



BEST OF EVENTS INTERNATIONAL 18. - 19.01.2017

Die Zeitung der internationalen Fachmesse für Erlebnismarketing



10-11 „VON POKÉMON GO LERNEN!“

DIE CHANCEN DER
DIGITALEN TRANSFORMATION



06

KÜNSTLER
Neue Acts und
Kick-offs auf der
Bühne in Halle 8



08

HOLLAND
Eigener Pavillon für
die Eventszene
des Nachbarlandes



14

NACHWUCHS
Die Ausbildung
wird immer
qualifizierter

EDITORIAL

„WIR FREUEN UNS AUF DIE NÄCHSTE BOE“

MESSE SPIEGELT DIE POTENZIALE DER BRANCHE WIDER



Traditionell beginnt das Jahr für die Eventbranche mit der BEST OF EVENTS INTERNATIONAL (BOE) in Dortmund. 2017 öffnet die Leitmesse für Erlebnismarketing ihre Tore am 18. und 19. Januar. Erwartet werden wieder rund 450 Aussteller und mehr als 10.000 Besucher aus Deutschland und dem europäischen Ausland. Ich lade Sie herzlich ein: Seien Sie dabei! 2016 haben wir die BOE erstmals als Eigenmesse der Westfalenhallen Dortmund durchgeführt, jetzt freuen wir uns auf die nächste Auflage. Wenn Sie sich als Aussteller präsentieren möchten, können Sie online oder per Telefon Ihre Standfläche anmelden und buchen – einfach und schnell.

Die BEST OF EVENTS INTERNATIONAL macht die Szene auf dem Weg in die Zukunft fit. Aktuelle Trends, neueste Technologien, das Schwerpunktthema digitale Transformation und, und, und – die Messe spiegelt die Entwicklung der Branche wider, ihre Chancen, ihre Potenziale. Auch die Messe

Westfalenhallen Dortmund ertüchtigt sich für die Zukunft. Kongresszentrum, Foyers und Goldsaal präsentieren sich seit Kurzem bereits rundum modernisiert, einladend und in angenehmem Ambiente. Aber das ist nicht alles, es geht weiter: „Welcome2018“ heißt das Projekt zur kompletten Umgestaltung des Messe-Entrees. Das Areal an der B 1 verwandelt sich in ein gläsernes, lichtdurchflutetes Eingangportal der Messe. „Welcome2018“ begründet die neue Willkommenskultur – der Name ist Programm.

In dieser Zeitung erhalten Sie neben dem Überblick auf die kommende BOE einen kleinen Vorgeschmack auf das, was wir uns für die Zukunft vorgenommen haben: für die Messen, die Veranstalter, die Aussteller, Besucher und Gäste. Wir freuen uns darauf ebenso wie auf die BEST OF EVENTS INTERNATIONAL 2017.

Ihre

Sabine Loos

Hauptgeschäftsführerin Westfalenhallen Dortmund

50 VORTRÄGE

450 AUSSTELLER

5 HALLEN

ÜBER 10.000 BESUCHER

VERBÄNDE UNTERSTÜTZEN DIE BOE

Auch 2017 unterstützen wichtige Branchenverbände die BOE:

- > FAMAB Verband Direkte Wirtschaftskommunikation e.V.
- > EVVC Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e.V.
- > VPLT – Der Verband für Medien- und Veranstaltungstechnik e.V.
- > Veranstaltungsplaner.de
- > Vereinigung Deutscher Veranstaltungsorganisatoren e.V.
- > degefest – Verband der Kongress- und Seminarwirtschaft e.V.

HERAUSGEBER

Messe Westfalenhallen Dortmund GmbH,
Strobelallee 45, 44139 Dortmund,
Telefon +49 (0)231 1204-521,
Telefax +49 (0)231 1204-678,
Internet: www.westfalenhallen.de,
Mail: medien@westfalenhallen.de

CHEFREDAKTION

Dr. Andreas Weber (V. i. S. d. P.)

KONZEPTION, REDAKTION, LAYOUT

idea Kommunikation GmbH,
Dortmund

ANZEIGEN

Angela Büscher
Telefon: +49 (0) 231 1204-1327

DRUCK

WVD, Mörfelden-Walldorf

GESAMTAUFLAGE

140.000 Exemplare

NÄCHSTE AUSGABE

September 2017

ANZEIGENSCHLUSS

1. Juli 2017

Haftungshinweis

Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle übernehmen wir keine Haftung für die Inhalte externer Redaktionen und Anzeigen.

Für Fragen rund um die **BEST OF EVENTS INTERNATIONAL** stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:
Telefon: +49 (0)231 1204-522
E-Mail: info@boe-messe.de



BEST OF EVENTS INTERNATIONAL 2017

DEN WEG KONSEQUENT WEITERGEHEN

MESSESCHWERPUNKT DIGITALISIERUNG

BOE AUF EINEN BLICK

ÖFFNUNGSZEITEN & TICKETS

Termin:
Mittwoch, 18., und
Donnerstag, 19. Januar 2017

Veranstaltungsort:
Messe Westfalahallen Dortmund
Rheinlanddamm 200
44139 Dortmund

Öffnungszeiten:
Mittwoch: 10 - 18 Uhr
Donnerstag: 10 - 17 Uhr

Tickets:
1-Tages-Ticket (online): 20,- €
2-Tages-Ticket (online): 35,- €
Tageskarte (ermäßigt): 10,- €
1-Tages-Ticket (Tageskasse): 25,- €
2-Tages-Ticket (Tageskasse): 40,- €

Die Tickets erhalten Sie online
über unseren Ticketshop auf
www.boe-messe.de

BOE-Night:
BOE-Night am 18. Januar: 89,- €
inkl. Speisen und Getränke,
Westfalahallen Dortmund
Einlass: 19 Uhr; Beginn: 20 Uhr

FÜR AUSSTELLER

Melden Sie sich
an unter:

[www.boe-messe.de/
aussteller/anmeldung](http://www.boe-messe.de/aussteller/anmeldung)



Mit 450 Ausstellern – einem Zuwachs von acht Prozent – und erstmals über 10.000 Besuchern war die Premiere der BEST OF EVENTS INTERNATIONAL im vorigen Jahr als Eigenveranstaltung der Messe Westfalahallen Dortmund ein „dicker“ Erfolg. „Wir freuen uns natürlich, dass unsere Weiterentwicklung der populären Messe so guten Anklang gefunden hat“, sagt Sabine Loos, Hauptgeschäftsführerin der Westfalahallen Dortmund. „Jetzt wollen wir diesen erfolgreichen Weg auch konsequent weitergehen.“

Aus diesem Grund setzt die BEST OF EVENTS INTERNATIONAL 2017 als Treff der Entscheider aus der Eventbranche neben dem umfassenden Angebot, das alle Facetten der Eventbranche abdeckt, noch mehr auf klare Strukturen. Beispielsweise finden die Besucher erstmals alles zum Thema MICE unter einem Dach – in Halle 5.

DIGITALISIERUNG – SCHWERPUNKTTHEMA DER BOE

Außerdem widmet sich die BOE 2017 einem Schwerpunktthema: der Digitalisierung. Das aktuelle Megathema ist auf der Messe allgegenwärtig und erhält natürlich – neben den Künstlern, dem Career Hub, Technology und MICE – ein eigenes Forum (Seite 5). Für Aussteller besonders interessant ist dabei ein Projekt der TU Chemnitz. Wissenschaftler und Studenten der Universität erproben auf der BOE „Ubisense“, ein Messverfahren, das zuverlässig Besucherströme an Messeständen registriert und analysiert (Seite 17). Auf Basis der Ergebnisse können Aussteller ihre Stände optimieren beziehungsweise besser planen.



HÖHEPUNKTE BOE-NIGHT, BEA- UND INA-AWARDS

Die BEST OF EVENTS INTERNATIONAL entwickelt sich weiter. Selbstverständlich dürfen sich die Aussteller und Besucher der Messe jedoch auch in diesem Jahr wieder auf die schon traditionellen Höhepunkte der Messe freuen: Zur angesagten BOE-Night treffen sich die Protagonisten der Branche bei Livemusik und kühlen Drinks. Und die Verleihungen des BEA- sowie des INA-Awards zählen mittlerweile ebenfalls zu den Publikumsmagneten der BOE. Sie finden in diesem Jahr wieder in direkter Nachbarschaft der Messestände statt (Seite 13). ■

Die BOE präsentiert sich auch
auf Twitter, XING und facebook.
www.twitter.com/bestofevents
www.xing.to/bestofevents
www.facebook.com/boemesse



EQUIPMENT

ARCHITECTURE

LOCATIONS

TECHNOLOGY

CATERING

ACTS

SERVICES

CAREER

LET'S GET DIGITAL*



DIE DIGITALE EVOLUTION IN DER LIVE KOMMUNIKATION

*Digitale Technologien spielen in der Live Kommunikation eine zunehmend wichtige Rolle. Durch die digitale Evolution entstehen neue Formen der Kommunikation im Raum, bei denen die Grenzen zwischen realem und virtuellem Erleben immer weiter verschmelzen. Wir bei De Boer stellen uns diesen Entwicklungen und gehen auf der **#BoE17** – dem Leitthema der Messe folgend – mit innovativen, digitalen Service-Tools ‚ON-AIR‘.

Haben wir Sie neugierig gemacht? Dann laden wir Sie ein, mit uns bei der **WARSTEINER INTERNATIONALEN MONTGOLFIADE**, ‚ON-AIR‘ zu gehen. Steigen Sie mit uns in einen der begehrten Heißluftballons und lassen Sie uns in luftiger Höhe über die digitale Zukunft der Live Kommunikation sprechen. Und für alle, die lieber digital diskutieren, folgen Sie uns unter dem Hashtag **#deboerdigital**.



Kompetenzpartner



Offizieller Partner

DE BOER COMMITTED TO YOUR SUCCESS

Sie planen eine Veranstaltung? Wir bauen Ihre Eventlocation. Erste Ideen finden Sie hier:

Fotos © Mike Cramer, CMG, De Boer GmbH Int. Zeltverleih

FOREN

BRANCHENEXPERTEN STEHEN REDE UND ANTWORT

AUSSTELLER ÜBER DIE BOE

» Die Foren der Messe sind gut gelaufen und waren stark besucht. Unsere Mitglieder sind mit der Messe sehr zufrieden. Wir treffen hier auf die Kreativen der Branche. Die BOE ist der Treffpunkt der Eventszene.

Randell Greenlee,
Bereichsleiter
International Relations
and Communication, VPLT
Verband für Medien- und
Veranstaltungstechnik e. V.



Foto: Studieninstitut für Kommunikation

KNOW-HOW FÜR ALLE: AUF DEN FOREN DER BOE TAUSCHEN SICH PROFIS UND INTERESSIERTE MESSEBESUCHER AUS.

CAREER-HUB

DIE MACHT DER DIGITALISIERUNG

„Marken, Business und Karrieren – der mächtige Einfluss der Digitalisierung“ lautet das Leitthema des CAREER-HUB 2017. Das Studieninstitut für Kommunikation, strategischer Bildungspartner der BOE, blickt mit Experten aus Wissenschaft und Wirtschaft in die Zukunft des „Internet of Things“:

Themen-Fokus 1: Knowledge goes digital: US-Universitäten vermitteln Wissen bereits rein online. Wie werden wir künftig lernen?

Themen-Fokus 2: Love it or not – Sharing Economy. Nicht nur Uber und Airbnb sorgen für Wirbel. Erste Business-Modelle in der Eventbranche sind ebenfalls bereits erfolgreich. Alles überhitzt oder marktberuhigend? **Themen-Fokus 3:** Stress out: Die Bildungs-Agenda 2020 digital des Studieninstituts für Kommunikation zeigt, wie und wofür Unternehmen Mitarbeiter fit machen sollten. Denn digitale Kompetenzen geben künftig den Ausschlag, ob der Pitch gewonnen, das Konzept verkauft, die eigene Website und Social-Media-Präsenz den Wettbewerb ausstechen. **Karrieretag:** In den Veranstaltungen erfahren Nachwuchskräfte, wie Einstieg und Karriere in der Live-Kommunikation gelingen. Experten geben ihr Praxiswissen und Job-Tipps weiter, Agenturen stellen sich vor.

HALLE 7

TECHNOLOGY & SAFETY-FORUM

AKTUELLES ZUM THEMA VERANSTALTUNGSTECHNIK

Auf dem TECHNOLOGY-Forum dreht sich alles um technisches Fachwissen: Die Experten des Forums vermitteln ihr Know-how um aktuelle Entwicklungen und Anwendungsmöglichkeiten der Bühnen-, Licht- und Ton- und Videotechnik. Die Themen reichen vom 3-D-Mapping über das Einmaleins der Veranstaltungstechnik bis zur Nachhaltigkeit. Unterstützt wird das TECHNOLOGY-Forum vom Verband für Medien- und Veranstaltungstechnik VPLT.

HALLE 4

MICE-FORUM

ERSTMALS ALLES UNTER EINEM DACH

Die BEST OF EVENTS INTERNATIONAL 2017 bündelt erstmals alle Ausstellungsflächen zum Thema MICE inklusive des MICE-Forums unter einem Dach – in Halle 5. In Vorträgen und Diskussionen beleuchten Branchen-Insider, Fachjournalisten und andere Vertreter der Branche aktuelle Entwicklungen, wie zum Beispiel das Thema Nachhaltigkeit.

HALLE 5

Experten gesucht: Bewerben Sie sich als Redner!
Für alle Foren ruft die BOE Branchenexperten und Aussteller auf, sich als Redner zu bewerben. Teilnahmebedingungen, Anmeldeunterlagen und Deadlines finden sich auf: www.boe-messe.de/programm.

FOREN IN ALLEN HALLEN

ACTS ON STAGE

BÜHNE FREI IN HALLE 8!

Bei „Acts on Stage“ erleben BOE-Besucher an beiden Messetagen je vier Shows mit potenziellen Bühnenkünstlern für ihr nächstes Event.

Moderatoren, Comedians, Artisten, Musiker, Bauchredner, Feuer-show, Illusionskünstler und, und, und – „Acts on Stage“ zeigt kurzweilige Shows mit Künstlern der Extraklasse. Und Experten servieren wissenswerte Tipps auf der Künstlerbühne in Halle 8: Wann muss die Künstlersozialkasse in Budgets und Planungen berücksichtigt werden, was benötigen Artisten, um ihre Kunst optimal präsentieren zu können, welcher Bühnenact passt zu welchem Event und wie geht man mit eventuellen Risiken im Vorfeld planerisch um? Das Programm in Halle 8 koordiniert und organisiert der memo-media-Verlag. „Acts on Stage“ in Halle 8 macht Besucher fit für die Künstlerplanung im nächsten Jahr und wird ihren BOE-Besuch um eine neue Facette bereichern.

HALLE 8

DIGITAL FORUM

EVENTBRANCHE UND DIGITALISIERUNG

Auch wenn bisher nur wenige Protagonisten soziale Medien wie Snapchat für das Eventmarketing oder Augmented/Virtual Reality bei der Durchführung von Events nutzen – die Digitalisierung wird die Branche tief greifend verändern. Unternehmen, die das ignorieren, werden verlieren. Das DIGITAL FORUM auf der BOE erreicht eine große Zielgruppe mit einem wichtigen und aktuellen Thema. Es entstand in Zusammenarbeit mit der IST-Hochschule für Management, der Fachzeitschrift events und Vok Dams. Es bietet 50 Sitz- und 100 Stehplätze, dazu eine Ausstellungsfläche, auf der sich interessierte Besucher bei den BOE-Anbietern informieren können. **Termine:** 18. Januar 11-17 Uhr: Social Media (u. a. facebook Live, Big Data und Eventmarketing, Mobile Apps, Digital Storytelling); 19. Januar 10-16 Uhr: Digital Reality (u. a. Virtual Reality, 360-Grad-Kameras, Drohnen, Holografie).

HALLE 7



Bea Nöhre
Sales Director
Telefon:
+49 40 52901065
E-Mail:
bea.noehre@
westfalahallen.de



Henrik Bollmann
Projektleiter
Telefon:
+49 231 1204-1593
E-Mail:
henrik.bollmann@
westfalahallen.de



Jana Grassmee
Projektreferentin
Telefon:
+49 231 1204-522
E-Mail:
jana.grassmee@
westfalahallen.de

DAS
BOE-TEAM



Das eatwalkshare-Team bietet auf der BOE Guided Tours an.

KOSTENLOSE FÜHRUNGEN

EIN RUNDGANG - ALLE HIGHLIGHTS



Guided Tours Damit Besucher ganz sicher keinen Höhepunkt der BEST OF EVENTS INTERNATIONAL 2017 verpassen, bietet die Messe Westfalenhallen Dortmund in Zusammenarbeit mit „eatwalkshare - das Connecting Event“ kostenlose Führungen (Guided Tours) an.

ANFASSEN, AUSPROBIEREN, TESTEN Kenner der Branche vermitteln den Teilnehmern umfassende Einblicke in spannende Innovationen der Eventbranche. Dazu gehören kurzweilige, interessante Informationen und Geschichten sowie Handouts. An den

Etappenzielen - ausgesuchten Messeständen - informieren die Ansprechpartner der Aussteller über das jeweilige Unternehmen, beantworten Fragen, erklären Produkte und Leistungen. Anfassen, Ausprobieren und Testen ausdrücklich erwünscht! Startpunkt der Guided Tours ist der Connecting Event Place auf dem Messestand von eatwalkshare in Halle 5 A06 - hinter dem Eingang auf der linken Seite. Hier stehen ganztags Mitarbeiter zur Verfügung. Voranmeldungen für die Guided Tours sind über die BOE-Internetseite möglich, spontane Anmeldungen je nach Verfügbarkeit.

Diese Führungen werden angeboten:

- Erst mal einen Überblick verschaffen
- Catering und Foodtrends 2017
- Trends im Bereich Dekoration, Einrichtung & Ausstattung
- Entertainment, Programmpunkte und Inszenierung für Ihr Event
- Digitalisierung, IT-Lösungen und Veranstaltungstechnik in der Branche
- Presserundgang (für Fachjournalisten am 18. Januar ab 13 Uhr) ■

www.boe-messe.de

Fotos: eatwalkshare; Fotografie Joachim Rieger

KÜNSTLER

NEUE TÖNE IN HALLE 8

ERSTMALS ZEICHNET DER MEMO-MEDIA VERLAG FÜR DAS BOE-KÜNSTLERPROGRAMM VERANTWORTLICH.

Der memo-media Verlag ist erstmals für das Künstlerprogramm und seine Inszenierung in Halle 8 der BEST OF EVENTS INTERNATIONAL zuständig. Geschäftsführerin Kerstin Meisner, Prokurist Jens Kahnert und Eventmanagerin Ellen Kamrad sprechen im Interview über das neue Engagement.

Warum nehmen Sie als strategischer Partner das Heft in Halle 8 selbst in die Hand?

Kerstin Meisner: Wir sind seit Anbeginn Aussteller und Medienpartner der BEST OF EVENTS INTERNATIONAL und mit Diskussionen und Entwicklungen gut vertraut. Wir möchten, dass Künstler den größtmöglichen Mehrwert aus ihrer Messepräsentation ziehen können. Natürlich erwarten die Messebesucher ein abwechslungsreiches Programm mit neuen Acts, das ihnen die Auswahl und Künstler-Buchung erleichtert. Wir wollen Messebesuchern, Ausstellern und Künstlern gleichermaßen gerecht werden. Deshalb gibt es einen definierten Bühnenraum, einen in Blöcke aufgeteilten Ablauf mit ausgewählten Kick-offs, und - ganz wichtig - eine vorgegebene Lautstärke, an die sich alle halten werden, auf der Bühne wie in der gesamten Halle 8.



Impressionen: Die Künstler sind ein wichtiger Part der BEST OF EVENTS INTERNATIONAL.



Das memo-media-Team (v. l.): Ellen Kamrad, Kerstin Meisner und Jens Kahnert

Foto: Matthias Mackenbach/MPHography

Ist das Ihr Schwerpunkt?

Kerstin Meisner: Für uns sind die Künstler ein wichtiger Part - sie bringen das Schillernde und Unverwechselbare in die Events. Wir bilden aber die gesamte Branche mit ihren vielfältigen Gewerken und Angeboten ab und kennen uns überall ganz gut aus.

Ellen Kamrad: Ich bin bei memo-media seit 2008 in einer Doppelfunktion dabei - einerseits fest im Team in der Kundenansprache - andererseits arbeite ich seit neun Jahren als freie Eventmanagerin und habe eine kleine, feine Eventagentur. Diese Zweigleisigkeit garantiert, dass wir nie die andere Seite aus den Augen verlieren, sie ermöglicht uns, ganz nah dran zu sein und zu spüren, wie die Branche tickt.

Kerstin Meisner: Unser Herzblut ist das Netzwerken. Ich finde es wichtig, für unsere Medien Mitstreiter zu gewinnen, die auch die praktische Seite des Business kennen. Wenn wir uns - wie in der vorigen Ausgabe von showcases - mit Schlagern beschäftigen, dann gelingt es uns, einen Guido Horn oder fürs Thema Catering eine Sarah Wiener als Gastautoren zu gewinnen. Mit Andreas Schäfer haben showcases einen Co-Chefredakteur, der den Kulturbetrieb und die Live-Kommunikation gut und lange kennt, und zwar in Theorie und Praxis. Wir können den theoretischen Überbau liefern, ohne an Verständlichkeit zu verlieren ...

Jens Kahnert: ... und mit den Eventmoods ergänzen wir ihn durch praktische Angebote, Tipps und Checklisten, die wir für unsere Leser aus dem Riesenangebot auswählen.

Ellen Kamrad: Nicht zu vergessen das Eventbranchenbuch, das jedes Jahr zur BEST OF EVENTS INTERNATIONAL erscheint und als das Planungsbuch für die gesamte Branche gilt.

Für die Halle 8 haben Sie noch einen besonderen Verbündeten gefunden?

Jens Kahnert: Mit Jochen Hinken, mit dem wir seit 2009 erfolgreich zusammenarbeiten, haben wir einen Technischen Leiter für das Künstlerprogramm gewinnen können, der Abläufe und technische Notwendigkeiten aus dem Effeff kennt. Die Künstler haben damit einen sehr erfahrenen Ansprechpartner, Jochen denkt und agiert aber auch im Sinne der Besucher und Aussteller.

Kerstin Meisner: Mit ACTS ON STAGE - Best of Stage hat das Kind auch bereits einen Namen.

Steht das Programm schon fest?

Ellen Kamrad: Wir haben viele Bewerbungen, die Auswahl der Künstler und die Zusammenstellung des Programms stehen aber noch aus. Künstler, die sich präsentieren wollen, können sich gern per E-Mail an info@memo-media.de wenden. Das Bewerbungsverfahren ist ganz formlos.

Jens Kahnert: Den endgültigen Ablauf kommunizieren wir auf der Website der BEST OF EVENTS INTERNATIONAL und in den Wochen direkt vor der Messe auch in unseren Medien. Wir tragen gerne unseren Part dazu bei, Deutschlands wichtigste Branchenmesse für Erlebnismarketing noch informativer zu gestalten.

Kerstin Meisner: Kommen Sie bei uns vorbei und machen Sie sich selbst ein Bild! Wir sind in Halle 4 und in Halle 8 vertreten - jeweils direkt am Eingang. Wir freuen uns auf ein tolles und abwechslungsreiches Liveprogramm, das Besuchern Information und Inspiration für ihre nächsten Events bietet - eben ein echtes Best of Stage. ■

www.memo-media.de

AUSSTELLER ÜBER DIE BOE

» Kommunikationswege verändern sich, aber eine Sache ist beständig geblieben - die persönliche Kommunikation, die mit allen Sinnen erlebt werden kann. Deshalb ist die BOE auch dieses Jahr DER Pflichttermin und die ideale Netzwerkplattform der Branche!

Wolfgang Altenstrasser
Director VOK DAMS Events

Jens Kahnert: Wir sind auf allen wichtigen Branchenmessen zwischen Hamburg und Zürich vertreten und können gut vergleichen. Auch unsere Medien, neben unserem Eventbranchenbuch das Portal www.memo-media.de, das Magazin showcases, der Blog und die Eventmoods, erheben den Anspruch, auch Künstlern eine gute Präsentationsplattform zu bieten. Da ist die Zusammenarbeit mit der BEST OF EVENTS INTERNATIONAL wie ein logischer Schluss, der alle Fäden zusammenbringt.



Fotos: Westfalenhallen/Kevin Endemann (3)

EVENTS + LIVE-MARKETING LIVE CAMPAIGNS

VIELE AUFGABEN

CO-CREATION | ROADSHOW | PRODUCT LAUNCH | OPENING CEREMONY | WORLD DEALER CONFERENCE
BRAND EXPERIENCE | HYBRID EVENT | VIP HOSPITALITY | FASSADENINSZENIERUNG | PUBLIC EVENT AWARD
VERLEIHUNG | LIVE-BROADCAST | VERTRIEBSOPTIMIERUNG | INNOVATIVE WANDERAUSSTELLUNG | MEDIA
LAUNCH | GLOBAL LEADERSHIP MEETING | PRESS CONFERENCE | IMPLANT | POP UP STORE | LIVE CAMPAIGN
JUBILÄUM | 360° KOMMUNIKATION | MANAGEMENT KONFERENZ | DEALERSHIP OPENING | STRATEGIE
ENTWICKLUNG | DRIVING EXPERIENCE | CO-CREATION | ROADSHOW | PRODUCT LAUNCH | OPENING
CEREMONY | WORLD DEALER CONFERENCE | BRAND EXPERIENCE | HYBRID EVENT | VIP HOSPITALITY
FASSADENINSZENIERUNG | PUBLIC EVENT AWARD VERLEIHUNG | LIVE-BROADCAST | VERTRIEBS
OPTIMIERUNG | INNOVATIVE WANDERAUSSTELLUNG | MEDIA LAUNCH | GLOBAL LEADERSHIP MEETING
PRESS CONFERENCE | IMPLANT | POP UP STORE | LIVE CAMPAIGN | JUBILÄUM | 360° KOMMUNIKATION
MANAGEMENT KONFERENZ | DEALERSHIP OPENING | STRATEGIEENTWICKLUNG | DRIVING EXPERIENCE
CO-CREATION | ROADSHOW | PRODUCT LAUNCH | OPENING CEREMONY | WORLD DEALER CONFERENCE
BRAND EXPERIENCE | HYBRID EVENT | VIP HOSPITALITY | FASSADENINSZENIERUNG | PUBLIC EVENT AWARD
VERLEIHUNG | LIVE-BROADCAST | VERTRIEBSOPTIMIERUNG | INNOVATIVE WANDERAUSSTELLUNG | MEDIA
LAUNCH | GLOBAL LEADERSHIP MEETING | PRESS CONFERENCE | IMPLANT | POP UP STORE | LIVE CAMPAIGN
JUBILÄUM | 360° KOMMUNIKATION | MANAGEMENT KONFERENZ | DEALERSHIP OPENING | STRATEGIE
ENTWICKLUNG | DRIVING EXPERIENCE | CO-CREATION | ROADSHOW | PRODUCT LAUNCH | OPENING
CEREMONY | WORLD DEALER CONFERENCE | BRAND EXPERIENCE | HYBRID EVENT | VIP HOSPITALITY
FASSADENINSZENIERUNG | PUBLIC EVENT AWARD VERLEIHUNG | LIVE-BROADCAST | VERTRIEBS
OPTIMIERUNG | INNOVATIVE WANDERAUSSTELLUNG | MEDIA LAUNCH | GLOBAL LEADERSHIP MEETING
PRESS CONFERENCE | IMPLANT | POP UP STORE | LIVE CAMPAIGN | JUBILÄUM | 360° KOMMUNIKATION
MANAGEMENT KONFERENZ | DEALERSHIP OPENING | STRATEGIEENTWICKLUNG | DRIVING EXPERIENCE
CO-CREATION | ROADSHOW | PRODUCT LAUNCH | OPENING CEREMONY | WORLD DEALER CONFERENCE
BRAND EXPERIENCE | HYBRID EVENT | VIP HOSPITALITY | FASSADENINSZENIERUNG | PUBLIC EVENT AWARD
VERLEIHUNG | LIVE-BROADCAST | VERTRIEBSOPTIMIERUNG | INNOVATIVE WANDERAUSSTELLUNG | MEDIA
LAUNCH | GLOBAL LEADERSHIP MEETING | PRESS CONFERENCE | IMPLANT | POP UP STORE | LIVE CAMPAIGN

EINE LÖSUNG
www.vokdams.de

VOK DAMS ■

Unsere Teams finden Sie vor Ort in

HAMBURG – BERLIN – WUPPERTAL – FRANKFURT – STUTTGART – MÜNCHEN – PRAG
SÃO PAULO – BORDEAUX – NEW YORK – SHANGHAI – BEIJING – DUBAI – LONDON – IBERIA

HOLLAND PAVILLON

KREATIVITÄT UND IDEENREICHTUM

Die Niederlande stellen sich erstmals mit einem eigenen Stand auf der BOE vor. Hier präsentieren sich Destinationen, Locations, Agenturen und Kreativbüros.

Sympathisch, offen, kommunikativ: Der Holland Pavillon in Halle 7.

Die BEST OF EVENTS INTERNATIONAL 2017 steht im Zeichen der Neuerungen und Entwicklungen. Eine davon ist der Holland Pavillon. Schon immer habe es starke Synergien zwischen dem niederländischen und dem deutschen Eventmarkt gegeben, berichtet Hans Schriever von der Düsseldorfer

Kommunikationsagentur Laureamedia. Tendenziell sei das Interesse niederländischer Marktteilnehmer gestiegen. „Für Landal Green Parks beispielsweise ist Deutschland im B2B-Geschäft einer der wichtigsten Wachstumsmärkte in Europa. Deshalb haben wir als Agentur, die in beiden Märkten agiert, im Zuge der Neupositionierung der Marke ‚Landal Business Line‘ eine ganzheitliche Kommunikationsstrategie entwickelt.“ Der deutsche Eventmarkt biete großes Potenzial für niederländische Eventprofis. Deshalb führt Schriever seit einigen Jahren gemeinsam mit Chefredakteur Sjoerd Weikamp von der niederländischen Medienplattform eventbranche.nl am ersten Messttag der BOE eine „Guided Tour“ für niederländische Marktteilnehmer durch.

» ZUKUNFTSWEISENDE ERGÄNZUNG DES DEUTSCHEN PORTFOLIOS DER BOE

EIN KLEINER QUERSCHNITT DER NIEDERLÄNDISCHEN EVENTSZENE
Gemeinsam mit dem Messteam der BEST OF EVENTS INTERNATIONAL haben die beiden jetzt wegen der guten Resonanz auf die Guided Tours das Konzept für einen Holland Pavillon entwickelt. Hier präsentieren sich den Dortmunder Messebesuchern 2017 erstmals niederländische Marktteil-

nehmer - von Agenturen und Kreativbüros über Eventlocations und Destinationen bis hin zu Eventdienstleistern aus den unterschiedlichen Marktsegmenten. „Die grenzüberschreitende Zusammenarbeit funktioniert richtig gut“, weiß Weikamp.

UND WAS HABEN DEUTSCHE VERANSTALTUNGSPLANER DAVON?

Doch nicht nur für die Niederländer stellt der Holland Pavillon einen echten Mehrwert dar. „Von der Kreativität und dem Ideenreichtum unserer niederländischen Nachbarn versprechen wir uns wichtige Impulse für unsere Messe. Ein Besuch des Holland Pavillons ist also in jedem Fall ein Tipp für die Messebesucher der kommenden BEST OF EVENTS INTERNATIONAL“, sagt Henrik Bollmann, verantwortlicher Projektleiter der Messe Westfalenhallen Dortmund. Es gehe darum, Erfahrungen und Kenntnisse aus beiden Märkten zu teilen, Synergien zu schaffen und gemeinsame Potenziale zu heben, fügt Schriever hinzu. Der Holländer Sjoerd Weikamp bringt es auf den Punkt: „Der Pavillon ist eine zukunftsweisende Ergänzung des deutschen Portfolios auf der BOE.“ ■



Foto: Photonic.nl

Anzeige



MIETEN UND KAUFEN

Spezialist für wirkungsvolle Raumgestaltung und dekorative Ausstattung von Events

Eventgestaltung nach Maß

- Event Service – Vermietung und Verkauf
- Dreidimensionale Elemente zur Raumgestaltung
- innolution systems – Lösungen für Raum-, Messe- und Eventgestaltung
- LED-Effektvorhänge und LED-Sternenhimmel
- Leuchtskulpturen für den Innen- und Aussenbereich
- Stoffverkleidung für Zelte und Hallen
- Funktionelle Stretchüberzüge für Stühle, Biertischgarnituren, Steh- und Banktische
- Teppiche und andere Bodenbeläge
- Planung und Umsetzung von Messe Design





Fotos: HPP Architekten, blooimages

Hell und freundlich: Das 14 Meter hohe gläserne Portal der Messe Westfalenhallen steht für eine neue Willkommenskultur. 1.200 Tonnen Stahl werden verbaut, fast 150 Kilometer Kabel verlegt. 3.400 Quadratmeter Glasfläche lassen das Licht ein.

MODERNISIERUNG

„WELCOME2018“ – DIE WESTFALENHALLEN AUF DEM WEG IN DIE ZUKUNFT

Nach dem Umbau des Kongresszentrums erhält die Messe ein neues Eingangsportale.



Die Westfalenhallen Dortmund gehen ihren Weg in die Zukunft konsequent weiter. Das Kongresszentrum präsentiert sich bereits in neuem Glanz. Nachdem 2015 der Eingangsbereich, das zentrale Goldsaalfoyer und der Goldsaal nebst angeschlossenem Restaurant aufwendig überarbeitet worden waren, folgte 2016 die Modernisierung der Kongressräume und Foyers im ersten Stock. Der nächste große Schritt wird während der BEST OF EVENTS 2017 eingeleitet: mit dem ersten Spatenstich zum Projekt „Welcome2018“, dem Bau des neuen Eingangsportals der Messe Westfalenhallen Dortmund. „Unser Ziel ist eine moderne, zeitgemäße Einlasssituation. Das

ist heute im Messegewerbe, besonders bei Fachmessen, unverzichtbar“, sagt Sabine Loos, Hauptgeschäftsführerin der Westfalenhallen Dortmund. „Mit dem aktuellen Maßnahmenpaket erreichen wir eine umfangreiche Attraktivitätssteigerung unseres Standorts, und wir machen unser Veranstaltungsgelände fit für die Zukunft.“

HELLES, MODERNES ENTREE

Die gesamte Nordseite der Westfalenhallen wird sich verändern: In der neuen Eingangshalle werden Ticketverkauf und Besucherregistrierung wettergeschützt in freundlichem Ambiente stattfinden. Die neue Besucherpassage wird zur optimalen Verbindung des Foyers mit den Messe-

hallen: Sie sorgt für eine verbesserte, barrierefreie Besucherführung. Veranstalter profitieren unter anderem von zusätzlichen Konferenzräumen. Um einen störungsfreien Veranstaltungsbetrieb während der Bauzeit zu gewährleisten, wird das Gelände derzeit auf den Interimsbetrieb vorbereitet. Dieser startet zum Jahresende 2016. Die Grundidee hierbei: Veranstaltungsbetrieb und Baustellenbetrieb werden weitestgehend voneinander entkoppelt. Temporäre Ersatzeingänge für den Messebetrieb, temporäre Ersatzrettungswege und jeweils eigenständige Andienungen für die Messe- und Baustellenlogistik stellen ein reibungsloses Nebeneinander sicher. ■

www.welcome2018.de



GRAND HALL ZOLLVEREIN

DIE NEUE „ONE STOP LOCATION“ AUF DEM UNESCO WELTERBE

m² 50 BIS 5.000 QM
EVENTFLÄCHE

50 BIS 2.500 PAX
KAPAZITÄT

BIS ZU 1.000
PARKPLÄTZE

360° FULL SERVICE
VERANSTALTUNGSDIENSTLEISTUNGEN

Grand Hall Zollverein GmbH · Wilhelm-Beckmann-Straße 19 · 45307 Essen · Telefon: 0201 830 818 40 · E-Mail: info@grand-hall.de · www.grand-hall.de

ZUR PERSON

Prof. Dr. Klemens Skibicki (Jahrgang 1972): seit 2004 Professor für Economics, Marketing und Marktforschung an der Cologne Business School in Köln; Geschäftsführender Gesellschafter der PROFSKI GmbH, die Unternehmen vom DAX-Konzern bis zum Mittelständler auf dem Weg der digitalen Transformation bei der ganzen Wertschöpfungskette mit Beratung, Umsetzung und Software-Lösungen begleitet; Keynote-Speaker und Berater ausgewählter Top-Führungskräfte; Kernmitglied des Beirats „Junge digitale Wirtschaft“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie; Mitglied des „Digitalbotschafter“-Kreises des NRW-Wirtschaftsministers im Bereich „Corporates“.



Foto: profski



Fotos: Fotolia/Sergey Nivens; iStockphoto/agsandrew, grandeduc, Ukususha (2)

GESPRÄCH MIT PROF. KLEMENS SKIBICKI

„DIE EVENTBRANCHE SOLLTE VON POKÉMON GO LERNEN!“

VOR DER DIGITALEN KOMMT DIE MENTALE TRANSFORMATION

Vieles von dem, was zum Thema Digitalisierung gesagt wird, ist fragwürdig!“, sagt Prof. Dr. Klemens Skibicki, Kernmitglied des Beirats „Junge digitale Wirtschaft“ des Bundeswirtschaftsministers. Und: „Die Eventbranche sollte von Pokémon GO lernen.“ Der Professor für Economics, Marketing und Marktforschung ist Keynote-Speaker auf dem DIGITAL FORUM der BOE. Im Interview spricht er über die Bedeutung der digitalen Transformation für die Eventbranche.

Digitale Transformation – worüber reden wir da eigentlich genau, Herr Professor?

Klemens Skibicki: Durch die Erfahrung meiner Beratungsmandate und den engen Umgang mit Führungskräften würde ich sagen, dass im Fokus vor allem eine mentale Transformation steht. Das Wort „digital“ lenkt ein wenig zu sehr auf die technische Komponente, die wichtig, aber lediglich ein „enabler“ ist. Die größte Schwierigkeit besteht meiner Meinung nach darin zu begreifen, dass in der digital

Was macht diese Rahmenbedingungen aus?

Klemens Skibicki: Der Strukturwandel ist sehr komplex und ganzheitlich, und man kann sich schnell in vielen Teilaspekten verlieren. Deswegen sollten sich Unternehmen zunächst auf die Treiber, die alle betreffen, konzentrieren. Für mich ist dies der Dreiklang von Mobile Web, Social Media und Internet der Dinge, die zusammen eine Netzwerkstruktur von allem ausmachen: das „Internet of everything, everywhere and everybody“. Während im auslaufenden Industriezeitalter Wertschöpfungsketten, Hierarchien, Top-down-Prozesse und einseitige Push-Kommunikation der Normalfall waren, können in einer durch die gigantisch niedrigen Transaktionskosten der digitalen Welt Prozesse zwischen zwei Stufen auf einmal in alle Richtungen sowie ohne Zwischenstation schneller und transparent ablaufen.

Klingt ein wenig kryptisch. Können Sie das für die Eventbranche konkretisieren?

Klemens Skibicki: Das Internet der Dinge steht noch ziemlich am Anfang, deswegen beschränke ich mich auf die bereits stark ausgeprägte Kombination von Mobile Web und Social Media. Das mobile Internet hebt die Trennung zwischen online und offline, verschiedenen Kanälen oder Orten schlichtweg auf – Menschen, die vor Ort bei einem Event sind, können gleichzeitig mit der ganzen Welt verbunden sein. Für die heute Zwanzigjährigen ist das Internet längst ein Omni-Channel. Wenn sie die fragen, wie lange sie denn online sind, verstehen sie die Frage überhaupt nicht.

Auf den mobilen Endgeräten wiederum findet vor allem Social Media statt, das heißt, Menschen kommunizieren über soziale Netzwerke von Facebook über LinkedIn bis Snapchat oder WhatsApp mit Menschen, die sie sich selbst ausgesucht haben. Sie tauschen sich dort über ihre Themen aus, kommentieren, liken oder teilen, das heißt, sie führen Gespräche ohne die Grenzen von Ort, Raum und begrenzter Personenzahl. Dabei kann es sich bei den Inhalten um Trivialitäten und Small

Talk über das Wetter, Lieblingsessen oder Katzenbilder handeln, aber ebenso auch um Meinungen, Empfehlungen und Warnungen zu Produkten und Marken. Mit anderen Worten: Menschen haben jetzt über Mobile Social Media immer und überall Zugriff auf die Inhalte und die Meinungen der Menschen, die vielleicht individuell relevanter für sie sind als die Kommunikation klassischer Medien und Unternehmen. Klassische Push-Kommunikation kommt dort immer weniger durch.

Unternehmen müssen neu lernen, wie bei einem Event zuzuhören, Dialoge zu führen und sich Reaktionen der anderen Marktseite über gute Inhalte zu erarbeiten. Insofern muss das Gesprächsprinzip, das wir von jeder Messe, jedem Event, jedem POS kennen, auf die mediale Kommunikation übertragen werden. In der vordigitalen Welt gaben die Medien dies nicht her. Da haben Unternehmen gelernt, tolle Videos, Plakate, Claims und Pressemitteilungen zu produzieren, haben aber die Dialoge verlernt – ein Plakat musste nie antworten. Die digitale Welt ermöglicht dies aber, und Unternehmen müssen begreifen, dass der Dialog wieder den „Lead“ hat, weil menschliche Kommunikation nie anders war. Anstatt alle Kunden mit Werbebotschaften „anzuschreiben“, können und müssen Unternehmen lernen zuzuhören und interessante Dialoge zu führen, sich also in den ohnehin stattfindenden Social-Media-Gesprächen eine Stellung erarbeiten.

Und diese Gespräche finden dann nur noch digital statt?

Klemens Skibicki: Nein, ich glaube, dass Events und Offline-Gespräche noch sehr lange eine wichtige Rolle einnehmen werden – die Möglichkeiten der Inszenierung des direkten Dabeiseins sind einfach noch besser als jegliche virtuelle Realität. Ich würde aber auch kein „Entweder-oder“ daraus machen, es geht vielmehr darum, die Offline- und die Online-Welt geschickt miteinander zu verknüpfen. Für die junge Generation ist dies sowieso schon eine natürlich zusammengewachsene Kulturtechnik. Der Hype um „Pokémon GO“ ist ein

» ZUNÄCHST MÜSSEN DIE RAHMENBEDINGUNGEN DER NETZWERKÖKONOMIE BEGRIFFEN WERDEN.

vernetzten Welt jegliche alte Prozesse auf ihre Effizienz hinterfragt werden müssen. Das Gleiche wie früher zu machen, nur eben in digitalen Kanälen, greift viel zu kurz. Vielmehr müssen zunächst die neuen Rahmenbedingungen einer Netzwerkökonomie begriffen werden, und dann muss die alte „DNA“, also die Struktur, die Kultur und die Fähigkeiten, hinterfragt werden. Leider werden bisher zu sehr die neuen Möglichkeiten statt der alten hinterfragt. Digitale Transformation ist somit die Anpassung der Prozesse, Sichtweisen und Fähigkeiten an die Möglichkeiten des digital vernetzten Zeitalters.

TORYTELLING
RENDS
GEMENT
ITSTORM-HÄNDLING
INTERACTIVE
RUNG
ALITY
CHAT
EVENTMARKETING
AUGMENTED
DATA
MOBILE
MESSEBAU
LIVE-CAMPAIGNS
VIRTUAL
GAMING
KAMERAS
LIVE
360-GRAD
HOLOGRAPHIE
BILDUNG
REALITY
EVENT



schönes Beispiel, wie die beiden Welten zusammenwachsen. Davon sollte vor allem die Eventbranche lernen.

Was sollten Eventveranstalter denn konkret machen?

Klemens Skibicki: Ich habe für Kunden einige Messeauftritte begleitet und dabei gesehen, dass sehr viel Geld und Know-how in die Inszenierung des Auftritts vor Ort gelegt wurden, was dann oft verpuffte. Das ist teuer und stellt die Effizienz dieser Ausgaben infrage. Diese könnte extrem gesteigert werden, wenn man in der digitalen Gesprächswelt ein Offline-Event sehr gut vorbereitet, dann vor Ort nutzt und anschließend in einen dauerhaften digitalen Dialog überführt.

Konkret kann über Social-Media-Listening-Tools sehr gut „zugehört“ werden, welche Themen in welchem Maße, in welcher Tonalität im Social Web besprochen werden. Man kann also nicht nur den eigenen Auftritt zielgenauer vorbereiten, sondern darüber hinaus auch noch die Meinungsmacher sowie deren Gesprächspartner in der digitalen Welt erreichen und diese über gute Inhalte und spannende Dialoge auf sich aufmerksam machen. Solche „Influencer“ haben durch ihre Follower im Social Web zunehmenden Einfluss, den man heute messen kann. Kommen diese dann zu unserem Event, teilen sie ihr Erlebnis vor Ort meist mit ihrer digitalen Followergemeinschaft, sodass unser Aufwand vor Ort digital authentisch erweitert werden kann. Im Idealfall vergrößert man also Reichweite und Interaktion weit über das Publikum vor Ort hinaus und kann nachhaltig zu den weitaus geringeren Kosten im Nachgang digital Kontakte intensivieren.

Hierfür müssen aber Anreize und Möglichkeiten vor Ort optimiert werden – man darf nicht einfach darauf hoffen. Man braucht ein tiefes Verständnis für das Dialogische und das Interagierende in der digitalen Welt sowie die technologische Infrastruktur für das Zuhören und Messen, wenn ein Event erweitert und die Effizienz maximal gesteigert werden soll. Eventveranstalter könnten ihre Geschäftsmodelle und Erlösbestandteile als digitale Kompetenzträger für ihre Kunden noch sehr erweitern. Bisher sehe ich das viel zu wenig, oft nur die Übertragung von Papierkatalogen auf Apps oder die Bereitstellung von WLAN vor Ort.

Ich treffe auch immer noch Menschen, die glauben, Social Media sei zum Beispiel nichts für B2B-Unternehmen. Denen empfehle ich, einmal Facebook und LinkedIn genauer zu vergleichen. Dann sehen sie, dass es sich um exakt die gleichen Regeln handelt – nur zu unterschiedlichen Inhalten. Das ist wie mit dem Telefon; da kann man ja auch über private und berufliche Themen reden. ■

www.profski.com

LAUREAMEDIA

ZEHN TIPPS

Wie Sie die Chancen der digitalen Transformation nutzen

Die Bedeutung der Online-Kommunikation im Marketingmix der Unternehmen nimmt spürbar zu. In der Verschränkung von Online- und Live-Kommunikation liegt ein enormes Potenzial. Hier zehn Tipps der Agentur Laureamedia, wie Sie die Chancen der digitalen Transformation nutzen können:

1 Kanäle: Identifizieren Sie die für Ihr Unternehmen wirklich relevanten digitalen Kanäle. Gerade wenn Sie in unterschiedlichen Zielmärkten operieren, ist die digitale Zielgruppen-Identifikation wichtig.

2 Markenbotschafter: Fans und Follower sind nichts anderes als digitale Markenbotschafter. Sie betreiben Empfehlungsmarketing. Investieren Sie also in den Aufbau einer qualifizierten Community. Und beginnen Sie frühzeitig mit dem Community-Aufbau. Das Hamburger Luxus Hotel ‚The Fontenay‘ schaffte es im vergangenen Jahr, schon über 2.000 Facebook-Fans für sich begeistern, obwohl das Hotel physisch noch gar nicht bestand. Mit der für den Location Award nominierten Eventlocation Grand Hall ZOLLVEREIN verfahren wir genauso. Wir lassen die bereits im Vorfeld aufgebaute Community die Entstehungsphase der Eventlocation hautnah miterleben, berichten von Fortschritten auf der Baustelle und stellen Partner auf dem Areal Zollverein vor.

3 Storytelling: Setzen Sie in den digitalen Medien auf inhaltsgetriebene Kommunikation, nicht auf Werbebotschaften. Erzählen Sie authentische Geschichten.

4 Strukturen: Kreative Ideen brauchen Form, um zielgerichtet fließen zu können. Schaffen Sie also die notwendigen Strukturen, indem Sie nicht nur die relevanten Onlinekanäle ermitteln, einrichten und aufbauen. Organisieren Sie sich und die notwendigen Schnittstellen – intern wie extern. Schreiben Sie Redaktionspläne und sorgen Sie dafür, dass der sogenannte Content-Flow zwischen den eingebundenen Schnittstellen läuft.

5 Dialogisieren: Dialogisieren bedeutet, sich auch mit Kritik aus der Community auseinanderzusetzen: offen, fair und transparent.

6 Verschränkung: Verschränken Sie Ihre On- und Offline-Maßnahmen. Berichten Sie vor, während und nach einem Anlass. Für die Visitordays oder beim Besuch der Location Award Jury in der Grand Hall ZOLLVEREIN haben wir ganz bewusst auf Verschränkung gesetzt und die Community so ganzheitlich in die jeweiligen Maßnahmen eingebunden.

7 Hashtags: Entwickeln Sie für Produkte und Projekte passgenaue Hashtags. Seien Sie dabei kreativ und kompakt, bringen Sie Ihr Thema auf den Punkt. Hashtag-Marketing ist ein empfehlenswertes plattformübergreifendes Tool. Mit dem von Laureamedia initiierten Hashtag #BoE16 hat es die BEST OF EVENTS in die Top Ten der Trending Topics bei Twitter geschafft.

8 Mitarbeiterschulungen: Investieren Sie in Schulungen für Mitarbeiter. Die Entwicklungen in den digitalen Medien schreiten so schnell voran, dass Investitionen in das Know-how zwingend notwendig sind.

9 Influencer-Marketing: Ein gut aufgesetztes Social-Influencer-Marketing verschafft Ihren Kampagnen virale Reichweite. Aber Achtung! Setzen Sie auf die richtigen Influencer!

10 Monitoring und Evaluation: Auch im Digital-Marketing gehören diese Tools zur Grundausstattung, um stetig optimale Ergebnisse zu erzielen und die neuesten Trends zu erkennen. ■

Die Mediawand auf der vorigen BOE war nicht nur ein Hingucker, der Hashtag #BoE16 schaffte es in die Top Ten der Trending Topics bei Twitter.



Foto: Westfalenhallen/Anja Cord

AGENTURPORTRÄT

Das Laureamedia Kernteam bilden drei Experten, die sich mit einem breit gefächerten Netzwerk der ganzheitlichen Marketingkommunikation widmen. Hans Schriever ist seit über 20 Jahren im Corporate Marketing tätig, seine Steckpferde sind umfassende Beratungsdienstleistungen, PR & Onlinemarketing. Christoph Müller-Girod ist seit acht Jahren als Digitalberater für digitale Marketingstrategien, Social Media, Community Aufbau & die Netzgemeinde unterwegs. Sara Baier ist als Diplom-Medienwirtin seit 2008 in der Lifestyle- und Eventbranche tätig, ihre Steckpferde sind Strategie, inhaltsgetriebene Kommunikation & Storytelling.

Zelte-
vermietung



18 Jan
2017

19 Jan
2017



BEST OF EVENTS
INTERNATIONAL

Best of Events
Dortmund
Halle: 4, Stand: A36

Kreative Eventkonzepte, einzigartige Messestände

Losberger baut auf den Freigeländen dieser Welt viele tausend Quadratmeter Ausstellungsfläche für ganz unterschiedliche Unternehmen und deren Anforderungen. Durch faszinierende Produkte entstehen jede Menge ausgereifte und geprüfte Lösungen mit Vordächern, Balkonen und Fassadenbannern. Und in Kombination mit aufwändig gestalteten Außenanlagen ergeben sich einzigartige Messestände, die für hohe Aufmerksamkeit sorgen. Kreative und funktionale Räume für Messen sind nur ein Beispiel für die Zeltevermietung von Losberger. Ob kleine oder große Events, ob Ausstellungen, Jubiläen, Konzerte, Roadshows oder Sportevents: Den Einsatzbereichen unserer temporären Raumlösungen sind keine Grenzen gesetzt. Erfahren Sie mehr: www.losberger.com



LOSBERGER

AWARDS

**BEA- UND INA-VERLEIHUNG -
HÖHEPUNKTE DER BOE**

Award-Ticket berechtigt auch zum Messebesuch



Preisverleihung Ein Höhepunkt der BEST OF EVENTS INTERNATIONAL 2017 – die Verleihung des BEA- und des INA-Awards – geht am 18. Januar über die Bühne. Die Veranstaltung findet diesmal aufmerksamkeitswirksam in einem Bereich direkt angrenzend an die Messeflächen der BOE statt. Teilnehmer und Gäste müssen die Westfalenhallen nicht verlassen. Die Verleihung beginnt um 18.30 Uhr.

Bereits zum zehnten Mal würdigt der Event-Award BEA Vielfalt und Qualität der Live-Kommunikation. Im Vordergrund stehen kreative Aspekte und Zielorientierung eines Eventprojekts. In der Kategorie Production Award werden zudem technisch-logistische beziehungsweise szenografische Durchführung ausgezeichnet. Weitere Kategorien sind Corporate Event, Brand Event, Motivationsevent und PR-/Medienevent. Und mit dem Konzept Award würdigt die Jury unrealisierte Kreativkonzepte in der Live-Kommunikation.

Ausgezeichnet werden auch die Sieger des 12. INA Internationaler Nachwuchs Event Award. Laut Wettbewerbsaufgabe – erdacht von der Matt Circus GmbH – sollen die Youngsters ihr spritziges Eventkonzept zum Thema „E-Bikes als nachhaltige Technologie für junge Kunden“ präsentieren. Eine Fachjury zeichnet die drei besten Konzepte mit Gold, Silber und Bronze aus.

KOSTENLOS REGISTRIEREN

Ab Oktober können sich Teilnehmer und Gäste kostenfrei über den Ticketshop der Westfalenhallen registrieren. Ein Ticket für die Awards berechtigt auch zum Besuch der BOE. ■

www.bea-award.de | www.ina-award.de

Zweifacher Triumph: Oliver Schrott Kommunikation und Daimler AG gewinnen beim BEA Award 2016 in den Kategorien PR-/Medienevent und Production Award.

Foto: Isabella Thiel / Aktivmedia

AUSSTELLER ÜBER DIE BOE

» Die Verleihung der Awards zum Abschluss des bereits sehr erfolgreichen ersten Messetages war 2016 ein Höhepunkt. Die Veranstaltung war mit rund 350 Besuchern ausgebucht.

Michael Hosang, Geschäftsführer Studieninstitut für Kommunikation GmbH

LIVE ON STAGE

**„GOODFELLAS“ ROCKEN
DIE BOE-NIGHT!**

Foto: music4friends

BOE-Night Die „Goodfellas“ sind laut Blach Report eine der besten deutschen Livebands. Die Messe Westfalenhallen Dortmund konnte die Band auf vielfachen Wunsch in diesem Jahr wieder für die BOE-Night gewinnen. „Für uns ist die Party mit den Messebesuchern immer ein Highlight. Auch 2017 werden wir wieder ein paar Überraschungen in unserer Show haben!“ verspricht Sascha Götz, Bandleader und Bassist der Band. Ein Tipp für alle, die es nicht erwarten können, die „Goodfellas“ live zu erleben: Unter www.goodfellas.de > Videos finden sie einen Kurzfilm über die Band. ■

www.goodfellas.de

Einer von uns.

Vor 35 Jahren in München geboren. Absolviert nach dem Fachabitur eine Ausbildung zur Fachkraft für Veranstaltungstechnik und ist anschließend als freiberuflicher Techniker „on the road“. Für Cartoon Movie, das jährliche Treffen der Animationsfilmbranche in Lyon, wird er zunächst als Techniker engagiert. Heute trägt er als N&M-Projektleiter darüber hinaus die technische Gesamtverantwortung für die Veranstaltungsreihe – auch für deren europaweite Ableger. Versteht sich als kompetenter, aufmerksamer Berater seiner

Kunden, über alle Gewerke hinweg. Mit einem hohen Maß an Einfühlungsvermögen ist er der Ruhepol seines Teams. Derart gelassen gibt sich der Familienvater auch am eigenen Herd und bei einem guten Wein – denn neben Skifahren sind das seine großen Leidenschaften.

Maximilian Lutter – *Cartoon Movie*, Le Centre de Congrès de Lyon, März 2016



www.neumannmueller.com



Anzeige

AUSBILDUNG ZUM EVENTMANAGER

**EINST TAUSENDSASSA – HEUTE SPEZIALIST:
EIN BERUFSBILD IM WANDEL**

Bildungspartnerschaft der TU Chemnitz und des Studieninstituts für Kommunikation eröffnet Absolventen beste Chancen in der Eventbranche.



Foto: TU Chemnitz

Auf die Absolventen der Studiengänge Master of Business Administration Eventmarketing/Live-Kommunikation und Bachelor of Science in Event- und Messemanagement warten spannende Aufgaben bei Agenturen, Veranstaltern, Verbänden und Kommunen.

Kreativer Tausendsassa und Meister der Improvisation – das war einmal. Das Berufsbild „Eventmanager“ hat sich grundlegend geändert. Denn mit dem Wachstum und der Professionalisierung der Eventbranche steigt die Nachfrage nach qualifizierten Fachleuten. Die BOE bietet die Möglichkeit, sich aus erster Hand über Ausbildung und Qualifizierung zu informieren (siehe Interview S. 15). Als Premiumausbildung für Fach- und Führungskräfte der Branche hat sich der berufsbegleitende Studiengang Master of Business Administration (MBA) Eventmarketing/Live-Kommunikation an der TU Chemnitz etabliert. Rund 250 Absolventen

haben seit 2005 spannende Aufgaben bei Agenturen, Veranstaltern, Verbänden und Kommunen übernommen. Seit 2015 ergänzt der Bachelor of Science (B.Sc.) in Event- und Messemanagement das Angebot. Er ermöglicht es, berufsbegleitend betriebswirtschaftliches Grundlagen- und praxistaugliches Fachwissen zu erwerben.

DREI FAKTOREN FÜHREN ZUM ERFOLG

Der Erfolg der Studienangebote basiert auf drei Faktoren:

Erstens: die enge Verbindung zur Eventforschung. Sie inspiriert Studienkonzept, Projekt- und Abschlussarbeiten immer wieder neu. Beispiele sind die Verknüpfung von virtueller und realer Welt, Augmented Reality oder 3-D-Inszenierungen von Markenwelten. Besonders schätzen die Studierenden die jährliche wissenschaftliche Konferenz Eventforschung an der TU Chemnitz. Sie ermöglicht auch, Kontakte zu Eventagenturen und -veranstaltern zu knüpfen.

Zweitens: das Lehrkonzept. Es verbindet Grundlagen- und Aufbauwissen mit hohem Anwendungsbezug. Das didaktische Konzept (Blended Learning) mit E-Learning, Selbststudium, Präsenzveranstaltungen, Projektarbeit, Präsentationen und Action

Learning ermöglicht ständigen Kontakt zwischen Dozenten und Studierenden sowie den Austausch zwischen den Studierenden. Das An-Institut für Weiterbildung an der TU Chemnitz gewährleistet, dass die Studiengänge berufsbegleitend studierbar sind und in der Regelstudienzeit abgeschlossen werden.

Drittens: die Verbindung von Theorie und Praxis. Die Studenten lernen, Konzepte zu entwickeln, Entscheidungen zu treffen und sie umzusetzen. Diesen Praxisbezug beider Studiengänge gewährleistet die Bildungspartnerschaft der TU Chemnitz mit dem Studieninstitut für Kommunikation. Das Studieninstitut reagiert auf die Anforderungen der Industrie: Laut dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag sind gut 50 Prozent der Unternehmen mit dem Nachwuchs von Universitäten unzufrieden. Für Absolventen des Bachelors Event- und Messemanagement und des MBA Eventmarketing trifft das nicht zu – die Verbindung wissenschaftlichen Grundlagenwissens mit praxisnahem Know-how im Messe- und Eventbereich ist einzigartig in Deutschland. ■

www.tu-chemnitz.de/wirtschaft/bwl2
www.studieninstitut.de

EVENT | RENT
Event- & Exhibition-Equipment

Ihr Event- und Messeausstatter



... enjoy your event
eventrent.de

Bocholt | Düsseldorf | Kassel | Heilbronn | Berlin | Bern (CH)

ABSOLVENTEN ÜBER DIE BERUFSBEGLEITENDEN STUDIENGÄNGE



» Die TU Chemnitz, die in der Live-Kommunikation einen exzellenten Ruf hat, vermittelt die Theorie und das Studieninstitut mit Dozenten aus Unternehmen und Agenturen das Praxiswissen. Eine ideale Kombination, die fit für die Karriere macht.

Sebastian Deeg, Absolvent Bachelor und Absolvent MBA Eventmarketing an der TU Chemnitz und am Studieninstitut für Kommunikation



» Das berufsbegleitende Masterstudium an der TU Chemnitz war ein wichtiger Schritt in meiner Karriere. Ein Highlight war das Praxisseminar. Das Studium ist lehrreich und nah an der Praxis.

Julia Müller, Studentin MBA Eventmarketing/ Live-Kommunikation

INTERVIEW

„DIE KREATIVE IDEE ALLEIN REICHT NICHT MEHR AUS“

STEIGENDE ANSPRÜCHE AN DIE EVENTBRANCHE
VERLANGEN NACH HOCH QUALIFIZIERTER AUSBILDUNG.

Prof. Dr. Cornelia Zanger und Michael Hosang kennen die Eventbranche aus dem Effeff. Im Interview sprechen die Wissenschaftlerin vom Lehrstuhl für Marketing und Handelsbetriebslehre an der TU Chemnitz und der Geschäftsführer des Studieninstituts für Kommunikation über Veränderungen in der Branche und ihre Gründe, sich auf der BEST OF EVENTS INTERNATIONAL 2017 zu präsentieren.

Frau Prof. Zanger, Herr Hosang, weshalb sind die TU Chemnitz und das Studieninstitut für Kommunikation „Stammgäste“ auf der BEST OF EVENTS INTERNATIONAL?

Prof. Cornelia Zanger: Ich besuche die BOE seit ihrem Bestehen, weil sich die Wissenschaft nicht im Elfenbeinturm einschließen sollte. Hier kann ich mit Fachleuten diskutieren, aktuelle Trends besprechen oder Praktika vereinbaren. Auch meine

Studenten profitieren davon: Einige bringe ich in diesem Jahr mit. Sie arbeiten auf der BOE für „Ubisense“, ein Research-Projekt zum digitalen Messecontrolling (siehe S. 17).

Michael Hosang: Auf der BOE erfahren wir, was die Unternehmer benötigen, welche Fragen sie haben. Daher erweitern wir stetig unser Engagement für wirtschaftliche und bildungspolitische Themen auf der Messe und sind seit Jahren strategischer Bildungspartner der BOE – etwa beim CAREER HUB, der sich an Professionals wie an den Nachwuchs richtet: mit Fachvorträgen, Diskussionsforen, Interviews und dem Karrieretag.

Inwieweit hat sich die Branche in den vergangenen Jahren professionalisiert?

Hosang: Ein wichtiger Punkt – wurde noch vor wenigen Jahren viel Zeit in die Vermittlung von Praxis-

müssen klar auf die Marke einzahlen und Live-Kommunikation synergetisch mit anderen Medien, besonders den digitalen, verknüpfen.

Hosang: Mit dem Wachstum der Branche sind auch die Unternehmen gewachsen – das Management und die Personalabteilungen müssen sich dem stellen. Strategische Weiterbildung – so verstehen wir das – sollte sie dabei unterstützen.

Zanger: Die Qualifikation des Personals in der Live-Kommunikation hat sich in den letzten Jahren deutlich positiv entwickelt.

Wagen Sie einen Ausblick auf die weitere Entwicklung?

Zanger: Ich denke, der Trend wird anhalten. Neben der klassischen Ausbildung zum Veranstaltungsfachwirt wird immer öfter ein Hochschulabschluss gefordert. Im Event- und Messebusiness sind zwar immer noch Generalisten gefragt, die als Projektmanager die Fäden in der Hand halten. Künftig werden ihnen jedoch zunehmend Spezialisten zur Seite stehen, um die wachsenden Qualitätsansprüche der Kunden zu erfüllen: als Strategen, die Konzeptionen verantworten, als Kreative, die Ideen haben und weiterentwickeln, als verantwortliche Producer für die Eventdurchführung oder als Cross-Media-Manager.

Hosang: Fest steht: Das Web hat sich zum Antriebsmotor neuer Geschäftsideen entwickelt. Wir wollen erkennen, wo Unternehmen ihre Mitarbeiter fit machen müssen für die zunehmende Digitalisierung. Der Weg in die Zukunft wird für Deutschland als Industrie- und Dienstleisterland nur mit dem besten Personal zu gehen sein. Die Messlatte liegt hoch, wollen wir weiterhin weltweit zu den Top Ten gehören. Ebenso ambitioniert wird das Lernen künftig mehr und mehr digital ablaufen, in Webinaren und Onlineseminaren, Chats, etc.

Zanger: Die Digitalisierung schreitet wahn-sinnig schnell voran und stellt uns vor immer neue Aufgaben. Wir müssen schnell auf neue Entwicklungen reagieren und diese in Event- und Messekonzepten einfließen lassen.

Hosang: Unsere Bildungs-Agenda 2020 digital auf dem CAREER HUB zeigt, mit welchen Weiterbildungen man Mitarbeiter fit macht für diese Herausforderungen. ■



Fotos (2): TU Chemnitz

Prof. Dr. Cornelia Zanger und Michael Hosang setzen auf die enge Verzahnung von akademischer und praktischer Berufsausbildung in der Eventbranche.

wissen vor Ort in die Youngsters investiert, erwarten die Unternehmen heute aussagestarke Projektlisten erfolgreicher Events. Das bestätigen mir suchende Firmen und Personalberater immer wieder.

Zanger: Ja, unter anderem sind es die steigenden Ansprüche der Auftraggeber, die nur dann in vergleichsweise teure Live-Kommunikation investieren, wenn ihnen ein überzeugendes Kommunikationskonzept geliefert wird. Und dazu reicht die kreative Idee allein heute nicht mehr aus – Konzepte

Mehr als ein Barhocker.

Das ist ein Ort für Kommunikation. Ein Platz zum Stehenbleiben.
Ein echtes Stück Designgeschichte. Für uns genug, um About a Stool
auf Ihr Event zu bringen. Wie das aussieht? Zeigen wir Ihnen gern.
#partyrentinspirations



partyrent.com

we create atmosphere

LK-AG

„DEN ANFORDERUNGEN DER DIGITALEN WELT IMMER EINEN SCHRITT VORAUS!“

Drei Fragen an Tom Koperek, Vorstand der LK-AG

Die LK-AG, führende Anbieterin von Live- und Markenkommunikation, geht die Herausforderungen der Digitalisierung offensiv an. Auf der BOE präsentiert sich die LK-AG in Halle 4, Stand C06. Chief Marketing Tom Koperek erläutert die Strategie des Unternehmens.



Foto: LK-AG

Die Digitalisierung macht auch vor der Messe- und Eventbranche nicht Halt. Wie haben Sie mit Ihrem Unternehmen, das eigentlich aus der klassischen Veranstaltungstechnik kommt, darauf reagiert?

Tom Koperek: Um ehrlich zu sein, haben wir diese Entwicklung schon vor Jahren wahrgenommen. Bereits 2009 haben wir festgestellt, dass die Marketing- und Kommunikationsverantwortlichen aus Mittelstand und Industrie vor ganz neuen Herausforderungen

stehen würden. Um diese Entwicklung zu antizipieren, haben wir eine eigene Entwicklungsabteilung für innovative mediale Sonderlösungen gegründet. Rückblickend betrachtet würde ich sagen, dass wir die Weichen genau richtig gestellt haben. Die Nachfrage nach multisensorischen Kommunikationskonzepten, interaktiven Präsentationen und aufmerksamkeitsstarken Medieninstallationen ist seitdem kontinuierlich gestiegen.

Klingt, als hätten Sie sich aus dem Veranstaltungstechnik-Geschäft verabschiedet?

Tom Koperek: Nein, ganz und gar nicht. Die technische Umsetzung unserer Projekte realisieren wir nach wie vor mit dem Equipment der LK-AG. Aber es geht in unserem Kerngeschäft nicht mehr primär um die Vermietung von Veranstaltungstechnik. Wir haben die LK-AG in den letzten Jahren breiter aufgestellt und sukzessive zu einem ganzheitlichen Spezialisten für Live-Kommunikation entwickelt. Unsere Wurzeln liegen in der Veranstaltungstechnik, daher ist unser Verständnis für die Machbarkeit von medialen Präsentationslösungen sehr

stark ausgeprägt. Das kreative Potenzial unserer Konzeptionierer, in Verbindung mit dem Know-how unserer Content- und Softwareexperten aus der hauseigenen Entwicklungsabteilung, bringt innovative Kommunikationslösungen hervor, die ein Alleinstellungsmerkmal für unsere Kunden darstellen. Und dieser Erfolg unserer Kunden ist ein entscheidender Faktor für unseren eigenen Erfolg.

Sie haben Ihren Auftritt auf der BEST OF EVENTS INTERNATIONAL 2017 im Vergleich zum Vorjahr spürbar vergrößert. Was macht die Messe so attraktiv für Sie?

Tom Koperek: Die LK-AG ist in den letzten Jahren ein echter 360-Grad-Anbieter mit ganzheitlichem Leistungsportfolio für Live-Kommunikation geworden. Auf der BOE treffen wir unsere Zielgruppe und können im inspirierenden Umfeld der Messe interessante Kontakte knüpfen und pflegen. Außerdem kommt die Branche in Dortmund zusammen, da macht es Sinn, sich unter die Leute zu mischen und sich mit Kollegen und Partnern auszutauschen. ■

www.lk-ag.com

DIGITALE TECHNOLOGIE

UBISENSE OPTIMIERT MESSESTÄNDE

Die TU Chemnitz erprobt auf der BOE ein neuartiges sensorbasiertes Messverfahren.

Premiere für das Echtzeit-Lokalisierungssystem Ubisense, mit dem Aussteller ihre Messestände optimieren können: Auf der BEST OF EVENTS INTERNATIONAL 2017 kommt das System im Rahmen eines messebegleitenden Forschungsprojekts zum Einsatz. Die Initiatoren von der TU Chemnitz, Prof. Dr. Cornelia Zanger (Lehrstuhl für Marketing) und Prof. Dr. Udo Rudolph (Lehrstuhl für Psychologie) erwarten durch den Einsatz digitaler Technologien neue Erkenntnisse für die Messebranche.

STRESSSITUATIONEN FÜR STANDBESUCHER „ENTSCHÄRFEN“
Mithilfe des sensorbasierten Messverfahrens Ubisense lassen sich Bewegungs- und Interaktionsabläufe von Besuchern an Messeständen erkennen, beispielsweise stark und weniger stark frequentierte Bereiche. Die Erkenntnisse können in die bessere Gestaltung und Nutzung eines Stands einfließen. Darüber hinaus identifiziert das System Bereiche, in denen „Crowding“ entsteht – eine Stresssituation für Standbesucher, die durch Umgestaltung „entschärft“ werden kann.

Ubisense liefert außerdem Daten zu den Kommunikationsmöglichkeiten an einem Stand: Hat der Messebesucher überhaupt

die Möglichkeit zu einem Gespräch an einem Stand? Unterstützt die Standardarchitektur die Kontaktaufnahme? Ist die Anzahl der Standbetreuer ausreichend? Und: Wie lange dauert ein erfolgreiches Messgespräch? Auch diese wichtige Frage kann endlich objektiv beantwortet werden. ■

www.ubisense.net



Ein Fall für Ubisense: Das neuartige Messverfahren zeigt Ausstellern, an welchen Stellen sie ihren Messestand besucherfreundlicher gestalten können.

Foto: Westfalenhallen/Anja Cord

AUSSTELLER ÜBER DIE BOE

» 2016 war der erste BOE-Tag einer der stärksten Tage, die wir auf der Messe jemals hatten. Viele Besucher kamen von weiter her, etwa aus Österreich, der Schweiz und den Beneluxstaaten. Für uns hat die Messe natürlich einen relativ hohen Stellenwert. Unser Ziel ist es, möglichst früh im Jahr Kontakt zu möglichen Kunden aufzunehmen. Die BOE ist ein wichtiger Faktor in unserer Marketing-Planung.

Detlef Schmitz
Geschäftsführer de Boer GmbH

BOE-AUSSTELLER – EINE ERSTE AUSWAHL

Die Leitmesse für Erlebnismarketing deckt alle Facetten der Branche ab und spiegelt ihre Chancen und Potenziale wider.

AIRFORMANCE DESIGN

Design für Mensch und Raum
airformance design vermietet und verkauft textile Objekte. Als Gestalter und Experte für textilen Leichtbau bietet das Unternehmen stilvolle Produkte, Ideen und Know-how, dazu Handwerk und Service. Auch individuelle Formen sind möglich.
www.airformance.de **4.D36**

ASTERA

Akku-Strahler funkgesteuert
FunkAster ist Hersteller von Akku-Strahlern, die sich durch ausgefeilte Funksteuerung, gute Verarbeitung und viele praktische Eigenschaften von der Konkurrenz abheben.
www.astera-led.com **4.B22**

BORUSSIA-PARK

Events mit Emotionen
Die Spielstätte der Fohlenelf von Borussia Mönchengladbach ist längst mehr als nur ein Fußballstadion. Etwa 450 Veranstaltungen mit knapp 25.000 Besuchern finden jedes Jahr im BORUSSIA-PARK statt. Die Palette reicht von einer exklusiven Logentagung über Familienfeiern bis zu Tagungen und Firmenveranstaltungen für bis zu 2.000 Teilnehmern.
www.borussia.de **4.C24**

BROICH CATERING & LOCATIONS

Partner für Großveranstaltungen
BROICH CATERING & LOCATIONS ist mit dem prämierten AREAL BÖHLER – über 20.000 Quadratmeter Eventfläche insgesamt – der führende Anbieter im Großraum Düsseldorf. Dieses Angebot und die große Event-Catering-Kompetenz machen das Unternehmen zu einem der interessantesten Partner für Großveranstaltungen.
www.broichlocations.com **4.E22**



Bund der Pfadfinderinnen und Pfadfinder e.V.

BUND DER PFADFINDER

Zentrum Pfadfinden bei Kassel
Im Herzen Deutschlands und doch ganz weit draußen: Das Zentrum Pfadfinden liegt 15 Kilometer nördlich von Kassel am Rande des Reinhardswalds. Vom Live-Rollenspiel bis zum Firmenevent: Unser Gelände bietet eine ganz besondere Location für Großveranstaltungen.
www.zentrum.pfadfinden.de **5.A10**

CATERING GUIDES

Markenzeichen Vielfalt
Bei Catering Guides ist alles vertreten, was das Feinschmeckerherz begehrt: nationale und internationale Küche, Bio-, Cocktail- und Event-Caterer, Foodtrucks u. v. m. Außergewöhnliche Locations und Serviceanbieter komplettieren das Angebot. Diese enorme Vielfalt ist eines unserer Markenzeichen.
www.catering-guides.de **4.C05**

DRUM CAFE

Musik- und Trommelevents
Drum Cafe ist weltweiter Marktführer für interaktive Teamevents. Die Kombination aus inspirierender Bühnenshow, begeisterndem Gemeinschaftserlebnis, Rhythmus und Musik ist die perfekte Möglichkeit, die Businessziele von Firmenevents mit allen Sinnen erlebbar zu machen.
www.drumcafe.de **7.C48**

EASYRAUM

Eventplanung in Virtual Reality
easyRAUM mit richtungsweisender Neuerung in 3-D auf der BOE 2017. Nutzer können eigenständig aus easyRAUMpro VR-fähige 3-D-Panoramen generieren. Geöffnet mit der VR-Brille, Smartphone oder Tablet entsteht das Gefühl, im Event zu stehen und den erstellten Eventraum zu erleben.
www.easyraum.de **4.C44**

FOTOBODEN

Der Kick für jedes Event
FOTOBODEN gibt Events und Messen den entscheidenden Kick! Der Druck mit 1.080 dpi und die Möglichkeit, bis zu 3,15 Meter breite Bahnen zu fertigen, lassen eine unendliche Anzahl von Einsatzmöglichkeiten zu. Jedes noch so individuelle Design ist möglich: Texte, Grafiken, Fotos oder Zeichnungen. Beispiele gefällig? Schauen Sie auf die Rückseite dieser Zeitung ...
www.fotoboden.de **4.A02**

HEIDELBERG MOBIL INTERNATIONAL

Mobile Softwarelösungen
Heidelberg Mobil International GmbH ist ein Spezialist für die Konzeption und Entwicklung mobiler ortsbezogener Softwarelösungen. Ein Kompetenzschwerpunkt liegt auf der Integration von Geoinformationen großflächiger Einrichtungen und der Darstellung interaktiver Karten auf mobilen Endgeräten.
www.heidelberg-mobil.com **7.D06**

HOTEL MUTTERHAUS DÜSSELDORF

Wunderschönes Ambiente
Hotel MutterHaus Düsseldorf – außergewöhnlich – unverwechselbar – professionell: Acht lichtdurchflutete Konferenzräume und Säle (20–250 Quadratmeter) und 55 stilvoll möblierte Zimmer des Certified Business und Conference Hotels erlauben die unterschiedlichsten Veranstaltungen in wunderschönem Ambiente.
www.hotel-mutterhaus.de **7.C14**



LOCATIONS Messe

LOCATIONS MESSE

Plattform der regionalen Branche
Wer für Tagungen und Veranstaltungen den passenden Rahmen sucht, ist auf den LOCATIONS Messen genau richtig. Mit jährlich vier Terminen in unterschiedlichen Metropolregionen hat sich die LOCATIONS zu einer

wichtigen Eventmesse entwickelt.
www.locations-messe.de **4.C05**

MBN MODULWELT

Spezielles für Messen und Events
MBN Modulwelt wird mit einer Vielfalt verschiedener Module jedem Bedarf gerecht, zum Beispiel verschieden große Besprechungsräume mit bedarfsgerechter Inneneinrichtung inklusive Pantryküche und Kühlschrank. Die Module können verbunden und gekoppelt, Wände und Fußböden gestaltet werden.
www.mbn-container.de **4.C22**

MEDIAPOOL

25 Jahre spannende Geschichten
25 Jahre mediapool – 25 Jahre spannende Geschichten: Barenboim in Ekstase, Obama in flammender Rede, ein Riese trifft seine Familie, und auf den Straßen Kreuzbergs wird Samba getanzt. Hier kommen sie alle zusammen. Am Stand können Sie erfahren, wie wir zu den „Möglichmachern“ wurden.
www.mediapool-berlin.de **4.B06**



Physikanten & Co./ Marcus Weber

PHYSIKANTEN & CO.

Comedy-Wissenschaftsshow
Die Physikanten & Co., eine Wissenschafts-Comedygruppe aus Physikern, Comedians und Schauspielern, begeistern mit ihren ebenso lehrreichen wie komischen Wissenschaftsshowshows seit 13 Jahren auf Festivals und Veranstaltungen in ganz Europa und Japan. Die Physikanten wurden für ihre Arbeit mehrfach ausgezeichnet.
www.physikanten.de **7.B08**

PICTUREPEOPLE

33-mal moderne Fotografie
PicturePeople steht für moderne und professionelle Porträt-, Business- und Eventfotografie. Heute ist das Unternehmen mit 250 festangestellten Fotografen an 33 Standorten in Deutschland, den Niederlanden und Österreich tätig. Höchste Kundenzufriedenheit und Qualität stehen dabei an erster Stelle.
www.picturepeople.de **MFO4**



Westdeutsche Spielbanken GmbH & Co. KG

SPIELBANK HOHENSYBURG

Zum Glück nie zu weit
Die Spielbank Hohensyburg ist eine der schönsten Spielbanken

Deutschlands. Gäste erleben faszinierendes Entertainment in toller Atmosphäre! Mit glanzvollen Shows, Partys und Events. Hier erwartet sie ein großzügiges Spielangebot mit Roulette, Poker, Black Jack, Baccara und modernsten Slot Machines.
www.westspiel.de/spielbanken/do-hohensyburg **8.B22**



STRATOFLIGHTS

Am Rande des Weltalls
Marketing am Rande des Weltalls – mithilfe eines Stratosphärenballons schickt StratoFlights Gegenstände und Botschaften auf bis zu 40.000 Meter Höhe. Kameras an Bord filmen die aufregende Reise. Aus dem Material lassen sich kreative Webvideos, ausgefallene Events sowie PR- und Marketingaktionen entwickeln.
www.stratoflights.com **7.B46**

THEATER PIKANTE

Live die „WC-Perlen“ erleben
Das professionelle Event- und Straßentheater Pikante sorgt bereits seit über zwanzig Jahren im In- und Ausland für humorvolle Unterhaltung. Wer sich nicht nur am Stand des Theaters Pikante über die verschiedensten Acts informieren möchte, der kann die „WC-Perlen“ bei den Sanitärräumen in gepflegter Aktion erleben.
www.theaterpikante.de **7.A46**

TOP 250 GERMANY

Das Portal für Tagungshotels
„TOP 250 Germany“ ist das größte Kooperationsprojekt vorwiegend privater, qualitativ hochwertiger Tagungshotels in Deutschland – mit zahlreichen Mehrwertvorteilen für Tagungskunden. Überdies bietet das Portal ständig aktuelle Hotelbewertungen aus MICE-Sicht.
www.top250tagungshotels.de/bewertungen **5.A22**

TRANSOPLAST

Die Arbeit erleichtern
Wer Transportbehälter für Geschirr und Gläser, Spülkörbe, Isoliercontainer, Abdeckhauben benötigt oder andere Produkte, die das Arbeiten in der Event- und Gastronomiebranche erleichtern, findet diese am Stand von Transoplast in Halle 4. Vorbeischauchen lohnt sich!
www.transoplast.de **4.C10**



Jochen Tack/Stiftung Zollverein

UNESCO-WELTERBE ZOLLVEREIN
Ein Ort voller Inspirationen
 Das Unesco-Welterbe Zollverein in Essen verleiht jeder Veranstaltung einen außergewöhnlichen Charakter. Der ganz eigene Spirit des imposan-

ten Industriedenkmals entsteht durch den Mix aus faszinierender Architektur und innovativen Nutzungsmöglichkeiten, beispielsweise als Eventlocation.
www.zollverein.de **5.C08**



Stratoflights



Vienna House

VIENNA HOUSE EASY
Unkomplizierte Hotels
 Vienna House Easy macht es einfach. Echte Freude, herzliche Aufmerksamkeit und lokaler Charme bestimmen die unkomplizierten Hotels. Kostenfreies Highspeed WLAN, Bäckereifrühstück, lässige Zimmer, Co-Working Lobby, kreative Meetingbereiche und coole Partner machen die Hotels zur besten Wahl.
www.viennahouse.com **7.C22**

VKF RENZEL GMBH
Alles Zubehör, was man braucht
 Die VKF Renzel GmbH präsentiert ihr umfangreiches Sortiment von Messe- und Eventzubehör. Angefangen bei vielseitigen Traversensystemen über Messestände, Faltdisplays und Messemöbel bis hin zu Beachflags und Bannerdisplays finden Messebesucher bei VKF Renzel alles, was sie zum Gelingen ihrer Veranstaltungen benötigen.
www.vkf-renzel.de **4.A38**

WELCOME GMBH
Exklusive Premiumprodukte
 Die welcome Veranstaltungsgesellschaft mbH präsentiert auf der BEST OF EVENTS INTERNATIONAL 2017 ihre exklusiven Premiumprodukte für Events. Neun einzigartige Rahmenprogramme bieten niveauvolles Entertainment vom spannenden Teambuilding über ein abendfüllendes Showprogramm bis hin zum exklusiven Genusscasino.
www.welcome-gmbh.de **7.C43**

X-PLIZIT IT SOLUTIONS
Alles rund um die IT
 Die Experten von x-plizit IT solutions unterstützen ihre Kunden in folgenden Bereichen: Koordination technischer Dienstleister, Bereitstellung von Mietgeräten (PCs, Drucker, Laptops etc.), persönliche Beratung, Betreuung vor Ort, Software für Teilnehmermanagement zur einfachen Eventplanung sowie Teilnehmerhandlung vor, während und nach dem Event.
www.x-plizit.de **7.B14**



Xtreme event services e. K.

XTREME
Eventmodule mit Betreuung
 Das Tätigkeitsfeld von Xtreme ist seit dem Unternehmensstart vor über 20 Jahren die Produktion und Vermietung von Eventmodulen sowie die verantwortungsvolle Betreuung der Aktionen durch ein stets hochmotiviertes Team. Gerne bereichert Xtreme auch Veranstaltungen, Messe- oder TV-Auftritte.
www.xtreme-events.de **7.D28**

IHRE AGENTUR

FÜR LIVE- UND MARKENKOMMUNIKATION IN DER METROPOLE RUHR

FÜR MESSEAUFTRIE UND EVENTS: Spannende Konzepte, professionelles Management, hochwertige Veranstaltungstechnik und Service nach Maß.

ARCHITEKTUR ZUM LEBEN ERWECKEN: Mit unseren Partnern erstellen wir Konzepte und Designs für Messeauftritte und Showrooms. Diese setzen wir professionell für Sie um.



PERFEKT VERNETZT IN DER DIGITALEN WELT: Wir entwickeln Websites, mobile Applikationen und Content-Management-Systeme.

PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN EMOTIONAL ERLEBBAR MACHEN: Interaktive Präsentationen und Infotainment für Messe und Event.

PERFEKTER SERVICE FÜR ALLE VERANSTALTUNGEN IN IHRER LOCATION: Wir bieten Equipment, Wartung, Durchführung und Personaldienstleistungen – aus einer Hand.

WWW.LK-AG.COM



Bühnen, TV



Promotion Events

Mein Designer ist im Urlaub,
also habe ich diese Anzeige gestaltet.



Messen

Noch 3.000 Projekten hat er Urlaub verdient!



Timo Micholik, Vorstand
visuells unit eel og



Mehr Verkaufen
am POS.

auch Outdoor



Lassen Sie sich überzeugen, dass Sie mit
FOTOBODEN mehr Besucher auf Ihren
Messestand bekommen, um POS mehr
verkaufen oder einfach ein tolles Event
haben werden.

Ziel meiner Anfrage ist, dass Sie uns
kontaktieren. Rufen Sie uns an oder
schicken Sie uns eine E-Mail

Ausstellungen
+ Museen

Anrufen: 02131-5321344
mailen: info@fotoboden.de

weitere 350 Projekte: www.fotoboden.de

FOTOBODEN™
Individuell bedruckbarer Vinylboden