



Eröffnung in herausfordernden Zeiten: Dennis Winschu und Kevin Dickscheid sind mit ihrer Eventagentur code:live gestartet

BOCK AUF MESSE UND EVENTS!



FAIRNET

www.fairnet.de

Diversität im Fokus



Diversität ist Fakt, Inklusion der proaktive Umgang damit. Doch wie sieht es in der Veranstaltungswirtschaft aus, wenn es um die strukturelle Verankerung von Diversität in den Unternehmen geht? Eine neue Studie des fwd: und des R.I.F.E.L.-Instituts will dieser Frage nachgehen und ruft für den ersten Teil einer Umfrage zur Teilnahme bis zum 20. April auf.

Für eine zukunftsfähige Unternehmensstrategie und langfristige Mitarbeiterbindung können Diversität und Inklusion weit mehr als gesellschaftspolitische Schlagworte sein. Besonders in Zeiten von Fachkräftemangel birgt eine inklusive Unternehmenskultur große Potenziale. Zudem trägt die Branche eine gesellschaftliche Verantwortung: Livekommunikation beeinflusst den öffentlichen Diskurs und schafft nachhaltigen Impact.

In der Studie von fwd: und R.I.F.E.L. soll beleuchtet werden, inwiefern Diversität und Inklusion bereits strategisch in Unternehmen implementiert ist und an welchen Stellen noch Handlungsbedarf besteht. Die Veröffentlichung der Ergebnisse der ersten Erhebung erfolgt im Mai 2025 auf der IMEX. Anschließend gibt es eine zweite Studienphase, welche die Sichtweise der Mitarbeitenden ergänzt. Auf Basis dieser Erkenntnisse entstehen konkrete Handlungsempfehlungen, die einen branchenweiten Dialog anstoßen sollen.

Bitte teilnehmen. Hier geht es zur Umfrage: www.sosicurvey.de/Diversity-und-Inklusion/

Herzlichst

Ihr Peter Blach

inhalt

Titelfoto: Dennis Winschu und Kevin Dickscheid (v.l., Foto: Kevin Münkel/code:live)

- | | |
|---|---|
| 4 BUSINESS Silber beim Heavent Awards Cannes 2025 | 12 DIGITAL Patric Weiler über KI und Events (Teil 6) |
| 5 BUSINESS satis&fy Jahresziele deutlich übertroffen | 14 VENUES Neue Eventlocations in Köln |
| 6 ROADSHOWS Neue Formel für die Erfolgsmessung | 16 PEOPLE Jobs + Karriere |
| 8 BUSINESS Interview mit code:live | 17 MARKETING-SERVICES Lieferantenverzeichnis |
| 10 WORK Gemeinschaftsstand auf der ITB | 26 BACKSTAGE Michael Dapp |
| 11 SERVICES Hamburg Messe setzt auf DB Schenker | 26 IMPRESSUM |

BLACHREPORT 08/25

MEDIA
BOARD

OUT NOW!

POCKETEVENT

StageReport

BlachReport

WWW.BLACHREPORT.DE
WWW.STAGEREPORT.DE



Heavent Awards im Palais des Festivals de Cannes (Foto: evenjoy)

Auszeichnungen für deutsche Agenturen bei Heavent Awards Cannes 2025

Silber für insglück und Oval Deutschland

Bei den 17. Heavent Awards im Palais des Festivals de Cannes gab es in diesem Jahr 48 Finalisten in neun Kategorien. Dabei wurden auch zwei deutsche Teilnehmer mit „Silber“ gewürdigt. Eine dieser Silberauszeichnungen bekam Oval Deutschland für das Projekt „Pattex – The Upcycling Booth“ in der Kategorie „Public & Consumer brand activation award“, der zweite Silber-Award ging an insglück für das YouTube Festival Berlin in der Kategorie „Influence and media relations event award“.

Die Jurymitglieder, Event Communication- und Product Marketing Manager, kamen von Unternehmen wie der FIFA, die von Frank de Redelijkheid, Head of Special Events & Entertainment als diesjähriger Jury-Präsident vertreten wurde, Amadeus, Nike, Google, Deezer, Jaguar Land Rover oder auch Shiseido. Die Entscheidung der Juroren trug mit 60 Prozent zum Votum bei, die mehr als 1.000 Zuschauer der Preisverleihung aus der Eventbranche vervollständigten den Juryentscheid mit 40 Prozent.

Romuald Gadrat, CEO der Gruppe We-you, Organisator der Heavent Awards, übergab nach einer emotionalen Rede die „Awards der Dekade“ an das für die Olympischen Spiele 2024 gegründete Agentur-Kollektiv „Panama 2024“ (Auditoire, Havas Events, Ubi Bene, Obo und Double 2) und Thierry Reboul, Direktor für Veranstaltungen und Zeremonien des Organisationskomitees der Olympischen Spiele in Paris, für die überwältigende Eröffnungszeremonie.

gamescom kündigt weitere Expansion an Veranstaltung bleibt in Köln

Die gamescom bleibt auch zukünftig in Köln. Das gaben Koelnmesse und game – Verband der deutschen Games-Branche bekannt. Im Beisein von Henriette Reker, Oberbürgermeisterin von Köln und Nathanael Liminski, Minister für Bundes- und Europaangelegenheiten, Internationales sowie Medien des Landes Nordrhein-Westfalen und Chef der Staatskanzlei, wurde der neue Vertrag unterzeichnet.

Seit ihrer Premiere in Köln im Jahr 2009, hat sich die gamescom zum weltweit größten Event für Computer- und Videospiele entwickelt. Vergangenes Jahr brach sie erneut Rekorde und unterstrich damit ihre zentrale Rolle für die internationale Games-Branche sowie ihre wachsende wirtschaftliche Relevanz für den Standort.

Im Jahr 2024 zählte die gamescom 1.462 ausstellende Unternehmen aus 64 Ländern –

ein neuer Höchstwert. Der Event zog insgesamt 335.000 Menschen aus 120 Ländern an, darunter rund 32.000 Fachbesuchende. Zum Vergleich: Bei der ersten gamescom in Köln im Jahr 2009 waren es 450 Ausstellende aus 31 Ländern und 228.000 Besuchende, davon 17.000 Fachbesuchende.

Die konsequente inhaltliche Weiterentwicklung sowie die zunehmende digitale Reichweite sind die treibenden Faktoren hinter dem anhaltenden Wachstum der gamescom. Die Zahl der Menschen, die die gamescom 2024 online verfolgten, erreichte im vergangenen Jahr mit über 500 Millionen Video Views ebenfalls einen neuen Rekord. Darüber hinaus haben die Veranstalter die globale Präsenz der gamescom auch durch die Satellitenveranstaltungen gamescom asia und gamescom latam weiter ausgebaut.

Ein entscheidender Erfolgsfaktor der gamescom soll die enge Zusammenarbeit mit der Stadt Köln und dem Land Nordrhein-Westfalen sein. Beide Parteien sichern im Rahmen der Vertragsverlängerung ihre Unterstützung sowie erweiterte Fördermaßnahmen für die Zukunft zu. Bereits in den vergangenen Jahren haben Köln und NRW die gamescom maßgeblich unterstützt – unter anderem durch Maßnahmen zur erhöhten Sichtbarkeit in der Stadt sowie rund um das gamescom city festival, das Gaming-Kultur in den urbanen Raum bringt. Auch beim Event selbst leisten Stadt und Land einen wichtigen Beitrag, etwa durch Investitionen in Formate wie den gamescom congress, Europas führende Konferenz rund um die Potenziale von Games, oder den gamescom invest circle, ein Matchmaking-Event für Investoren und Games-Studios.

Jahresziele deutlich übertroffen

satis&fy und Live Matters steigern Umsatz auf 160 Mio. Euro

Die satis&fy AG und die Live Matters Gruppe konnten im zurückliegenden Geschäftsjahr ihr Jahresziel für 2024 deutlich übertreffen. Der Umsatz der Gruppe stieg um 18 Prozent von 136 Millionen Euro im Vorjahr auf über 160 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2024.

Nach einem zunächst ernüchternden Start ins Geschäftsjahr 2024 zahlten sich in dem herausfordernd geprägten Jahr offenbar Ausdauer, Durchhaltevermögen, Investitionsmut, Optimismus und Teamgeist aus. Im Fokus waren die sportlichen Groß-Events wie die Fußball-Europameisterschaft in Deutschland und die Olympischen Sommerspiele in Paris. Bei der EM konnte satis&fy in allen zehn Austragungsstadien im Hospitality-Bereich die technische Ausstattung verantworten.

Auch das Live-Entertainment hat sich als verlässlicher Technik-Partner für Künstler und Bands weiter etabliert und sich im Bereich Set-Bau erfolgreich zu einem ganzheitlichen Anbieter entwickelt, was unter anderem bei den

Tourneen von Wincent Weiss, Peter Maffay, Cro und Luciano zu sehen und zu hören war.

Mission completed heißt es bei der Nachhaltigkeitsinitiative. Mit dem Locationanbieter Spaces ist nun die komplette Live Matters Gruppe nachhaltig zertifiziert. Alle Töchter sind nach EMAS validiert und satis&fy und spaces zusätzlich nach ISO 14001.

In den USA konnte sich satis&fy stark in den Veranstaltungsmarkt zurückkämpfen, so dass der Bezug neuer Büro- und Lagerflächen in NYC nur folgerichtig waren. Und nachdem im vorherigen Geschäftsjahr bereits erheblich in neues Equipment investiert wurde, konnte der LED-Bestand in den USA nochmals um eine zusätzliche Investition in 800 qm ROE Topaz für die In- und Outdoornutzung vergrößert werden.

Die im letzten Geschäftsjahr gelaunchte Software-Plattform „knw“ zur Performance-Messung von Live-Events hat sich laut einer Unternehmenssprecherin „erfreulich entwickelt“ und wird bereits in der DACH-Region regel-

mäßig eingesetzt. Genauso erfreulich soll die Entwicklung bei der neuen Location im Portfolio von Spaces sein: Mit der Beletage im Palais Frankfurt im Herzen der City kamen 400 qm Veranstaltungsfläche dazu.

In 2025 wurden bereits die ersten Highlights erfolgreich umgesetzt. satis&fy betreute in den USA mehrere Projekte zur Jordan All Star Week im Februar, darunter eine beeindruckende Jump-Man Drohnen-show über der San Francisco Bay Bridge. Zudem war satis&fy maßgeblich an der Umsetzung und Eröffnung des Stadthofs in Hanau beteiligt, einem Transformationsprojekt von Innenstädten, wo der Leerstand des Kaufhof-Gebäudes nicht geduldet wurde, sondern durch eine Neunutzung der Innenstadt ein essenzielles Stück Lebensqualität zurückgegeben wird. Mit großen Schritten geht es nun in die Vorbereitung der Festival- und Open Air-Saison. Weiterhin stehen hochwertige Corporate Veranstaltungen wie die Money 20/20 in Amsterdam in den Startlöchern.

REBRANDING ABGESCHLOSSEN

planworx firmiert ab sofort unter dem neuen Namen The Storytelling Company (TSC). Mit diesem Schritt ist das Rebranding der Münchner Agentur offiziell abgeschlossen. Bereits seit dem vergangenen Jahr ist das Unternehmen Teil der internationalen Unternehmensgruppe The Storytelling Company, zu der auch die niederländischen Firmen Purple Digital Storytelling und Pro Systems International gehören.

The Storytelling Company entwickelt und implementiert weltweit Experience Center sowie Markenerlebnisse und Events. Über die drei Säulen des Portfolios – Brand Experiences, Event Experiences und Technology Solutions – deckt die Gruppe das gesamte Spektrum strategischer Markenkommunikation ab: von Beratung, Konzept- und Content-Entwicklung über Experience Design bis hin zur technischen Umsetzung und globalen Event-Services.

Für bestehende Kunden ändert sich trotz des Namenswechsels operativ nichts. Sie sollen von der gebündelten Expertise und den erweiterten Möglichkeiten eines wachsenden, internationalen Netzwerks profitieren.





Tobias Weber und Natalie Driesnack

Hitster Roadshow-Station in Köln
(Fotos: format:c)

Hitster Roadshow



Roadshow für Brunel

format:c entwickelt neue Formel für die Erfolgsmessung von Roadshows

Messbarkeit und Reichweiten in der Livekommunikation

NATALIE DRIESNACK UND TOBIAS WEBER VON FORMAT:C HABEN IN EINEM GASTBEITRAG DIE ANFORDERUNGEN UND STRATEGIEN FÜR ROADSHOWS UNTER KONKURRENZ GROSSER SOCIAL MEDIA KAMPAGNEN FÜR DEN BLACHREPORT ZUSAMMENGEFASST.

Roadshows sind ein etabliertes und wirksames Marketinginstrument, das es Marken ermöglicht, direkt mit ihrer Zielgruppe zu interagieren und nachhaltige Erlebnisse zu schaffen. Im Gegensatz zu digitalen Kampagnen bieten Roadshows die Möglichkeit, Produkte hautnah zu erleben und Emotionen zu wecken. Doch wie gestaltet man eine erfolgreiche Roadshow? Welche Herausforderungen müssen bewältigt werden und wie lässt sich der Erfolg messen?

Die Bedeutung von Roadshows im modernen Marketing

In Zeiten digitaler Reizüberflutung und stetig wechselnder Trends gewinnen Live-onsite-Erlebnisse zunehmend an Bedeutung. Roadshows bieten Unternehmen die Möglichkeit, direkt mit ihrer Zielgruppe zu interagieren, Produkte live zu präsentieren und durch persönliche Begegnungen eine nachhaltige Markenbindung zu schaffen. Vor allem in der Livekommunikationsbranche, die nach der Pandemie wieder stark an Fahrt aufgenommen hat, spielen Roadshows eine zentrale Rolle.

Herausforderungen und Trends in der Eventbranche

Die Pandemie hat die Eventbranche stark beeinflusst und neue Herausforderungen mit sich gebracht. Preissteigerungen von bis zu 50 Prozent in der Event- und Messebranche sowie zunehmende behördliche Auflagen und Personalmangel erschweren die Planung und Durchführung von Live-Events. Zudem müssen Marketingstrategien heute flexibler und schneller an Trends angepasst werden, um erfolgreich zu sein. Hier zeigt sich eine klare Entwicklung: Die Schnelligkeit und Dynamik von Social Media beeinflussen auch die Livekommunikation.

Roadshows vs. Online-Marketing: Ein Vergleich

Oft wird diskutiert, ob digitale Kampagnen oder Live-Events effektiver sind. Während Social Media durch niedrige Einstiegskosten und hohe Reichweiten locken, punkten Roadshows mit direkter Interaktion und emotionalen Erlebnissen. Ein Social Media Manager kann mit einem Budget von 10.000 Euro theoretisch 1,5 Millionen Impressions erzielen, doch ob diese auch eine nachhaltige Markenbindung bewirken, bleibt fraglich.

Im Gegensatz dazu erreicht eine Roadshow zwar weniger Personen, dafür aber qualitativ hochwertigere Kontakte mit intensiverer Interaktion. Hierbei steht nicht nur die Reichweite im Fokus, sondern auch die Möglichkeit, Produkte live zu erleben und auszuprobieren – ein unschlagbarer Vorteil gegenüber digitalen Kampagnen.

Erfolgsfaktoren und Planung einer Roadshow

Eine erfolgreiche Roadshow erfordert eine sorgfältige und strategische Planung. Dabei spielen folgende Faktoren eine entscheidende Rolle:

- Zielgruppenanalyse und Standortwahl:** Um die Zielgruppe gezielt anzusprechen, müssen die Standorte sorgfältig gewählt werden. Universitäten, Einkaufszentren, Festivals oder Messen bieten je nach Zielgruppe unterschiedliche Potenziale.
- Timing und Wetterbedingungen:** Besonders bei kurzfristigen Roadshows sind die Wetterbedingungen ein kritischer Erfolgsfaktor. Sonnenschein fördert die Besucherzahlen, während Regen diese deutlich reduzieren kann.
- Interaktionsmöglichkeiten und Erlebnischarakter:** Roadshows bieten die Möglichkeit, Produkte direkt erlebbar zu machen. Gewinnspiele, Produkttests oder Erlebniswelten fördern die Interaktion und bleiben nachhaltig im Gedächtnis.
- Crossmediale Verknüpfung:** Die Kombination von Live-Marketing und Social Media verstärkt die Reichweite und Wirkung der Roadshow. Ankündigungen auf Social Media, Live-Streams von Events und die Einbindung lokaler Influencer steigern die Sichtbarkeit und erhöhen die Reichweite.

Erfolgsbewertung und Kennzahlen bei Roadshows

Im Gegensatz zu digitalen Kampagnen, bei denen Impressions und Klicks leicht gemessen werden können, stellt die Erfolgsmessung bei Roadshows eine größere Herausforderung dar. Um eine fundierte Evaluation zu gewährleisten, entwickelte die Agentur format:c eine innovative Methodik zur Messung von „Live Impressions“. Fundiertes Zahlenwerk aus anerkannten repräsentativen Studien wurde kombiniert und mithilfe neu von der Agentur entwickelter Formeln für die Roadshow-Evaluation erschlossen.

Live Impressions als neue Kennzahl:

Bei Roadshows fungieren gebrandete Fahrzeuge als mobile Werbeflächen. Um deren Reichweite zu messen, wurden europaweite Studien zur LKW-Werbung herangezogen und auf die spezifischen Anforderungen von Roadshows angepasst. Passantenfrequenzen an Standorten wie Museen, Marktplätzen oder Messehallen wurden mit Studien des Statistischen Bundesamts und des High Street Institutes kombiniert, um belastbare Zahlen zu generieren.

Beispiel 1: Employer Branding mit Brunel

Ein besonders erfolgreiches Beispiel für eine Roadshow ist die „Face your Future“-Kampagne von Brunel, einem Unternehmen, das Spezialisten aus technischen Berufen vermittelt. Ziel der Roadshow war es, die Arbeitgebermarke zu stärken und gezielt Talente zu rekrutieren.

Umsetzung und Strategie:

- Gezielte Standortwahl:** Die Tour führte an Universitäten mit technischem Schwerpunkt sowie auf Tech-Festivals und anderen Events vorbei, um sowohl die Bekanntheit der Marke zu steigern als auch gezielt potenzielle Talente anzusprechen.
- Interaktive Erlebnisse:** Im Roadshow-Mobil waren Berater aus den Fachbereichen vor Ort, die direkte Gespräche mit Interessenten führten und eine NFC-Anwendung zur Informationsvermittlung.
- Crossmediale Verknüpfung:** Ankündigungen und Live-Berichterstattung auf den Social-Media-Kanälen von Brunel sowie die Einbindung lokaler Influencer und Eventpartner steigerten die Reichweite und Sichtbarkeit der Tour.

Ergebnisse und Erfolgsmessung:

- Authentische Markenpräsentation:** Die persönliche Ansprache vor Ort vermittelte die Unternehmenskultur authentisch und direkt.
- Netzwerkerweiterung:** Die Bewerberkartei von Brunel wuchs um 15 % durch direkte Kontakte und persönliche Empfehlungen.

- Kombination aus Online und Offline:** Durch die crossmediale Verknüpfung von Live-Marketing und Social Media wurden sowohl die Reichweite als auch die Interaktionsraten deutlich erhöht.

Beispiel 2: Product Launch mit Hitster Summer Party von Jumbo Spiele

Ein weiteres Highlight war die Roadshow zur Summer Edition von „Hitster“, einem sehr erfolgreichen Partyspiel von Jumbo Spiele.

Strategie und Umsetzung:

- Auffälliges Branding:** Das Roadshow-Mobil wurde mit maximalem Branding ausgestattet, um die Aufmerksamkeit im öffentlichen Raum zu maximieren.
- Guerilla-Marketing:** Ergänzt wurde die Tour durch ein auffällig gebrandetes „Hitster-Bike“ mit Musikanlage und Nebelmaschine, das zusätzlich für Aufmerksamkeit sorgte.
- Lokale Synergien:** Durch die Kooperation mit lokalen Einzelhändlern und die Verknüpfung von Gutscheinen mit lokalen Shops konnte der Absatz direkt vor Ort gesteigert und die Handelspartner unterstützt werden.

Ergebnisse und Erfolgsmessung:

- Direkte Interaktion und Produkttests:** Die Zielgruppe konnte das Spiel direkt vor Ort testen und sich durch Promoter beraten lassen.
- Live Impressions und crossmediale Verknüpfung:** Neben den direkten Interaktionen vor Ort wurden durch die auffällige Gestaltung des Roadshow-Mobils und die Social Media Begleitung Millionen von „Live Impressions“ generiert.

Fazit: Erfolgreiche Roadshows durch gezielte Planung und innovative Erfolgsmessung

Roadshows sind ein mächtiges Instrument, um Marken emotional aufzuladen und direkt mit der Zielgruppe zu interagieren. Durch die innovative Erfolgsmessung mit „Live Impressions“ kann ihre Reichweite nun auch mit digitalen Kampagnen verglichen und ihre Effektivität fundiert nachgewiesen werden.

Die beiden Beispiele zeigen eindrucksvoll, wie durch gezielte Planung, crossmediale Verknüpfung und kreative Inszenierung erfolgreiche Roadshows möglich sind. Dabei lassen sich dank der neuen Formel von format:c nun qualitative und quantitative Erfolgsmessung fundiert verknüpfen. Unternehmen, die diese Strategien nutzen, können ihre Markenbekanntheit steigern, ihre Zielgruppen direkt ansprechen und nachhaltige Erlebnisse schaffen, die im Gedächtnis bleiben.

Strukturiert starten, nachhaltig wachsen

„Wir wollten nicht einfach nur weitermachen – wir wollten es neu machen“

Interview mit Kevin Dickscheid und Dennis Winschu über den Start ihrer Eventagentur code:live

IM HERBST 2024 HABEN KEVIN DICKSCHEID UND DENNIS WINSCHU DEN SPRUNG IN DIE SELBSTSTÄNDIGKEIT GEWAGT – UND SIND IN WIRTSCHAFTLICH HERAUSFORDERNDEN ZEITEN MIT IHRER EIGENEN AGENTUR CODE:LIVE AN DEN START GEGANGEN. IM INTERVIEW MIT DEM BLACHREPORT SPRECHEN SIE ÜBER DEN MUTIGEN NEUSTART, IHRE STRATEGISCHE AUSRICHTUNG UND WARUM IHNEN EIN STRUKTURIERTER AUFBAU WICHTIGER IST ALS SCHNELLES WACHSTUM.

BlachReport: Herzlichen Glückwunsch zum Start von code:live. Wie waren die ersten Monate für euch als Gründerteam?

Kevin Dickscheid: Vielen Dank! Die ersten Monate waren für uns in vielerlei Hinsicht intensiv – spannend, lehrreich, aber auch herausfordernd. Als Angestellte waren wir lange Jahre in stabilen Strukturen eingebunden. Mit dem Schritt in die Selbstständigkeit haben wir unsere Perspektive komplett verändert. Plötzlich war alles neu: Prozesse, Verantwortung, Bürokratie.

Dennis Winschu: Wir mussten uns erst einmal selbst organisieren und eine funktionierende Struktur aufbauen. Vom Firmennamen über das Logo bis zur Website war alles neu. Parallel haben wir uns durch die deutsche Bürokratie gearbeitet, Gespräche mit anderen Gründern geführt und Netzwerke aufgebaut. Wir waren viel unterwegs, haben Präsenz gezeigt – zum Beispiel bei der Best of Events – und uns in der Branche zurückgemeldet. Die ersten Monate waren damit gut gefüllt, und rückblickend unglaublich wertvoll für den Aufbau unseres Fundaments.

BlachReport: Wie hat euer Umfeld – Familie, Freunde, ehemalige Kollegen – auf eure Entscheidung reagiert?

Kevin Dickscheid: Viele fanden den Schritt mutig. Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten den sicheren Job aufzugeben und eine Eventagentur zu gründen – das sorgt natürlich für Gesprächsstoff. Aber wir haben auch viel Zuspruch bekommen. Die Haltung war oft: „Wenn nicht ihr, wer dann?“ Wir bringen beide langjährige Erfahrung, große Netzwerke und ein gutes Gespür für die Branche mit.

Dennis Winschu: Natürlich gab es auch Gespräche in der Familie – immerhin war ich vorher 20 Jahre festangestellt. Aber am Ende waren sich alle einig, dass es der richtige Zeitpunkt für so einen Schritt ist. Mein Großvater war selbst Unternehmer, hat nach dem Krieg einen Zweiradladen in Nordfriesland aufgebaut – das hat mich schon früh geprägt. Ich habe mich immer wieder mit dem Gedanken an Selbstständigkeit beschäftigt, die Neugier war irgendwie immer da. Wichtig ist auch: Unsere Familien stehen voll hinter uns. Ohne deren Rückhalt wäre das alles in dieser Form nicht machbar gewesen.



Kevin Dickscheid
(oben)

Dennis Winschu und Kevin Dickscheid
(v.l., Fotos: Kevin Münkel/code:live)

BlachReport: Wie habt ihr bei code:live die Verantwortlichkeiten verteilt?

Dennis Winschu: Wir arbeiten sehr strukturiert – nicht nur in Projekten, sondern auch intern. Deshalb haben wir klare Zuständigkeiten definiert. Ich bin vorrangig für den Vertrieb, die Kundenkontakte und den Ausbau unseres Partnernetzwerks zuständig.

Kevin Dickscheid: Ich übernehme die internen Strukturen, Organisation und Finanzen. In den Projekten selbst teilen wir uns die Aufgaben je nach Bedarf und Kapazität – und natürlich auch basierend auf den Anforderungen des jeweiligen Kunden.

BlachReport: Und wie kam es zum Namen code:live?

Kevin Dickscheid: Gemeinsam mit kreativen Köpfen haben wir in einem Workshop intensiv an einem Namen gearbeitet – die Richtung hat schon

gut gepasst, aber es war noch nicht ganz der Volltreffer. Auf der Rückfahrt im ICE haben wir dann noch einmal Ideen durchgesprochen – und plötzlich war der Name code:live dann da. Passt für uns.

Dennis Winschu: ‚code‘ steht dabei für unsere Werte, unsere DNA im Eventbereich. ‚live‘ meint echte Erlebnisse. Es geht um Veranstaltungen, bei denen Menschen gemeinsam etwas erleben. Der Zusatz ‚creating events for people‘ unterstreicht unseren Fokus auf Menschlichkeit und Partnerschaftlichkeit. Diese Bahnfahrt bleibt für uns als Geburtsstunde der Marke in Erinnerung.

BlachReport: Welche Leistungen bietet ihr mit code:live an?

Dennis Winschu: Wir bieten Full-Service-Leistungen im Eventbereich – von der Konzeption über die Planung bis zur Umsetzung. Das umfasst alle Gewerke, je nach Bedarf des Kunden. Ergänzend bieten wir strategisches Consulting an, was aktuell stark gefragt ist. Viele Kunden holen uns schon in frühen Phasen dazu – etwa für Anforderungsdefinitionen, Lastenhefte oder Machbarkeitsanalysen.

Kevin Dickscheid: Wir entwickeln gemeinsam mit dem Kunden Veranstaltungsformate, prüfen Budgets und suchen passende Locations. Wichtig ist: Wir sind nicht nur Agentur, sondern auch strategischer Partner. Manche Kunden übernehmen im späteren Verlauf das Projektmanagement selbst – aber wir legen dafür das Fundament.

Dennis Winschu: Darüber hinaus unterstützen wir bei Spezialthemen wie Sicherheitskonzepten, technischer Planung oder Messebau. Das machen wir in Zusammenarbeit mit unserem Partnernetzwerk. Auch die Begleitung vor Ort – etwa durch Projektleitungen bei Auf- und Abbau – gehört zu unserem Portfolio. Wir können gezielt dort unterstützen, wo beim Kunden Kapazitäten oder spezifisches Know-how fehlen.

BlachReport: Was ist euer besonderes Alleinstellungsmerkmal – was kann code:live besonders gut?

Kevin Dickscheid: Wir verfügen zusammen über 40 Jahre Erfahrung – in ganz unterschiedlichen Bereichen: Großveranstaltungen, Messebau, komplexe Eventstrukturen. Diese Erfahrung bringen wir in jedes Projekt ein. Gleichzeitig sind wir als junge Agentur sehr flexibel, sehr nah am Kunden und immer lösungsorientiert.

Dennis Winschu: Wir verstehen uns als Sparringspartner auf Augenhöhe. Durch unsere Erfahrung erkennen wir frühzeitig mögliche Herausforderungen und können proaktiv agieren. Unsere Kunden profitieren davon, dass wir direkt involviert sind – keine langen Abstimmungswege, sondern direkter Austausch. Und das wird sehr geschätzt.

BlachReport: Welche Projekte habt ihr seit dem Start umgesetzt?

Kevin Dickscheid: Der Einstieg war dynamisch. Wir konnten recht schnell kleinere Projekte im Consulting gewinnen – etwa bei Budgetverhandlungen, Machbarkeitsanalysen oder beim Location-Scouting. Gleichzeitig haben wir inzwischen auch größere Projekte in der Umsetzung, darunter zwei Jubiläumsveranstaltungen, die in diesem Jahr stattfinden. Außerdem haben wir kürzlich einen größeren Pitch gewonnen. Das zeigt: Unser Ansatz kommt an – sowohl bei klassischen Full-Service-Kunden als auch im Beratungsumfeld.

BlachReport: Was sind eure langfristigen Ziele mit code:live?

Gibt es Dinge, die ihr bewusst anders machen wollt als in früheren Strukturen?



Dennis Winschu
(oben)

Dennis Winschu und Kevin Dickscheid
(v.l., Fotos: Kevin Münkel/code:live)

Dennis Winschu: Unser Ziel ist nicht schnelles Wachstum um jeden Preis. Wir wollen ein schlagkräftiges, leistungsfähiges Team aufbauen – mit Kolleginnen und Kollegen, die unsere Werte teilen. Wichtig ist uns auch, dass wir gezielt Projekte auswählen, die zu unserer DNA passen. Wir wollen nicht alles machen müssen – sondern gezielt das machen, wofür wir stehen.

Kevin Dickscheid: Das heißt auch: Wir wollen Wissen weitergeben. Ausbildung ist für uns ein großes Thema – wir wollen ein Ausbildungsbetrieb werden und jungen Talenten eine Perspektive bieten. Auch das gehört zu einem nachhaltigen Aufbau dazu.

BlachReport: Wie sehen die nächsten Schritte aus?

Dennis Winschu: Wir haben jetzt die erste Phase erfolgreich gemeistert. Die nächsten Schritte bestehen darin, diese Basis zu festigen. Wir wollen langfristige Kundenbeziehungen aufbauen, Ankerprojekte gewinnen und eine stabile Grundlage schaffen – sowohl wirtschaftlich als auch personell. Qualität und Nachhaltigkeit stehen dabei für uns an erster Stelle.

Kevin Dickscheid: code:live soll wachsen – aber gesund und verantwortungsvoll. Schritt für Schritt. Wir freuen uns auf das, was kommt.

BlachReport: Vielen Dank für die Beantwortung unserer Fragen.



ITB-Auftritt von MSC Cruises und Explora Journeys
(Foto: Sebastian Greuner)

Artlife entwickelt Standdesign für MSC Cruises und Explora Journeys

Gemeinschaftsstand auf der ITB

MSC Cruises, drittgrößte Kreuzfahrtmarke der Welt, war erstmals in Kooperation mit Explora Journeys, der Luxus-Reise-Marke der MSC Group, mit einem Gemeinschaftsstand auf der Internationalen Tourismusbörse ITB in Berlin vertreten. Für den Messeauftritt der beiden Marken unter dem Dach der MSC Group entwickelte Artlife das Konzept und Design. Auch die bauliche Umsetzung lag in den Händen des Hofheimer Messe- und Eventbauunternehmens.

Auf rund 90 qm Fläche ist eine stilvolle Balance aus dialogorientiertem Markenstand und eleganter Wohlfühl-Lounge entstanden. Für

die gemeinschaftliche Präsentation konzipierte Artlife einen Messestand, der die unterschiedlichen Markenwelten in einem einheitlichen, harmonischen Konzept zusammenbrachte und sich doch mittels individuell konzipierter Raumelemente und Besprechungsbereiche deutlich voneinander differenzieren.

Mit dem MSC Yacht Club war auch das exklusive Schiff-in-Schiff Konzept von MSC Cruises auf dem Stand vertreten. Erhöht auf einem Podest und leicht separiert, erwartete die Besucher in der „Yacht Club Corner“ entspannte Aufenthalte in eleganter Atmosphäre.

Während Mobiliar und Dekoration auf der MSC Cruises Fläche von zeitloser Eleganz geprägt waren, vermittelte auf der anderen Seite das Interieur aus hellen Lounge-Möbeln, warmen Holzelementen und goldfarbene Accessoires den gewünschten luxuriösen Markencharakter von Explora Journeys.

Dominiert wurde das Standbild durch das CI-Blau der MSC Group, was das edle Gesamtbild des Auftritts charakterisierte. Neben der einheitlichen Farbgebung fungierte die zentrale Deckenkonstruktion als visuelle Klammer für die beiden Marken.

Geberit feierte Jubiläum mit Vok Dams

150 Years of Tomorrow

Mit sieben Veranstaltungen in fünf Städten hat Vok Dams das 150-jährige Jubiläum von Geberit in Szene gesetzt. Unter dem Motto „150 Years of Tomorrow“ wurde bei den Events nicht nur die Vergangenheit gewürdigt, sondern vor allem der Blick in die Zukunft gerichtet. Die Bandbreite reichte dabei von exklusiven Gala-Dinners bis hin zu einem interaktiven Outdoor-Event. Gemeinsam mit Geberit kreierte das Vok Dams-Team dafür passende Erlebnisse.

In fünf Städten wurden für das Jubiläum insgesamt sieben Veranstaltungen organisiert – vier für Mitarbeitende und drei für Kunden. Jeder Event war darauf ausgerichtet, nicht nur zu feiern, sondern auch die Identität von Geberit als Innovationstreiber zu unterstreichen. Die Eventkonzepte basierten auf einer Mischung aus Erlebnis, Interaktion und Geschichte. Eine speziell gestaltete History Zone ermöglichte es den Gästen, in die Entwicklung des Unterneh-

mens einzutauchen. Ein eigens produzierter Film sollte den Innovationsgeist von Geberit erlebbar machen.

Das Highlight war ein Outdoor-Event auf freiem Feld. Die Innovationskraft von Geberit wurde hier mit interaktiven Spielen inszeniert, die für diesen Anlass entwickelt wurden. Bei Vok Dams trug vor allem die Planung und die Umsetzung des Teams in München zur erfolgreichen Umsetzung des Geberit-Jubiläums bei.

AVANTGARDE VERANTWORTET BAUMA-AUFTRITT VON ZOOMLION

Die Brand-Experience-Agentur Avantgarde hat sich im Pitch durchgesetzt und gestaltete den rund 4.000 qm großen Messestand für Zoomlion, einen der weltweit führenden Baumaschinenhersteller aus China, auf der bauma 2025 in München. Avantgarde war für das Konzept, die Architektur sowie die bauliche Umsetzung

des Standes verantwortlich. Zudem übernahm Avantgarde die Koordination der Gewerke und leitete die Ausschreibung für den Messebauer.

Der Fokus des Zoomlion-Auftritts liegt darauf, den Besuchern ein immersives Erlebnis zu bieten, das die Leistungsfähigkeit und die technologischen Fortschritte des Unterneh-

mens greifbar macht. Dominik Buhr, Director Architecture bei Avantgarde: „Ein beeindruckender Messeauftritt entsteht nur, wenn alle Gewerke nahtlos ineinandergreifen. Mit Zoomlion konnten wir genau das realisieren: eine partnerschaftliche Zusammenarbeit, die es uns ermöglichte, ein echtes Erlebnis zu schaffen.“



Eingang zur Hamburg Messe (Foto: HMC/Michael Zapf)

Hamburg Messe setzt auf DB Schenker

Neuer Logistikpartner

Die Hamburg Messe und Congress GmbH (HMC) hat einen neuen Servicepartner für ihre Logistik. Ab Juli 2025 wird der weltweit tätige Logistikdienstleister DB Schenker als exklusiver Logistikpartner der HMC für die logistischen Abläufe auf dem Messegelände und im CCH – Congress Center Hamburg zuständig sein.

Das Unternehmen konnte im Ausschreibungsverfahren mit seinem Konzept überzeugen, welches neben dem umfassenden Angebot der logistischen Dienstleistungen insbesondere auch in den Themenbereichen Digita-

lisierung, Verkehrsreduzierung und Nachhaltigkeit punktete. „Wir sind sehr glücklich, DB Schenker als Partner gewonnen zu haben und sind überzeugt, dass es uns gemeinsam gelingen wird, die Prozesse der Messe- und Kongresslogistik kontinuierlich weiterzuentwickeln und Vorteile für unsere Kunden, die Menschen in unserer Nachbarschaft und die Umwelt zu schaffen“, sagt Steven Eckert, Director Production & Operations der HMC.

„Die Ernennung zum exklusiven Logistikpartner der Hamburg Messe und Congress ist

ein toller Erfolg, der unseren eingeschlagenen Weg bestätigt und unsere Marktführerschaft in der Messelogistik bekräftigt“, sagt Matthias Dornscheidt, VP Global Fairs, Events and Special Logistics. Ralf Hermanns, Area Manager Nord, Fairs, Events and Special Logistics bei der Schenker Deutschland AG, ergänzt: „Es freut uns sehr, diesen wichtigen Messeplatz in unser Portfolio aufzunehmen und unseren Kunden zukünftig auch in Hamburg unsere qualitativ hochwertigen und innovativen Logistikdienstleistungen anbieten zu können.“

DSM startet Contentproduktion mit Team D Studios

Contentproduktion

Die Deutsche Sport Marketing (DSM) startet mit der Gründung von Team D Studios eine eigene Unit für die Contentproduktion für das Team Deutschland. Ziel ist es, die Sichtbarkeit und Relevanz deutscher Athleten auch außerhalb der Olympischen und Paralympischen Spiele zu stärken. Als Vermarktungsagentur im Auftrag von DOSB und DBS bündelt die DSM unter dem neuen Label ein umfassendes Leistungsangebot für die Erstellung, Distribution und Bereitstellung hochwertiger Inhalte.

Die Team D Studios vereinen die Disziplinen Video, Audio, Foto und Text unter einem Dach. Produziert wird für die eigenen Kanäle von Team D, für die Plattformen der Athleten, aber

auch für externe Medien und Wirtschaftspartner. So entsteht ein zentraler Zugangspunkt für nationalen olympischen und paralympischen Content – redaktionell, technisch und organisatorisch aus einer Hand.

Das Angebot richtet sich nicht nur an Medienehäuser, sondern auch an Marken und Unternehmen, die im Rahmen ihrer Partnerschaften mit Team Deutschland eigene Inhalte realisieren möchten. Dazu zählen maßgeschneiderte Produktionen, Contentformate, On-Demand-Lösungen, aber auch Workshops und Schulungen für Athleten zur Verbesserung der medialen Selbstvermarktung. Eine flexible Produktionsinfrastruktur steht ebenfalls zur Verfügung.

„Wir wollen professionelle Inhalte liefern, die das Potenzial unserer Athleten langfristig sichtbar machen“, sagt Jens Behler, Head of Media & Communication bei der DSM. „Die Team D Studios ermöglichen es uns, Inhalte schneller, gezielter und vielseitiger zu produzieren.“

Zum Start gaben die Team D Studios bei der Gameplan Conference in Köln einen Einblick in ihr Leistungsspektrum. Im einem Studio-Setup konnten Besucher Teil von Videoproduktionen werden oder an interaktiven Formaten teilnehmen. Formate wie der Team D Podcast, die YouTube-Serie „Trainingsfrei“, das Doku-Format „Tag für Tag“ sowie der Team D Newsletter bilden die Grundlage für kommende Projekte.

KI als Kreativitätsverstärker Infusion

Erlebe Kreation und Content in einer neuen Dimension



Patric Weiler (Foto: privat)

VON DER ERSTEN IDEE BIS ZUM FINALEN ASSET: SO ENTSTEHT MARKENKOMMUNIKATION AUF NEUEM NIVEAU. EIN ARTIKEL VON PATRIC WEILER – DIE KI-ZUKUNFTSKOLUMNE TEIL 6, POWERED BY EBRAIN.

1. Warum KI heute zur kreativen Grundausrüstung gehört

Ob Pitchpräsentation, Eventfilm oder digitales Branding – kreative Inhalte sind heute mehr als nur hübsche Verpackung. Sie entscheiden über Wirkung, Wahrnehmung und Wiedererkennung von Marken.

Doch gerade in der Eventbranche herrscht oft noch Skepsis: „Kann KI wirklich kreativ sein?“ Die Antwort: Ja – wenn sie richtig eingesetzt wird.

KI ist kein Ersatz für kreative Köpfe, sondern ein Verstärker. Sie denkt nicht für dich – aber mit dir. Sie liefert Impulse, Strukturen, Designs und Varianten in einer Geschwindigkeit, die früher nicht möglich war. Und sie tut das maßgeschneidert auf deine Marke, deine Zielgruppe, deine Kommunikationsziele.

2. Der Auftrag ist da – jetzt beginnt der kreative Kraftakt

Das Konzept ist abgenommen, das Event beauftragt – jetzt zählt die Umsetzung. Jede Textzeile, jedes Bild, jedes Video trägt zur Markenwirkung bei. Und die Zeit drängt.

Hier kommt generative KI ins Spiel: Sie ermöglicht Effizienzsteigerungen von über 60 Prozent, reduziert Abstimmungsschleifen um bis zu 50 Prozent und liefert CI-konforme Inhalte in Rekordzeit. Und das Beste: Sie lässt sich in alle Phasen der Kreation integrieren.

3. Kreative Exzellenz durch generative Intelligenz

A) TEXTERSTELLUNG – MARKENBOTSCHAFTEN AUF KNOPFDRUCK

Tools wie ChatGPT oder Claude liefern in Sekunden stilistisch passende Inhalte – von der Headline über Regieanweisungen bis zu Speakerbriefings. Doch der eigentliche Gamechanger ist das strukturierte Arbeiten mit Briefing Sheets, die Markenwerte, Zielgruppen, Kernbotschaften und Tonalität definieren.

Diese Sheets lassen sich direkt im Projektbereich von ChatGPT oder Claude hochladen. So greifen alle Textaufgaben auf dieselbe, konsistente stilbildende Datenbasis zu – perfekt für Agenturen mit mehreren Teammitgliedern oder für komplexe Projekte mit vielen Gewerken.

Anwendungstipp: Lege pro Projekt einen eigenen GPT-Workspace an und hinterlege dort zentrale Sprach- und Markenleitplanken.

Effekt: Textproduktion bis zu 70 Prozent schneller, 5- bis 10-fache Variantenvielfalt, gleichbleibende Qualität über alle Touchpoints hinweg.

B) BILDWELTEN – VISUELLE IDENTITÄT IN HOCHAUFLÖSUNG

Midjourney v7, FLUX.ai oder Adobe Firefly setzen neue Standards in der visuellen Kommunikation. Von Key Visuals und Eventpostern über virtuelle Influencer bis hin zu individualisierten B-Roll-Bildern – KI-Bildgeneratoren sind Stockfotos weit überlegen.

Professionelle Anwendungen:

- Moodboards für interne Briefings
- Visuals für LED-Walls, Event-Apps und Check-in-Terminals
- Porträts von Speaker:innen im definierten Stil
- Maskottchen & kreative Visuals für unterschiedliche Zielgruppen

Anwendungstipp: Erstellt gemeinsam mit ChatGPT präzise Prompts, ladet diese in Midjourney und optimiert dort Look & Feel für eure CI.

Ergebnis: Bis zu 80 % weniger Stockkosten, 100 % Brand Fit, unbegrenzte kreative Freiheit.

C) BEWEGTBILD – STORYTELLING AUF NEUEM LEVEL

Ob Trailer, Showintro oder Aftermovie – mit Runway Gen-4, Kling oder Pika lassen sich Bewegtbildwelten auf Top-Agenturniveau erstellen. KI generiert sowohl Szenen als auch Kamerafahrten und Emotionseffekte.

Advanced Use: Jede Szene kann auf Basis von Textskripten (aus ChatGPT) vorbereitet, mit Bildgeneratoren erstellt und dann in Kling oder Runway zu einem flüssigen Video verarbeitet werden. Integriert werden kann auch Sprache, Musik und animiertes Branding.

Anwendungstipp: Kombiniert Bildgeneratoren, Storyboards aus ChatGPT und Editing in Runway oder Kling – so entsteht ein komplett KI-basiertes Video, das aussieht wie aus einem Studio.

Effekt: Mindestens 50 Prozent geringere Produktionszeit, visuell überzeugend, sofort einsatzbereit auf allen Kanälen und Kostenersparnis von bis zu 80 Prozent.

D) DESIGN & PRÄSENTATIONEN – PITCH-PERFEKTION IN MINUTEN

Tools wie Tome, Gamma.app oder Beautiful.ai erstellen in Minuten komplette Präsentationen, Showbooks oder Pitch-Dokumente – in eurer CI, responsiv, editierbar. Ideal für Pitches, Projektpräsentationen, Kunden-Updates.

Anwendungstipp: Nutzt GPTs zur Slide-Textgenerierung, ladet Screenshots oder Designs hoch, verlinkt direkt in Tools wie Figma.

Effekt: Bis zu 60 % schnellere Umsetzung, durchgängige Markenwirkung, hohe Visual Quality.

E) AUDIO & MUSIK – DER SOUND DEINES EVENTS

Mit Tools wie Suno.ai oder Soundraw.io lässt sich individuelle Eventmusik komponieren – sei es für den Einlass, Jingles zwischen Programmpunkten oder sogar eine eigene Event-Hymne.

Beispiele:

- Verschiedene Musikversionen für Anmoderationen, Countdown, Pause
- Audiologo passend zum Corporate Sound
- Emotionales Outro mit Gesang, passend zum Motto

Anwendungstipp: Nutze ChatGPT zur Beschreibung deiner Sound-Idee – zum Beispiel „Hybrid aus Lo-Fi und epischer Filmscore, 60 Sekunden für Speaker-Einlauf“

Effekt: Einzigartige Soundwelt für dein Event, professionell und in Echtzeit generiert.

4. Best Practice Stack – Kreativität strukturiert skalieren

So integrierst du generative KI in dein Kreativ-Setup:

1. Styleguide & Briefings erstellen (Logo, Farben, Tonalität, Zielgruppeninfos)
2. Projektbereiche in ChatGPT/Claude anlegen
3. Texte, Bilder, Videos parallel entwickeln
4. Design über KI automatisieren & validieren
5. Musik/Sound identitätsstiftend integrieren
6. Freigabeprozesse über Templates & Tools beschleunigen

Ergebnis: Harmonische Multichannel-Kommunikation, schnellerer Go-live, mehr kreative Schlagkraft.

5. Das Big Picture: Content-Inszenierung auf einem neuen Level

Erstklassiger Content ist mehr als ein Mittel zum Zweck. Er ist die Inszenierung deiner Marke, deiner Haltung, deiner Vision. Wenn Text, Bild, Ton und Video wie aus einem Guss wirken – emotional, CI-treu, zielgruppengenau – dann entsteht ein Event, das nachwirkt.

Mit KI kannst du genau das orchestrieren:

- Multisensorische Experiences in Sound, Bild und Text
- Hyperpersonalisierte Inhalte in Echtzeit
- Skalierbarkeit ohne Qualitätsverlust
- Markenkonsistenz auf jedem Touchpoint

Kurz: KI transformiert nicht nur Workflows – sie transformiert Erwartungen.

6. Fazit – Wer jetzt skaliert, sichert sich die Bühne

Events sind Inszenierung. Doch jedes Erlebnis beginnt mit Content. Und genau dort entscheidet sich, ob dein Event nur stattfindet – oder bleibt.

Generative KI ist kein „Nice to have“. Sie ist der neue Standard für kreative Exzellenz. Wer sie intelligent einsetzt, kann mehr Projekte in weniger Zeit realisieren – und dabei Wirkung, Relevanz und Wiedererkennbarkeit steigern.

Du möchtest dein Team und deine Organisation KI-ready machen?

Lass uns gerne sprechen – und gemeinsam herausfinden, wie du kreative Exzellenz mit KI erreichst.

KPIs auf einen Blick:

- Effizienzsteigerung: bis zu 65 %
- Text- & Designproduktion: bis zu 70 % schneller
- Abstimmungsprozesse: 50 % weniger Schleifen
- Stock- & Agenturkosten: bis zu 80 % Einsparung
- Output-Qualität: 100 % markenkonform skalierbar
- Kostenersparnis: Bis zu 80%

Über den Autor

Patric Weiler – AI powered Business Transformation

Patric Weiler unterstützt Unternehmen als Berater, Trainer und Umsetzer bei der Integration von KI, digitalen Strategien und Business-Transformation. Sein Fokus liegt auf der Optimierung von Positionierung, Marketing und Vertrieb, um Wirkung, Wachstum, Effizienz und Kundenerlebnisse nachhaltig zu steigern.

Weitere Infos auf der Website von Patric Weiler www.pwbc.de oder via Mailanfrage an pw@pwbc.de.

Über eBrain

eBrain revolutioniert die Eventbranche als weltweit erstes KI-gestütztes Teilnehmermanagementsystem. Mit innovativen Automatisierungslösungen verschlankt eBrain komplexe Prozesse wie Teilnehmerregistrierung, Check-in, Kontingentmanagement und Datenauswertung. Info: www.ebrain.events.

Neue Eventlocations in Köln

Domstadt stärkt ihr MICE-Segment



Confex (Foto: Koelncongress)

IM VERGANGENEN WURDE IN KÖLN MIT DEM NEUEN VERANSTALTUNGSZENTRUM CONFEX BEI DER KOELNMESSE EINE ABSOLUTE FLAGSHIP-VENUE ERÖFFNET.

Herzstück des insgesamt 20.500 Quadratmeter großen Gebäudes ist die dreifach teilbare Confexhall mit Platz für 4.300 Personen. Hinzu kommen zwei Konferenzebenen mit 22 Räumen und einer Größenstaffelung von 27 bis 205 Quadratmetern. Die umlaufenden Zu- und Eingänge der Confexhall schließen direkt an das lichtdurchflutete Foyer an, das auf die 5.600 Quadratmeter messende Open-Air-Terrasse Confex Plaza führt.

Auch sonst zählt die Stärkung des MICE-Segments in der Domstadt zu den zentralen Schwerpunkten. In 2024 konnten in 223 Veranstaltungen bei mehr als 42.300 Teilnehmenden über 7,1 Millionen Teilnehmende gezählt werden. Was sich in Köln sonst noch am Location-Markt getan hat, haben wir nachfolgend in einer kleinen Auswahl zusammengestellt.

EVENTSCHIFF MS JULES VERNE

Die Köln-Düsseldorfer Deutsche Rheinschiffahrt GmbH (KD) stellt ihren Neuzugang MS Jules Verne vor, ein modernes Eventschiff in futuristischem Design, das die Eventflotte der KD mit den Schiffen MS RheinMagie, MS Rhein-Fantasie, MS RheinGalaxie, MS RheinVision, MS RheinHarmonie und MS RheinPoesie ergänzt.

Bei der MS Jules sorgen viele Glasfassaden für modernen Flair. Das Hauptdeck ist mit moderner Surround-Soundtechnik, Beleuchtung



MS Jules Verne (Foto: Robert Aarts)

und einem stilvollen Lounge-Ambiente ausgestattet. Bei entsprechender Witterung bietet das Freideck Raum für Treffen, Meetings oder Empfänge unter freiem Himmel. Das Schiff soll in erster Linie für Charterfahrten auf dem Rhein zwischen Duisburg und Mainz sowie in Frankfurt auf dem Main eingesetzt werden. Es ist knapp 76 Meter lang, 9,60 Meter breit und bietet auf etwa 800 Quadratmetern Platz für maximal 600 Personen. Die empfohlene Passagierzahl liegt bei 150 bis 300 Personen.

Das KD Event Team bietet für jede Veranstaltung ein maßgeschneidertes Angebot. Und das von der ersten Idee bis zur Umsetzung, stets in enger Absprache mit den Kunden. Individuell sind auch die gastronomischen Konzepte, die auf die Wünsche der Kunden abgestimmt werden. Spezielle Buffets sind ebenso möglich wie Live-Cooking und mehrgängige Menüs. Auch für die technische Umsetzung jeder Veranstaltung ist gesorgt: Die KD eigene Eventtechnik liefert professionelle Technik nach modernstem Standard und kümmert sich auf Wunsch um das passende Entertainment-Programm.

FREILUFT KÜCHE KÖLN

Neu im Portfolio der Eventagentur Ellen Kamrad ist die Freiluft Küche Köln, eine Open-Air-Location, die industriellen Chic mit entspannter Atmosphäre kombiniert. Hier bieten sich flexible Möglichkeiten für kulinarische Events, Team-buildings oder Tagungen.

Das Herzstück der Location ist der lichtdurchflutete Wintergarten mit einer offenen Showküche. Neben den Indoor-Bereichen bietet die Räumlichkeit einen 500 qm großen Eventgarten für 100 Personen mit Kochstudio und Loggia auf 15 qm. Auch der Innenhof auf 235 qm erweitert die Möglichkeiten: Hier ist Platz für einen Foodtruck, so dass Street-Food-Konzepte und Catering-Highlights als Teamevent umgesetzt werden können. Mit einer Kapazität für 50 bis 80 Personen bietet dieser Open-Air Bereich Flexibilität für Outdoor-Events.

Ein Highlight ist das Glasloft im Industriecharme mit viel Licht (50 qm). Es bietet Platz für bis zu 24 Personen an Tischen oder 45 bis



Freiluft Küche Köln (Foto: Ellen Kamrad)

50 Personen an Stehtischen. Direkt davor laden verschiedene Ecken im Hof zur Gruppenarbeit ein. Die Poolterrasse mit Pool eignet sich für exklusive Business Events, Sommer-Events oder Networking.

MOTORWORLD INN EVENTGARAGE

Mit ihrem großen Flugzeughangar, der historischen Empfangshalle sowie zahlreichen Tagungs- und Seminarräumen ist die auf dem ehemaligen Flughafen Butzweilerhof angesiedelte Motorworld Köln-Rheinland prädestiniert für große und kleine Veranstaltungen aller Art. Seit Ende letzten Jahres ist dort mit der Motorworld Inn Eventgarage eine weitere Location hinzugekommen.

Mit einer 280 qm großen Indoor-Fläche bietet die Eventgarage Platz für bis zu 250 Gäste. Zusammen mit der dazugehörigen 300 qm großen Terrasse können sogar Veranstaltungen für bis zu 350 Personen realisiert werden. Das besondere Vintage-Werkstatt-Ambiente schaf-

fen Details wie ein historischer Bugatti-Rennwagen auf einer Hebebühne, ein NSU-Motorrad oder verschiedene Fahrräder. Auch eine Werkbank mit Werkzeug, ein Amboss, alte Kameras, Ölkännchen, Zapfsäulen, antike Schilder und Werkstattlampen unterstreichen das Look-and-Feel.



Motorworld Inn Eventgarage (Foto: Kay-Uwe Fischer)

Ein Tischkicker und eine Dartscheibe ermöglichen Wettkämpfe, ein Klavier lädt zu spontanen Musikeinlagen ein. Direkt vor der Terrasse befinden sich zudem als Blickfang einige Fahrzeuge mit viel Patina – echte Scheunenfunde, die das Ambiente perfekt abrunden. Das Mobiliar besteht aus Lounge-Möbeln, hohen Tischen mit Barhockern sowie klassischen Tischen mit Stühlen für vielfältige Sitz- und Gestaltungsmöglichkeiten. Zudem gibt es im Innenbereich eine Bar und auf der Terrasse eine Ausschanktheke in einem Container. Die Motorworld Inn Eventgarage liegt zudem direkt neben der 300 qm großen historischen Empfangshalle und kann mit dieser sowie der sich anschließenden 350 qm großen und ebenfalls neu gestalteten Drivers' Hall kombiniert werden.

LEONARDO ROYAL FLUGHAFEN KÖLN-BONN

Mit dem Leonardo Royal Cologne Bonn Airport wurde ein weiteres Tagungshotel am Kölner Flughafen eröffnet. Das Haus befindet sich im Kölner Stadtteil Urbach und ist über einen 24-Stunden-Shuttleservice an das internationale Drehkreuz angebunden. Der Neuzugang mit 250 Zimmern und einem großzügigen Konfe-



Meetingraum im Leonardo Royal Flughafen Köln-Bonn (Foto: Leonardo Hotels)

renzbereich ist vor allem für Geschäftsreisende, Tagungs- und Stopover-Gäste konzipiert.

Zu den Signature-Elementen der Leonardo Royal Hotels zählen ein Open-Lobby-Konzept, das im Leonardo Royal Cologne Bonn Airport eine 130 Quadratmeter große Bar beinhaltet sowie ein lichtdurchflutetes Restaurant mit Außenterrasse und Platz für 250 Personen. Ebenso außergewöhnlich präsentieren sich die zehn „Leonettes“, von Frauen für Frauen designte Hotelzimmer, die frei von Klischees in Ausstattung und Lage ganz auf weibliche Reisende zugeschnitten sind.

Für Veranstaltungen und Meetings offeriert das Haus ein 200 Quadratmeter großes Tagungsfoyer und insgesamt sechs flexible Tagungsräume auf rund 745 Quadratmetern Fläche, in denen bis zu 180 Personen Platz finden. Alle Tagungsräume verfügen über Tageslicht, sind klimatisiert und mit Technik inklusive Beamer, Leinwand und Sound-System sowie kostenfreiem WLAN ausgestattet.

Der 227 Quadratmeter große Innenhof grenzt direkt an den Tagungsbereich an und eignet sich für Outdoor-Events und Break-Out-Sessions. Außerdem bietet das Haus ein 24-Stunden-Businesscenter.

MMC STUDIO 50

Mit dem Studio 50 haben die MMC Studios Köln eine neue Eventlocation auf dem Studiogelände in Köln Ossendorf eröffnet. Das Studio, eines von 23 Film- und Fernsehstudios, war zuvor umfassend für den dauerhaften Eventbetrieb hergerichtet worden.



Eröffnung der Eventlocation Studio 50 (Foto: Silke Steinraths/SilkeSteinrathsPhotography)

Das Event-Studio ist mit seiner fest installierten Bühne, einer großen Projektionsfläche, moderner LED-Lichttechnik, einer professionellen Beschallungsanlage und einem vorgehaltenen Foyer sowie zusätzlich kombinierbaren Flächen als Location für die flexible Umsetzung von Events jeder Art und Größe geeignet. Die multifunktionalen Eigenschaften des Film- und Fernsehstudios ermöglichen dabei eine vielseitige Umsetzung. Auf über 900 Quadratmetern finden hier bis zu 1.400 Gäste Platz.

jobs + karriere

_ Der Berliner Außenwerber *Wall* gibt seiner Abteilung Corporate Communications & Affairs eine neue Struktur. Seit dem 1. April führen **Rika Schreiber** und **Christian Knappe** als Doppelspitze das siebenköpfige Team. Christian Knappe wird die Funktion als Pressesprecher wahrnehmen, während Rika Schreiber weiterhin den Bereich Städte- & Corporate Marketing führen soll und Aufgaben des Eventmanagements übernimmt.

_ **Michael Willenborg** wurde zum 1. April 2025 Country Director der *Imaging Technologies & Communications Group (ITCG)* DACH bei Canon. Er leitet damit als Mitglied der Geschäftsleitung von *Canon Deutschland* den Vertrieb und das Marketing der Business Unit in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

_ Der neue CEO der *Messe Stuttgart India*, einer Tochtergesellschaft der *Messe Stuttgart* in Delhi, heißt **Gaurav Sood** [47]. Er folgt auf **Aditya Gupta**, der nach dem unerwarteten Tod von **Sachin Patil**, interimsmäßig die Geschäftsführung der *Messe Stuttgart India* seit Juni 2024 übernommen hatte. Gupta ist ebenso CEO der *India Didactics Association* und im Rahmen der *Didac India Partner* der *Messe Stuttgart India*.



Tyron Menezes (Foto: Uniplan)



Stijn Jonckheere (Foto: George P. Johnson)



Dennis Smith (Foto: NürnbergMesse)



Sascha Wolfinger (Foto: Opel)

TYRON MENEZES VERSTÄRKT UNIPLAN DUBAI

Uniplan baut seine kreative Führung in der MENA-Region aus: **Tyron Menezes** übernimmt ab sofort die Position des Executive Creative Director im Büro Dubai. Mit über 15 Jahren Erfahrung in der Entwicklung strategischer Markenerlebnisse soll er neue Impulse für die Gestaltung immersiver, wirkungsstarker Markenauftritte liefern.

Tyron Menezes war vorher Creative Director bei *PublicisLive*. Er realisierte unter anderem Projekte für Nike, den Pavillon der Vereinigten Arabischen Emirate beim Weltwirtschaftsforum, das Büro des Premierministers der VAE sowie die Dubai Future Foundation. Sein Ansatz, strategisches Storytelling mit Experience Design zu verbinden, machte ihn zu einem Experten für zukunftsorientierte Markenkommunikation.

NEUER SENIOR CREATIVE DIRECTOR BEI GPJ IN MÜNCHEN

George P. Johnson Germany (GPJ) verstärkt sein kreatives Team mit einem Allround-Talent: Zum 1. April übernahm **Stijn Jonckheere** die Rolle des Senior Creative Director in München. Er verbindet Architektur, Design, Kommunikation, Kunst und strategische Kreativität mit einer umfassenden interdisziplinären Expertise.

In seiner neuen Funktion soll Stijn Jonckheere die kreative Ausrichtung von GPJ standortübergreifend prägen und die Synergien zwischen den Teams in München und Stuttgart sowie den internationalen Standorten gezielt stärken.

In Belgien geboren und in Brüssel aufgewachsen, studierte Stijn Jonckheere Architektur, bevor er 2012 nach Deutschland zog, um in München als Architekt zu arbeiten. Mit seiner Expertise in Ideenentwicklung, Konzepten und Design übernahm er unter anderem die kreative Leitung eines zehnköpfigen Teams bei der BMW-Agentur *The Game* und betreute BMW über einen Zeitraum von mehr als drei Jahren. Weiterhin war er als Dozent an renommierten Universitäten weltweit tätig.

GESCHÄFTSFÜHRUNG DER NÜRNBERGMESSE NORTH AMERICA

Wechsel in der Führungsspitze der US-Tochtergesellschaft der *NürnbergMesse Group*: **Dennis Smith** [58] nahm im April 2025 die Geschäftsführung der NürnbergMesse North America (NMNA) in Atlanta von **Bill Ingwersen**. Der US-Amerikaner, der auch schon für die *Messe Frankfurt* und die *Hannover Messe* gearbeitet hat, bringt Expertise aus dem internationalen Messe- und Kongressgeschäft mit.

Dennis Smith war in Führungspositionen der internationalen Messebranche tätig, darunter als Managing Director der Hannover Messe Istanbul (2006 bis 2009), als CEO der Messe Frankfurt Inc. (2012 bis 2019) sowie als Vorsitzender des *Messeverbands IAAE* (2023). Als neuer Geschäftsführer bei der NMNA übernimmt Smith nun die Verantwortung für die Akquisition und Betreuung US-amerikanischer Aussteller und Besucher auf den weltweiten Veranstaltungen der NürnbergMesse Group sowie auch für die Entwicklung der Eigenveranstaltungen embedded world North America in Anaheim/Kalifornien und der Biofach America in Atlanta/Georgia.

LEITUNG GLOBALE KOMMUNIKATION BEI OPEL

Sascha Wolfinger leitet ab sofort die globale externe und interne Kommunikation der Marken Opel und Vauxhall und wird gleichzeitig Mitglied des Executive Committee bei *Opel Automobile*. Wolfinger folgt damit auf **Harald Hamprecht**, der das Unternehmen nach 13 Jahren auf eigenen Wunsch verlässt.

Sascha Wolfinger verantwortet bereits die Gesamtkommunikation von *Stellantis* in Deutschland und erweitert mit der neuen Rolle seinen bisherigen Aufgabenbereich. Er berichtet in beiden Funktionen an **Florian Huettl**, CEO Opel/Vauxhall und Managing Director Stellantis Germany.

Vor seinem Einstieg bei Opel im Mai 2012 arbeitete Harald Hamprecht elf Jahre als Journalist – unter anderem als Chefredakteur der Fachzeitschrift *Automotive News Europe* sowie Chefredakteur von *auto motor und sport*.

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

Wir entwickeln gute Ideen mit Erfolg und messen diesen an unseren Projekten sowie zufriedenen Kunden. Wir sind inhabergeführt, unabhängig & zählen zu den besten Agenturen Deutschlands. Vernetzt denken, systematisch handeln: Wir bündeln Aktivitäten im Marketing nach innen & außen, sorgen für Synergieeffekte & Wirkungstiefe. Unser integrierter Ansatz nutzt die besten Kanäle – online, offline & face-to-face. Darum ist die Beratungs- & Konzeptionsphase erst der Anfang einer gemeinsamen Erfolgsgeschichte.

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.

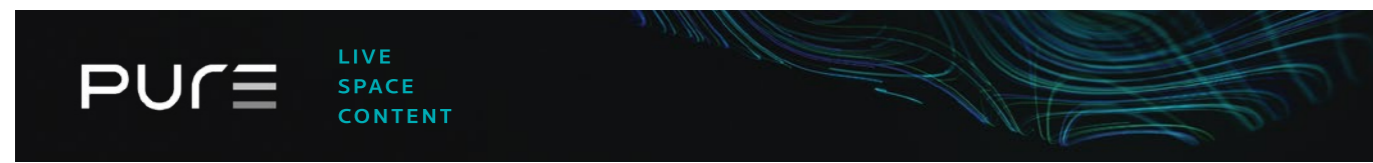


PP Frankfurt

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
_ansprechpartner anschrift telefon . fax . email . internet anbot

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
14.-15. JAN. 2026
MESSE DORTMUND

EMOTION.
FASCINATION.
INSPIRATION.
PASSION.

SAVE THE DATE!

BOE
Internationale Fachmesse
für Erlebnismarketing

BOE INTERNATIONAL Messe Westfalenhallen
Internationale Fachmesse Dortmund GmbH
für Erlebnismarketing Strobelallee 45
14. – 15. Januar 2026 44139 Dortmund
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.

EVENT-LOCATIONS

SCHOKO LADEN FABRIK
EVENT & MEETING VENUE

Schokoladenfabrik Stollwerckstraße 27-31
Event und Meeting Venue 51149 Köln
owned by format:c live Ihre Ansprechpartner:
communication GmbH _ Natalie Driesnack
_ Tobias Weber

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
_ansprechpartner anschrift telefon . fax . email . internet anbot

MEDIEN- / LED-WÄNDE

ACETEC
EVENT- & MEDIEN-TECHNIK

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
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.

WE ARE artlife
messe events specials

MIT PROFIS ARTLIFEN

intertek fwd:
Bundesvereinigung
Veranstaltungswirtschaft

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.

MEDIA BOARD

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

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.



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 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



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



MODERATION MIT HERZ UND LEIDENSCHAFT.

EVENT | GALA | AWARD | MESSE | KONGRESS | TV | RADIO

Moderatorin gesucht?
www.louisaschlang.de

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
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
Ingenieurbüro für 10997 Berlin
Entertainment
_ Dipl. Ing. Joachim Koppe
_ Dipl. Ing. Ralf Schafstall

T 030 616716-0
F 030 616716-29
www.production-office.de
info@production-office.de

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

VERANSTALTUNGSTECHNIK

Aventem

HÖREN · SEHEN · STAUNEN



Aventem GmbH Düsseldorf
Audiovisuelle Herderstraße 70
Dienstleistungen 40721 Hilden
Berlin
Rohrdamm 24b
13629 Berlin

T +49 2103 25230-0

T +49 30 367005-70
info@aventem.de
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
Frankfurt • Hannover
München • Poznań

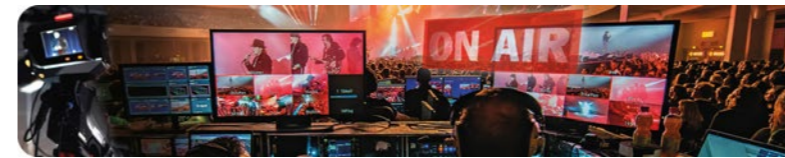
T +49 (0)211 90449-0
F +49 (0)211 90449-444
contact@btl-x.de
www.btl-x.de

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
68535 Edingen-
Neckarhausen

T +49 (0)6203 4046-0
info@epicto.de
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
GmbH & Co. KG Unsere Standorte:
Barcelona | Berlin | Bochum
Dresden | Düsseldorf
Erfurt | Frankfurt | Hamburg
Hannover | Köln | Leipzig
München | Nürnberg
Stuttgart

info@neumannmueller.com
www.neumannmueller.com

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

VIDEO



Screen Visions GmbH T +49 711-21414-140
Waldburgstraße 17/19 mail@screenvisions.com
70563 Stuttgart www.screenvisions.com

- LED-Videowände
- Mobile & modulare Lösungen
- Sonderkonstruktionen
- On-Screen-Vermarktung
- Digitale Promotionmodule
- Beratung für Festinstallationen
- Kameras
- Medienserver
- technische Planung

MEDIA BOARD

Digitale Ausgaben unter:
www.blachreport.de



INSIDE

Michael Dapp



Michael Dapp (Foto: Dapp Events)

MICHAEL DAPP IST CEO VON DAPP EVENTS IN KIRCHHEIM BEI MÜNCHEN.

Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?
Weil sie echte Emotionen schafft. Kaum eine Branche bringt Menschen so intensiv zusammen – live, unmittelbar und unvergänglich. Außerdem haben wir immer nur einen Versuch, der sitzen muss – das macht es spannend!

Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?
Wahrscheinlich Zirkusdirektor, da gibt es bestimmt viele Parallelen zu unserem Berufsbild.

Welchen Traum wollen Sie sich noch erfüllen?
Irgendwann einen eigenen Musiktrack kreieren – eine Idee dazu habe ich schon im Kopf.

Was macht Sie glücklich?
Auf Geschaffenes zurückblicken – privat wie beruflich – und zu wissen, dass ich mein Bestes gegeben habe.

Was war bisher Ihre größte Herausforderung?
Die Pandemie. Plötzlich war das, was unser tägliches Tun ausmacht – das Zusammenkommen – unmöglich. Aber wir haben neue Wege gefunden.

Welche Entscheidungen haben Sie bereut?
Ich bereue keine Entscheidung grundsätzlich – auch wenn nicht jede zum Erfolg geführt hat. Aus Fehlern habe ich oft mehr gelernt als aus den Erfolgen.

Was machen Sie gegen Stress?
Sport hilft mir enorm – sowie eine gute Zeit mit Familie und Freunden.

Wen möchten Sie gern einmal kennenlernen?
Jemanden, der mir beibringt, wie man die Zeit anhält.

Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?
Das große 1x1 der Erfolgsstrategie von Friedrich, Malik und Seiwert.

Was sollen wir hören: Ihr aktueller Musiktipp?
Aktuell höre ich meine selbst zusammengestellte Soul-80er Playlist inklusive Ain't Nobody von Chaka Kahn – kann ich immer hören.

Welches Live-Ereignis hat Sie bisher am meisten beeindruckt?
Die Geburten meiner beiden Töchter. Kein Event der Welt kommt an diese emotionalen Momente heran – das hat mein Leben für immer verändert.

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

Ich bin eher der Entdecker-Typ – statt eines festen Lieblingsrestaurants probiere ich gern neue Konzepte aus. München hat kulinarisch so viel zu bieten, dass ich mich ungern festlege.

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

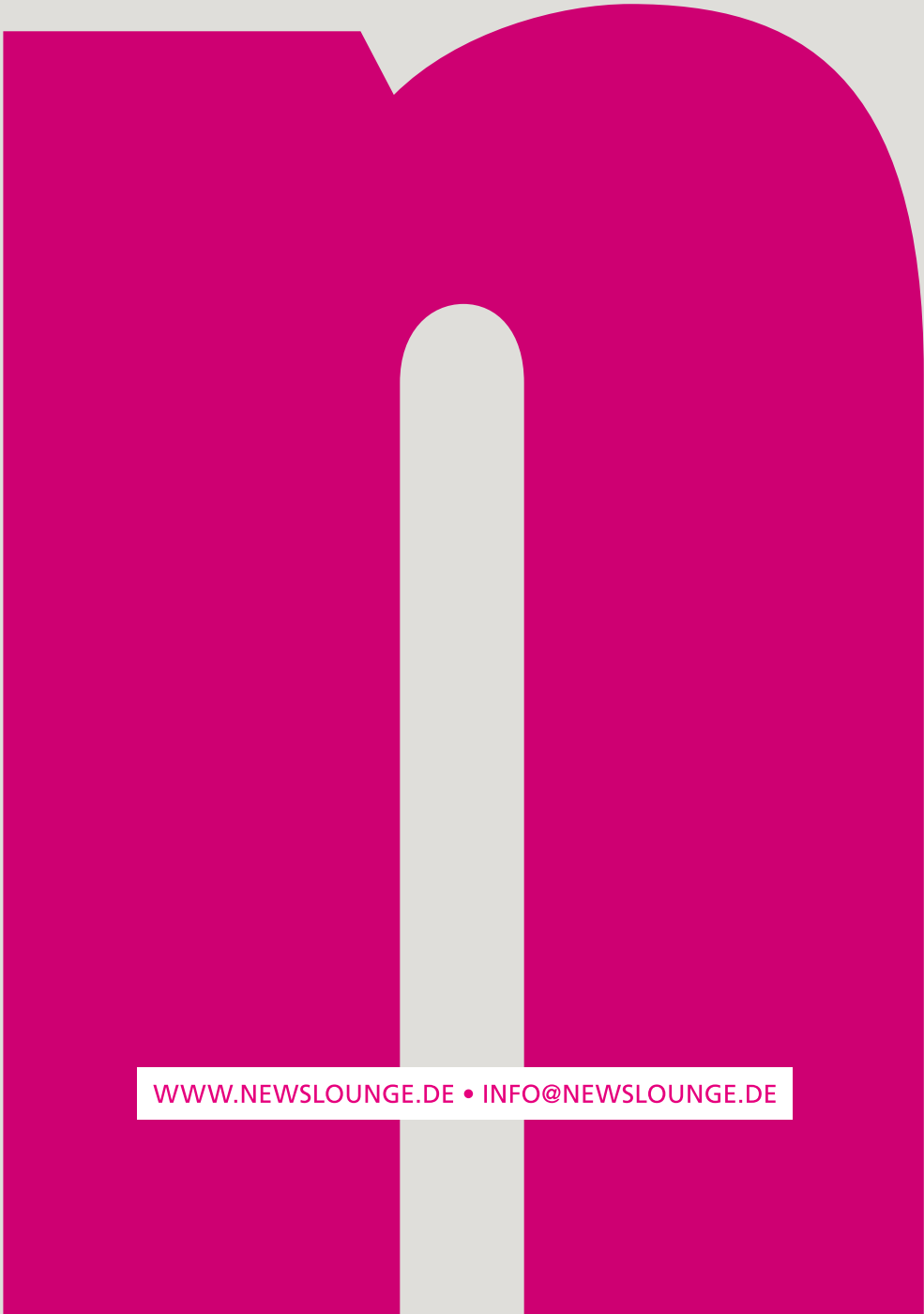


AktivMedia
Marketing- und
Medienkommunikation GmbH

newslounge

PRESSEPORTAL FÜR DIE
MICE BRANCHE NATIONAL
UND INTERNATIONAL

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



WWW.NEWSLOUNGE.DE • INFO@NEWSLOUNGE.DE