



Was Petra Lammers mit ihrer Neugründung onto[story] vorhat und was der Story Driven Transformation Process bedeutet

„VIELE
 KÖNNTEN.
 WIR
 KÖNNEN.“



STEFFEN WOLLBECK
 DIVISION MANAGER EVENT
 RHEIN / MAIN

„Wir sind nah an den Menschen und ein Teil der Lösung! An über 20 Standorten arbeiten wir täglich mit technischem Know-how, tiefem Verständnis für lokale Gegebenheiten und der geballten Kraft unseres Schwarmwissens. Diese dezentrale Power macht uns einzigartig.“



NEUMANN & MÜLLER
 VERANSTALTUNGSTECHNIK

NEUMANNMUELLER.COM

KONTAKT



Trendumkehr bei der Prolight + Sound?



In wenigen Wochen öffnet die Prolight + Sound in Frankfurt ihre Tore und hat anlässlich ihres 30-jährigen Jubiläums ein attraktives Programmpaket geschnürt. Wir drücken fest beide Daumen, dass damit ein Refresh gelingt – schließlich handelt es sich immer noch um die einzige internationale Fachmesse für Bühnen- und Veranstaltungstechnik in Deutschland. Die einstige Kombination von Musikmesse und

Prolight + Sound galt weltweit einst als Ikone der Entertainmentbranche, hat aber seither und nicht zuletzt durch das jähe Ende der Musikmesse einiges von ihrem Glanz eingebüßt.

Das liegt insbesondere am Wettbewerb durch die Integrated Systems Europe (ISE), die nach ihrem Wechsel von Amsterdam nach Barcelona weiter erheblich zulegen konnte und die Messe Frankfurt für ihre Prolight + Sound bisher kein Rezept für eine Trendumkehr fand.

Dafür ein paar Vergleichszahlen: Nach viertägiger Dauer endete die Prolight + Sound 2023 mit „erfreulichen Besucherzahlen“ – wie es damals gemeldet wurde. Mehr als 27.500 Professionals aus 113 Ländern nahmen vom 25. bis 28. April 2023 an der deutschen Leitmesse der Entertainment-Technology-Branche teil und konnten die Produkte von 457 Ausstellern aus 34 Ländern kennenlernen. Ein Jahr später waren es rund 25.000 Fachbesucher, also circa neun Prozent weniger als 2023, aus über 100 Ländern und „über 500 Aussteller und Marken“, wie die Messe Frankfurt anschließend verkündete.

Die ISE in Barcelona meldete für 2025 dagegen 85.351 individuelle Besucher aus 168 Ländern, was einem Anstieg von 15,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. Das waren 2024 also 73.891 Fachbesucher. Ihnen präsentierten sich 1.605 Aussteller, 2024 waren es noch 1.408 Aussteller.

Diese Entwicklung ist beeindruckend und führt natürlich dazu, dass der Stellenwert der Prolight + Sound kontinuierlich sinkt. Sehr schade. Aber vielleicht greifen ja die Jubiläumsaktivitäten und ab 2025 wird wieder alles anders. Wir würden es uns (kurze Wege, weniger Aufwand, geringere Kosten) auf jeden Fall wünschen.

Herzlichst

Ihr Peter Blach

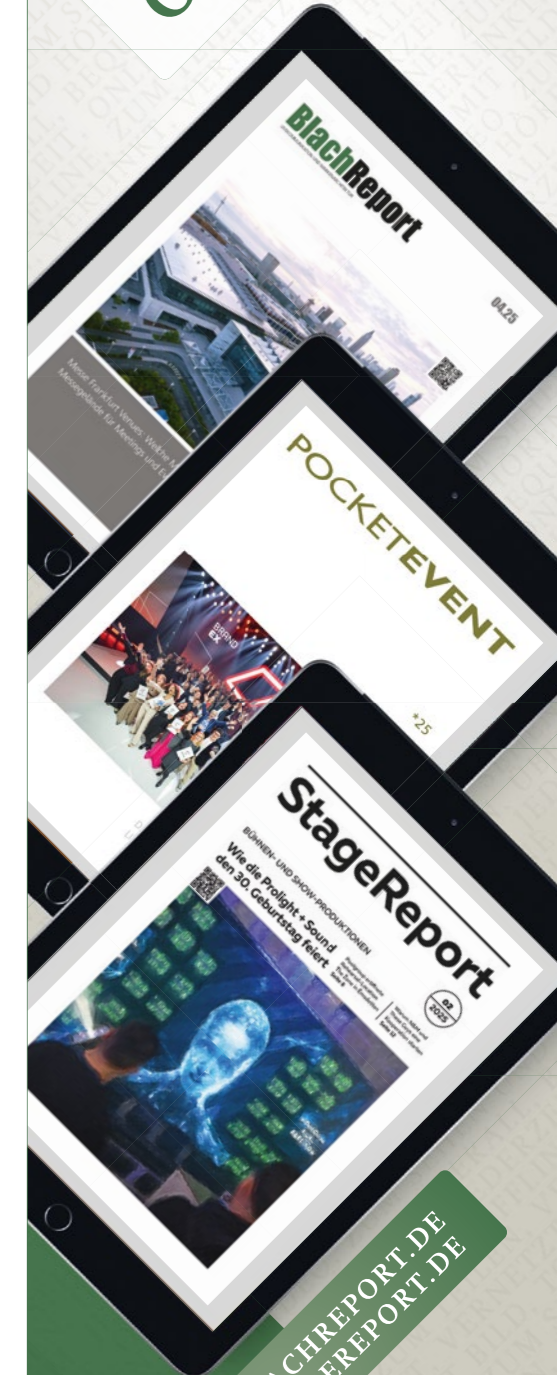
inhalt

Titelfoto: Petra Lammers (Foto: onto|story)

- | | |
|--|--|
| 4 BUSINESS format:c meldet Umsatzverdoppelung | 13 VORSCHAU Prolight + Sound 2025 |
| 5 BUSINESS Messe Düsseldorf Nachhaltigkeitsbericht | 14 CROWD MANAGEMENT PwC und Live Matters |
| 6 NACHHALTIGKEITZERTIFIZIERUNG Jürgen May | 16 PEOPLE Jobs + Karriere |
| 9 BUSINESS Seiwo Sanierung kurz vor Abschluss | 17 MARKETING-SERVICES Lieferantenverzeichnis |
| 10 BUSINESS Petra Lammers und onto story] | 26 BACKSTAGE Corinna Heilmann |
| 12 SERVICES Peugeot-Händlerconvention | 26 IMPRESSUM |

MEDIA
 BOARD

OUT NOW!



WWW.BLACHREPORT.DE
 WWW.STAGEREPORT.DE



Natalie Driesnack und Tobias Weber von format:c (Foto: format:c)

format:c legt weiter zu und meldet eine Umsatzverdoppelung

Erfolgsmeldung für 2024

Die Kölner Agentur format:c live communications blickt auf ein überaus erfolgreiches Jahr 2024 zurück und konnte damit eine Umsatzverdoppelung im Vergleich zu 2023 erreichen. Auch der bisherige Umsatzrekord aus dem Jahr 2022 wurde getoppt.

Tobias Weber und Nathalie Driesnack, Gründer und Geschäftsführer von format:c, führen diese positive Entwicklung auf verschiedene Faktoren zurück – unter anderem eine Diversifizierung in der Kundenstruktur. Ein weiterer Erfolgsfaktor ist die Internationalität der Kunden und ihrer Projekte. So gehören beispielsweise der französische Spielehersteller Asmodee sowie Brunel und Jumbo Spiele aus den Niederlanden zu den Auftraggebern. Der dritte Erfolgsfaktor ist die Flexibilität des Teams, das durch ein eingespieltes aktives Netzwerk aus Partnern und Freelancern ergänzt wird.

In 2025 setzt format:c live communication die Zusammenarbeit mit Asmodee – dem weltweit größten Spieleverlag – fort. Für Asmodee wird format:c erneut als Lead-Agentur für die Planung und Umsetzung des Messeauftritts auf der „Spiel“ in Essen verantwortlich zeichnen. Bereits in der Vergangenheit war die Agentur für das renommierte Unternehmen der Spielebranche auf internationalem Parkett tätig.

In Kürze startet format:c eine weitere Roadshow für Brunel, auf der sich das niederländische Unternehmen als Arbeitgeber in der DACH-Region präsentiert. Bereits seit Ende Oktober 2023 ist Brunel mit dem JobTOUR-Mobil unterwegs, um sich an verschiedenen Stationen im DACH-Raum als Arbeitgeber zu präsentieren. Das Team von format:c ist für die Kreation, Planung, Gestaltung und Umsetzung der JobTOUR verantwortlich.

Aufgrund des großen Erfolges wurde die JobTOUR bereits mehrfach verlängert und ist ab 2025 ganzjährig geplant. Auch inhaltlich startet die Tour neu durch. Dafür hat format:c ein komplett neues Roadshow-Mobil konzipiert, das mit zusätzlichen Features ausgestattet ist. Ein interner Kick-off bei Brunel hat bereits stattgefunden.

Basierend auf den Erfolgen von 2024 blickt format:c optimistisch in die Zukunft. Durch den Gewinn von vier Pitches in den vergangenen fünf Monaten ist die Agentur mit einem hohen Umsatzplus ins neue Jahr gestartet.

Für Optimismus sorgt auch die Entwicklung der agentureigenen Location „Schokoladenfabrik“ auf dem ehemaligen Stollwerck-Gelände in Köln. Der Veranstaltungsort machte im aktuellen Location-Ranking des BlachReport einen Sprung von Platz 20 im Vorjahr auf Platz fünf.

Erlanger Kreativagentur verteidigt Etat im internationalen Pitch

Škoda verlängert Zusammenarbeit mit Schachzug

Die Erlanger Agentur Schachzug und der Automobilhersteller Škoda haben ihren Rahmenvertrag verlängert. Nach fünfjähriger Zusammenarbeit konnte sich die vielfach ausgezeichnete Kreativagentur in einem mehrstufigen, internationalen Pitch gegenüber ihren Mitbewerbern durchsetzen.

Schachzug wird damit weiterhin als globale Lead-Kreativagentur für Kommunikation die Weltpremiere und Presseveranstaltungen des Automobilherstellers verantworten. Die fwd: Mitgliedsagentur verfügt dafür über eine außergewöhnlich tiefe Expertise in den Branchen Automotive und Technologie.

Schachzug Gründer und CEO Ron Schneider erklärt zu dem gewonnenen Pitch und der damit verlängerten Zusammenarbeit: „Dieser

Pitch-Erfolg bedeutet uns wirklich sehr viel. Wir sind superstolz, dass wir nach fünf Jahren Zusammenarbeit Škoda wieder für uns begeistern und überzeugen konnten. Wir bedanken uns vielmals für das Vertrauen und freuen uns sehr auf die Fortsetzung der Zusammenarbeit.“

Zuletzt hatte die Agentur Schachzug im Oktober 2024 die Weltpremiere des neuen Škoda Elroq erfolgreich umgesetzt. Als Creative Lead Agency übernahm sie die Verantwortung für die gesamte Pre- und Post-Kommunikation, das Eventkonzept sowie die Steuerung der beteiligten Agenturen und Partner.

Die Zusammenarbeit zwischen Schachzug und Škoda Auto wurde vielfach international ausgezeichnet. Unter anderem erhielt die Agentur für ihre Leistungen zwei Gold Muse

Awards. Diese wurden 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“ vergeben. Bei den Heavent Awards 2024 in Cannes wurde das Unternehmen zudem mit Bronze in der Kategorie „Influence and Media Relations Event Award“ für das Projekt Škoda Kodiaq Weltpremiere in Berlin ausgezeichnet.

Bereits in der Vergangenheit wurde Schachzug mehrfach für seine kreativen Leistungen geehrt, unter anderem mit dem BrandEx Award in Gold für „Driving Culture – The all-new Škoda Fabia“ in der Kategorie „Best Digital Architecture“ sowie mit Bronze in der Kategorie „Best Execution Event“.

Messe Düsseldorf legt Nachhaltigkeitsbericht vor

Ehrgeizige Ziele

Die Messe Düsseldorf möchte ihr Engagement für die Zukunft mit der Veröffentlichung ihres ersten freiwilligen Nachhaltigkeitsberichts bekräftigen. Das Unternehmen sieht den Schritt als Zeichen für eine zukunftsorientierte und verantwortungsvolle Messewirtschaft: „Wir wollen unseren Handabdruck vergrößern, unseren Fußabdruck verkleinern und gleichzeitig das Messeelebnis auf ein neues Level heben“, erklärt dazu Marius Berlemann, Operativer Geschäftsführer der Messe Düsseldorf, in dessen Geschäftsbereich auch die Stabsstelle für Corporate Social Responsibility (CSR) angesiedelt ist.

Nachhaltigkeit sei integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie, wie etwa die 17 Sustainable Development Goals (SDG) der Vereinten Nationen: „Wir reduzieren unseren Ressourceneinsatz und treiben die Transformation

auf allen Ebenen voran: als Messeveranstalter, Arbeitgeber, regionaler Wirtschaftsfaktor und internationaler Multiplikator“, so Berlemann.

„Unser Nachhaltigkeitsbericht gibt ebenso Auskunft über unsere CSR-Strategie und Ziele wie über die ersten erreichten Meilensteine. Bezogen auf unsere Treibhausgasemissionen ist das zum Beispiel in den betrachteten Kategorien eine deutliche Reduktion um 48 Prozent, die sich in unseren ersten vergleichenden Treibhausgasbilanzen für 2019 und 2023 zeigt“, erklärt Andrea Eppert, Leiterin der Stabsstelle Corporate Social Responsibility. Damit habe die Messe Düsseldorf die Klimaziele der Stadt Düsseldorf für 2035 bereits jetzt erreicht. Dennoch setzt sich das Unternehmen weiter ehrgeizige Ziele: Bis 2040 strebt die Messe Düsseldorf Klimaneutralität an.

Dank eines strategischen Energiemanagementsystems konnte in den letzten zehn Jahren trotz gewachsener Ausstellungsflächen der Stromverbrauch um 52 Prozent und der Heizenergiebedarf um 30 Prozent gesenkt werden. Dies ist auf verschiedene Effizienzmaßnahmen und die kontinuierliche Optimierung von Prozessen und Technologien zurückzuführen. Darüber hinaus trug vor allem die Umstellung auf Ökostrom zur deutlichen Reduktion der CO₂-Emissionen in Scope 2 bei. „Auch wenn die Reduktion unseres Fußabdrucks unser zentrales Ziel ist, war es uns wichtig, dass der Bericht unser ganzheitliches Verständnis von Nachhaltigkeit widerspiegelt. Neben der Dimension Planet sollten auch People, Performance und Governance angemessen berücksichtigt werden“, so Andrea Eppert weiter.



Messe Düsseldorf legt ersten Nachhaltigkeitsbericht vor (Grafik: Messe Düsseldorf)

DIE FACHMESSE OMR FESTIVAL BLEIBT LANGFRISTIG IN HAMBURG – VERLÄNGERUNG DER PARTNERSCHAFT UM ZEHN JAHRE

Das OMR Festival, europaweit größte Fachmesse für Digitalwirtschaft, Medien und Marketing, findet auch künftig in Hamburg statt. Die Partnerschaft zwischen OMR und der Hamburg Messe und Congress (HMC) wurde langfristig um weitere zehn Jahre verlängert.

Gemessen an den Besucherzahlen zählt das OMR Festival zu den größten Branchenevents weltweit: Im Jahr 2024 besuchten mehr als 67.000 Personen die Fachmesse auf dem Hamburger Messegelände.

Am 6. und 7. Mai 2025 will das diesjährige OMR Festival der Marketing- und Digitalzene wieder ein umfassendes Programm aus Konferenz, Masterclasses, Side Events und Expo bieten. Auf fünf Bühnen diskutieren dann voraussichtlich rund 800 Sprecher über die aktuellen Trends und Entwicklungen. Dazu zählen internationale Fachleute und Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Marketing, Finanzbranche, Popkultur und Politik.

skyliner[®]

MEISTERFEIER UNTERM KREUZ

covering your event
photo / MEISTERFEIER 2024 BAYARENA LEVERKUSEN
qr code / skyliner.tv

Gibt es den „Gold-Standard“ bei Nachhaltigkeitszertifizierungen?

Immer mehr Nachhaltigkeitszertifizierungen: Wer blickt noch durch?

DAS ANGEBOT AN NACHHALTIGKEITZERTIFIZIERUNGEN IST MITTLERWEILE UNÜBERSICHTLICH. WER BLICKT DA NOCH DURCH? WIR HABEN DAZU JÜRGEN MAY VON DER NACHHALTIGKEITSBERATUNG 2BDIFFERENT BEFRAGT, DER FÜR UNS LICHT INS DUNKEL BRACHTE. DAS INTERVIEW WURDE SCHRIFTLICH GEFÜHRT.

BlachReport: Es gibt immer mehr Nachhaltigkeitszertifizierungen. Zu viele?

Jürgen May: Ja, der Markt der Nachhaltigkeitszertifizierungen ist mittlerweile sehr unübersichtlich geworden. Die Vielzahl an Zertifikaten, Labels und Initiativen führt dazu, dass sowohl Unternehmen als auch Verbraucher den Überblick verlieren. Dies kann dazu führen, dass das eigentliche Ziel – eine glaubwürdige und messbare Nachhaltigkeit – verwässert wird. Weniger, aber dafür wirklich transparente und fundierte Zertifizierungen wären wünschenswert.

BlachReport: Haben manche Nachhaltigkeitszertifizierungen den Status von ‚Ablassbriefen‘?

Jürgen May: Leider ja. Der Begriff ‚Ablassbriefen‘ passt gut zu sogenannten ‚Greenwashing‘-Zertifikaten, die Unternehmen eine nachhaltige Fassade verleihen, ohne dass tiefgehende Maßnahmen erforderlich sind. Zertifizierungen, die nur oberflächliche Kriterien abprüfen oder auf freiwilligen Selbstauskünften basieren, gefährden die Glaubwürdigkeit der gesamten Branche. Solche Zertifikate schaden nicht nur der Umwelt, sondern auch den Unternehmen, die ernsthaft nachhaltige Maßnahmen umsetzen.

Um Greenwashing in der MICE- und Eventbranche künftig zu verhindern, spielt die Green Claims Directive der Europäischen Union eine entscheidende Rolle. Diese Richtlinie fordert klare und überprüfbare Standards für umweltbezogene Aussagen und setzt neue Maßstäbe für Green Labels und Zertifizierungen:

- **Nachweispflicht:** Unternehmen müssen ihre Umweltaussagen mit belastbaren Daten und konkreten Maßnahmen untermauern. Zertifizierungen sollten auf objektiven und messbaren Kriterien basieren.

- **Unabhängige Überprüfung:** Zertifizierungen müssen durch akkreditierte Prüfstellen erfolgen, die die Nachhaltigkeitsleistung regelmäßig auditieren und bewerten.
- **Transparenz:** Umweltkennzeichnungssysteme müssen stabil, nachvollziehbar und verlässlich sein. Unternehmen müssen offenlegen, welche Standards hinter dem Zertifikat stehen und wie die Zertifizierung geprüft wurde.



Jürgen May (Foto: 2bdifferent)

- **Konsequenzen bei Nichteinhaltung:** Es drohen strenge Sanktionen wie Geldstrafen bis zu 4 % des Jahresumsatzes, Beschlagnahmung von Einnahmen aus Greenwashing-Transaktionen und sogar der Ausschluss von öffentlichen Aufträgen oder Finanzierungen.

Um sich langfristig als nachhaltiger Anbieter in der MICE- und Eventbranche zu positionieren, sollten Unternehmen verstärkt auf Zertifizierungen setzen, die strengen Prüfungen standhalten und vollständig transparent sind. So

wird nicht nur Greenwashing vermieden, sondern auch das Vertrauen der Kunden in nachhaltige Veranstaltungen gestärkt.

BlachReport: Welche Nachhaltigkeitszertifizierungen sind im nationalen und internationalen Business überhaupt anerkannt?

Jürgen May: In der MICE- und Eventbranche gibt es eine Vielzahl an anerkannten Nachhaltigkeitszertifizierungen, die unterschiedliche

Schwerpunkte abdecken – von Umweltmanagement über soziale Verantwortung bis hin zur Energieeffizienz. Hier sind die wichtigsten Zertifizierungen mit kurzer Beschreibung:

GANZHEITLICHE ZERTIFIZIERUNGEN:

- **ISO 20121:** Internationaler Standard für nachhaltiges Eventmanagement mit umfassender Abdeckung aller Nachhaltigkeitsdimensionen (Ökologie, Soziales, Wirtschaft). Ideal für Veranstalter, Locations und Dienstleister in der MICE- und Eventbranche.

- **Green Globe:** International anerkannt, besonders im Tourismus- und Eventsektor. Bewertet Umweltmanagement, soziale Verantwortung und wirtschaftliche Nachhaltigkeit.
- **ZNU-Standard Nachhaltiger Wirtschaften:** Zertifizierung des Zentrums für Nachhaltige Unternehmensführung (ZNU). Deckt ökologische, soziale und ökonomische Nachhaltigkeit ab und bietet praxisnahe Ansätze.
- **Ecovadis:** Bietet eine umfassende Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung von Unternehmen. Besonders relevant für Lieferkettenmanagement, da viele große Unternehmen Ecovadis nutzen, um die Nachhaltigkeit ihrer Partner zu bewerten. Eine gute EcoVadis-Bewertung stärkt die Glaubwürdigkeit und bietet einen Wettbewerbsvorteil bei Ausschreibungen und öffentlichen Aufträgen.
- **Green Events Austria** verlangt die Einhaltung strenger ökologischer und sozialer Kriterien. Sie sind besonders in der MICE- und Eventbranche anerkannt und umfassen alle Arten von Veranstaltungen, von Kongressen, Tagungen und Festivals bis hin zu Sportevents und Gemeindeveranstaltungen.
- **Swisstainable** ist eine Initiative von Schweiz Tourismus, die die Schweiz als nachhaltiges Reiseziel positioniert und sich gezielt an die MICE- und Eventbranche richtet. Sie fördert umweltfreundliche Praktiken bei Veranstaltungen, unterstützt die Nutzung regionaler Ressourcen sowie die Zusammenarbeit mit lokalen Partnern.

UMWELT- UND ENERGIEMANAGEMENT:

- **ISO 14001:** Bietet einen internationalen Standard für Umweltmanagementsysteme. Unterstützt Unternehmen dabei, ihre Umweltleistung kontinuierlich zu verbessern und gesetzliche Anforderungen zu erfüllen.
- **EMAS (Eco-Management and Audit Scheme):** Vor allem in Europa etabliert, legt es Wert auf Umweltmanagement und Transparenz.
- **ISO 50001:** Konzentriert sich auf Energiemanagementsysteme. Hilft Veranstaltungsorten und Dienstleistern, Energieverbräuche zu optimieren und CO₂-Emissionen zu reduzieren.
- **Ökoprofit:** Ein Programm, das Unternehmen unterstützt, Kosten durch ökologische Maßnahmen zu senken. Besonders für kleinere Unternehmen und Eventlocations geeignet, die ihre Betriebskosten und Umweltbelastung reduzieren möchten.
- **Blauer Engel:** Umweltzeichen in Deutschland für besonders umweltschonende Produkte und Dienstleistungen. Eignet sich für Eventlocations, die hohe Umweltstandards umsetzen, insbesondere bei Ressourcenschonung und Energieeffizienz.

SOZIALE VERANTWORTUNG UND NACHHALTIGKEIT:

- **ISO 26000:** Richtlinie für gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen (Corporate Social Responsibility, CSR). Keine klassische Zertifizierung, sondern eine Leitlinie zur Integration sozialer Verantwortung in Geschäftsprozesse.
- **ISO 45001:** Internationaler Standard für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutzmanagement. Relevant für Veranstalter und Locations, die hohe Sicherheitsstandards für Mitarbeiter und Gäste gewährleisten wollen.

REGIONALE ZERTIFIZIERUNGEN:

- **Sustainable Meetings Berlin:** Regionales Zertifikat speziell für die Berliner MICE- und Eventbranche. Bewertet 62 Nachhaltigkeitskriterien und hilft Unternehmen, ihre Veranstaltungen nachhaltig zu planen.

ZERTIFIZIERUNGEN FÜR HOTELS, LOCATIONS UND CATERING:

- **GreenSign:** Zertifizierung für Hotels, Büros, Gastronomie und Wellnessbereiche. Besonders relevant für Hotels und Cateringunternehmen, die in der MICE- und Eventbranche tätig sind.
- **GreenSign Events:** Fokussiert sich auf die nachhaltige Organisation von Veranstaltungen wie Kongressen, Tagungen und Seminaren. Bietet praxisnahe Leitfäden zur Umsetzung klimafreundlicher Maßnahmen in allen Veranstaltungsbereichen.
- **Certified Green Hotel:** Bewertet Nachhaltigkeitsmaßnahmen in Hotels, inklusive CO₂-Bilanzierung und sozialer Verantwortung. Optimal für Übernachtungsmöglichkeiten bei MICE-Veranstaltungen.
- **Certified Event Location:** Speziell für nachhaltige Veranstaltungsorte. Bewertet werden Energieeffizienz, Abfallmanagement und die Einbindung regionaler Dienstleister.
- **GreenSign Gastro:** Der GreenSign Gastro Katalog umfasst über 100 Kriterien und bewertet unter anderem Cateringbetriebe in den Bereichen nachhaltige Beschaffung, Abfallvermeidung, Einsatz regionaler Produkte etc.
- **DGNB-Zertifizierung (Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen):** Diese Zertifizierung ist besonders für Locations interessant. Sie bewertet Gebäude und Veranstaltungsorte nach Nachhaltigkeitskriterien wie Energieeffizienz, Ressourcenschonung und dem sozialen Umfeld.

CO₂-MANAGEMENT UND KLIMASCHUTZ:

- **Climate Neutral Event** von myclimate: Berechnung und Kompensation des CO₂-Fuß-

abdrucks von Veranstaltungen. Unterstützt Veranstalter bei der Umsetzung klimaneutraler Events.

- **atmosfair CO₂-Rechner:** Hilft bei der Emissionsberechnung, insbesondere bei Anreise, Transport und Logistik.
- **2bdifferent:** Gewerkspezifische CO₂-Bilanzierung: Bietet maßgeschneiderte CO₂-Bilanzen für alle Gewerke der MICE- und Eventbranche, einschließlich Mobilität, Logistik, Standbau, Catering, Übernachtungen und Abfallmanagement.

BlachReport: Gibt es so etwas wie den „Gold-Standard“ bei Nachhaltigkeitszertifizierungen und manifestiert sich das auch im Preis?

Jürgen May: Ja, die ISO 20121 gilt in der Eventbranche oft als „Gold-Standard“, da sie international anerkannt und sehr umfassend ist. Auch EMAS und DGNB genießen einen sehr hohen Stellenwert, insbesondere in Europa. Diese Zertifizierungen sind oft mit höheren Kosten verbunden, da sie tiefgehende Audits, regelmäßige Überprüfungen und umfangreiche Dokumentationen erfordern. Der Preis ist jedoch gerechtfertigt, da Unternehmen damit eine hohe Glaubwürdigkeit und Marktakzeptanz erreichen.

BlachReport: Wie lässt sich die Wertigkeit einer Nachhaltigkeitszertifizierung überprüfen?

Jürgen May: Um die Wertigkeit zu überprüfen, helfen folgende Kriterien:

- **Transparenz:** Sind die Kriterien und Bewertungsprozesse öffentlich einsehbar?
- **Unabhängigkeit:** Werden die Zertifikate von unabhängigen Stellen vergeben?
- **Regelmäßigkeit:** Gibt es wiederkehrende Audits und Prüfungen?
- **Umfang:** Deckt die Zertifizierung alle drei Nachhaltigkeitsdimensionen (Ökologie, Soziales, Wirtschaft) ab?
- **Glaubwürdigkeit:** Wird die Zertifizierung von anerkannten Branchenverbänden oder Institutionen unterstützt?

BlachReport: Welche Empfehlung für eine Nachhaltigkeitszertifizierung können Sie den Unternehmen in der MICE-Branche geben?

Jürgen May: Wir unterscheiden grundsätzlich zwischen einem Managementsystem und einer Zertifizierung. Die Wahl zwischen beiden Ansätzen hängt maßgeblich davon ab, ob ein Unternehmen oder Veranstalter auf langfristige Prozessverbesserung oder auf die Erfüllung spezifischer Nachhaltigkeitskriterien abzielt. Managementsysteme, wie beispielsweise ISO 20121:2024, bieten Unternehmen die

Möglichkeit, Nachhaltigkeit strategisch und prozessbasiert in ihre Geschäftsabläufe zu integrieren. Sie zeichnen sich durch Flexibilität und Prozessoptimierung aus und unterstützen durch den kontinuierlichen Verbesserungsprozess, Nachhaltigkeit als integralen Bestandteil der Unternehmensstrategie zu verankern.

Ebenso ist EMAS ein strukturiertes System, um Umweltleistungen kontinuierlich zu verbessern. Es kombiniert die Vorteile eines Managementsystems (ähnlich wie ISO 14001) mit erweiterten Anforderungen an Transparenz und Rechtskonformität. EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) kann auch in der Eventbranche eingesetzt werden, insbesondere wenn es darum geht, die Umweltleistung von Veranstaltungen systematisch zu verbessern und nachhaltige Prozesse zu etablieren. Während EMAS primär als Umweltmanagementsystem für Unternehmen und Organisationen bekannt ist, eignet es sich auch für spezifische Projekte wie Events, Messen, Kongresse und Festivals.

Im Gegensatz dazu bieten Zertifizierungen wie Green Globe, GreenSign, Certified Hotel und Sustainable Meetings Berlin eine sicht-



Nachhaltigkeitslabels: Diese Zusammenstellung erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit, da es eine Vielzahl weiterer Nachhaltigkeitslabels gibt. Die Auswahl konzentriert sich auf Zertifizierungen und Labels, die speziell für die MICE- und Eventbranche relevant und nutzbar sind (Illustration: 2bdifferent)

bare und marktfähige Nachhaltigkeitsauszeichnung. Sie basieren auf der Erfüllung klar definierter Standards und ermöglichen Unternehmen eine schnelle und spezifische Nachhaltigkeitsbewertung. Diese Zertifikate sind

ideal für Betriebe, die durch konkrete Nachhaltigkeitsnachweise ihre Marktposition stärken möchten.

BlachReport: Vielen Dank.

UFI legt neues Global Exhibition Barometer vor

Flaggschiff-Bericht

UFI, der Weltverband der Messebranche, hat die 34. Ausgabe seines Flaggschiff-Berichts Global Exhibition Barometer veröffentlicht. Die Ergebnisse zeigen laut UFI, dass die Messebranche in den Jahren 2024 und 2025 ihre weltweiten Umsätze weiter steigern wird, und zwar um jeweils 16 beziehungsweise 18 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Weltweit erklären 46 Prozent der Branchenunternehmen, dass sie planen, ihre Belegschaft in den kommenden sechs Monaten aufzustocken, während weitere 51 Prozent erklären, dass sie die derzeitige Mitarbeiterzahl stabil halten wollen. „Globale wirtschaftliche Entwicklungen“ ist mit 20 Prozent der Antworten das wichtigste mittelfristige Thema, gefolgt von „Geopolitischen Herausforderungen“ und „Nachhaltigkeit/Klima“ mit jeweils 15 Prozent. Es besteht ein klarer Konsens darüber, dass die Branche KI nutzt, was 92 Prozent der Unternehmen angeben. Zum ersten Mal seit Einführung dieser Frage vor einem Jahr gibt eine Mehrheit der Unternehmen an, dass sie diese Technologie bereits in den Funktionen „Vertrieb, Marketing und Kundenbeziehungen“ einsetzen.

„Die Barometer-Studie von UFI liefert seit 18 Jahren vergleichbare Benchmarking-Ergebnisse zu Schlüsselkennzahlen, und diese neue Ausgabe zeigt positive Indikatoren für das kommende Jahr in allen Märkten, was ermutigend ist. Gleichzeitig zeigt sie jedoch eine gewisse Unsicherheit in Bezug auf das wirtschaftliche Umfeld und die geopolitischen Herausforderungen, was zeigt, dass wir in einer sich ständig verändernden Welt agieren“, kommentiert Chris Skeith OBE, Managing Director und CEO der UFI.

Die neue Ausgabe des halbjährlichen Branchenberichts wurde im Januar 2025 abgeschlossen und enthält Daten von 390 Unternehmen in 56 Ländern und Regionen. Die Studie enthält auch Prognosen und Analysen für 19 Fokusländer und -regionen

Weltweit hat sich das Betriebsniveau im zweiten Halbjahr 2024 bei sechs von zehn Unternehmen im Vergleich zum Vorjahr erhöht. Dieser Trend soll sich im kommenden Jahr fortsetzen, wobei im Durchschnitt ein Prozentsatz der Unternehmen, die eine erhöhte Aktivität melden, von 71 Prozent in Nordamerika, 62 Prozent in Mittel- und Südamerika sowie im

Nahen Osten und Afrika bis hin zu 60 Prozent in Europa und 42 Prozent im asiatisch-pazifischen Raum reicht. In Bezug auf die vermieteten Flächen zeigen die Ergebnisse für 2024 einen globalen Anstieg von neun Prozent im Vergleich zu 2019, allerdings mit erheblichen Abweichungen auf Länderebene, insbesondere für einige der wichtigsten globalen Märkte: Deutschland weist hier eine Minderung von zwölf Prozent auf.

Die Umsätze stiegen im Jahr 2024 durchschnittlich um 16 Prozent, und dieser Trend soll sich nach Ansicht der UFI fortsetzen. Im Jahr 2025 sollen die Umsätze voraussichtlich erneut um durchschnittlich 18 Prozent gegenüber dem Vorjahr steigen. Diese allgemeinen Trends variieren allerdings von Land zu Land. Die Werte folgen ähnlich positiven Werten, die vor sechs Monaten gemessen wurden.

Im Einklang mit dem Ziel der UFI, der gesamten Messebranche wichtige Daten und Best Practices zur Verfügung zu stellen, können die vollständigen Ergebnisse unter www.ufi.org/research heruntergeladen werden.

Die nächste UFI Global Exhibition Barometer-Umfrage wird im Juni 2025 durchgeführt.



Dr. Jan Wabst (Foto: Seiwo Technik)

Seiwo Sanierung kurz vor erfolgreichem Abschluss

Einstieg von Bruns B.V. geplant

Rund zwei Jahre nach dem Insolvenzantrag hat Seiwo Technik mit der Einreichung des Insolvenzplans und dem geplanten Einstieg eines niederländischen Gesellschafters weitere wichtige Meilensteine auf dem Weg zur Beendigung des Insolvenzverfahrens erreicht. Die Sanierung des Spezialisten für Ausstellungs- und, der in der Branche und der Region als Seiwo bekannt ist, steht damit kurz vor dem erfolgreichen Abschluss.

„Es freut uns, dass wir nun den nächsten großen Schritt gemacht haben, um das Unternehmen und die rund 40 Arbeitsplätze an den Standorten Scharfenstein und Hohenstein-Ernstthal zu erhalten. Auch wenn bis zum Ziel noch ein Stück Weg vor uns liegt, wissen

wir, wie wir es erreichen, und das Unternehmen und die hochqualifizierten Mitarbeitenden können nun positiv in die Zukunft schauen“, sagen Dr. Dirk Herzig von Schultze & Braun und Dr. Jan Wabst, der Geschäftsführer von Seiwo.

Der neue Gesellschafter von Seiwo, die Bruns B.V. aus dem niederländischen Bergejik nahe Eindhoven, beschäftigt 140 Mitarbeitende und ist weltweit für die Ausstattung zahlreicher Museen, Science Center und Brand Shops verantwortlich. „Beide Unternehmen ergänzen sich beim Know-how sowie den planerischen und produktiven Kapazitäten“, so Dr. Jan Wabst.

Mit Vergrößerung des Gesellschafterkreises kann Seiwo nicht nur saniert werden, sondern

seine Geschäftsaktivitäten auch auf eine neue Stufe heben. Es ist geplant, dass die Gläubiger noch im Frühjahr über den Insolvenzplan abstimmen. Ihre Zustimmung und die Bestätigung des Gerichts vorausgesetzt, könnte das Insolvenzverfahren dann bis Mai 2025 abgeschlossen werden.

Sanierer Herzig und Geschäftsführer Wabst konnten den Geschäftsbetrieb seit Beginn des Verfahrens im Januar 2023 nicht nur ohne Einschränkungen aufrechterhalten, sondern während des Verfahrens Sanierungsmaßnahmen umsetzen und Kundenaufträge realisieren. Seiwo ist mit seinen rund 40 Mitarbeitenden spezialisiert auf das interdisziplinäre Zusammenspiel verschiedener Techniken.

Forum Veranstaltungswirtschaft lädt zum 13. Branchendialog

Online-Meeting

Das Forum Veranstaltungswirtschaft, die Allianz von sieben Branchenverbänden, lädt zu seinem 13. Branchendialog am 13. März 2025 ein, dem ersten in diesem Jahr. Thematisch im Mittelpunkt sollen die politische Entwicklung Deutschlands nach der Bundestagswahl und die direkten Auswirkungen auf die Veranstaltungswirtschaft stehen. Alle Interessierten der Branche, einschließlich Presse und Politik, können an dem Online-Meeting teilnehmen.

Eingeladen ist der SPD-Politiker Daniel Schneider: Er ist seit 2021 unter anderem stellvertretender kultur- und medienpolitischer Sprecher der SPD-Fraktion im Bundestag, ordentliches Mitglied im Ausschuss für Kultur und Medien sowie im Ausschuss für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz. Vor seiner politischen Karriere war

er viele Jahre Gründer und Geschäftsführer des Deichbrand Festivals.

Als Kenner des politischen Berlins will Daniel Schneider beim 13. Branchendialog mit Blick auf die Veranstaltungswirtschaft eine politische Bilanz der 20. Wahlperiode aus persönlicher Sicht ziehen. Die Experten diskutieren im Panel außerdem die aktuelle Situation der Branche und wagen einen gemeinsamen Ausblick auf künftige Herausforderungen der politischen Lobbyarbeit in der 21. Wahlperiode.

Für die jeweiligen Verbände sprechen beim Branchentalk auf der Bühne:

Johannes Everke – Geschäftsführer Bundesverband der Konzert- und Veranstaltungswirtschaft (BDKV), Henning Könicke – Geschäftsführender Vorstandsvorsitzender Fachverband

Messen und Ausstellungen (FAMA), Christian Ordon – Geschäftsführer der LiveMusikKommission (LiveKomm), Marcus Pohl – 1. Vorsitzender Interessengemeinschaft der selbständigen Dienstleister in der Veranstaltungsbranche (isdv), Linda Residovic – Geschäftsführerin Verband für Medien- und Veranstaltungstechnik (VPLT), Björn Sängler – Geschäftsführer Verband der Veranstaltungsorganisatoren (VDVO), René Tümler – Geschäftsführer Europäischer Verband der Veranstaltungszentren (EVVC)

Der Branchendialog Nr. 13 des Forum Veranstaltungswirtschaft findet mit dem Schwerpunktthema „Perspektiven für die Veranstaltungswirtschaft nach der Bundestagswahl“ am Donnerstag, den 13. März 2025 von 15 bis 16.30 Uhr statt.



Petra Lammers (Foto: onto[story])

Warum aus onliveline onliveline.next und onto[story] wurde

Petra Lammers, Yuuki und der Story Driven Transformation Process

ONLIVELINE VON PETRA LAMMERS UND NORWIN KANDERA ZÄHLTE JAHRELANG ZU DEN KREATIVSTEN AGENTUREN IN DER LIVE-KOMMUNIKATION UND RÄUMTE MIT IHREN PROJEKTEN BEI VIELEN NATIONALEN UND INTERNATIONALEN AWARDS AB. ENDE LETZTEN JAHRES ERFOLGTE DANN DIE TRENNUNG VON LAMMERS UND KANDERA. WIR WOLLTEN WISSEN, WARUM? UND WIE DIE STORY NUN WEITERGEHT?

BlachReport: onliveline ‚classic‘ gibt es nicht mehr. Warum? Und gibt es weiterhin eine Zusammenarbeit mit Norwin Kandra?

Petra Lammers: Ja, onliveline gibt es in dieser Form nicht mehr. Wir haben die Firma aufgeteilt: Norwin Kandra arbeitet unter onliveline.next mit Fokus auf Positionierung und VR als Produkt. Ich konzentriere mich mit onto[story] auf Transformation und strategisches und collaboratives Storytelling. Wir arbeiten weiterhin zusammen, wo es sinnvoll ist, und der Austausch bleibt freundschaftlich.

BlachReport: Wie haben die bisherigen Auftraggeber auf die Veränderung reagiert?

Petra Lammers: Für unsere Kunden hat sich kaum etwas geändert, da sie ohnehin eher mit jeweils einem von uns beiden verbunden waren. Auch intern war der Split recht einfach – die Zusammenarbeit bleibt eng, und die Kunden haben uns weiterhin ihr Vertrauen geschenkt.

BlachReport: Sind die Mitarbeiter weiter an Bord?

Petra Lammers: Ja, alle sind geblieben. Es war eine faire Aufteilung, die weitgehend den bisherigen Projektzuordnungen entsprach. Zwei Mitarbeiter haben sich noch einmal neu orientiert, aber insgesamt war die Trennung sehr harmonisch.

BlachReport: Was macht onto[story]? Welche Leistungen bietet ihr an?

Petra Lammers: Unser Kern ist der Story Driven Transformation Process. Unternehmen haben oft Strategien, die sie kommunizieren, aber die

Team
(Foto: onto[story])

Umsetzung bei den Mitarbeitern bleibt aus. Wir nutzen kollaboratives Storytelling, um diese Strategien erlebbar zu machen.

Der Prozess beginnt mit der Definition eines ‚Nordsterns‘ als Synonym für eine Orientierung, die den Weg weisen kann. Anschließend entwickeln wir Formate, die Mitarbeiter aktivieren und involvieren. Ergänzt wird das durch eine Value Data Analysis, die Daten und Feedback auswertet und das Storytelling entsprechend anpasst.

BlachReport: Was bedeutet Story Driven Transformation konkret? Und wie nutzt ihr datengetriebene Analysen?

Petra Lammers: Ich komme aus der Theaterdramaturgie. Dort analysieren wir Material, verdichten es zu einer Story und bringen es in eine klare Struktur. Genau diesen Ansatz übertragen wir auf Transformationsprozesse in Unternehmen. Veränderung wird nicht nur kommuniziert, sondern in einem narrativen Prozess schrittweise umgesetzt und erlebt.

Daten helfen uns dabei. Wir messen, wie gut Inhalte verstanden werden, welche Begriffe häufig genutzt werden und wo es Widerstände gibt. Künftig setzen wir verstärkt KI-gestützte Analysen ein, um diese Prozesse zu optimieren.

BlachReport: Eventanalyse mit KI-Unterstützung ist gerade ein aktuelles Thema, das überall diskutiert wird. Ist das vergleichbar mit eurem Ansatz?

Petra Lammers: Ja, aber wir gehen darüber hinaus. Wir begleiten Kunden strategisch, nicht nur punktuell bei Veranstaltungen. Ein Beispiel: Wir coachen Redakteure auf einer internen Plattform eines Kunden, analysieren die Reichweite von Beiträgen und untersuchen semantische Zusammenhänge sowie strategische Implikationen.

Wir identifizieren, welche Begriffe mit der Unternehmensstrategie verknüpft werden und wie diese verstanden werden. Unsere Analysen gehen damit über klassische Sentiment-Analysen hinaus.

BlachReport: Kann jede Organisation diese Methode nutzen?

Petra Lammers: Grundsätzlich ja. Besonders in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten ist es entscheidend, dass Maßnahmen nachweisbar einen echten Effekt haben. Unsere Analyse zeigt nicht nur, ob eine Strategie erfolgreich ist, sondern auch, warum sie funktioniert oder nicht. Das hilft Unternehmen, gezielt nachzusteuern und ihre Transformation erfolgreich zu machen.

BlachReport: Ihr bewertet also auch die Wirkung von Events und Vorträgen?

Petra Lammers: Genau. Wir können zum Beispiel messen, ob eine Botschaft ankommt und – wenn es so ist – warum nicht. Dabei geht

es aber nicht nur um aufwändige technische Set-ups mit Gesichtsanalysen. Manchmal reicht ein Fragebogen, um ein valides Ergebnis zu erzielen. Das Kosten-Nutzen-Verhältnis ist immer ein entscheidender Faktor.

BlachReport: Was sind eure ersten Projekte bei onto[story]?

Petra Lammers: Wir haben die Kunden von onliveline nahtlos übernommen und starten direkt mit großen Projekten. Beispielsweise unterstützen wir einen großen Logistikkonzern bei seiner Tagung im März, die strategische Impulse setzen soll. Für einen Pharmakonzern arbeiten wir gerade an der digitalen Transformation und ihrem Jahresauftakt.

Parallel entwickeln wir digitale Formate weiter, darunter unsere 3D-KI-Charaktere. Wir setzen sie insbesondere bei der digitalen Transformation und KI-Coaching ein. Yuuki zum Beispiel arbeitet bei einem Pharmakonzern als Trainerin und Moderatorin.

BlachReport: Wie kann man sich Yuuki vorstellen?

Petra Lammers: Yuuki ist eine digitale 3D-Figur, die zweidimensional projiziert wird. Sie ist fester Bestandteil des Unternehmens, hat einen offiziellen Headcount im Organigramm und tritt in Meetings oder auf Events auf. Sie hilft, Silos aufzubrechen und die digitale Transformation erlebbar zu machen.

Durch die enge Verknüpfung mit KI ist Yuuki in der Lage, dynamisch zu interagieren und sich weiterzuentwickeln. Wir optimieren sie gerade, um ihre Wirkung weiter zu steigern.

BlachReport: Ist Yuuki ein exklusives onto[story]-Produkt?

Petra Lammers: Ja und nein. Yuuki ist fest bei Takeda als Mitarbeiterin integriert, kann aber auch als Speakerin auftreten. Wir haben mit Takeda eine Vereinbarung, dass sie außerhalb des Unternehmens aktiv sein darf, solange sie ihre interne Rolle beibehält.

BlachReport: Hat sich Yuuki strategisch entwickelt oder eine Eigendynamik entfaltet?

Petra Lammers: Beides. Sie wurde ursprünglich als Instrument für die digitale Transformation und Lernen entwickelt, war aber von Anfang an so offen gestaltet, dass sie sich weiterentwickeln konnte.

Mittlerweile tritt sie auf Kongressen, wie dem Change Congress vom Handelsblatt, auf, wird von Teams in Unternehmen aktiv genutzt und ist ein fester Bestandteil der Unternehmenskultur geworden. Das zeigt, wie starke Narrative Transformation beschleunigen können.

BlachReport: Vielen Dank für das Gespräch.



Peugeot Event im Dock 2 (Foto: Kaiserschote)

Kaiserschote Event Catering begleitete Event im Dock 2

Peugeot-Händlerconvention

Kaiserschote Event Catering begleitete den Automobilhersteller Peugeot bei der Händlerconvention am 21. Januar 2025 im Dock 2 in Köln. Der Automobilhersteller hatte dafür rund 250 Gäste zu einer Fachtagung eingeladen. Mit kreativer Kulinarik und interaktiven Erlebnissen begeisterte das Team der Kaiserschote die Gäste der Veranstaltung.

Dafür entwickelte das Kölner Catering-Unternehmen ein innovatives und energiegeladene kulinarische Konzept und setzte neue Maßstäbe für inspirierende Gästelerlebnisse bei der Händlertagung. Am Veranstaltungstag sorgte eine ausgewogene Zusammenstellung der Speisen dafür, dass die Gäste erfrischt und voller Energie aus der Mittagspause kamen. Wenig Fett, viele Kohlenhydrate und reichlich Eiweiß standen dabei im Fokus – die perfekte Balance für aktiven Austausch und nachhaltige Produktivität.

Dafür servierte das Team beispielsweise verschiedene Wrap-Variationen wie „Thai Beef“, „Ti-Malice“ und „Falafel“, kleine Hackfleischbällchen auf Rucola-Kartoffel-Salat mit gerös-

teten Sonnenblumenkernen und frisch geriebenem Parmesan sowie ein veganes Kräuter-Tabbouleh. Die beiden warmen Live-Angebote „Waldpilz-Spätzle-Bowl“ und „Provenzalische Kartoffel-Bowl“ rundeten das Konzept ab. Der vegane Obstsalat mit frisch geschnittenen und leicht aromatisierten Früchten der Saison sowie die zarterbe dunkle Mousse bildeten den süßen Abschluss des Lunch-Caterings. In der Kaffeepause setzte das Catering-Team besondere kulinarische Akzente mit herzhaft belegten Brioches und Laugenstangen sowie einem süßen Angebot aus Macarons, Cake-Pops, gefüllten Mini-Buttercroissants und gemischten Kuchenhäppchen vom Blech.

Der Abend bot weitere kulinarische Highlights für die Gäste von Peugeot. Unter dem Motto „Perspektivwechsel“ wurde das Speisenkonzept kreativ und interaktiv inszeniert und dabei „von oben gegrillt“ und das Eis „gekocht“.

Ein besonderes Highlight war das Live-Grillen von rohem Red Label Bio-Lachs, serviert auf einem leuchtenden Eisberg, der sowohl optisch als auch geschmacklich glänzte. Ein Koch schnitt

hauchdünne Scheiben für jeden Gast einzeln ab. Dieser entschied dann, ob er das Sashimi „sunny side up“ roh oder gegrillt mit einem der verschiedenen Toppings genießen möchte. Die Gäste waren von der Inszenierung und dem spielerischen Umgang mit dieser Kulinarik begeistert. Einen zusätzlichen Hauptgang „Vegan+*X“ bildete Sellerie in Salzkruste mit Cassis-Jus und geräucherten Beeren, dazu – optional für die Nicht-Veganer – Angus Beef, Roastbeef und butterzarte Ochsenschwanz mit Mais-Kartoffelstampf und frischen Kaiserschoten.

Ein weiteres Highlight des Abends war die spektakuläre Präsentation des Desserts: Mit Hilfe von flüssigem Stickstoff verwandelten sich Sahne und natürliche Aromen in Sekundenschnelle in köstliches Eis, das spektakulär brodelte und dampfte. Als Candy Shop lieferte das Team verschiedene Toppings für die Eiscreme, darunter M & M, Chocolate Chips, Krokant, Marshmallows, Nüsse und mehr. Ganache von Tainori, Beeren Trifle sowie Caramel & Salt Flower komplettierten das süße Angebot für die Abendveranstaltung der Händlertagung.

„How to . . .“ – Light up your master mit PRG in München

Workshop für Event-Inszenierung und Bühnenbeleuchtung

Die erfolgreiche „How To . . .“-Workshop-Serie geht in die nächste Runde: PRG präsentiert gemeinsam mit dem Showpalast München das Know-how zu Storytelling, Event-Inszenierung und Bühnentechnik. Im Fokus stehen drei inszenierte Event-Sets, die von den PRG-Beleuchtungsprofis live gestaltet werden – inklusive praxisnaher Erläuterung der Do's & Don'ts der Bühnenbeleuchtung, für die keine technischen Vorkenntnisse erforderlich sind. Der Workshop richtet sich an Eventmanager,

Veranstaltungsplaner und Marketingexperten, die ihr Wissen zur perfekten Bühneninszenierung vertiefen möchten.

Highlight des Abends ist eine Panel-Diskussion mit Viktoria und Heiner Lauterbach, die Einblicke in ihr Erfolgsformat „Meet Your Master“ und den Übergang vom digitalen Format zum Live-Event geben.

Ergänzt wird das Programm durch das Team der Event-Regisseure mit praxisnahen Beiträgen zu Storytelling, Event-Inszenierung und In-

teraktionen. Ann-Kathrin Schmidt, Malte Joergens und Peter Schaul teilen ihre Erfahrungen und geben Tipps zur Eventgestaltung. Durch den Abend führt der erfahrene Moderator Aljoscha Höhn, der für einen unterhaltsamen und informativen Ablauf sorgt.

Der Workshop findet am 25. März 2025 um 17 Uhr statt. Außer dem Licht-Workshop und den Talk-Runden bietet der Event einen exklusiven Blick hinter die Kulissen und Insights zur professionellen Bühnenbeleuchtung.

Vorschau auf die Prolight + Sound 2025

Frankfurter Branchentreff feiert 30. Geburtstag

DIE PROLIGHT + SOUND, INTERNATIONALE MESSE RUND UM EVENT- UND ENTERTAINMENT TECHNOLOGY IM HERZEN EUROPAS, RICHTET ZU IHREM RUNDEN GEBURTSTAG DEN BLICK RICHTUNG ZUKUNFT. VOM 8. BIS 11. APRIL 2025 LÄDT DIE FACHMESSE HERSTELLER, ENTSCHEIDER, TECHNIKER UND KREATIVE AUS ALLEN BEREICHEN DES SEKTORS ZUR JUBILÄUMSSHOW.

Basierend auf Gesprächen mit den Machern der Branche bietet die Messe drei Themenschwerpunkte. „ProGreen: Impulse für eine nachhaltigere Eventbranche“ will die neuesten Trends und Entwicklungen beleuchten, welche eine umweltfreundliche Ausrichtung und Gestaltung der Veranstaltungsindustrie vorantreiben. Der Schwerpunkt „FutureScapes: Erlebniswelten zwischen Immersion und KI“ widmet sich den Möglichkeiten, die immersive Technologien und Künstliche Intelligenz für die Kreation von Entertainment-Erlebnissen bieten. Im Fokus des Top-Themas „Multi-Tech: Flexibel und smart“ stehen neue Technologien und Konzepte sowie deren Einfluss auf die Eventbranche.

In der Open Air „Live Sound Arena“ können Besucher wie gewohnt professionelle PA-Anlagen unter Realbedingungen erleben. Auf der



Freigelände der Prolight + Sound (Foto: Messe Frankfurt Exhibition GmbH/Jochen Günther)

Silent Stage stellt die Firma InEar ihre integrierten Soundtechnologie-Lösungen vor. Das gemeinsam mit dem VDT umgesetzte ProAudio College bietet internationale Workshops und Seminare für Audio Professionals sowie den internerierten Branchennachwuchs im Live- und Studio-Bereich.

Die neue Special Area MusicOneX ist eine Weiterentwicklung des Performance + Pro-



Prolight + Sound als Hotspot für Technik-Innovationen (Foto: Robin Kirchner)

duction Hub und entsteht in Zusammenarbeit mit dem Sample Music Festival (SMF). In Kooperation mit Herstellern, Innovatoren sowie Bildungs- und Kulturinstitutionen stellt das Areal auf über 3.000 qm kreative und technologische Aspekte der Musikschöpfung in den Mittelpunkt. Im Pro-Lighting Bereich liegen Schwerpunkte in diesem Jahr auf nachhaltigen und energieeffizienten Lösungen sowie der Integration von Künstlicher Intelligenz in moderne Lichttechnik. Die „Women in Lighting Lounge“ dient als zentraler Meeting Spot für weibliche Professionals sowie interessierte Neueinsteigerinnen. Der Image Creation Hub wird erneut in Kooperation mit dem Bundesverband der Fernsehkameralentechnik e.V. (BVFK) realisiert. Der Hotspot für Bild- und Videotechnik bietet dabei eine erweiterte Studiofläche, eine Videowall und fachspezifische Workshops.

Mit dem Top-Thema „ProGreen“ möchte die Prolight + Sound 2025 dem wachsenden Bewusstsein der Branche für ökologische Verantwortung Rechnung tragen. Die Themen Nachhaltigkeit, Energieeffizienz und Green Events sollen stärker in den Mittelpunkt gerückt werden, unter anderem in dem Keynote-Pro-

gramm auf der Main Stage. Mit den „Green Sessions“ will der EVVC Impulse für eine grünere Eventindustrie setzen. Im Bereich Nachwuchsförderung und Recruiting ist erneut das Future Hub in Halle 11 Dreh- und Angelpunkt. Auf dem Campus des Areals informieren Bildungseinrichtungen über Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten im Veranstaltungssektor. Im Career Center können Besucher direkt vor Ort mit Unternehmen in Kontakt treten, die offene Stellen zu besetzen haben. Am Future Talents Day am Freitag haben junge Nachwuchskräfte die Möglichkeit, sich über die Karrierevielfalt in der Veranstaltungswirtschaft zu informieren und zu vernetzen.

In Kooperation mit dem VPLT findet die Prolight + Sound Conference an allen Messtagen statt. Das fachliche Rahmenprogramm wird im Jubiläumsjahr weiter ausgebaut und spezialisiert. Im Rahmen der Prolight + Sound Colleges (ProAudio College, Camera College, Theatre College) hat die Veranstaltung bilinguale Seminare und Workshops zu einer Vielzahl aktueller Branchenthemen im Angebot. Erstmals werden zudem Profis und Newcomer aus der Event- und Veranstaltungsbranche Vorträge zu eigenen Fachthemen halten.



Dr. Tobias Franke



Michael Tschakert

PwC und Live Matters haben Kooperation beschlossen

Crowd Management und Sentiment-Analytics-Technologie

IN KOOPERATION MIT PWC BIETET LIVEMATTERS NUN AUCH AI-BASIERTES CROWD MANAGEMENT AN – INSBESONDERE IN KOMBINATION VON SENTIMENT-, FLOW- UND CROWD MANAGEMENT. WIR HABEN DAZU MICHAEL TSCHAKERT VON LIVE MATTERS UND DR. TOBIAS FRANKE VON PWC BEFRAGT. DAS INTERVIEW FAND PER VIDEOCALL STATT.

BlachReport: Warum haben PwC und Live Matters eine Partnerschaft geschlossen und wie ist die Idee dazu entstanden?

Michael Tschakert: Die Entstehung unserer Partnerschaft war ein logischer Schritt. Mit knw. bieten wir bei Live Matters eine Lösung zur Sentiment- und Flow-Analyse an. Im Zuge der Markteinführung haben wir uns intensiv mit Markt- und Wettbewerbsanalysen befasst und dabei eine aufschlussreiche Studie von PwC entdeckt. Diese Untersuchung befasste sich mit Crowd Management – einem Thema, das perfekt zu unserem Ansatz passt. So kamen wir mit Dr. Tobias Franke und seinem Team ins Gespräch und erkannten schnell das enorme Potenzial einer Zusammenarbeit. Gemeinsam haben wir untersucht, wie wir unsere Technologien sinnvoll kombinieren können, um innovative Lösungen mit echtem Mehrwert für unsere Kunden zu schaffen.

Dr. Tobias Franke: Unser Ziel ist es, die jeweiligen Stärken unserer Unternehmen und Produkte zu vereinen und eine integrierte Lösung zu entwickeln, die es in dieser Form bislang nicht gibt.

BlachReport: Welche Inhalte umfasst die Partnerschaft und wie sind die Aufgaben verteilt?

Dr. Tobias Franke: Wir haben unsere Zusammenarbeit in zwei Analyseebenen unterteilt: Live Matters fokussiert sich auf die Mikroebene, während PwC die Makroperspektive übernimmt.

Michael Tschakert: Genau. Unsere Lösungen ergänzen sich ideal. PwC analysiert das Gesamtbild durch intelligentes Crowd Management, während wir mit knw. das Verhalten der Besucher an spezifischen Punkten messen – sei es in einer Event-Location, einem Outdoor-Bereich oder an einem bestimmten Point of Interest. Wir erfassen nicht nur Besucherzahlen, sondern auch deren Interaktionen mit Produkten und Inhalten sowie deren Aufmerksamkeitsspanne. Unsere Sentiment-Analytics-Technologie kommt bereits bei Corporate Events zum Einsatz und wurde nun gemeinsam mit PwC auf weitere Veranstaltungsformate ausgeweitet.

Dr. Tobias Franke: PwC betrachtet hingegen die großflächige Bewegung der Menschenmengen – von der An- und Abreise über die Nutzung verschiedener Verkehrsmittel bis hin zur Besucherstromanalyse auf Veranstaltungsgeländen. So lassen sich Engstellen erkennen, Personalressourcen effizienter einsetzen und wertvolle Engagement-Daten erheben. Diese ermöglichen anonymisierte Profile von Besucherinteressen, die beispielsweise Sponsoren wertvolle Einblicke geben. Zusätzlich integrieren wir IoT-Sensorik in unsere Plattform, um mithilfe von Drehkreuzen, Kameras sowie Geräusch- und Umweltsensoren einen digitalen Zwil-

ling der Umgebung zu erstellen. Dadurch können Besucherströme in Echtzeit gesteuert und gezielte Informationen platziert werden, etwa um Menschen von überfüllten Eingängen zu weniger frequentierten Bereichen zu lenken.

BlachReport: Wie erfolgt die Zusammenarbeit mit den Kunden?

Michael Tschakert: Jeder Kunde hat individuelle Anforderungen – daher gibt es keine Standardlösung. Der Mehrwert unserer Partnerschaft liegt in der interdisziplinären Kombination unserer Expertisen. Gemeinsam analysieren wir die spezifischen Bedarfe unserer Kunden und entwickeln maßgeschneiderte Lösungen. Dabei agieren wir praxisnah und flexibel.

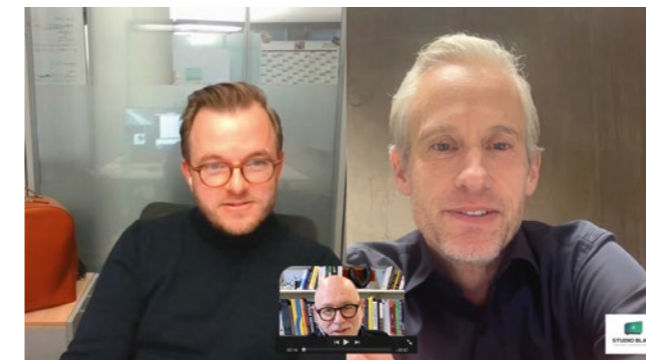
BlachReport: Bieten PwC und Live Matters das gleiche Produkt an oder sind die Lösungen kundenspezifisch anpassbar?

Dr. Tobias Franke: Unsere Plattform ist modular aufgebaut, sodass Kunden gezielt die Komponenten auswählen können, die ihren Anforderungen entsprechen. Sie zahlen nur für das, was sie wirklich nutzen.

Michael Tschakert: Genau, diese Modularität ermöglicht es uns, hochspezifische Lösungen anzubieten, die einen echten Mehrwert schaffen.

BlachReport: Wer sind die Hauptzielgruppen?

Michael Tschakert: Unsere primären Zielgruppen sind Stadion- und Arenabetreiber, Festivalveranstalter sowie Messgesellschaften – also Organisatoren von Großveranstaltungen. Innerhalb dieser Segmente ergeben sich individuelle Anwendungsfälle, etwa im Bereich Sicherheit oder zur Optimierung des Besuchererlebnisses.



Remote-Interview mit Dr. Tobias Franke und Michael Tschakert (Screenshot: BlachReport)

BlachReport: Wie erfolgt die technische Umsetzung?

Michael Tschakert: Unsere Plattform ist technologieoffen und mit zahlreichen Schnittstellen kompatibel. Ob Sensoren, QR-Codes oder Kamerasysteme – wir können nahezu jede relevante Datenquelle integrieren und die gesammelten Informationen für Analysen aufbereiten.

Dr. Tobias Franke: Häufig erfolgt die Integration über eine Smartphone-App, beispielsweise bei Fußballvereinen. Der Entwicklungsaufwand ist gering, da unsere Software nahtlos in bestehende Systeme eingebunden wird. Auch zusätzliche Hardware wie Drehkreuze oder Sensoren kann problemlos integriert werden.

BlachReport: Wie werden die Daten analysiert und aufbereitet?

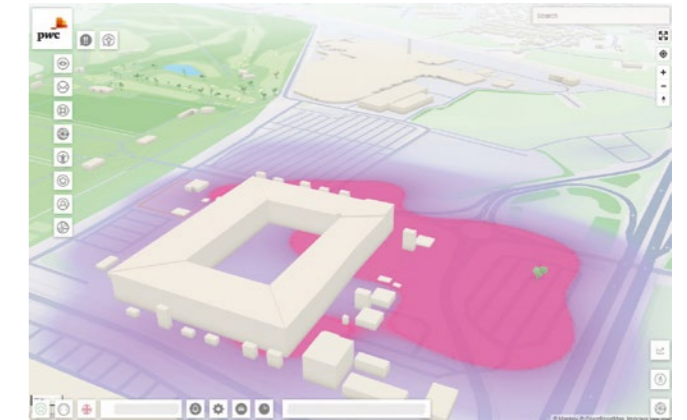
Dr. Tobias Franke: Unsere Dashboards sind intuitiv gestaltet und visualisieren Besucherströme in klassischen Diagrammen oder interaktiven 3D-Karten. Zudem erkennt künstliche Intelligenz Auffälligkeiten und gibt proaktive Handlungsempfehlungen.

Michael Tschakert: Unser Ziel ist es, die Analyse so einfach wie möglich zu gestalten, damit unsere Kunden schnell fundierte Entscheidungen

treffen können. Zusätzlich bieten wir Beratungsleistungen an, um die gewonnenen Erkenntnisse optimal zu nutzen.

BlachReport: Wer bringt die fachliche Kompetenz für Handlungsempfehlungen ein?

Michael Tschakert: Hierbei kommt es auf den konkreten Anwendungsfall an. Bei Echtzeitszenarien können sofort Maßnahmen ergriffen werden, etwa zur Steuerung von Besucherströmen. Bei Messeauftritten oder



Crowd Management Besucherstromanalyse (Illustration: PwC)

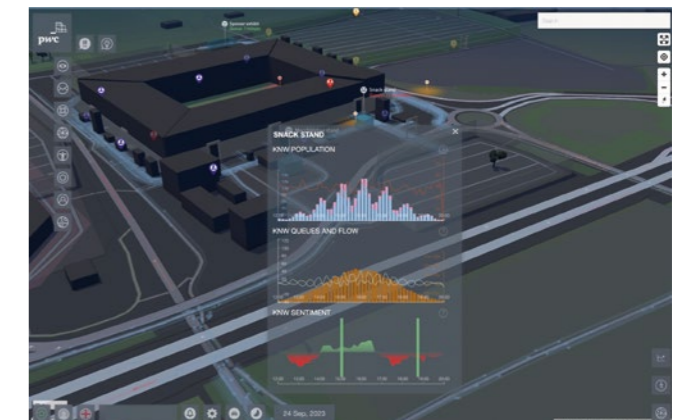
Corporate Events analysieren wir das Verhalten der Gäste und bewerten, ob die geplante Customer Journey wie vorgesehen funktioniert hat. Unsere Daten bieten eine objektive Entscheidungsgrundlage, frei von subjektiven Einschätzungen.

Dr. Tobias Franke: Bei PwC verfügen wir über ein breites Netzwerk an Experten, die Kunden bei der Analyse und Strategieentwicklung unterstützen. Mit tausenden Spezialisten in Deutschland können wir für nahezu jede Fragestellung die passende Expertise bereitstellen.

BlachReport: Gibt es bereits erste Kunden für die gemeinsame Lösung?

Dr. Tobias Franke: Unsere Partnerschaft besteht seit Oktober 2024, und wir haben bereits erste konkrete Gespräche mit Stadionbetreibern, Messgesellschaften und Fußballvereinen geführt. Aktuell konzentrieren wir uns auf den deutschen Markt, planen aber mittelfristig eine internationale Expansion.

BlachReport: Vielen Dank für das Gespräch.



Sentiment Analysen (Screenshot: PwC)

jobs + karriere

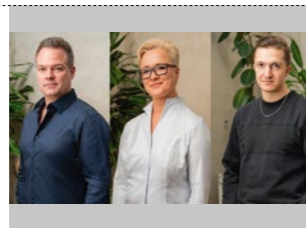
_ *Gbtec*, führender SaaS-Anbieter im Bereich KI-gestützte Business-Transformation, verstärkt sein Führungsteam mit **Daniel Simon** als neuem Chief Marketing Officer. Seit dem 1. Februar 2025 verantwortet Simon die Weiterentwicklung der Marketingstrategie mit besonderem Fokus auf Internationalisierung, Markenpositionierung und die Verzahnung von Marketing und Vertrieb.

_ Im Vorstand der *Porsche AG* hat **Matthias Becker** zum 26. Februar 2025 die Verantwortung für das Ressort Vertrieb und Marketing übernommen. Er folgt auf **Detlev von Platen** [61], der das Unternehmen verlässt. Becker war zuletzt Leiter der Region Übersee- und Wachstumsmärkte bei Porsche.

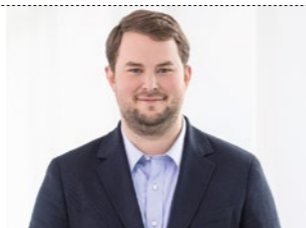
_ Anfang März 2025 ist **Andreas Busemann** in die Geschäftsführung von *quattron* mit Verantwortung für Business Development Rail eingetreten. Andreas Busemann verfügt über mehr als 30 Jahre Erfahrung in der Bahnindustrie und war unter anderem CEO und Chief Revenue Officer von *Konux*, CEO der *Vossloh AG*, hatte Vorstands- und Managementpositionen bei mehreren Konzerngesellschaften der *Deutschen Bahn AG* inne und war CEO der *Siemens-Sparte Rail Automation*.



Marco Ertz
(Foto: follow red)



Michael Geisler, Tetyana Osevych und Daniel Friedl (v. l., Fotos: Oval)



Robert Dach
(Foto: MCH Group)



Schraps, Greitmann, Arif, Hollenberg, Haller, Weiss (Foto: headraft)

MARCO ERTZ IST NEUER CREATIVE LEAD BEI FOLLOW RED

follow red, Kommunikationsagentur für Live Experiences und Brand Communication, hat die kreative Leitung mit **Marco Ertz** besetzt. In seiner neuen Funktion soll er die kreative Ausrichtung der Agentur weiter prägen und die strategische Weiterentwicklung des Portfolios vorantreiben.

Marco Ertz vereint internationale Erfahrung mit Großunternehmen und eine starke Verbindung zum Mittelstand. Als kreativer Strategie bringt er umfassende Expertise in Markenkommunikation, Eventgestaltung und Kampagnenentwicklung mit. Seine Stärken liegen in zielführender Kommunikation, strategischem Denken und der Umsetzung wirkungsvoller Lösungen.

Sebastian Wiese, Geschäftsführer von *follow red*: „Marco Ertz ist ein kreativer Macher, mit dem wir den Weg einer zukunftsstarken und internationalen Full-Service-Agentur voller Kommunikationsexperten weitergehen wollen.“

DREIFACHE VERSTÄRKUNG FÜR DAS TEAM VON OVAL

Mit drei Personalzugängen stärkt die Agentur *Oval Germany* ihr Team. **Michael Geisler** [46] übernimmt als Head of Production die strategische und operative Leitung des Production-Teams in Düsseldorf. Er bringt viel Erfahrung in der Produktion und Koordination komplexer Projekte mit. Zuletzt hat er Musicalproduktionen und große Events umgesetzt. Diese Expertise soll er jetzt im BtoB-Kontext bei Oval einbringen.

Der neue Creative Director **Daniel Friedl** hat vor seinem Wechsel als Creative Lead für den Bereich Experience & Content Creation bei *MCH Global* in Amsterdam gearbeitet und bringt Know-how in den Bereichen Automotive und New Business zu Oval. Zuvor war der 33-jährige bei *Avantgarde* als Senior Director Concept in München beschäftigt.

Tetyana Osevych [48] kehrt als Senior Client Service Managerin zu Oval zurück. Seit 2001 ist sie in der Experience-Branche tätig, in Festanstellung und als freiberufliche Senior Projektleiterin, Osevych kommt zurück von der Agentur *insglück*, wo sie seit 2003 als Senior Event Specialist tätig war.

NEUER HEAD OF SALES FÜR MESSE BASEL UND MESSE ZÜRICH

Die *MCH Group* hat mit **Robert Dach** einen neuen Head of Sales des *Messe und Congress Center Basel* und der *Messe Zürich* ernannt. Dach ist seit 2022 im Unternehmen tätig und bringt langjährige Erfahrung als Projektmanager mit. In dieser Funktion hat er in den letzten drei Jahren als Projektleiter Gastmessen zahlreiche nationale und internationale Messen, Kongresse und Events geplant, organisiert und umgesetzt.

Robert Dach bringt zudem zehn Jahre Erfahrung in der nationalen und internationalen Luxushotellerie mit. Nach seiner Rückkehr in die Schweiz übernahm er die Rolle des Director of Banqueting Operations im Mandarin Oriental in Genf.

„Ich freue mich darauf, Basel und Zürich gemeinsam mit meinem Team als führende Veranstaltungsorte in der Schweiz und Europa zu positionieren. Die Vielfalt der Events und der direkte Austausch mit unseren Partnern macht diese Aufgabe so einzigartig“, sagt Dach zu seinen neuen Aufgaben für das *Messe und Congress Center Basel* und die *Messe Zürich*.

HEADRAFT VERSTÄRKT TEAM MIT NINA HALLER ALS BEIRÄTIN

Die Agentur *headraft* konnte mit **Nina Haller** eine der einflussreichsten Marketing-Expertinnen Deutschlands als Beirätin gewinnen. Diese strategische Erweiterung untermauert die Mission von *headraft*, Markenkommunikation an der Schnittstelle von Technologie und Kreativität neu zu definieren. Als – nach eigenen Angaben – führendes Unternehmen im Virtual Brand Building entwickelt *headraft* Lösungen für XR, Spatial Computing und phytale Erlebnisse.

Julian Weiss, CEO von *headraft*: „Wir denken Virtual First und schaffen plattformübergreifende Branded Experiences, bevor wir lineare Narrative entwickeln. So bleibt Markenkommunikation dynamisch.“

headraft vereint Experten aus Technologie, Kreation, Gaming und Strategie. Neben Haller unterstützen **Insa Hollenberg** als Head of Strategy, **Kanzul Fatima Arif** als Producerin und Partnerships Managerin sowie **Konstantin Schraps** als Creative Strategist die Agentur dabei, Marken mit innovativen Erlebnissen neu zu positionieren.

MARKETING SERVICES

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

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!



HAGEN INVENT GmbH & Co. KG
_ Catherine Hoffmann
Adlerstraße 74
40211 Düsseldorf
T 0211 67935-0
F 0211 67935-19
info@hagen-invent.de
www.hagen-invent.de

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



JOKE Event AG
Creating Memories
Herbststraße 31
28215 Bremen
Hamburg
Berlin
Frankfurt/Main
Stuttgart
München
T 0421 37888-0
F 0421 37888-88
kontakt@joke-event.de
www.joke-event.de

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



livewelt GmbH & Co. KG
_ Ole Ternes
Geschäftsführer
Berliner Str. 133
33330 Gütersloh



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

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

anbieter
_ansprechpartner anschrift telefon . fax . email . internet anbot

EVENT-AGENTUREN



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

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

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



ottomisu
communication GmbH

Im Klingebühl 1
69123 Heidelberg

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

ottomisu ist eine der führenden Eventagenturen für die Entwicklung
und Realisierung von Business-Events mit maximaler Zielerreichung.
Unsere Events sind emotional, maßgeschneidert und vernetzt ge-
dacht. Von der Marktanalyse über Strategie, Design, Konzeptent-
wicklung und Kommunikation bis hin zu Produktion und Umset-
zung. Wir verbinden Menschen, Marken und Märkte – und das seit
über 30 Jahren.

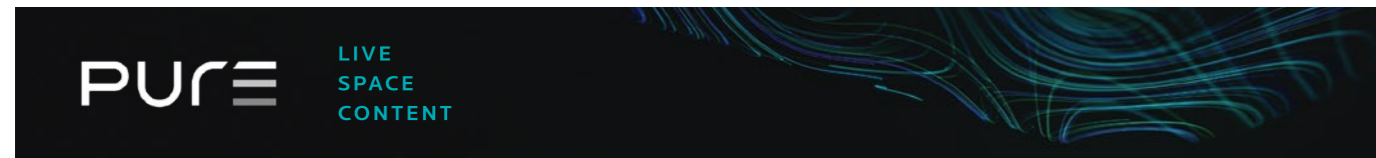


PP Frankfurt

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 Per-
sonallösungen 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 ver-
binden wir strategische Beratung und Konzeption mit einem effizi-
enten 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 Mitar-
beitende 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.

Digitale Ausgaben unter:
www.blachreport.de

anbieter
_ansprechpartner anschrift telefon . fax . email . internet anbot

EVENT-AGENTUREN



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 transfor-
ming raw ideas into unique live & mixed experiences. Get in touch!



trendhouse
event marketing GmbH

Innsbrucker Ring 15
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 Aus-
land. Neben der professionellen Umsetzung anspruchsvoller Events
sind wir besonders stark in der Inszenierung und Emotionalisierung
Ihrer Botschaften. Wir sehen uns als strategischer Berater auf Augen-
höhe und tauchen tief mit in Ihre Welt ein. Für unsere kreativen,
innovativen und wirkungsstarken Events wurden wir bereits mehr-
fach ausgezeichnet.



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



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 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 Dubai

Thuraya Telecommunications Tower, Barsha Height
PO Box 900181, Dubai
United Arabs Emirates

T +971 4 3232117
hello@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, Huaihai Road
Shanghai 200031 - China

T +86 21 6330 2226
hello@uniplan.com

Uniplan Hong Kong

1st 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.

Uniplan GmbH & Co. KG

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

EVENT DIENSTLEISTER / NACHHALTIGE FULL SERVICE DIENSTLEISTUNG

KIWI CONCEPT

KIWI Concept GmbH Kasinostrasse 19-21
 42103 Wuppertal
 T 0202 89015232
 post@kiwi-concept.de
 www.kiwi-concept.de

KIWI Concept ist der neue nachhaltige Event-Service. Wir arbeiten deutschlandweit. Wir bieten unseren Kunden ein großes, breitgefächertes Portfolio – sowohl für große als auch für kleine Veranstaltungen. Dienstleistungen aller Art gehören zu unserem Konzept. Wir vermitteln Ihnen alle wichtigen und für Ihre Events umfassenden Tätigkeiten von der Grundlage des Messebaus bis zum Standpersonal und dem immer wichtiger werdenden Müllmanagement. Wir sorgen dafür, dass Sie einen komplett nachhaltigen Rahmen für Ihre Veranstaltung mit uns entwickeln. Gleichzeitig begleiten wir Sie dabei, dass Sie die Idee eines grünen Abdrucks mit einer von uns entwickelten Transparenz verwirklichen können.

EVENT-FACHMESSEN

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

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.

EVENT-LOCATIONS

Schokoladenfabrik Stollwerckstraße 27-31
 Event und Meeting Venue 51149 Köln
 owned by format:c live Ihre Ansprechpartner:
 communication GmbH _ Natalie Driesnack
 _ Tobias Weber
 T 0162-4596001
 T 0176-23177122
 hello@schokoladen-fabrik.com
 www.schokoladen-fabrik.com

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

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.STAGEREPORT.DE

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

MEDIENTECHNIK / LED-WÄNDE

Acetec GmbH Rostocker Straße 17
 Ihr Ansprechpartner: 65191 Wiesbaden
 Michael Lenkeit
 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 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 GmbH Hessenstraße 6
 _ Stephan Haida 65719 Hofheim
 _ Manfred Pütz
 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.

Digitale Ausgaben unter:
www.blachreport.de

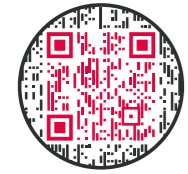
anbieter
_ansprechpartner anschrift telefon . fax . email . internet anbot

MESSE- / EVENTBAU



MESSEBAU [®] EVENTS [®] WERBETECHNIK [®] BRANDING [®] DIGITAL DESIGN [®] APPS & WEB [®]

Creative Gestaltung GmbH
Heiningen Straße 70
73037 Göppingen
T: +49 71 61-606 89-0
info@creative-gestaltung.de
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 auf Messen, Veranstaltungen, im Laden oder Internet.

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
Event / Expo / Live Marketing

Standort Lohmar / Köln
Im Rohnweiher 47
53797 Lohmar
T +49 (0) 2205 9060
main@deko-service.net

Standort Berlin
Zur Alten Börse 79
12681 Berlin
T +49 (0) 30 5470 9770
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

STANDORTE
LIMBURG
BERLIN
SARDINIEN
PRAG

HEADQUARTERS:
NA+1
Gunnar Zessel e. K.
Jahnstraße 10
65549 Limburg

Limburg
T +49 (0)6431 26290 20
M +49 (0)176 126290 22
info@na1.de
www.NA1.de



Wir sind national und international Ihr Partner für temporäres, stilsicheres und individuelles Design – mit 35 Jahren Erfahrung in den Bereichen Messe, Event, Retail, Großdekorationen, Möbel und Exponatbau. Rein und ehrlich bis ins Detail.

MIETMÖBEL / EVENTLOGISTIK / SONDERBAU / EVENTCATERING



ADEXPO
Add high-end design furniture

Adexpo GmbH
Jagenbergstraße 13
41468 Neuss
Deutschland

T +49 2131 206 336 0
info@adexpo.de

Adexpo ist dein Spezialist für die Vermietung von Event- und Messemöbeln. Verlässlich, flexibel und mit viel Erfahrung stellen wir seit über 35 Jahren europaweit Veranstaltungen aus. Erfahre mehr über uns und unser Sortiment auf www.adexpo.de.

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.AUTOMOBIL-EVENTS.DE

anbieter
_ansprechpartner anschrift telefon . fax . email . internet anbot

MIETMÖBEL / EVENTLOGISTIK / SONDERBAU / EVENTCATERING



WISAG
LET'S END THE IMPOSSIBLE!

BlachReport
Ranking Non-Food-Catering
2. Platz

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.

MODERATION



LOUISA SCHLANG
MODERATION

MODERATION MIT HERZ UND LEIDENSCHAFT.
EVENT | GALA | AWARD | MESSE | KONGRESS | TV | RADIO
www.louisaschlang.de

Moderatorin gesucht?

Louisa Schlang
MODERATION
Hoxbergstraße 29
66822 Lebach
T 0174 7959893
info@louisaschlang.de

Charmant. Bezaubernd. Professionell.
Louisa Schlang ist ausgebildete Moderatorin, vielseitig einsetzbar und Gewinnerin des bundesweiten Nachwuchsmoderatoren-Wettbewerb.

NACHHALTIGKEIT



Wir denken nachhaltig!
2bdifferent steht seit über 12 Jahren für Nachhaltigkeit in der Veranstaltungswirtschaft.

2bdifferent
sustainable b successful

2bdifferent
GmbH & Co. KG
_ Jürgen May
_ Clemens Arnold
Roßmarktstraße 29
D-67346 Speyer
T +49 (0)6232 68 33 90
info@2bdifferent.de
www.2bdifferent.de

2bdifferent ist eine führende Beratungsagentur, die sich auf Nachhaltigkeitsstrategien, Sustainable Event Management und Unternehmensanalysen für Eventdienstleister spezialisiert hat. Das Unternehmen unterstützt die Event-, Messe- und Meetingbranche bei der Entwicklung klimafreundlicher Strategien und nachhaltiger Geschäftsmodelle. Mit fundierter Expertise – darunter Qualifikationen nach ISO 14001, EMAS und als interne Auditoren für ISO 20121:2024 – begleitet 2bdifferent Unternehmen von der Betriebsanalyse bis zur Umsetzung praxisnaher Handlungsempfehlungen. Ein Schwerpunkt liegt auf der Analyse und Optimierung von Veranstaltungen wie Messen, Kongressen und Corporate-Events für veranstaltende Unternehmen unter ökologischen, sozialen und ökonomischen Kriterien. Lassen Sie uns gemeinsam Ihre Nachhaltigkeitsziele erreichen. 2bdifferent unterstützt Sie dabei, Ihre Veranstaltungen effizient und nachhaltig zu optimieren.

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.MUSEUMSREPORT.DE

anbieter
_ansprechpartner anschrift telefon . fax . email . internet anbot

TECHNISCHES PLANUNGSBÜRO



PRODUCTION OFFICE GbR Schlesische Straße 28 T 030 616716-0
Ingenieurbüro für 10997 Berlin F 030 616716-29
Entertainment www.production-office.de
_ Dipl. Ing. Joachim Koppe info@production-office.de
_ Dipl. Ing. Ralf Schafstall

Das Berliner Ingenieurbüro für Entertainment – unabhängig, flexibel, budgetorientiert. Technische Planung und Leitung sowie architektonische Ausarbeitung von Designs. Ihr Partner für alle technischen, gestalterischen und logistischen Themen. Ausschreibungs- & Genehmigungsverfahren. Hygiene- & Sicherheitskonzepte, Hygienebeauftragte.

TEILNEHMERMANAGEMENT



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

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.

VERANSTALTUNGSTECHNIK

Aventem

HÖREN · SEHEN · STAUNEN



Aventem GmbH Düsseldorf T +49 2103 25230-0
Audiovisuelle Herderstraße 70
Dienstleistungen 40721 Hilden
Berlin T +49 30 367005-70
Rohrdamm 24b info@aventem.de
13629 Berlin www.aventem.de

Aventem bietet neben den klassischen audiovisuellen Dienstleistungen wie Licht-, Ton-, Medien- und Bildtechnik auch hochwertige Set- und Dekorationsbauten aus eigener Produktion an und ist so der ideale Partner für die gesamtheitliche Umsetzung Ihrer Projekte in der Live-Kommunikation. Auch für digitale und hybride Eventformate stehen Ihnen unsere Mitarbeiter von der Planung bis zur Umsetzung Ihrer Events europaweit mit Expertise und Know-How zur Seite.



Live.Digital.On-site



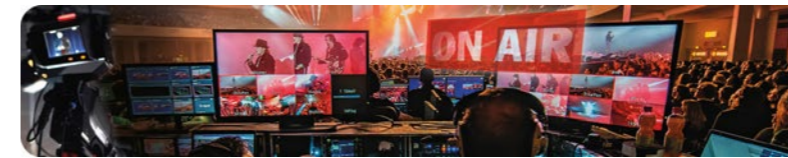
btl next GmbH Berlin • Düsseldorf T +49 (0)211 90449-0
Frankfurt • Hannover F +49 (0)211 90449-444
München • Poznań contact@btl-x.de
www.btl-x.de

Seit über 35 Jahren realisieren wir professionelle Events und stat- ten Messen, Konferenzen, Corporate-Events oder Kultur-Veran- staltungen mit der passenden Technik aus – von hochwertiger LED-Technik bis hin zu beeindruckenden Lichtshows bieten wir ein umfassendes Spektrum an Eventtechnik. Unser erfahrenes Team aus Expert:innen begleitet dich start-to-end und steht dir mit Expertise zur Seite.

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.BLACHREPORT.DE

anbieter
_ansprechpartner anschrift telefon . fax . email . internet anbot

VERANSTALTUNGSTECHNIK



epicto GmbH Flößerstraße 4 T +49 (0)6203 4046-0
68535 Edingen- info@epicto.de
Neckarhausen www.epicto.de

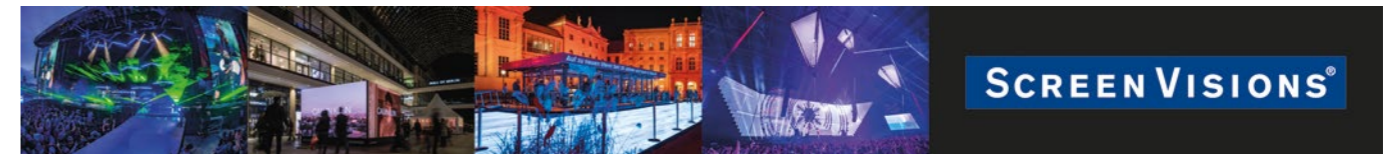
Außergewöhnliche Erlebnisse entstehen erst durch eine durchgän- gige Lösung, die bereits bei der Idee alle Facetten von Konzeption über Planung bis zur Realisierung umfasst. Um das zu gewährleis- ten, folgt die Technik der stimmigen Konzeption und der dahinter- stehenden starken kreativen Idee. Das gilt für Live-, Online- und Hybrid Events genauso wie für alle Medientechnikinstallationen.



Neumann & Müller Unsere Standorte: info@neumannmueller.com
GmbH & Co. KG Barcelona | Berlin | Bochum www.neumannmueller.com
Dresden | Düsseldorf
Erfurt | Frankfurt | Hamburg
Hannover | Köln | Leipzig
München | Nürnberg
Stuttgart

Neumann & Müller Veranstaltungstechnik
Live oder digital – wir leben die große, weite Welt von Audio, Licht und Video, von Konferenztechnik, Content Production, Event-IT, Rigging und Bühnenbau. Seit über 40 Jahren sammeln wir Erfahrung und Know-how, um unseren Kund:innen aus einer Hand begeis- ternde, individuelle Lösungen zu bieten – mit kreativem Design, detailgenauer Planung und intelligenten Services.

VIDEO



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

MEDIA BOARD

Digitale Ausgaben unter:
www.blachreport.de



INSIDE

Corinna Heilmann

CORINNA HEILMANN HAT ERHEBLICH DAZU BEIGETRAGEN, VALENCIA ERFOLGREICH ALS MICE-DESTINATION ZU POSITIONIEREN: ALS EVENT-MANAGERIN, PROGRAMMDIREKTORIN FÜR DIE WORLD DESIGN CAPITAL VALENCIA 2022, IM BUSINESS DEVELOPMENT FÜR EIN PREMIUM-CATERING-UNTERNEHMEN MIT 360.000 GÄSTEN JÄHRLICH UND ALS VIZEPRÄSIDENTIN DES VERBANDES DER CATERING-UNTERNEHMEN IN SPANIEN.



Corinna Heilmann (Foto: privat)

Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?

Wegen der Menschen, die in dieser Branche arbeiten. Ich glaube, die meisten Kollegen haben unglaubliche Resilienz, viel Sinn für Humor, blitzschnelle Reaktionen und eine außergewöhnliche Fähigkeit, Probleme in Rekordzeit zu lösen. Es wird nie langweilig und man lernt jeden Tag dazu.

Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?

Gar keine. Ich würde genau dasselbe machen.

Was ist Ihr größter Traum?

Da gibt es einige, aber vielleicht ist einer der größte, der mit einem unserer Projekte zusammenhängt: In unserer Firma arbeiten wir seit zwei Jahren an einem Projekt zur Arbeitsintegration von Menschen mit Down-Syndrom und geistiger Behinderung im Tourismus und bei Veranstaltungen. Ein großer Traum ist es, in einer nicht allzu fernen Zukunft mehr jungen Menschen mit geistigen Behinderungen Chancen zu ermöglichen. Es wäre schön, wenn wir in ein paar Jahren zurückblicken können und sehen, wie sich ihre Talente entfaltet haben.

Wen möchten Sie gerne einmal kennenlernen?

Indra Nooyi. Ihre Einsicht über Beruf und Familie in Einklang zu bringen und Ihre Innovation in der Geschäftswelt sind bemerkenswert.

Was macht Sie glücklich?

Momente zu Hause und mit meinem Sohn über irgendetwas Dummes lachen. Und neue Dinge zu erleben und neue Orte zu erkunden. Und Essen natürlich – Gastronomie in aller Form.

Was war bisher Ihre größte Herausforderung?

Als alleinerziehende, relativ junge Mutter mir in einem fremden Land ein Leben und eine Karriere aufzubauen. Es war nicht immer leicht, aber irgendwie hat es immer funktioniert.

Was machen Sie gegen Stress?

Am Wochenende in den Weinregionen rund um Valencia spazieren und wandern gehen und in den lokalen Märkten Obst und Gemüse kaufen und mit den Verkäufern quatschen.

Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?

Das ist leider lange her mit einem Buch. Mittlerweile sind es eher Podcasts. Und da ist alles Mögliche dabei: Geschichte, Science, Gesundheit und Humor.

Was sollen wir hören: Ihr aktueller Musiktip?

Einfach mal in spotify eingeben: Shadow Lounge – sehr entspannend, aber nicht zum Einschlafen.

Welches Live-Ereignis hat Sie bisher am meisten beeindruckt?

Das wäre dann wirklich der ‚Valencia Digital Summit‘ – jedes Jahr grösser, besser, mit ganz toller Stimmung, super viel qualitatives Networking. Und natürlich Tomorrowland, das steht aber noch auf meiner to-do Liste.

Nennen Sie uns Ihr Lieblingsrestaurant?

Eigentlich alle, die eine gute Paella und guten Wein haben, und da gibt es einige davon in Valencia!

POCKETEVENT

*25

POCKETEVENT

*25

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 2025, 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

27. 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 *25 gibt es auf www.blachreport.de



AktivMedia
Marketing- und
Medienkommunikation GmbH

'25

3. April

9.30 – 16.00 Uhr

Schokoladenfabrik Köln

Mut, Schokolade
und die Elemente
der Kommunikation

Was sorgt für eine richtig gute Chemie zwischen Brands und ihrem Publikum? Genau. Gute, ehrliche Kommunikation. Innovativ, strategisch, mutig. Um die Menschen abzuholen und langfristig bei der Stange zu halten. Um sie zu überzeugen. Aber gute Chemie passiert in den wenigsten Fällen einfach so. Es ist die Mischung der richtigen Elemente, die die gewollte Reaktion erzeugt.

Bei unserem zweisprachigen RheinTalk 2025 nehmen wir diese Elemente erstklassiger Kommunikation genauer unter die Lupe.

Danach laden wir Dich herzlich zu einem Drink ein, um den Tag gemeinsam ausklingen zu lassen.



Unsere Elemente

- › Das Element der strategischen Disruption
- › Das Element der Innovation
- › Das Element Experience
- › Das Element des Storytellings
- › Das Element der guten Leadership-Kommunikation

Wir freuen uns auf Dich!