



Wie die Motorworld Mallorca als Location punktet und warum der BlachReport zur Eröffnung einen Workshop durchführte



Ihre starken Partner für Messen, Kongresse und Events in Leipzig



www.leipziger-messe.de | www.fairnet.de



Bauchgefühl oder Datenanalyse?



Die Bewertung des Messeerfolgs ist für Aussteller essenziell, um den Return on Investment zu erfassen und künftige Auftritte strategisch zu verbessern. Neben klassischen Methoden wie Besucherbefragungen, Lead-Auswertungen und Wettbewerbsvergleichen setzen sich zunehmend KI-gestützte Systeme durch.

Zwei aktuelle Lösungen aus Deutschland sind xKPI von These Guys und knw. von Live Matters. Beide Systeme analysieren Besucherströme, Verweildauer und emotionale Reaktionen in Echtzeit und liefern datenbasierte Erkenntnisse für Messegesellschaften, Aussteller und Agenturen.

xKPI basiert auf einer Kooperation mit Neumann & Müller Veranstaltungstechnik. Während Neumann & Müller die technische Umsetzung übernimmt, analysiert These Guys die erfassten Daten. Mithilfe der Tools „Flow“ und „Neural“ lassen sich unter anderem Bewegungsmuster, Interaktionen und Feedback zu Inhalten analysieren. Die Systeme werden individuell auf die Anforderungen von Messen angepasst.

knw. kombiniert Bewegungs- und Sentimentanalysen auf dem Messestand. Die Plattform erfasst Besucherströme per Sensorik und nutzt KI zur Analyse von Emotionen. Heatmaps und Echtzeitdaten helfen bei der Optimierung von Standlayout und Kommunikationsmaßnahmen. Ergänzend werden auch Mobilität und CO2-Bilanz der Besucher berücksichtigt.

Beide Lösungen ermöglichen die gezielte Steuerung, Bewertung und Weiterentwicklung von Messebeteiligungen auf Basis valider Daten. Unternehmen können so fundierte Entscheidungen treffen und ihre Maßnahmen wirkungsvoller und effizienter gestalten.

In der Praxis sieht es leider noch meist so aus, dass eine Bewertung von Messeauftritten „aus der Hüfte“ erfolgt. Bauchgefühl statt Datenanalyse? Schade eigentlich.

Herzlichst

Ihr Peter Blach

inhalt

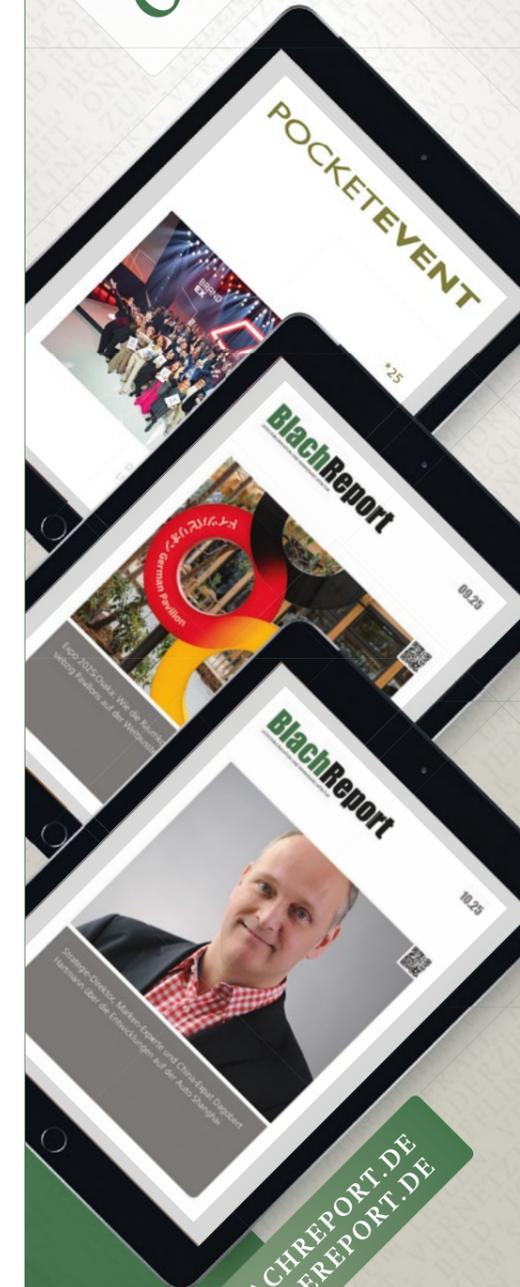
- 4 BUSINESS Messe Düsseldorf Imagekampagne
- 6 MESSE ERFOLGSKONTROLLE Methoden, Instrumente
- 8 BUSINESS Neuer Award für die Live-Branche
- 10 WORK Duftstars-Verleihung wieder mit Vaterblut
- 12 VENUES Motorworld Mallorca als Eventlocation

Titelfoto: Motorworld Mallorca (Foto: Motorworld/Thor Schoof)

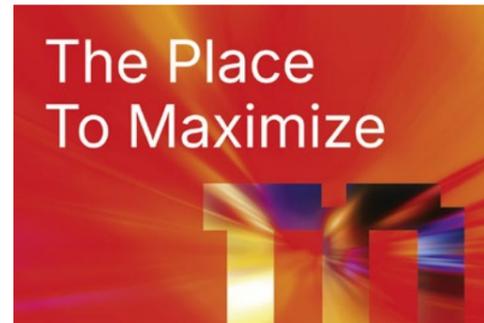
- 14 DIGITAL Patric Weiler über KI und Events (Teil 7)
- 16 PEOPLE Jobs + Karriere
- 17 MARKETING-SERVICES Lieferantenverzeichnis
- 26 BACKSTAGE Christopher Hesse
- 26 IMPRESSUM

MEDIA BOARD

OUT NOW!



WWW.BLACHREPORT.DE
WWW.STAGEREPORT.DE



Visual zur neuen Kampagne (Foto: Messe Düsseldorf)

Messe Düsseldorf startet umfassende Imagekampagne

The Place To Maximize

Mit 20 Weltleitmesen, diversen eigenen Marken und einer globalen Community zählt die Messe Düsseldorf zu den führenden Messeveranstaltern weltweit. Ihre Position als zentrale Business-Plattform will sie jetzt mit einer umfassenden Imagekampagne unter dem Motto „The Place To Maximize“ unterstreichen.

„Wir verstehen uns als Möglichmacher und Brückenbauer zwischen Menschen und Märkten“, kommentiert Wolfram N. Diener, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Düsseldorf. „Mit unserer Imagekampagne stellen wir den Mehrwert für unsere Kunden und Partner in den Mittelpunkt und zeigen, dass die Messe Düsseldorf der Ort ist, der Horizonte erweitert, Geschäfte potenziert und Visionen Wirklichkeit werden lässt.“ Die Imagekampagne soll zugleich ein zentraler Baustein im sukzessiven Rollout des neuen Markenauftritts

sein, mit dem sich die Messe Düsseldorf seit Herbst 2024 neu positioniert. „Mit ‚The Place To Maximize‘ kommunizieren wir unsere neue Marke erstmals im größeren Stil nach außen und machen sie auf allen Kanälen sichtbar – modern, emotional, digital und zukunftsweisend“, sagt Dr. Andrea Gränzdröffer, Leiterin der Unternehmenskommunikation.

Die digitale Imagekampagne läuft über einen Zeitraum von sechs Monaten bis November 2025. Konzeptionell und visuell leitet sie sich aus der Markenstrategie und dem neuen Markenauftritt ab, mit dem die Messe Düsseldorf in die Zukunft geht. Aufmerksamkeitsstarke transportieren die Botschaft „The Place To Maximize“ mit kraftvollen Farben und dem markanten Messe-„m“ als verbindendem Element. Futuristische Motive symbolisieren eine Zukunft voller Energie und neuer Potenziale.

„The Place To Maximize“ startet zunächst als Paid-Media-Kampagne mit Ads, Bannern und Anzeigen auf digitalen Kanälen und in Printmedien. Ergänzt wird sie durch Out-of-Home-Maßnahmen mit regionalem Fokus. Großflächenplakate auf dem Messegelände und im städtischen Umfeld, etwa am Hauptbahnhof, unterstreichen die Verbindung zwischen der Messe und der Stadt Düsseldorf.

Im weiteren Verlauf soll die Imagekampagne schrittweise ausgebaut und präzisiert werden. Ziel ist es, das Profil der Messe Düsseldorf als Partnerin für alle, die die Wirtschaft von morgen gestalten, weiter zu schärfen und emotional aufzuladen. Internationale Entscheider, potenzielle und bestehende Mitarbeitende sowie die regionale Öffentlichkeit sollen gezielt angesprochen und nachhaltig eingebunden werden.

Finaler AUMA Messerückblick 2024

Kennzahlen im Plus

Die deutsche Messewirtschaft hat im Jahr 2024 an Dynamik gewonnen. Eine jetzt vorgelegte Analyse des Verbands der deutschen Messewirtschaft AUMA zeigt, dass alle zentralen Kennzahlen ein klares Wachstum gegenüber den jeweiligen Vorveranstaltungen verzeichnen. Insgesamt fanden im vergangenen Jahr 322 Messen statt – darunter 176 internationale und nationale sowie 138 regionale Veranstaltungen. Acht Messen feierten 2024 ihre Premiere, mit Themen wie IT & Digitalisierung, Finanzwirtschaft, Logistik und Genussmittel.

Rund 70 Messeplätze in Deutschland boten mehr als 204.000 Ausstellenden eine Plattform – ein Zuwachs von 9,2 Prozent gegenüber den

jeweiligen Vorveranstaltungen. Über 11,7 Millionen Besucher wurden gezählt, was einem Plus von 3,2 Prozent entspricht. Auch die belegte Standfläche stieg deutlich auf knapp 7,2 Millionen Quadratmeter (+7,2 Prozent).

Allerdings wurde die Messebranche 2024 nach AUMA-Ansicht auch auf eine harte Probe gestellt: Gerade im messeschweren ersten Quartal waren mehr als 50 Veranstaltungen von Streiks im Bahnverkehr, öffentlichen Nahverkehr und an Flughäfen betroffen. Schätzungen zufolge kamen dadurch bis zu 250.000 Besucher weniger – ein Rückgang von durchschnittlich elf Prozent auf den betroffenen Messen im Vergleich zu den Vorjahren.

Im laufenden Jahr 2025 sind laut AUMA über 310 Messen in Deutschland geplant – darunter mehr als ein Dutzend neue Veranstaltungen mit Schwerpunkten wie Pflege, Energie und Bauwesen. Knapp 200 Messen finden dabei in der ersten Jahreshälfte 2025 statt – weit mehr als 50 gab es allein im messestärksten Monat März. Leuchttürme waren die Grüne Woche in Berlin (17. bis 26. Januar), die Internorga in Hamburg (14. bis 18. März) und mit der bauma die weltgrößte Messe in München (7. bis 13. April). Höhepunkte in diesem Halbjahr sind die Ligna Hannover (26. bis 30. Mai), die transport logistic / air cargo München (2. bis 5. Juni) und die Eurobike Frankfurt (25. bis 29. Juni).



Logo der Spielwarenmesse eG (Foto: Spielwarenmesse eG)

Eingang zur Spielwarenmesse 2025 (Foto: Spielwarenmesse/Lennart Preiss)

Spielwarenmesse-Veranstalter feiert Jubiläum

Festakt in Nürnberg

Die Spielwarenmesse eG kann in diesem Jahr ihren bereits 75. Geburtstag feiern. Während sich 2025 das Firmenbestehen zum 75. Mal jährt, feiert die Spielwarenmesse als bedeutendste Veranstaltung der Nürnberger Genossenschaft erst 2026 ihr Platinjubiläum.

International ausgerichtet repräsentiert die Spielwarenmesse eG die Spielwarenbranche und angrenzende Konsumgütermärkte. Als Genossenschaft nimmt sie unter den Messengesellschaften von Anfang an eine besondere Stellung ein: 1949 hatten vier Unternehmer in Nürnberg die Gründung der Spielwarenmesse beschlossen. Nach gelungener Premiere der ersten Deutschen Spielwaren-Fachmesse 1950 wurde im selben Jahr die Genossenschaft besiegelt. „Mit dieser Rechtsform sind wir noch immer ein Exot im Messewesen und eine der erfolgreichsten Genossenschaften in Bayern“, sagt Vorstandssprecher Christian Ulrich, der seit 2021 gemeinsam mit seinen Kollegen Florian Hess und Jens Pflüger die Geschicke der Spielwarenmesse eG leitet. Unterstützt wird das Führungstrio durch rund

60 Mitarbeitende am Sitz in Nürnberg und einem Netzwerk aus Repräsentanten in über 100 Ländern.

Die hohe Internationalität zeichnet das Unternehmen heute mehr denn je aus. Im Zentrum des Portfolios stehen mittlerweile zwei globale Leitmesen: die Spielwarenmesse in Nürnberg als B2B-Flaggschiff – das bereits seit der zweiten Durchführung das Pferdchen im Logo trägt – und die Spiel in Essen als B2C-Event. Ergänzt wird das Angebot durch die Kids India in Mumbai sowie das internationale Format World of Toys by Spielwarenmesse eG, das mit Gemeinschaftsständen in Hongkong, Tokio und New York gezielt Marktgänge schafft. Eigene Tochterunternehmen an den wichtigen Standorten China und Indien sorgen für das entsprechende Know-how direkt vor Ort. „Mit dieser globalen Aufstellung und dem gebündelten Expertenwissen entwickelt sich die Spielwarenmesse eG zunehmend zum Impulsgeber für Trends, Themen und neue Geschäftsmodelle“, erklärt Ulrich. Jüngstes Beispiel dafür: die Brandmate – ein

frisches, zukunftsorientiertes Event rund um Lizenzen und Markenkooperationen in Essen. Abgerundet wird das Programm durch ganzjährige Online-Aktivitäten.

Neben der modernen Ausrichtung blickt das Team der Spielwarenmesse eG auch mit Stolz auf seine Wurzeln – und hat das 75. Firmenjubiläum ganz klassisch gewürdigt: Im Rahmen der Generalversammlung fand am 24. April auf der Nürnberger Kaiserburg ein Festabend für die Mitglieder statt. Der gleichnamige Branchenevent konnte aufgrund der Corona-Pandemie in den Jahren 2021 und 2022 nicht als Präsenzveranstaltung durchgeführt werden. Deshalb verschiebt sich das 75. Jubiläum der Spielwarenmesse auf das kommende Jahr: Die Geburtstagsparty steigt während der Messelaufzeit vom 27. bis 31. Januar 2026. „Dieses besondere Ereignis werden wir mit allen Teilnehmenden gebührend feiern – es ist ein Moment der Wertschätzung für das Erreichte und ein Ansporn, unsere Erfolgsgeschichte gemeinsam mit der Branche in die Zukunft zu tragen“, sagt Christian Ulrich.



xKPI Cockpit
(Foto: These Guys)



Karin Schneider, These Guys
(Foto: These Guys)



knw. analysiert auch Messestände
(Foto: Live Matters)

Erfolgskontrolle von Messeauftritten

Methoden und Instrumente

Messeauftritte sind für viele Unternehmen ein zentrales Instrument im Marketing-Mix. Doch wie lässt sich der Erfolg solcher Veranstaltungen objektiv messen? Eine systematische Erfolgskontrolle ist unerlässlich, um den Return on Investment (ROI) zu bewerten und zukünftige Messebeteiligungen zu optimieren. Nachfolgend ein Überblick über Methoden und Instrumente zur Erfolgskontrolle von Messeauftritten, wozu insbesondere auch die KI-gestützten Möglichkeiten von xKPI von These Guys und knw. von Live Matters zählen.

Die Erfolgskontrolle beginnt bereits vor der Messe mit der klaren Definition von Zielen. Diese können quantitativer Natur sein, etwa die Anzahl generierter Leads oder abgeschlossener Verkäufe, oder qualitativer Art, wie die Steigerung der Markenbekanntheit oder die Pflege von Kundenbeziehungen. Die sogenannte Smart-Formel – spezifisch, messbar, attraktiv, realistisch, terminiert – bietet hierbei eine hilfreiche Struktur zur Zielformulierung und erleichtert die spätere Erfolgsmessung.

Um den Erfolg eines Messeauftritts bewerten zu können, stehen unterschiedliche Instrumente zur Verfügung. Eine der zentralen Methoden ist die systematische Auswertung der generierten Leads, wobei sowohl die Anzahl als auch die Qualität der Kontakte betrachtet werden. Ergänzend liefern Besucherbefragungen direktes Feedback zur Wahrnehmung des Unternehmens, des Standkonzepts und der präsentierten Produkte. Auch Wettbewerbsana-

lysen während der Messe helfen dabei, den eigenen Auftritt im Vergleich zur Konkurrenz zu bewerten und Optimierungspotenziale zu identifizieren.

Ein weiteres Instrument ist die Messe-Portfolio-Analyse, bei der verschiedene Messebeteiligungen hinsichtlich Kosten und Nutzen verglichen werden. Dies dient nicht nur der Erfolgskontrolle einzelner Veranstaltungen, sondern unterstützt auch die strategische Planung zukünftiger Messeauftritte. Eine besondere Rolle spielt zudem der AUMA-MesseNutzen-Check, der die Messekosten mit denen alternativer Marketingmaßnahmen vergleicht und so eine ROI-Bewertung ermöglicht. Der MesseNutzenCheck hilft sowohl bei der zielgerichteten Planung einer Messebeteiligung inklusive Zieldefinition und Budgetierung als auch bei der Erfolgskontrolle durch einen Vergleich von Nutzwert und Kosten.

Neben diesen quantitativen Daten wie der Anzahl von Standbesuchern oder generierten Leads sind qualitative Kennzahlen ein ebenso wichtiger Bestandteil der Erfolgskontrolle. Dazu gehören etwa die Zufriedenheit der Besucher mit dem Messeauftritt, die Einschätzungen des Standpersonals zur Qualität der Gespräche sowie die Medienresonanz in Fachpresse und sozialen Netzwerken. Erst die Kombination aus qualitativen und quantitativen Daten erlaubt eine ganzheitliche Bewertung des Messeerfolgs.

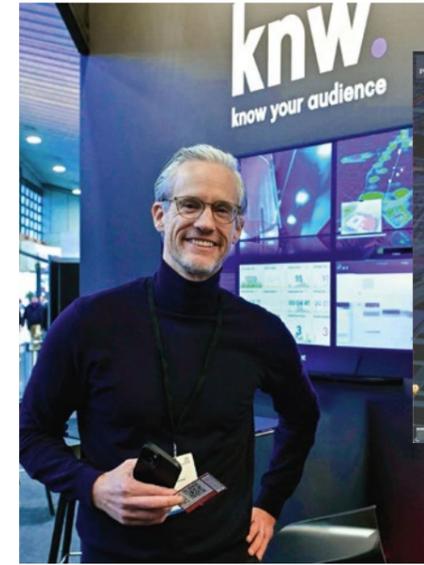
Die Erfolgskontrolle endet jedoch nicht mit dem Abbau des Messestands. Eine struktu-

rierte Nachbereitung ist entscheidend, um aus dem Auftritt zu lernen und künftige Beteiligungen erfolgreicher zu gestalten. Dazu gehört die zeitnahe Kontaktpflege mit den gewonnenen Leads ebenso wie die interne Auswertung der gesammelten Daten und Rückmeldungen. In einem Abschlussbericht sollten alle Erkenntnisse systematisch dokumentiert werden, um sie bei der Vorbereitung kommender Messeauftritte gezielt einsetzen zu können.

Noch neu, aber mittlerweile zielgenau für individuelle Fragestellungen einsetzbar und mit hoher Aussagekraft, sind die Möglichkeiten KI-gestützter Anwendungen für die Erfolgskontrolle von Messeauftritten. Zwei dieser aktuellen Anwendungen sind „Made in Germany“: xKPI von These Guys und knw. von Live Matters.

These Guys hat kürzlich eine Kooperation mit dem Eventtechnikunternehmen Neumann & Müller Veranstaltungstechnik bekanntgegeben. Ziel der Partnerschaft ist es, die technischen und analytischen Kompetenzen beider Unternehmen zu bündeln, um Kunden eine fundierte Entscheidungsgrundlage für zukünftige Messen und Events zu bieten.

Die Zusammenarbeit setzt bereits in der Konzeptionsphase von Veranstaltungen an. Gemeinsam analysieren die Partner die Veranstaltungsorte, wählen eine passende Sensorik aus und entwickeln Technologien weiter. Neumann & Müller übernimmt dabei die technische Aus-



Michael Tschakert, Geschäftsführer bei knw.
(Foto: Live Matters)



Bewegungsanalyse
(Foto: PwC)



knw-Partner Tobias Franke von PwC (Foto: PwC)

stattung und Beratung, These Guys verantwortet die Erhebung, Analyse und Visualisierung der Daten. Die Kombination beider Leistungen ermöglicht laut den Unternehmen eine ganzheitliche Lösung, die auf individuelle Kundenanforderungen abgestimmt ist.

Ein wesentlicher Vorteil der Partnerschaft liegt in der frühzeitigen Integration der Analyseverfahren. So können bereits während der Planungsphase Rückschlüsse für zukünftige Projekte gezogen werden. Für Interessenten bieten beide Partner Demotermine an, die auch online durchgeführt werden können. Dabei werden praxisnahe Einblicke in das System gegeben und konkrete Use-Cases vorgestellt. Im Rahmen eines flexiblen Preismodells besteht zudem die Möglichkeit, eine Basisausrüstung zu testen und die Anwendung auf eigene Bedürfnisse auszurichten.

Zielgruppen sind insbesondere Messgesellschaften, Agenturen, Eventdienstleister und Unternehmen im Corporate-Event-Bereich. Während These Guys international tätig ist, konzentriert sich die Zusammenarbeit mit Neumann & Müller auf den europäischen Markt. Beide Unternehmen sehen in der Kombination aus Veranstaltungs- und Datenkompetenz großes Potenzial, die strategische Relevanz von Livekommunikation zu stärken.

Mit den Tools „Flow“ und „Neural“ deckt das xKPI-System verschiedene Analyseebenen ab: Während „Flow“ Informationen zu Besucherzahlen, Verweildauer und Bewegungsverhalten liefert, analysiert „Neural“ emotionale Reaktionen auf Inhalte, Produkte oder Keynotes. Die Datenbasis soll Antworten auf Fragen zur optimalen Flächennutzung, Besucherdichte, Exponateplatzierung oder Wirksamkeit einzelner Maßnahmen ermöglichen.

Die Partnerschaft verfolgt das Ziel, das Thema Eventanalyse im Markt zu etablieren und einen nachvollziehbaren ROI aufzuzeigen. Auf dieser Grundlage sollen bessere Entscheidungen getroffen und Ressourcen effizienter eingesetzt werden. Die erhobenen Daten entsprechen laut den Unternehmen den Anforderungen der DSGVO.

Live Matters hat ebenfalls eine Partnerschaft geschlossen: mit PwC. Im Mittelpunkt steht die KI-gestützte Plattform knw., die Bewegungs- und Sentimentdaten in Echtzeit analysiert und daraus Erkenntnisse für Planung, Gestaltung und Bewertung von Messeauftritten ableitet.

Ziel der Lösung ist es, Messeeinnahmen gezielter zu steuern und zu bewerten. Mithilfe von Heatmaps, Bewegungsanalysen und emotionalen Reaktionsdaten lassen sich Standortkonzepte, Kommunikationsmaßnahmen und Exponate situativ überprüfen. Veranstalter und Aussteller erhalten dadurch die Möglichkeit, Besucherströme zu analysieren, Verweildauern zu erfassen und die Wirkung von Inhalten oder Touchpoints unmittelbar zu bewerten.

Die Analyse erfasst quantitative und qualitative Daten und verknüpft sie mit zentralen KPIs wie Standbesuch, Interaktionsverhalten und Aufenthaltsdauer. Die Technologie kann dazu beitragen, die Effektivität einzelner Maßnahmen auf dem Messestand zu messen und den Return on Investment datenbasiert zu bewerten.

Zum Einsatz kommt dabei ein Sensor- und Kamerasystem, das Besucherbewegungen aus der Vogelperspektive erfasst. Die gewonnenen Daten ermöglichen die Erstellung von Heatmaps, zeigen Besuchsschwerpunkte und liefern Erkenntnisse zur optimalen Platzierung von Inhalten oder zum Standlayout. Ergänzt

wird dies durch eine Sentiment-Analyse, die emotionale Reaktionen auf Exponate, Vorträge oder Interaktionen auswertet. So lässt sich nicht nur das quantitative Verhalten, sondern auch das qualitative Besuchererlebnis in Echtzeit erfassen.

Die Integration beider Datenquellen erlaubt eine umfassende Beurteilung der Messeperformance. Unternehmen können auf Basis dieser Auswertungen ihre Standgestaltung und ihre Kommunikationsstrategien gezielt anpassen. Auch die Kommunikation im laufenden Messebetrieb kann optimiert werden – etwa durch die Anpassung von Inhalten oder Personaleinsatz an die tatsächliche Besucherresonanz.

Ein weiterer Fokus liegt auf der Analyse der Mobilität und CO2-Bilanz von Messebesuchern – etwa durch die Erfassung von An- und Abreiseverhalten oder der genutzten Verkehrsmittel. Auch diese Informationen fließen in die Gesamtbewertung von Messeauftritten ein und ermöglichen eine nachhaltigkeitsorientierte Veranstaltungsplanung.

Die gemeinsame Lösung von PwC und Live Matters richtet sich an Messgesellschaften, Agenturen und ausstellende Unternehmen, die datenbasierte Entscheidungen treffen und die Wirkung ihrer Messebeteiligung optimieren wollen. Die Installation, Betreuung und Auswertung der Systeme lässt sich individuell anpassen.

Insgesamt zeigt sich, dass die Erfolgskontrolle von Messeauftritten ein komplexer, aber unverzichtbarer Prozess ist. Nur wer Ziele klar definiert, geeignete Instrumente einsetzt und die gewonnenen Erkenntnisse konsequent nutzt, kann den wirtschaftlichen Nutzen von Messebeteiligungen objektiv bewerten und kontinuierlich steigern.

BDKV launcht neuen Award für die Live-Branche

BOLA statt LEA

Nachdem der LEA (Live Entertainment Award) letztmals in 2022 vergeben wurde, kündigt der BD KV einen neuen Preis für die Entertainment-Branche an. Herausragenden Leistungen hinter den Kulissen will der neue „Best Of Live Award“ auszeichnen. Der BD KV und seine Mitglieder wollen damit diejenigen würdigen, die dafür sorgen, dass Konzerte, Shows und Festivals zu Erlebnissen werden.

Für den Best Of Live Award („BOLA“) reichen im ersten Schritt BD KV-Mitgliedsunternehmen preiswürdige Leistungen ein. Die Jury entscheidet über die Nominierten, bevor im Anschluss daran die BD KV-Mitglieder über die Preisträger abstimmen. Damit will der Award professionellen Anspruch, Seriosität und Unterhaltung verbinden. Mit der Moderation durch die Comedians Jeannine Michaelsen und Jan van Weyde sollen dann bei der Preisverleihung auch die Energie und das Entertainment mit dazukommen, die die Live-Branche ausmachen. Die Preisverleihung findet im Rahmen der BD KV-Mitgliederversammlung im Dezember 2025 statt.

„Der Best Of Live Award ist der Preis, den wir uns alle gewünscht haben! Wir feiern die Menschen hinter den Kulissen, die mit Leidenschaft und Professionalität das Live-Erleb-

nis möglich machen. Dieser Preis bringt unsere Gemeinschaft zusammen – im Rampenlicht und voller Wertschätzung“, sagt Sonia Simmenauer, Präsidentin des BD KV und Vorsitzende der BOLA-Jury.

„Mit dem Best Of Live Award schaffen wir eine Bühne für Exzellenz, Innovation und Zusammenarbeit – und stärken zugleich das Netzwerk der Branche. Eine besondere Herausforderung war, dass sich hier alle Sparten unserer breiten Branche wiederfinden können und auch mitreden dürfen. Entsprechend sind die Kategorien weit gefasst, die eine Hälfte der Jury repräsentiert alle unsere Ressorts und die andere ist mit Experten rund um uns herum besetzt. Und die finale Abstimmung durch unsere Mitglieder macht diesen Preis endgültig zu einem echten Gemeinschaftsprojekt“, betont Johannes Everke, Geschäftsführer des BD KV.

Die Kategorien des Best Of Live Awards spiegeln das Spektrum der Branche wider:

Meisterwerk – Für das Ereignis (Konzert, Tour oder Festival), das 2024/2025 in der Klassik neue Maßstäbe gesetzt hat.

Rockstar – Für das Ereignis (Konzert, Tour oder Festival), das 2024/2025 in Rock/Pop herausstach.

sident Markus Söder. In einer anschließenden Paneldiskussion sprachen unter anderem Prof. Dr. Angela Schoellig (TUM), Charlotte Rothert (doinstruct), Dirk Didascalou (Siemens) und Künstler Mario Clement über KI und Kreativität.

Looping Lovers präsentierten ihr Werk „The Space Between“, das den Dialog zwischen menschlicher Bewegung und einem intelligenten System erforscht. Die Installation arbeitet mit Partikeln, die in Reaktion auf Bewegung neue Muster erzeugen – ein Spiel aus Resonanz, Intuition und Technologie.

Mario Clement, bekannt für filmische Erzählformen mit poetischer Bildsprache, zeigte „I



Visual zum BOLA (Foto: BD KV)

Word up – Für das Ereignis, das in Word&Comedy 2024/2025 von sich Reden gemacht hat.

Magic Moment – Für ein Ereignis oder Programm, das in Show&Entertainment 2024/2025 am hellsten gestrahlt hat.

Companion – Für Artistmanagements, die außergewöhnliche Karrieren fördern und langfristig begleiten.

Avantgarde – Für Veranstaltende, Gastspiellaktionen und Eventagenturen, die mit kreativen Konzepten überzeugen und neue Wege gehen.

Impact – Für Veranstaltende, Gastspiellaktionen und Eventagenturen, die mit nachhaltigem Handeln Vorbilder schaffen.

Encore – Für das Live-Erlebnis des Jahres 2024/2025.

Die Legende – Für eine Persönlichkeit, die die Branche geformt hat.

Am 1. August 2025 startet die Einreichungsphase – alle BD KV-Mitglieder können dann Vorschläge einreichen. Am 16. Oktober soll die Bekanntgabe der Nominierten durch die Jury erfolgen. Bis zum 1. Dezember läuft dann die Abstimmung unter den BD KV-Mitgliedern. Am 9. Dezember steigt die Preisverleihung im Rahmen des Gala-Dinners der BD KV-Mitgliederversammlung im Hotel Palace Berlin.

Thought Of You Again“. Seine Installation reflektiert Themen wie Identität, Sehnsucht und ungeliebte Möglichkeiten. Das Werk versteht sich als visuelles Gedicht über das menschliche Dasein.

„Diese Zusammenarbeit war von Anfang an durch Vertrauen und Offenheit geprägt“, so Arne Totz, Executive Producer bei 27KM. „Die Künstler konnten ihren Instinkten folgen und entwickelten sehr persönliche Werke.“ Mario Clement ergänzt: „OpenAls helfen nicht nur beim Umsetzen, sondern inspirieren. Sie eröffnen neue kreative Wege – oft jenseits des Erwartbaren.“



Florian Kohn und Sven Robusch, Geschäftsführer von Blue Wheels (v.l., Foto: Blue Wheels)

Wandlungsfähigkeit, Kundenfokus und Nachhaltigkeit

Neupositionierung bei Blue Wheels

Blue Wheels in Essen, einer der führenden Anbieter für Veranstaltungstechnik, stellt sich den aktuellen Herausforderungen der Branche mit einer klaren Vision für die Zukunft. Die vergangenen Jahre haben laut Aussage von Sven Robusch, Geschäftsführer von Blue Wheels, gezeigt, wie wichtig Wandlungsfähigkeit, nachhaltiges Handeln und ein starker Kundenfokus sind – Themen, die im Zentrum der Neupositionierung von Blue Wheels stehen.

Nachhaltigkeit ist für das Unternehmen mehr als ein technisches Kriterium. Blue Wheels versteht sie als unternehmensweite Haltung und

richtet seine Prozesse konsequent an den Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen aus. Neben ökologischen Aspekten liegt der Fokus auch auf sozialer und wirtschaftlicher Verantwortung. Dazu zählen faire Arbeitsbedingungen ebenso wie eine funktionierende Kreislaufwirtschaft und die enge Zusammenarbeit mit regionalen Partnern.

Ein weiterer zentraler Baustein der strategischen Neuausrichtung ist die Investition in qualifizierte Fachkräfte. Blue Wheels setzt auf gezielte Förderung und Weiterbildung seiner Mitarbeitenden, um Expertise und Kreativität

im Projektalltag zu stärken. Die Zusammenarbeit mit Kunden wird dabei individueller und flexibler gestaltet – mit dem Anspruch, für jedes Event die optimale technische Lösung zu liefern.

Begleitet wird der strategische Wandel durch ein neues Corporate Design und einen umfassenden Web-Relaunch. Die neu gestaltete Website bietet eine intuitive Navigation, klare Informationsstrukturen und einen direkten Zugang zu den vielfältigen Leistungen – von Medien- und Videotechnik über Ton- und Lichtlösungen bis hin zu Event-IT und Bühnenbau.

39 Eventex Awards für fischerAppelt, live marketing

Abräumer

fischerAppelt, live marketing ist „der Abräumer“ der 15. Ausgabe der Eventex Awards, einem der weltweit führenden Wettbewerbe für Projekte in der Livekommunikation. Insgesamt 39 Awards erhielt die Agentur mit Hauptsitz in Köln und weiteren nationalen wie internationalen Standorten, vor allem stark vertreten in Middle East.

Damit toppte fischerAppelt, live marketing noch einmal den eigenen Vorjahresrekord. 2024 bekam die Agentur 16 Auszeichnungen beim Eventex. Prämiert wurden in diesem Jahr fünf Produktionen, die Agentur selbst sowie das Kreativteam. Insgesamt konnte fischerAppelt, live marketing 22 Mal Gold, zwölf Mal Silber und fünf Mal Bronze verbuchen. Eine neue Rekordbeteiligung verzeichnete auch der Eventex Award mit 1.239 Einreichungen aus 59 Ländern von sechs Kontinenten.

Highlight war das 30-jährige Jubiläum der Qatar Foundation mit insgesamt 14 Auszeichnungen, das UEFA Euro Fan Festival Berlin bekam elf Awards. Höchste Anerkennung in mehrfacher Hinsicht gab es auch für die New Global Sport Conference 2024 (NGSC) mit insgesamt sieben Trophäen. Auf der NGSC wird die Zukunft von E-Sport, Sport und Gaming gestaltet. Ein globales Forum für führende Köpfe an der Schnittstelle von Technologie, Unterhaltung und Wirtschaft und bringt somit CEOs, Investoren und Branchenpioniere zusammen, um neue Märkte zu erschließen, strategische Partnerschaften zu schmieden und bedeutendes Wachstum zu ermöglichen. fischerAppelt managte das komplette Projekt von der Planung bis zur Umsetzung.

Dino Büscher, CEO von fischerAppelt, live marketing, zum Rekordergebnis: „Wir freuen

uns natürlich riesig, die am häufigsten ausgezeichnete Agentur beim diesjährigen Wettbewerb zu sein. Mit 39 Auszeichnungen für fünf unserer Produktionen haben wir einen absoluten Spitzenwert erreicht. Das 30-jährige Jubiläum der Qatar Foundation markierte einen Benchmark und wurde aus unglaublichen 1.239 Einreichungen aus 59 Ländern von sechs Kontinenten zum meistprämierten Projekt gekürt! Das ist absolut überzeugend!“ Boris Hirschmüller, General Manager fischerAppelt, Middle East fügt hinzu: „Darüber hinaus sind wir sehr stolz darauf, dass wir als ‚Gold Agency of the Year‘, ‚Gold Event Team‘ und ‚Gold Live Communication Agency‘ ausgezeichnet wurden. Um das Ganze abzurunden, erhielten unser Technischer Direktor Stavros Nikolopoulos und unsere Kreativdirektorin Antje Rabenstein jeweils eine persönliche Auszeichnung.“



Duftstars in der Düsseldorfer Rheinterrasse mit Frauke Ludowig
(Foto: Fragrance Foundation/Franziska Krug)

Duftstars-Verleihung wieder mit Vaterblut

Eau des succès

Am 8. Mai 2025 wurde in der Rheinterrasse in Düsseldorf der Deutsche Parfumpreis Duftstars verliehen. Bereits zum 33. Mal prämierte die Fragrance Foundation Deutschland die besten Düfte des Jahres. Der Deutsche Parfumpreis gilt als bedeutendste Auszeichnung der Kosmetikbranche und wurde erneut von der Berliner Kreativagentur Vaterblut konzipiert, geplant und umgesetzt. Dazu Lars Witte-Winter, geschäftsführender Gesellschafter von Vaterblut: „Wir sind stolz auf die vertrauensvolle und intensive Zusammenarbeit mit der Fragrance Foundation Deutschland und freuen uns, dass uns seit vielen Jahren eine gemeinsame Kopf- und Herznote verbindet.“

In der von Frauke und Nele Ludowig moderierten Verleihung mit Livestream und Außen-

schalten ins gesamte Bundesgebiet übernahmen zahlreiche Prominente die Patenschaften für die ausgezeichneten Düfte. Mit dabei waren die Sängerin Sarah Engels und „Let's Dance“-Juror Jorge González sowie die Moderatorinnen Janin Ullmann, Jana Ina Zarrella, Neda Peemüller und Annika Lau. Auch Lilly Becker, Ann-Kathrin Götze, Franziska Knappe, Anna Hiltrop und Lara Runarsson wirkten mit. Zudem übernahmen Influencer Stefano Zarrella und seine Kolleginnen Shanti Joan Tan und Kisu verschiedene Preiskategorien.

Den „Lifetime Achievement Award“ erhielt in diesem Jahr der Parfümeur und Duftunternehmer Kilian Hennessy, Mitglied der legendären Hennessy-Dynastie. In der Kategorie „Klassiker Damen“ nahm der renommierte Parfüm-

kreteur Francis Kurkdjian den Preis für seinen Duft „Baccarat Rouge 540“ persönlich entgegen. Stargast des Abends war die eigens aus den USA angereiste Unternehmerin und Influencerin Khloé Kardashian, die den „Personality Award“ erhielt. Als Show-Act trat die US-amerikanische Soulmusikerin Deborah Woodson auf.

Zuletzt verantwortete Vaterblut als Lead-Agentur den Ball der Wirtschaft 2025 und die dazugehörige Kommunikationskampagne für den Verein Berliner Kaufleute und Industrieller (VBKI) sowie die Verleihung des German Paralympic Media Award 2025 für die Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung (DGUV). Auch der Deutsche Hörfilmpreis 2025 wurde wieder von Vaterblut realisiert.

Pioneers Live inszeniert auch die VIAN 2025

Vorwerk International Award Night

Nach der preisgekrönten Veranstaltung im Vorjahr realisierte Pioneers Live auch 2025 einen der größten Events von Vorwerk International: Die Vorwerk International Award Night (VIAN). Schauplatz des mehrtägigen Anlasses war die andalusische Metropole Sevilla. Die Brand Experience Agentur kreierte hier ein Erlebnis für rund 2.500 Teilnehmende aus 22 Ländern.

Pioneers Live verwandelte die Fibes Sevilla dafür in eine immersive Eventwelt. Im Mittel-

punkt der Inszenierung stand das Licht als Symbol für persönliche Stärke, gemeinsame Energie und kollektives Wachstum – und damit für den Kern von VIAN. Drohnenshows, LED-Technologie, kinetische Installationen und immersives Storytelling sowie ein atmosphärischer Setbau formen die visuelle Dramaturgie, die das Thema zum Leben erweckte.

Der Höhepunkt war die festliche Award-Zeremonie, die in eine Guest Journey einge-

bettet war und mit einer Open-Air-Show ihren Abschluss fand. Ein optionales Programm ergänzte das zentrale Erlebnis der Award Night – mit Aktivitäten, die den Aufenthalt in Sevilla abrundeten. Pioneers Live verantwortete als Lead-Agentur in enger Zusammenarbeit mit dem Vorwerk-Team und anderen Partnern Konzeption, Strategie, Guest Journey, Destination- und Teilnehmer Management sowie die Umsetzung sämtlicher Touchpoints vor Ort.



Vodafone auf dem OMR
(Foto: BECC)



Sortenreine Trennung für die Wieder- und Weiterverwertung (Foto: BECC)



Projektmanagement von Trash Galore und BECC
(Foto: BECC)

Vodafone auf dem OMR 2025

Design, Kreislauf, Nachhaltigkeit

Vodafone setzte auch 2025 ein starkes Zeichen auf dem OMR Festival in Hamburg. Als Hauptsponsor präsentierte sich das Unternehmen auf rund 1.000 Quadratmetern Standfläche erneut mit einem eindrucksvollen Markenauftritt – konzipiert von der BECC Agency, realisiert von B+S Exhibitions und nachhaltig weitergedacht mit Trash Galore.

Nach der preisgekrönten Premiere der Zusammenarbeit im Vorjahr – unter anderem mit dem Gewinn des German Design Awards und einer Goldauszeichnung beim Eventex Award – übernahm BECC Agency erneut die kreative Gesamtleitung für den Auftritt von Vodafone auf der OMR. Neu in diesem Jahr: eine von der Agentur initiierte Kooperation mit Trash Galore zur Weiterverwertung von Materialien im Sinne der Kreislaufwirtschaft.

Ein zentraler Aspekt des Messekonzepts war die ressourcenschonende Planung. Creative Director Chris Lenz entwickelte den Stand gezielt so, dass bestehende Stahlträger von B+S Exhibitions integriert werden konnten. Wo

möglich, kam Mietmaterial zum Einsatz: Pflanzen, Mobiliar (zu 90 %) und strukturelle Bauteile. Neuanfertigungen wurden modular und mehrwegfähig gestaltet – mit dem Ziel der Einlagerung und Wiederverwendung. B+S Exhibitions, seit über 30 Jahren erfahren in sortenreiner Trennung, ermöglichte eine präzise Vorbereitung für den Rückbau und die Weitervermittlung der Materialien.

Rund 150 Personen aus etwa 20 Gewerken waren in Aufbau und Betrieb des Messestands involviert. Innerhalb von sechs Tagen (24/7) wurde die Fläche von 1.000 Quadratmetern im Erdgeschoss plus 350 Quadratmetern im Obergeschoss realisiert. Der Abbau erfolgte in drei Tagen, inklusive eines zusätzlichen, kostenpflichtigen Genehmigungstags, der durch die optimierte Trennung und Logistik effizient genutzt wurde – mit erheblichen Einsparungen, denn jeder weitere Abbau-Tag kostet rund 30.000 Euro.

Im Anschluss an die Veranstaltung übernahm Trash Galore die sortierte Abholung und Ver-

mittlung der wiederverwendbaren Materialien. Fünf 40-Tonner und ein 7,5-Tonner transportierten rund 1.000 Quadratmeter Spanplatten, 1.500 Quadratmeter Bodenbelag, 30 Kubikmeter Glaswolle sowie mehrere Paletten Streckmetall zu neuen Einsatzzwecken.

Dazu zählen unter anderem das Waterkant Festival in Kiel, der Gemeinschaftsgarten Pinneberg, der die Folien zur Abdeckung und Kühlung seiner Pflanzflächen einsetzt, sowie das Hamburger Kollektiv „Schrott Bewahre“, das Holz- und Bannerstoffe weiterverwertet. Ergänzend zur operativen Tätigkeit stellt Trash Galore Vodafone einen „Re-use Report“ gemäß ESRS- und GRI-Standard zur Verfügung – ein Baustein für transparente Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Vodafone, BECC Agency, B+S Exhibitions und Trash Galore konnten gemeinsam demonstrieren, wie Markendesign, technische Exzellenz und nachhaltiges Handeln auf Messeflächen Hand in Hand gehen können – mit Vorbildcharakter für die gesamte Branche.

PASSEPARTOUT ORGANISIERTE ZWEI GROSSVERANSTALTUNGEN IN SIEBEN TAGEN

In nur einer Woche stellte die Eventagentur Passepartout zwei völlig unterschiedliche Großveranstaltungen auf die Beine. An den beiden Corporate-Events in zwei Locations nahmen über 2.000 Gäste und Besucher teil.

Den Auftakt zum Event-Doppel machte die Sparkassen-Gala. Inmitten der industriellen Kulisse des Landschaftsparks Duisburg verwandelte Passepartout eine Fabrikhalle innerhalb von 48 Stunden in eine Event-Location – roter Teppich, Lounge-Atmosphäre, Möblierung, und Lichtdesign inklusive. Für den Event mit rund 1.000 Teilnehmern wurde ein spezielles Cateringkonzept entwickelt, das kulinarische Er-

lebnisse ohne Wartezeiten garantieren sollte, während eine 240 Quadratmeter große Bühne zum Zentrum einer künstlerischen Show wurde. Insgesamt 72 Künstler präsentierten Artistik der Staatlichen Artistenschule Berlin, A-Cappella mit Audio Feels und einen Auftritt der Supertalent-Finalistinnen Black Widows. Highlight des Abends war ein Auftritt von Giovanni Zarrella mit Band.

Keine Woche später verwandelte sich das Crowne Plaza Hotel Neuss in eine Rockarena. Zur Gala von Electronic Partner feierten dort rund 1.000 Gäste unter dem Motto „Der Kongress rockt“. An drei Tagen Aufbau mit mehre-

ren Tonnen an Technik, kilometerweise Kabel, LED-Wänden und maßgeschneiderter Dekoration kreierte das Team von Passepartout hier eine Szenerie im Stil legendärer Rockkonzerte. Für das passende Feeling sorgte neben dem Setdesign, sondern auch das Showprogramm: 50 Künstler, zwei Tage Proben und eine Moderation im stilechten Leder-Outfit leiteten in die Partynacht über. Tänzerinnen im 70er-Rocklook umrahmten die Live-Gigs von The Sweet und Manfred Mann's Earth Band.

Innerhalb einer Woche stemmte Passepartout zwei Großveranstaltungen mit komplett unterschiedlichen Konzepten.



Motorworld Mallorca
(Fotos: Motorworld/Thor Schoof)

Wie die neue Motorworld als Eventlocation punkten kann

Motorworld Mallorca eröffnet

MIT EINEM FULMINANTEN GRAND OPENING HAT DIE MOTORWORLD MALLORCA KÜRZLICH IHRE TÖRE GEÖFFNET. ÜBER 1.300 GELADENE GÄSTE WAREN BEIM EXKLUSIVEN START DABEI, DEM DIREKT IM ANSCHLUSS DAS PUBLIC OPENING FOLGTE – MIT MEHR ALS 15.000 BESUCHERN. DIE NEUE ERLEBNISWELT VERBINDET AUTOMOBILE LEIDENSCHAFT, LIFESTYLE UND EVENTKULTUR – AUF EINER DER SCHÖNSTEN INSELN EUROPAS.

Der BlachReport war auch dabei und nutzte die Gelegenheit, in der neuen Motorworld Mallorca schon einen Tag vor der offiziellen Eröffnungsparty einen Workshop zum Thema „Digitalisierung im Event-Business“

durchzuführen. Die Teilnehmer waren Abgesandte deutscher Eventagenturen beziehungsweise Unternehmensberatungen aus diesem Marktsegment: Ole Ternes von livewelt, Patric Weiler von pwbc, Tim Kranich von Spreefreunde, Catherine Hoffmann von Hagen Invent, Karin Schneider von Schachzug, Conny Lobert von ctc events, Markus Eisele von Eisele Communications, Natalie Driesnack von format:c, Markus Scheele von event it und Thorsten Radtke von PP Live. Sprecher beim Workshop waren Judith Fellenberg von eBrain und Ron Schneider von These Guys. Unterstützt wurde der BlachReportDialog auf Mallorca von Melia Hotels, Turespaña, dem Mallorca Convention Bureau und der Motorworld Gruppe.



Catherine Hoffmann fasste ihre Eindrücke so zusammen: „Anfang April hatte ich das Vergnügen, beim BlachReportDialog auf Mallorca als Teil einer Delegation von CEOs und Geschäftsleitungsmitgliedern über die Digitalisierung in der Eventbranche zu diskutieren. Spannend war, wie konkret KI-gestützte Eventlösungen bereits heute funktionieren – und wie viel Inspiration aus dem persönlichen Austausch unter Kollegen und Kolleginnen entsteht. Ron Schneider zeigte eindrucksvoll auf, wie These Guys durch KI-gestütztes Tracking und Sentiment-Messung den Erfolg von Veranstaltungen messbar macht, und Judith Fellenberg gewährte Einblicke in ihre Arbeit an einer KI-gestützten Teilnehmermanagement-Plattform, die alle bestehenden Tools in puncto Effizienz übertreffen soll. Doch die wertvollsten Impulse erhielt ich nicht im Workshop, sondern im persönlichen Austausch mit Kollegen und Kolleginnen – unter anderem über den Business Club b.connect. Trotz aller Konkurrenz verbindet uns die Leidenschaft für strategische Livekommunikation, Innovationsfreude und der gemeinsame Umgang mit Preisdruck und Kostenthemen. Die Offenheit, mit der Herausforderungen und Lösungen geteilt wurden, war wirklich sehr inspirierend und ermutigend.“

Die Motorworld Mallorca befindet sich auf dem 80.000 qm großen Areal eines ehemaligen Coca-Cola-Werks an der MA-19 zwischen dem Airport und Palma. Die Mischung aus historischem Industriecharme und modernem Mobilitäts- und Eventkonzept verleiht dem Standort eine besondere Atmosphäre.

Zentrum der Anlage ist die zweigeschossige Motorworld Mobility Hall mit 2.400 qm Fläche, separatem Foyer, absenkbarer Bühne, Drehteller sowie Backstage- und Cateringräumen. Ergänzt wird sie durch zehn gestaltete Tagungsräume von 14 bis 185 qm. Jeder Raum besitzt ein eigenes Thema: vom „Segelschiff“ bis zur Boxengasse. Weitere Räume wie Balearic, Coca-Cola oder Moto 1-3 greifen regionale und industrielle Elemente auf.

Auch das Außengelände ist für Events nutzbar – mit restaurierten Windmühlen, Palmen, Loungeflächen und einem gestalteten Strandkiosk. Insgesamt eignet sich die Location für Veranstaltungen von 20 bis 2.000 Personen – von Corporate Meetings bis Galas.

Die Innenflächen bieten auf über 15.000 qm eine Erlebniswelt rund um das Thema Mobilität und bringt dafür Supercars, Oldtimer, Boote, Motorräder, E-Mobilität, Zubehör und Kunst unter einem Dach zusammen. Im SimRacing Center erleben Besucher Motorsport virtuell. Die emissionsfreie Bootsmarke X Shore ist über das Testcenter von M Yachts



live erfahrbar. Auch Merk & Merk Yachting ist mit Beratung und Management vertreten.

Für Fahrzeugbesitzer gibt es 60 verglaste Einstellboxen, in denen ihre Fahrzeuge stilvoll präsentiert werden. Zu den Partnern gehören unter anderem die Dörr Group (Bugatti, McLaren, Lamborghini), Christian Abt Classic (Porsche, Ferrari), Thomas Exclusive Cars (Ferrari bis Bentley), GT Rentals (Porsche, Mercedes, BMW, Audi), Brunold Automobile (Jeep), Volmer-Motors Classic Cars, G Brio (restaurierte G-Klassen), Offtrack (Camper mit Echtholzinterieur) und Piad CH (Carpads).

Kulinarisch punktet das Motorworld Inn mit Klassikern aus Italien, den USA und Deutschland – ergänzt um vegetarische, vegane Gerichte sowie Seafood und Steaks. Highlight: ein upside-down aufgehängter knallgelber Lamborghini, eine Lounge unter der Hebebühne, Retro-Dekor und nostalgisches Werkstattambiente. Die Coffeebar Motomio ergänzt das kulinarische Angebot mit Kaffee, Snacks und mallorquinischem Flair. Dafür konnte die Motorworld Rauschenberger Catering aus Fellbach bei Stuttgart gewinnen. Das Unternehmen ist jetzt mit einer Niederlassung auf Mallorca vertreten und übernimmt auch die Versorgung der Tagungsräume.

Die 300 qm große Drivers Lounge bietet Business-Gästen stilvolle Arbeits- und Meetingräume mit Loungezonen. Zugang erhält man über eine Mitgliedschaft. Neben Konferenztechnik und Highspeed-WLAN bietet die Lounge Catering vom Espresso bis zum Business Lunch.

Nachhaltigkeit ist Teil des Konzepts: Das Gebäude verfügt über ein Energieeffizienz-Zertifikat der Klasse A, das Dach trägt 4.500 qm Photovoltaik (jährlich rund 427.000 kWh), und ab Sommer 2025 stehen mehrere Ladesäulen zur Verfügung.

Center Manager Marco Bartels betont: „Mallorca zählt seit Jahren zu den beliebtesten Destinationen für Automobilpräsentationen – dank hervorragender Anbindung, stabilem Klima und guter Infrastruktur. Die Motorworld Mallorca vereint Mobilität und Eventkultur an einem idealen Ort.“

Die Motorworld Group entstand aus der familiengeführten Dünkel Holding in Schemmerhofen (Baden-Württemberg) und betreibt heute verschiedene Erlebniswelten der Mobilität. Seit 2009 entstanden unter dem Label Motorworld Standorte in Böblingen, Köln, München – und nun auf Mallorca. Über 40 Fahrzeugmarken sind in den Projekten vertreten – von Premiumherstellern bis hin zu Oldtimer-Spezialisten.

KI in der Eventbranche

Vom Zukunftstrend zur Gegenwart



Patric Weiler (Foto: privat)

EIN ARTIKEL VON PATRIC WEILER – FINALE AUSGABE DER KI-ZUKUNFTSKOLUMNE, POWERED BY EBRAIN.

1. Wir haben die Bühne betreten – und sie gemeinsam verwandelt

Als wir diese Kolumne begannen, war KI in der Eventbranche noch ein zartes Pflänzchen der Innovation. Ein Werkzeug, das mit Potenzial flüsterte – aber auch tiefgreifende Fragen aufwarf: Können kalte Algorithmen je die Wärme echter Emotionen erzeugen? Wird Technologie die menschliche Kreativität verdrängen? Und wie viel Kontrolle müssen wir aufgeben, um den Schritt in die Zukunft zu wagen?

Heute, sieben Ausgaben später, können wir mit Stolz verkünden: Wir haben nicht nur Antworten gefunden – wir haben gemeinsam Geschichte geschrieben.

In strategischen Workshops, in lebhaften Debatten auf Branchenevents und in transformativen Trainings: Die begeistertesten Rückmeldungen, inspirierenden Fallbeispiele und beeindruckenden Erfolge, die uns erreicht haben, sind der lebendige Beweis – KI ist kein Fremdkörper in unserer Branche. Sie ist ein kraftvoller Verstärker für alles, was Events wirklich groß macht: Überwältigende Wirkung. Authentische Emotion. Bleibende Relevanz.

2. Der Status quo: Von der kühnen Vision zur greifbaren Veränderung

Im Mitte 2025 ist KI kein nebulöses Zukunftsthema mehr. Sie ist mit Macht angekommen. Beeindruckende 50% der Eventprofis setzen KI bereits ein – in der strategischen Planung, im intelligenten Teilnehmermanagement, in der kreativen Contentproduktion. Brillante Tools wie eBrain, Bizzabo oder GlueUp orchestrieren Teilnehmerkommunikation und Gästelisten mit Präzision, personalisieren Agenden auf faszinierende Weise, generieren fesselnde Inhalte, erkennen in Echtzeit Besucherströme und liefern verblüffende Empfehlungen, noch bevor ein Mensch sie erahnen kann.

Die Ergebnisse? Schlichtweg transformativ:

- 41% höhere Teilnehmerzufriedenheit durch maßgeschneiderte Abläufe
- 60% weniger Zeitaufwand für wiederkehrende Aufgaben
- 30% niedrigere Check-in-Zeiten bei Großevents

Events werden nicht nur effizienter – sie werden intelligenter, resonanter, nachhaltiger. Sie werden zu dem, wovon wir immer geträumt haben.

3. Der Blick zur Seite: Wo andere bereits neue Horizonte erschließen

In Nordamerika ist die KI-Adoption beeindruckend: 85% der führenden Agenturen nutzen KI für tiefgreifend personalisierte Erlebnisse. In Asien setzen visionäre Veranstalter auf nahtlose Echtzeit-Übersetzungen, intuitive Gesichtserkennung und atemberaubende dynamische Raumsteuerung. Und in UK entstehen revolutionäre Plattformen, die Networking völlig neu definieren: Teilnehmer werden auf Basis verborgener Interessen, subtilen Verhaltens und aussagekräftigem Live-Feedback zusammengebracht.

Deutschland? Wir stehen am Sprungbrett. Datenschutz und Regulierungen wie der EU AI Act mögen punktuell bremsen. Doch zugleich wächst die Entschlossenheit, mutig neue Wege zu beschreiten. Immer mehr Agenturen investieren strategisch in KI-Kompetenz, erschaffen maßgeschneiderte GPTs für brillante Briefings und konzipieren atemberaubend personalisierte Experiences.

Wir holen mit Macht auf. Wenn wir unsere tiefverwurzelten Werte mit dem unbändigen Mut der Innovatoren vereinen, entsteht eine europäische KI-Identität, die weltweit kraftvolle Impulse setzen wird.

4. Die Erfolgsgeschichten – wenn KI unvergessliche Erlebnisse schafft

Eventico Technologies in den USA senkte mit strategischer KI-Integration die Eventkosten um dramatische 30%, während sie gleichzeitig das Engagement um beeindruckende 40% steigerte. Ein wegweisender Berufsverband in Lateinamerika verdoppelte durch KI-optimierte Mailings seine Anmeldezahlen – ein beispielloser Erfolg. Und das innovative ConferLink aus UK verzeichnete durch seine intelligenten Networking-Plattformen 50% mehr qualifizierte Kontakte auf Events – eine fundamentale Neuerung des Networking-Gedankens.

Auch bei uns entstehen genau jetzt diese packenden Erfolgsgeschichten. Eine visionäre Agentur aus Berlin nutzt generative KI für hyperpersonalisierte Show-Openings, die die Grenzen des Möglichen verschieben. Ein führender Pharmakonzern setzt auf KI-basierte Feedback-Analysen, um die tiefgreifende Wirkung ihrer Kongresse präzise zu messen. In unseren Trainings berichten Teilnehmer begeistert von dramatisch effizienteren Abläufen, exponentiell gesteigerter Wirkung und massivem Einsparungspotenzial.

5. Was uns noch herausfordert – und wie wir es meistern werden

Die Herausforderungen sind real und greifbar. Datenschutz. Know-how. Akzeptanz. Technik. Vertrauen. Doch sie sind nicht nur lösbar – sie sind unsere Chance zu brillieren.

Die größten Hürden liegen nicht in der Technologie, sondern im Menschen selbst. In unbegründeter Furcht. In vermeidbarer Überforderung. In überholten Denkmustern.

Doch genau hier beginnt echtes Leadership. Wer heute mutig investiert – in zukunftsweisende Tools, in tiefgreifendes Verständnis und in klare Kommunikation – wird morgen nicht nur mithalten, sondern die Branche mit Leidenschaft anführen.

Denn wie Barack Obama einmal eindringlich sagte: „Der Wandel kommt nicht, wenn wir darauf warten. Der Wandel sind wir.“

6. Take Aways: Was Eventführungskräfte jetzt entschlossen tun sollten

KI auf die Strategieebene heben. Nicht als bloßes Tool, sondern als zentraler Teil der Unternehmens-DNA.

Mutige Pilotprojekte starten. Ob intelligenter Chatbot, automatisiertes Reporting oder revolutionäre Networking-Engine: klein anfangen, konsequent messbar machen, strategisch ausrollen.

Team inspirierend mitnehmen. Packende Schulungen, faszinierende GPT-Projekte, kollaborative interne Hackathons – Kompetenzen systematisch aufbauen, nachhaltige Begeisterung wecken.

Datenbasis gründlich optimieren. Ohne saubere, strukturierte Daten keine wirklich smarten Ergebnisse.

Ethik und Transparenz konsequent leben. Der Einsatz von KI muss jederzeit erklärbar, sicher und tiefgreifend menschenzentriert sein.

7. Ein Blick nach vorn: Das Ende ist ein kraftvoller Anfang

Diese Kolumne endet. Aber die faszinierende Geschichte beginnt gerade erst. Wir haben einen entscheidenden Meilenstein erreicht. Die Anwendungsfälle sind so weit ausgereift, dass jede Agentur, jede Inhouse-Eventabteilung klare, umsetzbare Strategien daraus ableiten kann. Ob zur dramatischen Effizienzsteigerung, zur transformativen Erlebnismaximierung oder zur nachhaltigen Zukunftssicherung. Jetzt ist der Moment, entschlossen zu handeln.

Und wir lassen euch auf diesem Weg nicht allein:

- Die essentiellen Take Aways aller Kolumnen erscheinen als kompaktes, praxisorientiertes Whitepaper, das im BlachReport als Download bereitgestellt wird.
- Das Thema wird leidenschaftlich weitergeführt – in einem innovativen Podcast-Format mit inspirierenden Gästen, mutigen Pionieren und visionären Macher:innen.

Danke. Fürs intensive Lesen, kreative Mitdenken, mutige Mitgestalten. Die letzten Monate haben eindrucksvoll bewiesen: Unsere Branche ist mehr als bereit. Bereit für disruptive Innovation. Bereit für zukunftsweisende Verantwortung. Bereit für unvergessliche Erlebnisse, die mit brillantem Köpfchen und warmem Herz erschaffen werden. Gemeinsam bringen wir Events auf ein völlig neues Level.

Die Zukunft ist nicht nur da. Sie gehört uns – und gemeinsam gestalten wir sie mit Vision, Mut und Leidenschaft.

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. Er ist mehrfach ausgezeichnete Branchenexperte und seit über 20 Jahren als Hochschuldozent und Transformationsexperte tätig.

Erfahre mehr auf www.pwbc.de oder nimm via pw@pwbc.de Kontakt auf.

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. Erfahren Sie mehr unter www.ebrain.events.

JOBS + KARRIERE

_ **Maren Thurow** wurde Vice President und Head Global Communications bei *Grünenthal*. Sie tritt die Nachfolge von **Florian Dieckmann** an. In ihrer neuen Position wird sie die Kommunikationsaktivitäten von Grünenthal in allen Märkten leiten und das Team in der Unternehmenszentrale in Aachen führen. Maren Thurow kam 2021 als Leiterin der globalen kommerziellen Kommunikation zu Grünenthal und war anschließend Planungsdirektorin für die kommerzielle Organisation des Unternehmens.

_ *pilot* baut den Hamburger Standort der Agenturgruppe aus und holt mit **Simona Riedel** und **Lisa Schuhmann** zwei langjährige „pilotinnen“ in die Geschäftsführung. Riedel und Schuhmann werden *pilot* Hamburg künftig gemeinsam mit den bisherigen Geschäftsführern **Petra Kruse** und **Thorsten Mandel** führen. Simona Riedel ist bereits seit 17 Jahren Teil der *pilot*-Crew. Lisa Schuhmann [37] kam vor neun Jahren zu *pilot* Hamburg.

_ Die ADAC Hauptversammlung hat **Christian Reinicke** erneut zum Präsidenten des Vereins gewählt. Mit 96 Prozent der Stimmen erhielt Reinicke, der 2021 erstmals zum ADAC Präsidenten gewählt wurde, die klare Zustimmung der Delegierten.



Sonja May
(Foto: IFA Management GmbH)



Content-Team von Pure Perfection: M. Stuppert, J. Himmelskamp, L. Durst, N. Bilse und A. Mehmedovic (v.l., Foto Pure Perfection)



J. Stacklies, M. Conrad, B. Aufderheide, K. Wirth-Ueberschär, H. Vater, G. Pütter und S. Wieck (v.l., Foto: Dehoga Hamburg)



Maïke Abel, Daniel Jäger und Kristina Bulle (v.l., Foto: OWM)

IFA PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT UNTER NEUER LEITUNG

Ab sofort verstärkt **Sonja May** als neue Director of PR & Corporate Communications das Team der *IFA Management GmbH* und übernimmt die Leitung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Mit mehr als 20 Jahren PR-Erfahrung – darunter rund sechs Jahre als Head of PR & Corporate Communications bei *Sony Europe* – verfügt May über eine Expertise in den Bereichen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Unternehmenskommunikation.

In ihrer neuen Funktion verantwortet Sonja May die strategische Weiterentwicklung der Pressearbeit und die Positionierung der IFA als weltweit führende Leitmesse für Home & Consumer Tech. Dabei soll sie vor allem das Themenfeld Innovation, die digitalen Transformationsprozesse der Branche sowie Nachhaltigkeitsinitiativen stärker ins Rampenlicht rücken.

Unter der Leitung von Sonja May will die IFA Management GmbH künftig die Stellung der IFA-Messe nicht nur technisch, sondern auch kommunikativ festigen und neue Zielgruppen im B2B- und B2C-Bereich erschließen.

PURE PERFECTION BAUT CONTENT-TEAM WEITER AUS

Pure Perfection hat das Content-Team der Agentur personell verstärkt und inhaltlich neu ausgerichtet. Neu an Bord ist **Nils Bilse**, der das Team rund um die beiden Projektleitungen **Laura Durst** und **Michael Stuppert** seit Februar 2025 als Senior Konzeptioner verstärkt. Mit seinem Hintergrund in Kampagnenentwicklung, Social Media und Text bringt er langjährige Erfahrung aus der Markenkommunikation mit. Sein Fokus liegt auf der strategischen und kreativen Entwicklung von Content-Formaten – kanalübergreifend, relevant und wirksam inszeniert.

Darüber hinaus freut sich das Team, zwei Kolleginnen nach ihrem erfolgreich abgeschlossenen Bachelorstudium nun fest im Team begrüßen zu dürfen. **Alina Mehmedovic** und **Jessica Himmelskamp** haben sich bereits in ihrer dualen Studienzeit durch Engagement, Kreativität und frische Perspektiven ausgezeichnet – und sollen künftig in den Bereichen Content-Kreation und Social Media weiter an Profil gewinnen.

NEUER PRÄSIDENT DES DEHOGA HAMBURG

Im Rahmen der Delegiertenversammlung des *Dehoga Hamburg e.V.* am 12. Mai 2025 haben die Mitglieder **Bernd Aufderheide** zum neuen Präsidenten des Arbeitgeber- und Branchenverbandes der Hamburger Hotellerie und Gastronomie gewählt.

Mit **Bernd Aufderheide** [66] übernimmt eine langjährig erfahrene und in der Hansestadt bekante Persönlichkeit das Ehrenamt. Aufderheide war fast zwei Jahrzehnte als Vorsitzender der Geschäftsführung der *Hamburg Messe und Congress GmbH* tätig und prägte in dieser Funktion das internationale Messegewerbe Hamburgs entscheidend mit. „Ich freue mich sehr, dass mir die Mitglieder des Hamburger Dehoga ihr Vertrauen geschenkt haben. Es ist eine große Ehre, dieses Amt zu übernehmen. Gastronomie und Hotellerie waren mir schon immer eine Herzensangelegenheit, und gemeinsam mit dem gesamten Team möchte ich den eingeschlagenen Weg der Modernisierung des Verbandes zum Wohle aller Mitglieder weiter vorantreiben“, so Bernd Aufderheide.

MAIKE ABEL WIRD NEUE OWM-VORSTANDSVORSITZENDE

Die *Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM)* hat eine neue Vorsitzende: Der Vorstand wählte jetzt **Maïke Abel**, Digital & Corporate Marketing Director bei *Nestlé Deutschland AG*, für die kommenden drei Jahre zur neuen Vorsitzenden der OWM. Abel tritt die Nachfolge von **Uwe Storch** an, der dieses Amt zwei Wahlperioden innehatte und jetzt satzungsgemäß ausschied.

Maïke Abel ist mit den Aufgaben der OWM gut vertraut, da sie seit mehr als sechs Jahren Mitglied des Vorstands ist. „Ich freue mich sehr über das Vertrauen, das die OWM in mich setzt und glaube, dass wir zusammen mit unseren Mitgliedern viel bewegen können“, so Abel.

Gewählt wurde auch die Stellvertretende Vorsitzende sowie der Schatzmeister. Neue Vize wird **Kristina Bulle**, CMO DACH, Vice President Brand Building, *Procter & Gamble Service GmbH*, das Amt des Schatzmeisters übernimmt **Daniel Jäger**, Head of Group Media, *Deutsche Telekom AG*.

MARKETING SERVICES

anbieter
_ ansprechpartner

anschrift

telefon . fax . email . internet

angebot

EVENT-AGENTUREN

fischerAppelt, live marketing

fischerAppelt,
live marketing GmbH

Widdersdorfer Str. 205
D-50825 Köln

T +49 (0)21 56938-0
live@fischerappelt.de
live.fischerappelt.de
www.linkedin.com/company/
fischerappelt

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!

Weitere Standorte:

Hamburg +49 (0)40 899699-0
Berlin +49 (0)30 726146-0
München +49 (0)89 747466-0



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

JOKE Event AG
Creating Memories

Herbststraße 31
28215 Bremen

T 0421 37888-0
F 0421 37888-88

Hamburg
Berlin
Frankfurt/Main
Stuttgart
München

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°



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

Connecting people, brands and markets.



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 LIVE
SPACE
CONTENT



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.

MEDIA
BOARD

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

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

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

Kölns ausgezeichnete Location bietet 900m² 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

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.

anbieter
_ansprechpartner anschrift telefon . fax . email . internet anbot

MESSE- / EVENTBAU



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

Creative Gestaltung GmbH

Heininger 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.

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.

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.STAGEREPORT.DE

anbieter
_ansprechpartner anschrift telefon . fax . email . internet anbot

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 statten wir seit über 35 Jahren europaweit Veranstaltungen aus. Erfahre mehr über uns und unser Sortiment auf www.adexpo.de.



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.

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.BLACHREPORT.DE

anbieter
_ansprechpartner anschrift telefon . fax . email . internet anbot

TECHNISCHES PLANUNGSBÜRO



PRODUCTION OFFICE GbR
Ingenieurbüro für
Entertainment
_ Dipl. Ing. Joachim Koppe
_ Dipl. Ing. Ralf Schafstall

Schlesische Straße 28
10997 Berlin

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

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

VERANSTALTUNGSTECHNIK

Aventem

HÖREN · SEHEN · STAUNEN



Aventem GmbH
Audiovisuelle
Dienstleistungen

Düsseldorf
Herderstraße 70
40721 Hilden
Berlin
Rohrdamm 24b
13629 Berlin

T +49 2103 25230-0
T +49 30 367005-70
info@aventem.de
www.aventem.de

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.



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

Live.Digital.On-site

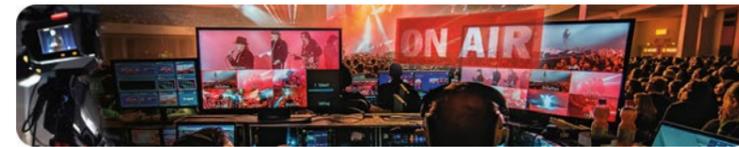


Seit über 35 Jahren realisieren wir professionelle Events und staten Messen, Konferenzen, Corporate-Events oder Kultur-Veranstaltungen mit der passenden Technik aus – von hochwertiger LED-Technik bis hin zu beeindruckenden Lichtshows bieten wir ein umfassendes Spektrum an Eventtechnik. Unser erfahrenes 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 durchgängige Lösung, die bereits bei der Idee alle Facetten von Konzeption über Planung bis zur Realisierung umfasst. Um das zu gewährleisten, folgt die Technik der stimmigen Konzeption und der dahinterstehenden 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 begeisterte, individuelle Lösungen zu bieten – mit kreativem Design, detailgenauer Planung und intelligenten Services.

VIDEO



Screen Visions GmbH
Waldburgstraße 17/19
70563 Stuttgart

T +49 711-21414-140
mail@screenvisions.com
www.screenvisions.com

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

MEDIA BOARD

Digitale Ausgaben unter:
www.blachreport.de



INSIDE

Christopher Hesse



Christopher Hesse (Foto: MVGM)

CHRISTOPHER HESSE IST COO DER MESSE- UND VERANSTALTUNGSGESELLSCHAFT MAGDEBURG (MVGM).

Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?

Ich bin im Umfeld der damaligen Bundesgartenschau, dem heutigen Elbauenpark, aufgewachsen. Eine Freundin der Familie arbeitete zu der Zeit für die Messe Magdeburg, die im Zuge der Arealsentwicklung entstand. Tatsächlich schrieb die Messe Magdeburg zum Zeitpunkt meines Fachabiturabschlusses ein Duales Studium ‚Messe-, Kongress- und Eventmanagement‘ an der Berufsakademie am Standort Ravensburg aus und so habe ich meine ersten Schritte in der Veranstaltungsbranche gemacht. Ich habe in meiner beruflichen Entwicklung immer mal wieder den Blickwinkel geändert und verschiedene Stationen, vom Tourgeschäft, zur Agentur, zum Stadtmarketing und in ein Kongresshaus durchlaufen, bin der Branche aber stets treu geblieben. Nun bin ich nach 17 Jahren zurück in der Gesellschaft, bei der ich meine ersten Schritte machte und ich liebe es nach wie vor. :-)

Welchen Traum wollen Sie sich noch erfüllen?

Ich möchte noch meine akademische Laufbahn weiterführen und bestenfalls später einmal in die Bildung gehen, um meine praktischen und theoretischen Erfahrungen an unseren Branchen-Nachwuchs weiterzugeben.

Was macht Sie glücklich?

Ich bin immer noch, trotz der Vielzahl an Veranstaltungen in meinem Berufsleben, sehr berührt in eine ausverkaufte Halle/Venue zu gehen, die Entwicklungen im Konzert- und Showbereich persönlich zu erleben und den Gesprächen der Gäste zu lauschen, wenn sie unsere Venues verlassen. Als langjähriger

Sportfreund und großer SC Magdeburg Fan stellen sich mir noch immer die Haare auf, wenn die Einlaufmusik in der Getec-Arena ertönt.

Was war bisher Ihre größte Herausforderung?

Diese ist mir noch sehr präsent. Es war die Vorbereitung und Umsetzung des Landesfestes ‚Tag der Niedersachsen‘ 2017 in Wolfsburg mit einer unüblichen Vorbereitungszeit von acht Monaten und den sicherheitsrelevanten Anforderungen vor dem Hintergrund der Anschläge vom Berliner Weihnachtsmarkt 2016. Das Sicherheitskonzept umfasste schlussendlich 160 Seiten ohne Anlagen, immense logistischen Anforderungen in der Umsetzung, ein Akkreditierungssystem, indem alle Akteure (circa 2.500) zuvor polizeilich überprüft werden konnten, eine Sicherheitszone im innerstädtischen Bereich, die nahezu nicht befahrbar war und das plötzliche Ableben der Generalauftragsnehmers im Sicherheitsdienst. Am schlimmsten empfand ich noch die Tatsache, dass ich zu keinem Zeitpunkt die Veranstaltung persönlich sehen konnte, da wir von der Öffnung bis zum Ende im Sicherheitszentrum verbleiben mussten.

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

Meine Heimatstadt Magdeburg hat sich kulinarisch und im Ambiente der Restaurants sehr gut entwickelt. An lauen Sommerabenden bin sehr gern in der ‚Schweizer Milchkuranstalt‘ oberhalb der historischen Stadtmauer. Das Freiluft-Ambiente aus schattenspendenden Plantanenbäumen und einen freien Blick auf die Elbe bei guten Gesprächen ist nahezu nicht zu überbieten.

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 1611-8308

newslounge

PRESSEPORTAL FÜR DIE
MICE BRANCHE NATIONAL
UND INTERNATIONAL

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

WWW.NEWSLOUNGE.DE • INFO@NEWSLOUNGE.DE

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.

PocketEvent *25 gibt es auf www.blachreport.de



AktivMedia
Marketing- und
Medienkommunikation GmbH