außenbereiche mit 1000m<sup>2</sup>, ein weißes Hohlkehlen-Studio. Top Veranstaltungstechnik, hochwertiges Catering und perfekte Begleitung garantieren reibungslose Events. Kostenfreie Parkplätze. ÖPNV-, Autobahn-, Flughafennähe.

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  
\_ansprechpartner      anschrift      telefon . fax . email . internet      anbot

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

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. Ihr Partner für alle technischen, gestalterischen und logistischen Themen.  
Ingenieurbüro für      10997 Berlin      F 030 616716-29      Ausschreibungs- & Genehmigungsverfahren.  
Entertainment      www.production-office.de      Hygiene- & Sicherheitskonzepte, Hygienebeauftragte.  
\_ Dipl. Ing. Joachim Koppe      info@production-office.de  
\_ 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. 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.  
Audiovisuelle      Herderstraße 70  
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

# Michael Lenkeit

MICHAEL LENKEIT IST GESCHÄFTSFÜHRER BEI ACETEC IN WIESBADEN, EINEM TECHNIKPARTNER FÜR UNTERNEHMEN, AGENTUREN UND MESSEBAUER.



Michael Lenkeit (Foto: Acetec)

**Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?**  
Es wird nie langweilig, weil jedes Projekt individuell ist. Man hat mit verschiedenen Anforderungen an unterschiedlichen Orten zu tun und trifft doch auch immer wieder auf bekannte Gesichter. Die Tätigkeiten im Büro, Lager und auf den Baustellen ist eine angenehme Abwechslung aus Theorie und Praxis.

**Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?**  
Früher wollte ich immer Moderator bei VOXtours werden. Von den schönsten Orten der Welt zu berichten, würde mir auch gut gefallen.

**Welchen Traum wollen Sie sich noch erfüllen?**  
Ich würde gerne ein U2 Konzert im Sphere in Las Vegas besuchen.

**Was macht Sie glücklich?**  
Ein Grillabend im Sommer mit meiner Familie auf unserer Wiese.

**Was war bisher Ihre größte Herausforderung?**  
Die Firmengründung 2008. Das war nie geplant, und als ich mich damals beruflich neu orientieren musste, gab mir meine Frau den Impuls, es mal zu versuchen. Drei Monate später habe ich die erste Hauptversammlung technisch betreut. Ich sollte öfter auf meine Frau hören.

**Welche Entscheidungen haben Sie bereut?**  
Es gibt viele kleine Dinge, die man hätte besser machen können, aber zum Glück gibt es nicht wirklich etwas Spezielles, das ich bereuen würde.

**Was machen Sie gegen Stress?**  
Mit dem Hund im Wald spazieren gehen.

**Wen möchten Sie gern einmal kennenlernen?**  
Will Smith, ich glaube, wir hätten einen lustigen Abend.

**Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?**  
,Opfer 2117'. Ich lese nicht viel, aber ich mag die Bücher von Adler-Olsen.

**Was sollen wir hören: Ihr aktueller Musik Tipp?**  
Ich bin großer U2 Fan, aber ich höre auch gerne Hip-Hop und RnB.

**Welches Live-Ereignis hat Sie bisher am meisten beeindruckt?**  
Die Geburt meiner Kinder, da geht nichts drüber.

**Auf die Gefahr hin, dass Sie dort nie wieder allein sind: Nennen Sie uns Ihr Lieblingsrestaurant?**  
Ein Lieblingsrestaurant habe ich nicht, aber ich wohne im Rheingau und gehe gerne in Straußwirtschaften.

## 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 1611-8308

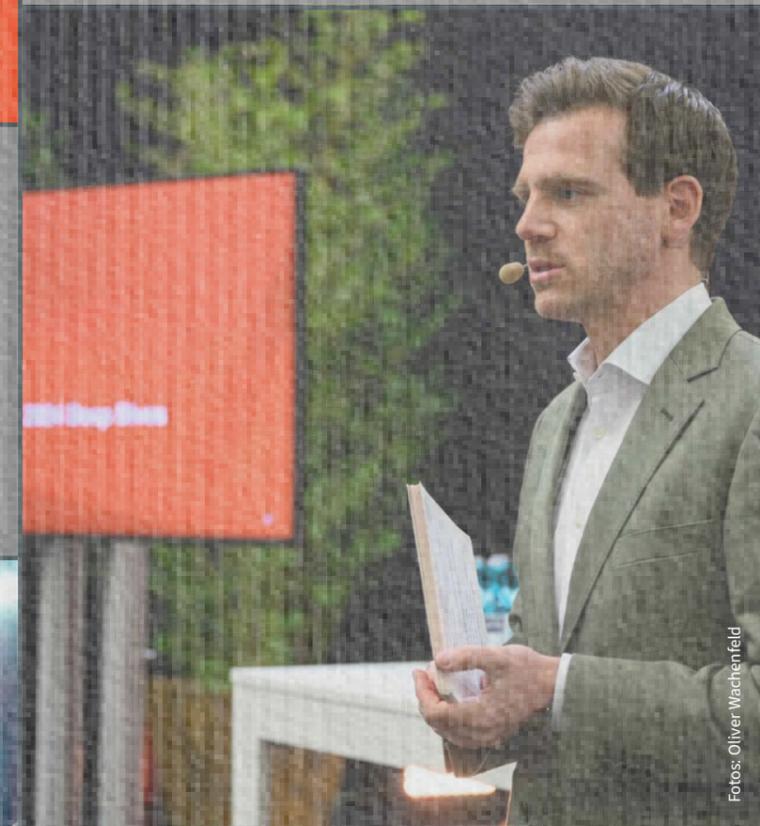
BLACHREPORT 09/24



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

# POCKETEVENT

\*24

## POCKETEVENT

\*24

Daten / Zahlen / Fakten



DATENBANK  
LIVEKOMMUNIKATION



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

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



AktivMedia  
Marketing- und  
Medienkommunikation GmbH