

▲ Party Rent eröffnet
Dependance
in Berlin

▲ FME-Präsident
Stefan Rössle über
zehn Jahre FME

▲ Eventguide: Locations
und Dienstleister in
Hamburg

eventundco

DAS FACHMAGAZIN FÜR DIE EVENTBRANCHE

Ausgabe 1/2007 * Preis 4.50 EURO * www.eventundco.com



Es ist Zeit für mehr Nutzwert!

**IHR SPEZIALIST FÜR
KLAPPBARE UND STAPELBARE STÜHLE & TISCHE,
TRANSPORTWAGEN, STUHL- UND TISCHHUSSEN.**



KURZE LIEFERZEITEN • NIEDRIGE PREISE • GROSSE LAGERVORRÄTE
VERKAUF NUR AN HANDELS- & VERMIETBETRIEBE



Es ist Zeit für mehr Nutzwert



„Nutzwert“ ist eigentlich kein elegantes Wort. „Nutzwert“ klingt technokratisch, maschinell – kurzum nach Arbeit. Aber geben wir diesem Wort eine Chance, denn unabhängig vom emotionalen Klangerlebnis hat das Wort eine Funktion: „Nutzwert“ führt unterschiedliche Pole zusammen, gibt ihnen einen Nutzen und somit auch einen Wert.

eventundco hat auch einen Nutzen und einen Wert. Damit sind wir beim Thema: Herzlich Willkommen zur Premierenausgabe des ersten „Nutzwert“-Magazins für die Eventbranche. Was meinen wir damit? Wir wollen unseren Lesern – den Veranstaltungsspezialisten – eine Möglichkeit geben, ihre Dienstleister besser kennen zu lernen. Und wir wollen unseren Inserenten die Chance offerieren, zielgruppengerecht ihre Leistungen als Dienstleister zu bewerben.

Und wir wollen natürlich auch informieren und unterhalten. Dabei verlieren wir aber nie den „Nutzwert“ aus den Augen.

In diesem Sinne, viel Spaß beim Lesen und Dank an alle, die uns von Anfang an ihr Vertrauen geschenkt haben. So macht Arbeit Spaß - und Nutzwert auch!

...wir schaffen Räume!

Entwicklung - Herstellung - Vermietung - Verkauf von Zeltanlagen



Zeltanlagen für top exklusive Empfänge Ihrer VIP's, große nationale und internationale Sportereignisse, kulturelle, wirtschaftliche und politische Events, private Feierlichkeiten oder für Lagerzwecke:

Wir sorgen für bedarfsgenaue Raumkonzepte!

Unsere Besonderheiten

- Integriertes Beleuchtungssystem
- Fußbodenballastierungssystem
- Fußbodenkabelkanal
- Glaspaneel, Glastüren, feste PVC-Wände
- Stoffverkleidung, Teppichböden
- Heizungsanlagen und Klimatisierung
- Sanitäre Anlagen
- Komplette Großkücheneinrichtungen
- Cateringzubehör, exklusives Mobiliar
- Beschallungsanlagen u.v.a.

Das TARTLER Raumprogramm

- 4 m bis 50 m freitragende Zeltkonstruktionen vom Partyzelt bis zum Giganten
- Etagenzeltanlagen
- Spitzdachpavillons "Fiesta, Promo, Wigwam"
- Domzelt-Varianten 12 m und 16 m (Apsidenzelte)
- 12-Eck-Anlagen (12 m und 16 m)
- 12 m-6-Eck Anlagen (wabenartig)



Erbacher Straße 58
64750 Lützelbach / Haingrund
Telefon: (+49) 0 60 66 / 96 00-0
Telefax: (+49) 0 60 66 / 96 00-23
E-Mail: info@tartler-zelte.com
Internet: www.tartler-zelte.com



event news John Deere mit Satis&Fy in Warschau –
Veranstaltung für 4.500 Händler
Seite 06



event talk „Wir haben die Qualität im Boot“ – Interview
mit Stefan Rössle, Präsident des FME
Seite 18



event talk „Inszenierungen mit Qualität finden immer ihr
Publikum“ – Interview mit Johannes Milla
Seite 22



event talk „Inszenierungen mit Qualität finden immer ihr
Publikum“ – Interview mit Johannes Milla
Seite 34



event guide Event-Szene Hamburg
Seite 36

event news

GLP präsentiert neuen Ypoc 700 CMY	06
Party Rent kommt in die Hauptstadt	08
Newsticker I	08
IMEX 2007 mit zahlreichen Neuerungen	09
Marketing Service in Frankfurt	10
Newsticker II	10
Stageco ist „Staging Company of the Year“	12
Deutscher Bühnenpreis für g&d	12
Bühnentechnik für JAKO-Arena Bamberg	14
Austausch gegen neueste Modulgeneration	15
Forum VIA Münster geht in die dritte Runde	16
Movecat präsentiert Neuheiten	16

event player

Full Service für Veranstaltungen Die LK-AG ist Full Service Dienstleister im Bereich Beleuchtung, Beschallung, Medientechnik, Bühnenbau und Veranstaltungs-Management	26
Hier wird Vielfalt zum Programm TOI TOI & DIXI	28
Festbedarf vom Profi Kompetenz, Qualität, Flexibilität – Die Markenzeichen von McWood Productions	30
„Keine Feier ohne SANI . . .“ Mobile Infrastrukturlösungen für Veranstaltungen	32

service

event help	48
inserentenverzeichnis	50
impressum	50
abo- und Adressenservice	50



Mit uns haben Sie Ihre Gäste perfekt im Griff:

Einladungs-Mailing
Online- und Faxanmeldung
Rückläufer-Erfassung
Reise- und Hotelorganisation
Tischordnung
Sitzplatz-Organisation
Check-in vor Ort
Ständige Kostenkontrolle
Event-Statistik



Über den Erfolg und die Möglichkeiten von guest-control.de informiert Sie gern:

 **Oliver Maître** · Telefon (040) 41 17 08 48 · maitre@guest-control.de
rainmaker medien-network GmbH · Kleine Johannisstraße 6 · 20457 Hamburg · www.guest-control.de

John Deere mit satis&fy in Warschau

Veranstaltung für 4.500 Händler

Für die Präsentation der neuen Produkte hat der Landmaschinenhersteller John Deere rund 4.500 Händler aus ganz Europa nach Warschau ins Ex-

po Center eingeladen. Hauptakteure der Präsentation, die in sechs so genannten „Waves“ stattfanden, waren 25 großkalibrige Traktoren.

Die technische Durchführung inklusive Opening Show übernahm die Production Company satis&fy AG aus Karben.

In den „Waves“ konnten für die unterschiedlichen Besuchergruppen die Video- und Soundinhalte in wechselnden Sprachen jeweils passend eingespielt werden. Die vorgefertigten Übersetzungen liefen via Timecode parallel zu einem Video.

Da die Hallendecke die erforderlichen Lasten für die Präsentation nicht aufnehmen konnte, musste bei der Traverse über der Tribüne auf eine große Ground Support-Konstruktion ausgewichen werden. Um die Spannweite von 34 Metern zu überbrücken, kam die neue Folding Traverse von satis&fy zum Einsatz. Die 18 x 6 Meter messende Leinwand, die zugleich den Bühnenhintergrund bildete, wurde mit sechs Projektoren zu je 12.000 Ansilumen bespielt.



Foto: Satis&Fy

GLP präsentiert neuen Ypoc 700 CMY

Extrem hohe Lichtausbeute und exzellente Projektionsschärfe

Das Gerät zeichnet sich durch seine extrem hohe Lichtausbeute und exzellente Projektionsschärfe im gesamten Zoombereich von 14° bis 32° aus. Weitere Pluspunkte sammelt der Ypoc 700 CMY mit seinem stufenlosen, gleichmäßigen Frosteffekt und einem hoch auflösenden Dimmer.

Das Effektmodul des Ypoc 700 CMY ist mit einer CMY-Farbmischeinheit sowie einem Farbrad, einem drehbaren und einem fixen Goborad sowie einem zusätzlichen Effektmodul ausgestattet. Ein stufenloser CTO-Farbkorrekturfilter, speziell für Anwendungen in TV und im Theater, rundet die Möglichkeiten des Moving Heads ab. Durch das elektronische Vorschaltgerät, welches das Gewicht auf 28,5 kg beschränkt und einen flickerfreien Betrieb gewährleistet, ist der Ypoc 700 CMY weltweit an allen gängigen Stromnetzen

(90V-260V/50-60Hz) zu betreiben. Diese Eigenschaften empfehlen das Gerät vor allem für den Einsatz im professionellen Tour-, Bühnen- und Studiobereich.

Schon länger auf dem Markt ist die Standardversion des Ypoc 700, der Farben mit zwei Color Wheels erzeugt. Die Unterschiede zwischen beiden Varianten sind mit einer patentierten Modul-Einschubtechnik realisiert (Patent pending). Hierbei bleibt die Main Working Unit stets gleich. Der Anwender entscheidet selbst, mit welchem Moduleinschub das Gerät bestückt wird. Das Basisgerät erkennt das eingesetzte Modul und setzt die DMX-Kanäle entsprechend.



Foto: GLP

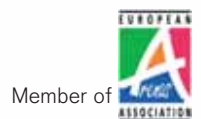
Klein anfangen – groß rauskommen!

Die Color Line Arena
wünscht EVENT & CO.
einen guten Start!



Wir unterstützen junge Künstler und Talente. Denn auch die kommenden Stars sollen ihren großen Auftritt bekommen! Schon jetzt ist die Color Line Arena aus Deutschlands Veranstaltungskalendern nicht mehr wegzudenken: Neben unseren Handball- und Eishockey-Hometeams und den großen Shows sind bei uns auch die Topstars zu Hause: George Michael, PINK, Bruce Springsteen, Billy Joel – und viele, viele mehr!

- Über 1 Million Besucher pro Jahr
- Mehr als 120 Veranstaltungen pro Jahr
- 10 Millionen Besucher im Einzugsgebiet der Metropolregion Hamburg
- Multifunktional mit variablem Flächen- und Bestuhlungskonzept auf 3.760 qm Veranstaltungsfläche
- 2 LKW-Zufahrten in den Innenraum
- 77 Logen und 3 Themen-Restaurants
- Kapazität von bis zu 16.000 Zuschauern
- 16 Fast-Food-Outlets und 4 Bars
- VIP-Packages für Sonderbereiche
- „Half House“-Variante: das flexible Raumkonzept für 3.000–6.000 Personen



Color Line Arena · D+J-Arena Hamburg GmbH

Sylvesterallee 10 · Tel. +49 (40) 88 163-0 · Fax +49 (40) 88 163-163 · info@colorline-arena.com · www.colorline-arena.com

NEWTICKER I

„ProDay“ zum Thema Netzwerke der media academy gmbh gut besucht

Rund 200 Fachbesucher konnte die media academy GmbH auf dem ProDay zum Thema „Netzwerke in der Veranstaltungstechnik“ am 07.03.2007 begrüßen. Die hohe Zahl der interessierten Gäste und die rege Beteiligung an den Fachvorträgen bestätigt die Aktualität des Themas in allen Bereichen des Veranstaltungsgeschäfts sowie die Notwendigkeit der Vermittlung netzwerktechnischer Kenntnisse in beruflicher Ausbildung und Qualifikation. Mit den Seminarangeboten Netzwerke Beleuchtung, Audio-DSP 1 und Audio-DSP 2 bietet die media academy GmbH thematisch passende Kurse an, die Interessierten die Chance eröffnen, sich im Bereich der Netzwerktechnik den entscheidenden Wissensvorsprung zu sichern.

Agentur und Institut mit virtuellem Auftritt in „Second Life“

Nach New York, Beijing, Bordeaux und Dubai ist VOK DAMS nun auch in Second Life als eine der ersten Agenturen mit einer Niederlassung vertreten. Das Büro leitet der Avatar Colja Cortes, der schon seit einiger Zeit die virtuelle Kommunikationsplattform erkundet. Der Außenposten ist ein Versuchslabor, in dem sich die Agentur und das VOK DAMS: ILM Institut für Live-Marketing präsentieren. Vorrangig werden aber Live-Marketing-Möglichkeiten ausgetestet. Von daher wird sich die Repräsentanz auch immer wieder verändern und erweitern, weshalb sie den Namen VOK DAMS 2nd.lab trägt. Das VOK DAMS: ILM berät bereits Unternehmen hinsichtlich sinnvoller Kommunikationsstrategien in Second Life. Die Agentur ist bereits mit der Entwicklung von Auftritten und Events in der virtuellen Umgebung von Second Life beauftragt.

Umzug der Niederlassung Berlin in neue Geschäftsräume

Die Berliner Gahrens + Battermann Niederlassung hat neue Geschäftsräume in Berlin Charlottenburg bezogen. Besonders günstig an dem neuen Standort ist die Nähe zum Potsdamer Platz, zur Messe und dem neuen Hauptbahnhof. Der Umzug ins Zentrum von Berlin verbessert damit deutlich die Nähe zum Kunden und unterstreicht den für Gahrens + Battermann wichtigen Full-Service Gedanken. Das der Niederlassung zugehörige Mietlager gewährleistet zudem auf Grund seiner deutlichen Vergrößerung eine verbesserte Serviceleistung für die gesamte Nordregion.

Party Rent kommt in die Hauptstadt

Neue Dependance in Berlin

Die Expansion der Party Rent Group setzt sich auch im fünften Jahr seit Bestehen des Party Rent Franchise Systems fort. „Wir freuen uns, dass am 1. April 2007 Party Rent Berlin seine Pforten öffnen wird,“ gibt Joris Bomers, Chef der Party Rent Group die Eröffnung bekannt.



Fotos: Party Rent

Thorsten Geitel (links) und Stephan Mahnecke führen die neue Party Rent-Dependance in Berlin

Zusammen mit Stephan Mahnecke wird der bisherige Niederlassungsleiter von Party Rent Dortmund, Thorsten Geitel, den Sprung in die Selbständigkeit wagen. Bevor Geitel zu Party Rent wechselte hat er über Jahre Erfahrungen auf Seiten der Kunden sammeln können. So kennt er das Caterergeschäft durch sein Engagement beim Lufthansa Party Service und Aramark ebenso wie die Aspekte der Hotellerie, die er bei Hilton erlernen konnte. Auch die Sternküche ist Geitel nicht fremd, hat er doch in England und Deutschland in sterngekrönten Häusern gearbeitet.

Sein Partner Mahnecke kennt das Geschäft am neuen Standort Berlin wie seine Westentasche. Schon als Kind nach Berlin gezogen kennt Mahnecke die Mentalität und Chuzpe der Berliner. Seine fachliche Reputation erwarb er in führenden Positionen bei so renommierten Caterern wie LPS, Kofler und zuletzt Käfer. Seine Karriere begann er ebenso wie Geitel in der gehobenen Gastronomie.

Mit der Eröffnung von Party Rent Berlin ist ein weiterer Meilenstein der Expansionsgeschichte der Party Rent Group erreicht. So wird man zukünftig auch in der Hauptstadt auf die Erfahrung, die Qualitätsprodukte und Servicedienstleistungen von Party Rent zurückgreifen können. Wie immer bei der Zusammenarbeit mit Party Rent stehen nicht nur die

Leistungen der Berliner Dependance sondern die der gesamten Party Rent Group zur Verfügung.

Für Thorsten Geitel und Stephan Mahnecke ist klar: „Die Stärke von Party Rent ist vor allem die Stärke der gesamten Gruppe. Durch optimale Logistik kann jeder Standort auch über Produkte der anderen Partner verfügen, somit entsteht ein Sortiment von gigantischer Größe.“ Mahnecke freut sich besonders, an einem Standort wie Berlin, der Heimat großer Caterer und Eventagenturen arbeiten zu dürfen. „Die TOP-Adressen der Branche sind in Berlin ebenso vertreten wie die Hauptniederlassungen der meisten in Deutschland ansässigen Global Player,“ zeigt sich Mahnecke beeindruckt, „das Potential dieser Stadt ist so gewaltig.“

Party Rent Gründer Joris Bomers ist besonders erfreut über den reibungslosen Weg der Franchise-Finanzierung. „Ein Zeichen für die Wettbewerbsfähigkeit unseres Systems,“ zeigt sich Bomers optimistisch für die Zukunft. Mit den beiden Optionsstandorten Bremen und Kassel sind demnach weitere Standortöffnungen schon bald zu erwarten. Zudem sind Leipzig, Stuttgart, Freiburg und München als Party Rent Franchise-Lizenzen zur Vervollständigung der Gebietsabdeckung in Kürze vorgesehen.

Hoher Andrang neuer Aussteller

IMEX 2007 mit zahlreichen Neuerungen

Einen Monat vor der Eröffnung der fünften „IMEX – incorporating Meetings made in Germany – The Worldwide Exhibition for incentive travel, meetings and events“ am 17. April 2007 kündigen Regent Exhibitions, die Veranstalter der führenden Fachmesse, zahlreiche Neuigkeiten an.

Seit vergangenem Monat verzeichnen die Gastgeber eine hohe Anzahl neuer Anmeldungen von Ausstellern, die zum ersten Mal ihr Unternehmen auf der IMEX präsentieren werden. Dazu gehören Passport China, Hyundai Motor Deutschland, Hogg Robinson, Starcite, Maui Jin and Virgin Limited Edition. Neue Hotelkunden im IMEX-Portfolio sind Grand Hotel Excelsior, Valentin Hotels, Premier Hotels, Hotel Esperanto Kongress und Kulturzentrum Fulda sowie Suncani Hvar Hotels.

Zudem haben eine Vielzahl von Ausstellern größere Stände als im Vorjahr gebucht. Mehr als 40 Unternehmen haben seit der IMEX 2006 ihre Ausstellungsflächen erweitert, darunter aktuell Südafrika mit einem fast doppelt so großen Stand, Barbados mit einem 28 Prozent und Taipei mit einem 25 Prozent größeren Stand. Innerhalb der letzten vier Wochen gaben das Puerto Rico Convention Bureau, Sea Cloud Cruises und Macau ebenfalls eine beträchtliche Ausweitung ihrer Flächen bekannt.

Die fünfte „IMEX – incorporating Meetings made in Germany, The Worldwide Exhibition for incentive travel, meetings and events“, findet vom 17. bis zum 19. April 2007 in Halle 8 der Messe Frankfurt statt. Auf der IMEX 2006 informierten sich 7.603 (+473 gegenüber 2005)



Foto: IMEX

Besucher aus 97 Ländern über das Angebot der 3.300 (+300) Aussteller aus 150 Ländern (+10). Die IMEX wird organisiert von Ray Bloom und Paul Flackett in Zusammenarbeit mit dem GCB German Convention Bureau e.V. Die Messe integriert den Kongressmarkt „Meetings made in Germany“ des GCB. Neben dem attraktiven Aussteller-Angebot bietet die IMEX ihren Besuchern auf der Messe auch ein umfangreiches, kostenfreies Begleitprogramm durch Workshops, Foren, spezielle Themen-Pavillons und verschiedene Initiativen. In der „Virtual Exhibition“ unter www.imex-frankfurt.de können sich Besucher ganzjährig über die Aussteller informieren und Kontakt aufnehmen.

Die Brücke zwischen Theorie und Praxis



Leseprobe im Internet
www.vahlen.de

Herausgegeben von Dr. Oliver Nickel
2. Auflage. 2007. XIV, 338 Seiten. Gebunden € 49,-
ISBN 978-3-8006-3136-0

Eventmarketing ist der systematische Prozess der Inszenierung dreidimensionaler, live-erlebbarer Themen zu Marketingzwecken. Events sind heute fester Bestandteil im Kommunikations-Mix marketingtreibender Unternehmen. Die Grenzen zwischen »Above-the-Line« und »Below-the-Line« sind in vielen Branchen deutlich verblasst.

Die Herausforderung für die Eventpraxis liegt in der Steigerung der Professionalität in dieser Marketingteildisziplin:

- Marketingevents markentechnisch und dramaturgisch noch systematischer gestalten: »Erkenntnis als Erlebnis« beschreibt dabei ein wichtiges Zukunftsfeld.
- Eine dem Mitteleinsatz entsprechende Überprüfung der Maßnahmen im Hinblick auf Effektivität und Effizienz zur Regel machen.

Als ein theoretisch fundiertes, aber deutlich praxisorientiertes Werk schlägt das Buch gezielt die Brücke zwischen Theorie und Praxis. Namhafte Marketingwissenschaftler und Marketingverantwortliche renommierter Markenartikler, Geschäftsführer oder Experten aus Eventagenturen und Markenberatungen behandeln in diesem Buch Grundlagen für den Erfolg von Eventmarketing sowie konzeptionelle und operative Aspekte und schildern Beispiele für erfolgreiches Eventmarketing in der Praxis.

Bitte bestellen Sie bei Ihrem Buchhändler oder beim:
Verlag Vahlen · 80791 München · Fax (089) 3 81 89-402
Internet: www.vahlen.de · E-Mail: bestellung@vahlen.de

VERLAG
VAHLEN
MÜNCHEN

NEWSTICKER

Erfolgreicher Abschluss MBA

Der erste Kurs des berufsbegleitenden Masterstudienganges Eventmarketing mit dem Abschluss „Master of Business Administration (MBA) Eventmarketing“ der Technischen Universität Chemnitz in Kooperation mit dem IST-Studieninstitut für Kommunikation und der TU Chemnitz education GmbH wurde nun feierlich verabschiedet. Der Studiengang unter der Leitung von Frau Prof. Dr. Cornelia Zanger richtet sich an Fachleute aus Agenturen und Unternehmen, die einen ersten akademischen Abschluss (Universität, FH, BA) sowie Berufserfahrungen im Bereich Marketingkommunikation besitzen. Das Studienkonzept wurde unter Einbeziehung führender Experten aus Wissenschaft und Praxis sowie mit internationalen Partnern entwickelt und berücksichtigt durch individuelle Betreuung die hohen Anforderungen der Studenten in ihrer Berufspraxis. Von der strategischen Eventplanung bis hin zur praktischen Umsetzung erschließen sich den Weiterbildungsteilnehmern sämtliche Felder des Eventmarketings. Das Studium zum Master of Eventmarketing (MBA) umfasst 3 Semester (18 Monate) und schließt nach den Modulprüfungen mit einer Masterarbeit ab.

Neues Equipment bei ACS

ACS Medientechnik GmbH hat seinen Materialbestand erweitert. Der Spezialist für audiovisuelle Dienstleistungen verfügt im Bereich Ton-technik jetzt zusätzlich über ein Line Array JBL Vertex mit Komponenten aus der VT- sowie der VR-Serie sowie zwei Yamaha-Digitalpulte M7. Darüber hinaus hat ACS zehn Strecken Shure drahtlose Mikrofone UR4D angeschafft, die mit dem Handsender Shure UHF und dem Taschensender UHF UR1 ergänzt wurden. Zehn zierliche Nackenbügelmikrofone in den Ausführungen DPA und Country Man zählen jetzt ebenfalls zum Bestand. Zur Signalübermittlung via Glasfaser stehen bei ACS drei DVI-Strecken zur Verfügung.

Weitere Investitionen sind in den EDV-Bereich geflossen. Für Veranstaltungen kann ACS jetzt weitere 20 Personalcomputer mit LCD-Screens, Tastaturen und Mäusen anbieten. Für Hauptversammlungen kann ACS auf zwei weitere Redezeitbegrenzungsanlagen zugreifen. Die beiden Geräte mit Ampelanzeige zeichnen sich durch eine bedienerfreundliche Oberfläche sowie eine schnelle Konfigurierbarkeit am PC aus

Branchenexperten informieren

Marketing Service in Frankfurt

Die Marketing Services in Frankfurt bietet vom 22. bis 24. Mai wieder ein umfangreiches Rahmenprogramm. Auf der Agenda des Marketing Forums stehen zahlreiche Vorträge und Workshops zu aktuellen Themen der Branche. An allen drei Messetagen veranstaltet der Marketing Club Frankfurt erstmals die Vortragsreihe „Frankfurter Marken“.



Fotos: Marketing Services

Strategie, Innovation und Effizienz – das sind die Themenschwerpunkte, mit denen sich das messebegleitende Marketing Forum befasst. Rund 30 renommierte Branchenexperten präsentieren ein spannendes, dreitägiges Infoprogramm. Der erste Thementag steht ganz unter dem Motto „Strategie“. Zum Auftakt spricht GWA-Präsident Dr. Henning von Vieregge über „Agenturlandschaft im Umbruch? – Zeitgeist, Perzeption und Realität“. Danach setzt unter anderem der Hamburger Agenturchef Andreas Grabarz den Strategietag fort. Am zweiten Messetag, der unter dem Stichwort „Innovation“ läuft, diskutieren Kai Pohlmann von kmf Werbung und Florian Ruckert von IP Deutschland über „Der Tod der Fernsehwerbung – wie sieht Werbung der Zukunft aus?“ Außerdem spricht Ralf Strehlau, Geschäftsführer von anxo Consulting zum Trendthema „WEB 2.0“. Der dritte Tag ist ganz der „Effizienz“ gewidmet. Auf der Agenda steht unter anderem ein Podium über „Internationales Marketing“, das der Verband International Advertising Association (IAA) organisiert. Später folgt

Georg Schotten, Direktor Marktforschung der Ströer Out-of-Home Media AG über die „Mobilität von Zielgruppen“.

Täglich um 14 Uhr präsentiert die Marketing Services zusammen mit dem Marketing Club Frankfurt erstmals die Vortragsreihe „Frankfurter Marken“. Bekannte Frankfurter Marken wie die Frankfurter Rundschau werden hier vorgestellt. Am Donnerstag referiert Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt, über die Internationalisierung des Messengeschäfts.

Parallel zum theoretischen Diskurs im Marketing Forum gibt es zahlreiche Workshops, so zum Beispiel zu den Themen „Online Marketing“, „Live-Kommunikation“ oder auch „Werbeartikel“.

Auch die Bildagentur-Messe PICTA, die gemeinsam mit der Marketing Services in Frankfurt an den Start geht, bietet ein abwechslungsreiches Infoprogramm. Geplant sind rund 20 Vorträge, Panels und Podiumsdiskussionen über die Veränderungen der Bildbranche sowie die neuen Probleme und Chancen der Bildproduzenten und -verwerter.

Jetzt und hier
live durch

Knopfdruck abrufen:



Schön wärs ja, wenn es so einfach gehen würde. Aber leider leider bietet uns diese Anzeige nur sehr bescheidene Möglichkeiten, Sie von unserer umfassenden Kompetenz und Professionalität im Bereich **corporate engineering** zu überzeugen. Das schmerzt uns, denn wir würden Sie ja so gern hören, sehen und spüren lassen, wie innovativ wir von **in.plan** sind. Deshalb bitte, nehmen Sie umgehend Kontakt mit uns auf, damit wir uns schon bald beweisen können:

Unter **+49 7951.27 888.200** oder **www.in-plan.com** freuen wir uns auf ein neues, spannendes Business-Event.

Stageco ist „Staging Company of the Year“

TPI Award für XL Video

Das Bühnenbauunternehmen Stageco wurde im Rahmen des diesjährigen TPI Awards zur „Staging Company des Jahres“ gewählt. Die Preisverleihung fand im Februar im Rahmen einer Gala in London statt. Stageco-Geschäftsführer Hedwig de Meyer nahm den Preis in feierlicher Atmosphäre entgegen.



Stageco-Geschäftsführer Hedwig de Meyer (Mitte)

Foto: Stageco

Die TPI Awards werden von der britischen Zeitschrift Total Production verliehen. Das internationale Magazin würdigt mit den Awards innovative und kreative Lösungen im Bereich der Musik- und Showproduktionen.

Der Mediendienstleister XL Video hat bereits zum vierten Mal den Total Production International Award (TPI) in der Kategorie „Favourite Video Services Company“ erhalten. Der Preis wurde am 5. Februar im Rahmen einer Gala in London verliehen.

Die TPI Awards würdigen innovative und kreative Lösungen im Bereich der Musik- und Showproduktionen. XL Video konnte den Preis bereits 2002, 2003 und 2005 für sich verbuchen. Im vergangenen Jahr hat XL Video unter anderem die erfolgreichen Touren von Robbie Williams, Depeche Mode und George Michael im Videobereich betreut und damit den Grundstein für den Awardgewinn gelegt.

XL Video ist ein international renommierter Anbieter von Großbildvideo-Equipment für Veranstaltungen mit Deutschlandsitz in Oststeinbek bei Hamburg.

Deutscher Bühnenpreis für g&d live:motive

Harald „CoDuck“ erhält OPUS 2007

Harald „CoDuck“ Meidt, Gesellschafter der g&d live:motive, erhält für seine „langjährige bahnbrechende Arbeit in der Szenografie“ von Live-Kommunikationsveranstaltungen den Deutschen Bühnenpreis OPUS 2007.

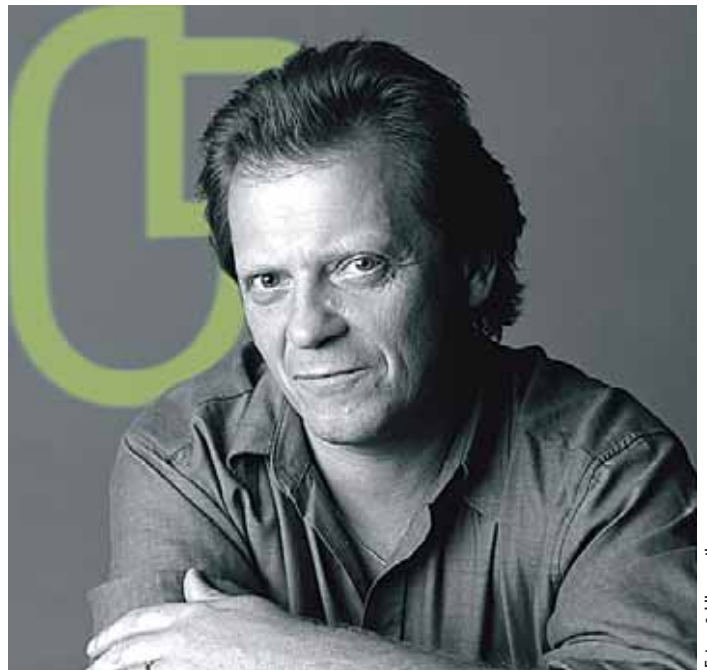


Foto: g&d live:motive

Seit den 80er Jahren, in denen er seinen Beinamen „CoDuck“ von der kölschen Rockband BAP erhielt, wirkte er federführend bei der zunehmenden Emotionalisierung von Veranstaltungen, vom Popkonzert, über den Messeauftritt bis zur Produktpräsentation mit.

Der Gesellschafter von g&d entwickelt seit 1994 zahlreiche Inszenierungen und ganzheitliche Kommunikations-Setups für namhafte Kunden von g&d. Die Bandbreite der Auftraggeber, die auf die Erfahrung und Innovationskraft von Harald „CoDuck“ Meidt und g&d vertrauen, reicht von Volkswagen Nutzfahrzeuge bis NordLB, von Porsche bis Deutsche Post, von Audi bis adidas, von koda bis Schalke04. Für die Eröffnung der Arena Auf-Schalke erhielt g&d bereits 2002 den Deutschen Bühnenpreis Opus.

Die vielfältigen Projekte für die Porsche AG wurden von der Jury besonders gewürdigt. Meidt kreiert seit 1994 weltweit Bühnen und Inszenierungen für den Zuffenhausener Sportwagenhersteller. Von Peking und Barcelona über Estoril und Ibiza bis nach Mexiko. Der neue Porsche Cayenne wurde gerade in der Wüste von Mexiko mit einer Idee des diesjährigen Bühnenpreisträger präsentiert.



Ihr professioneller Partner rund um Ihre Veranstaltung

Toilettenkabinen - Sanitärcontainer - Sanitärtrailer - Raumcontainer - Sicherungszäune



TOI TOI & DIXI

SANITÄRSYSTEME GmbH

Deutschlandweit über 70 Standorte

Halskestraße 33, 40880 Ratingen

Tel.: 01805 34 94 00 Fax: 02102 852 201

E-Mail: info@dixi-wc.de www.toitoidixi.de

Bühnentechnik für JAKO-Arena Bamberg

ChainMaster installiert Züge für Videowürfel und Traversen

In Zusammenarbeit mit Bühnenbau Schnakenberg wurden in der JAKO-Arena Bamberg zwölf Kettenzüge 250 kg BGV-C1 und weitere zwölf Züge 500 kg BGV-C1, alles von ChainMaster, installiert.

Die Geräte sind mit einem Weg- und einem Lastmesssystem ausgestattet und werden für den Videowürfel der Arena sowie für die um das Spielfeld angeordneten Traversen eingesetzt.

Als Steuerung für die Kettenzüge wählten die Verantwortlichen eine Chainmaster ShowTyp II 24-Kanal Steuerung. Aufgrund des schnellen Teach-In-Verfahrens der Software und der unkomplizierten Anwahl der verschiedenen Event/Service-Positionen (144 Quickstarts) lässt die Steuerung eine einfache Bedienung und flexible Gestaltungsmöglichkeiten der Arena zu.

ChainMaster aus Eilenburg produziert seit 1990 Hebezeuge und die dazugehörigen Steuerungen für Theater- und Showbühnen. Anwen- der sind unter anderem das Pentagon Museum, der Kreml Staatspalast oder internationale Tournee-Acts wie Metallica, Paul McCartney oder U2. Inzwischen zählt das sächsische Unternehmen weltweit zu den führenden Anbietern



Die JAKO Arena in Bamberg

(Illustration: ChainMaster)

für Elektrokettenszüge und Kettenszugsteuerungen. Zum bisher größten kommerziellen Erfolg von ChainMaster wurde die Entwicklung des VarioLift. Parallel zur Produktentwicklung entwickelte sich ChainMaster auch als Unternehmen kontinuierlich weiter. So agiert das High-

tech-Unternehmen mit rund 20 Mitarbeitern im eigenen Gebäude, hat einen leistungsfähigen Vertrieb im Inland aufgebaut und kann insbesondere im Export mit einem Anteil von 60 Prozent am Gesamtumsatz beachtliche Ergebnisse vorweisen.



Mild oder Extra Hot?

Feurige Feste feiern mit kalten Füßen? Undenkbar! Seit über 30 Jahren beheizen wir Ihre großen und kleinen Festzelte, Bühnen und Säle.

Echt scharfer Service:
Sachkundige Planung und Beratung vorab, Lieferung und professioneller Auf-/Abbau des Heiz-Equipments, Betreuung während der Veranstaltung – unser Full-Service zum Wohlfühlen.

Fordern Sie uns!

Info-Hotline 0800 724 37 73
info@scherrer-online.de | www.scherrer-online.de

SCHERRER

Ihr Systempartner für Sauberkeit und Wärme

SCHERRER Handelsgesellschaft mbH
 Grottlade 2 · 31319 Sehnde bei Hannover
 Fon +49 (0)5132 92 00-0
 Fax +49 (0)5132 92 00-29
 Besuchen Sie auch unseren Online-Shop:
www.scherrer-shop.de



Austausch gegen neueste Modulgeneration

Gahrens+Battermann setzt auf neueste Technik

Mit dem kompletten Austausch der Barco i-Lite 6XP Module gegen die neueste i-Lite 6XP Generation stellt Gahrens + Battermann den hohen Qualitätsanspruch seiner Kunden auch bei LED-Anwendungen in den Fokus.

Auf Grund neuester Barco-Technologie bieten die Module eine neu designte präzisere mechanische Struktur, die nun auch eine Optimierung des Modulabstandes ermöglicht. Somit lässt sich ein noch einheitlicheres Bild erzeugen, eine homogene und bisher unerreichte Bildqualität wird gewährleistet. Die Displays haben sich gerade bei Einsätzen mit starkem Umgebungs- bzw. Bühnenlicht als perfektes Medium etabliert und sind ideal für Messen, Präsentationen und TV-Shows geeignet. Die Barco i-Lite 6XP ist die meist genutzte Indoor-LED-Lösung in ihrer Klasse.

Die hochwertigen Indoor-Displays überzeugen durch extreme Bildschärfe, bestechende Helligkeit und naturgetreue Farbwiedergabe. Mit einem Pixelabstand von 6mm zeichnet sich diese Videowand selbst bei geringem Betrachtungsabstand durch beeindruckende Bildqualität aus.

Die Modulbauweise des Systems bietet hervorragende Flexibilität hinsichtlich Größe und Format – fast jede Bildgröße sowie beliebige Seitenverhältnisse lassen sich realisieren. Durch die einzigartige Farbhomogenität der Module untereinander wird dabei ein beeindruckendes Großbilderlebnis



Foto: gahrens + battermann

erzielt. Der kurze Betrachtungsabstand und die extrem geringe Bautiefe machen das System auch zur idealen Lösung platz sparender Einsätze. Die Mechanik und das geringe Gewicht der Module ermöglichen außerdem einen kreativen Gestaltungsspielraum: Die Wand kann beispielsweise „fliegend“ an Traversen oder von der Decke hängend aufgebaut werden.




PANIRAMA
 ILLUMINATIONSMANUFAKTUR

www.panirama.de
 04136-911 98 60

Forum VIA Münster geht in die dritte Runde

Ein Kongress von Auszubildenden für Auszubildende

Mit diesem bislang einzigartigen Konzept geht das „Forum VIA Münster – Veranstaltungsbranche in der Ausbildung“ mit begleitender Fachmesse am 5. und 6. Juni 2007 in seine dritte Runde. Nach der Premie-

re vor zwei Jahren und der erfolgreichen Wiederauflage im Jahr 2006 erwarten die Organisatoren, die Auszubildenden der Halle Münsterland in Münster, rund 700 Teilnehmer aus dem In- und Ausland.

„Der große Zuspruch und viele gute Rückmeldungen von Seiten der Teilnehmer, Referenten, Aussteller und Partner spornen uns zusätzlich an“, sagt Claudia Schulze Pröbsting vom Team „Forum VIA Münster“. Besonders freuen sich die Organisatoren auf den Eröffnungsvortrag des international bekannten Unternehmensberaters Hermann Scherer.

Angesprochen werden alle Ausbildungsberufe der Branche, von Veranstaltungskaufleuten über Fachkräfte für Veranstaltungstechnik bis hin zum Hotelfach und Tourismus. Sie alle finden in der Halle Münsterland eine Plattform, um Kontakte zu knüpfen, sich umfassend über Trends zu informieren und in Nachbarberufe hinein zu schnuppern.

Neben Scherer haben die Organisatoren noch weitere hochkarätige Referenten gewonnen. Hotelmeisterin Bärbel Dautzenberg (Tafelfreuden Dautzenberg) referiert wieder über zeitgemäße Umgangsformen im Berufsleben. Georg Brans erteilt einen Einblick in den Trend des „Slow Food“. Auch

Themen wie „mit Sicherheit zum Titel - Security bei der WM 2006“ in die Thorsten Geuting von Deutschlands größtem privaten Sicherheitsdienstleister Securitas einen Einblick gewährt, oder eine „Expedition ins Bierreich“, in die Rainer Diekmann von der Pott's Brauerei Oelde einlädt, bereichern das gut gefüllte Vortragsprogramm.

Ebenfalls auf der Rednerliste steht Wolf Rübner (EventCampus), der als Unternehmensberater die Auszubildenden in die Geheimnisse des erfolgreichen Projektmanagements einweihen wird sowie Marco Gödde (eventprüfung.de) der die Teilnehmer auf Ihre Abschlussprüfung vorbereitet und Ihnen die Prüfungsangst nimmt.

„Spielregeln für den Start in das Berufsleben“ lautet der Titel des Vortrages von Hermann Scherer. Darin entlarvt der Autor von über 20 Büchern die Tricks und Taktiken der kleinen Saboteure im Alltag und liefert handfeste Anregungen für das Eigenmarketing. Sein Vortrag mit wertvollen Impulsen zum Aufstehen, Anfangen und Handeln ist ei-

ne ideale „Motivationsdosis“, um den Erfolg vom Zufall zu befreien.

Auf der begleitenden Fachausstellung besteht für die Teilnehmer die Möglichkeit, sich bei renommierten Betrieben der Veranstaltungsbranche und Bildungsinstituten zu informieren, beraten zu lassen und Kontakte zu knüpfen.

Ein Angebot bietet in diesem Jahr die Deutsche Bahn: Teilnehmer des „Forums VIA Münster“ können zum einmaligen Sonderpreis von 59 Euro in der 2. Klasse von jedem beliebigen Bahnhof Deutschlands nach Münster und wieder zurück reisen. (nähere Informationen zu diesem Angebot im Internet unter www.forum-via-muenster.de)

Unterstützt wird das "Forum VIA Münster" auch in diesem Jahr von der IHK Nord Westfalen, dem Adolph-Kolping-Berufskolleg und der Hansaschule. Die Bundesministerin für Bildung und Forschung Dr. Annette Schavan hat bereits die Schirmherrschaft für das Forum VIA Münster 2007 übernommen.

Movecat präsentiert Neuheiten

Produkt für die systemische Steuerung von kinetischen Antrieben

Movecat (Vertrieb Think Abele, Nufringen) präsentiert eine Reihe von Neuheiten. Dazu zählt mit I-Motion Expert-T ein neues Produkt für die systemische Steuerung von kinetischen Antrieben für größere beziehungsweise komplexe Projekte. Entwickelt für Anwendungen von bis zu 240 Antrieben sind jegliche Applikationen mit fixer oder variabler Geschwindigkeit steuer- und kontrollierbar. Es besteht optional auch die Möglichkeit, bereits vorhandene Antriebe und sonstige Bühnenmaschinengeräte zu integrieren.

Der Controller steuert und kontrolliert per I-Motion-Network die Movecat MPC-4ID8/C1- und V-Motion Power Controller. Die Bedienung aller wesentlichen Steuer- und Fahrparameter ist mittels einer anwendungsoptimierten, hinterleuchteten Eingabetastatur mit taktilem Rückmeldung und eines multifunktionalen Bedientastatur intuitiv, effizient und sicher möglich. Ergänzt wird sie durch einen

„flipfähigen“ 19 Zoll großen Touchscreen.

Beim Motion Power Controller 4IC1-I handelt es sich um eine intelligente Controller-Einheit im 19“-Metallgehäuse (3 HE) für die OMK- und VMK-Züge von Movecat nach BGV C1. Movecat liefert den Controller jetzt mit einer neuen Software für eine erweiterte Funktionalität aus.

Weiterhin präsentiert Movecat ein dynamisches Echtzeit-Lastmesssystem (LMS), das mit einem neu entwickelten, eigenständigen Kalibrierungsverfahren ausgestattet ist. Das LMS kann als Überlastsystem für Hängepunkte oder als Ergänzung im Betrieb mit Movecat Motorkettenzügen verwendet werden.





**RÖDER HTS
HÖCKER GMBH**



**EXPERIENCE
MEETS INNOVATION**

RÖDER HTS HÖCKER

Röder HTS Höcker GmbH

Hinter der Schlagmühle · D-63699 Kefenrod · Telefon +49 (0) 60 49 / 95 10 - 0 · Fax 95 10 - 20 · verkauf@roeder-hts.de

www.roeder-hts.de / www.hoecker-hts.de

„Wir haben die Qualität mit im Boot“

FME-Präsident Stefan Rössle über die Arbeit seines Verbandes



Der FME feiert in diesem Jahr sein zehnjähriges Bestehen. Was hat sich in den vergangenen zehn Jahren in der Live-Marketingbranche am signifikantesten verändert?

Rössle: Zu allererst hat sich die Bedeutung der Live-Kommunikation erheblich verändert. Mittlerweile ist Live-Marketing zu einem strategischen Tool geworden. Wir gehören wie die PR und die klassische Werbung zur Markenkommunikation dazu. Das war ein langer Weg. Sehr verändert hat sich zudem die Marktsituation. Was früher im kleinen Kämmerlein angesprochen wurde, wird heute strategisch überdacht. Damit sind wir in den großen Konzernen da angesiedelt, wo unsere Kommunikationsbrüder – und Schwestern auch zu finden sind: Im Marketing. Leider bedeutet dies auch eine stärkeren Einfluss von Einkauf und Controlling. Das macht uns das Leben mit Sicherheit schwerer als noch vor zehn Jahren.

Hat sich die Bedeutung des Live-Marketings durch den Verband vergrößert?

Rössle: Das müssen in erster Linie andere beurteilen ob der Verband dazu beigetragen hat. Wir haben es sicherlich geschafft Licht in diese Kommunikationssparte zu bringen und bemühen uns weiter darum, die Transparenz im Markt zu vergrößern. Das versuchen wir durch Rankings, durch offene Briefe oder durch vereinheitlichte Honorarvorgaben und einen einheitlichen Umgang mit Pitches. In nächster Zeit wollen wir uns intensiv mit der Definition von Qualitäten befassen. Dabei geht es nicht nur darum, wie ein qualitativ hochwertiger Event aussehen muss, sondern eben auch um Prozess- oder Ablaufqualitäten. Dafür haben wir unseren wissenschaftlichen Beirat mit an Bord, der das ganze auch von der theoretischen Seite beleuchtet. Ich glaube da haben wir schon eine Menge getan, um alle Player der Branche zusammen zu bringen und einen guten fachlichen Austausch zu realisieren.

Sie haben relativ strenge Qualitätskriterien bei der Aufnahme von neuen Mitgliedern. Geht es Ihnen nicht darum eine hohe Anzahl an Mitgliedern rekrutieren sondern wollen sie Mitglieder, die qualitativ hochwertige Leistungen anbieten?

Rössle: Das muss immer mit Augenmaß passieren. Auf der einen Seite brauchen wir eine Quantität, um im Markt Gewicht zu haben und mitzuspielen zu können. Auf der anderen Seite wollen wir aber von der Qualität nicht lassen. Aus diesem Grund haben wir vor zwei Jahren das Aufnahmeverfahren geändert. Jede Agentur, die sich bei uns bewirbt, muss ihre Leistungen vor einer Jury präsentieren, die aus dem Präsidium

„Die Mitglieder haben durch uns mit Sicherheit einen Informationsvorsprung“

und den Arbeitskreissprechern besteht. Die entscheidet dann über die Aufnahme. Wobei wir die Kriterien, die wir veröffentlicht haben, nicht immer ganz rigide einsetzen. Wenn wir merken, dass eine Agentur auf einem guten Weg ist aber die Kriterien vielleicht erst in ein oder zwei Jahren erfüllt, nehmen wir sie trotzdem auf. Grundsätzlich darf die Qualität aber nicht verloren gehen.

Mittlerweile haben Sie rund 50 Agenturen in den FME aufgenommen. Die Anzahl kommt einem im ersten Moment nicht sonderlich hoch vor.

Rössle: Schauen Sie sich mal das Ranking an, das die w&v jetzt veröffentlicht hat. Da sehen Sie, dass unter den ersten 35 Agenturen 20 sind, die unserem Verband angehören. Hinsichtlich der Marktpräsenz darf man schon sagen, dass wir die Qualität im Boot haben. Natürlich gibt es immer Agenturen, die wir gerne im Verband dabei hätten. Aber uns geht es nicht um das Gros der Veranstaltungsagenturen. Das entscheidende Kriterium des Live-Marketing ist, dass wir Marketingveranstaltungen machen und für Marketingabteilungen arbeiten. Wir schätzen den Markt auf drei bis vierhundert Agenturen, die für uns relevant sind. Wir haben uns das Ziel gesetzt, in den nächsten fünf Jahren die Anzahl der Mitglieder auf eine Zahl zwischen 70 und 100 zu erhöhen. Das werden wir auch schaffen.

Welche Leistungen erbringt der FME für seine Mitglieder?

Rössle: Die Mitglieder haben durch uns mit Sicherheit einen Informationsvorsprung gegenüber anderen Mitbewerbern, da sich unsere Mitglieder in der Regel sehr gut austauschen. Neben den Services wie Rechtsfragen oder Honorarumfragen ist es wichtig, sich an einem Tisch zu treffen und sich miteinander zu unterhalten. Diesen Dialog darf man nicht kleinreden, denn dadurch haben wir die Möglichkeit, auch in kritischen Situationen einen Weg zu finden. Schließlich darf man nicht vergessen, dass wir ja auch im Wettbewerb miteinander stehen. Für mich ist das – neben unseren Beratungsleistungen – immer der größte Vorteil dieses Verbandes gewesen. Ganz wichtig ist natürlich auch unser EVA-Award, der mittlerweile der wichtigste Preis in der Live-

Kommunikation ist. An dem arbeiten unsere Mitglieder sehr aktiv mit, um die Qualität noch besser zu machen.

Kommen wir zu einem ganz aktuellen Thema was den FME umtreibt. Sie haben der UEFA einen offenen Brief geschrieben, in dem sie die Vergabepraxis des europäischen Fußballverbandes kritisieren. Worin liegen die Hauptursachen, dass die Agenturen heute genötigt werden, ohne Honorar an Ausschreibungen teilzunehmen und sich am Ende auch noch die Ideen klauen lassen müssen?

Rössle: Unsere Ansprechpartner in den großen Unternehmen sind natürlich auch einem immensen Druck ausgesetzt. Sie müssen Ergebnisse bringen mit wirklich kleinen Budgets. Da ist es natürlich einfach, alle Kreativagenturen antanzen zu lassen, um sich von denen die Ideen zu besorgen. Viele der Unternehmen, die diese Massenpitches durchführen, verrechnen sich am Ende, denn es wird ja intern viel Manpower benötigt, um sich die ganzen Ideen der vielen Agenturen präsentieren zu lassen. Zudem müssen sich die Unternehmen auch überlegen, wie sie letztendlich im Markt mit solchen Aktionen ankommen.

weiter auf Seite 18

AUF EINEN BLICK

Um Transparenz in die junge, dynamische Eventbranche zu bringen, schlossen sich im Juni 1997 zehn namhafte Marketing-Eventagenturen unter dem Dach des **FAMAB – Fachverband Konzeption und Dienstleistung Design • Exhibition • Event e.V.** – zum **Forum Marketing-Eventagenturen (FME)** zusammen. Mitglied im Verband konnte und kann nur werden, wer die rein qualitativen Aufnahmekriterien erfüllt.

In den fast zehn Jahren seines Bestehens hat das **FME** Richtlinien für Pitchhonorare veröffentlicht, allgemeine Geschäftsbedingungen für Marketing-Eventagenturen ermittelt, das Berufsbild des/der Veranstaltungskaufmanns/ -frau mitgestaltet, Möglichkeiten zum Erfahrungsaustausch und Aufbau von Netzwerken geschaffen sowie das **FME** in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit etabliert. Bereits 1997 wurde der **Event Award (EVA)** ins Leben gerufen, der seit 1999 im Rahmen des **Deutschen Eventtags** verliehen wird.



Foto: FME

Ich glaube, dass das im Sinne von Political Correctness einfach nicht mehr in Ordnung ist. Ich bin aber fest davon überzeugt, dass sich das in der Zukunft wieder ändern wird. Um diesen Prozess zu beschleunigen, schreiben wir diese offenen Briefe – nicht nur an die UEFA – sondern beispielsweise auch an die Telekom.

Sie haben in dem offenen Brief auch den Wortlaut der UEFA zitiert. Die Agenturen, die bei diesem Pitch mitmachen, wissen doch, was auf die zu kommt. Würden solche Pitches nicht aussterben, wenn sich niemand beteiligt. Oder lockt die Agenturen immer das Geschäft?

Rössle: Das ist natürlich für jede Agentur und auch für unsere Mitglieder eine schwierige Situation. Wir können den Agenturen nicht vorschreiben, wie sie sich verhalten sollen. Wir haben das am Anfang mal versucht als wir elf Mitglieder im FME waren. Aber auch da muss man die Situation jeder Agentur verstehen. Trotzdem ist es wichtig, öffentlich zu sagen, dass es nicht okay ist, diesen Druck auf die Agenturen auszuüben. Am Ende wird der Markt so kaputt gepicht. Letztendlich haben auch die Kunden nichts mehr davon, denn die Qualität wird ja nicht unbedingt besser. Schließlich kann das Ergebnis eines solchen Massenwettbewerbs auch sein, dass der Kunde dann vielleicht eine Agentur unter Vertrag nimmt, die wirtschaftlich in einer so schlechten Lage ist, dass sie nach jedem Pitch oder jeden Strohalm greift. Langfristig werden sich die besten Agenturen diesen Ausschreibungen nicht mehr aussetzen. Das können wir unseren Mitgliedern nur mit auf den Weg geben. Wir haben eine kleine Fibel entwickelt, die verschiedene Punkte umfasst, an denen erkennbar ist, ob ein Pitch Sinn macht oder nicht. Dabei geht es aber nicht nur um das Honorar sondern auch darum, ob die Entscheidungskriterien nachvollziehbar sind oder die Entscheider identifiziert werden können. Es ist ja nichts gegen guten Wettbewerb einzuwenden. Ich denke man bekommt gute Ideen und einen guten

Wettbewerb auch oder gerade dann, wenn man nur drei oder vier Agenturen miteinander pitchen lässt.

Kalkulieren Unternehmen oder Verbände wie die UEFA nach dem Motto, „wir geben nicht viel aus und bekommen dann auch nicht das Beste“?

Rössle: Wir fragen uns alle, ob die UEFA überhaupt das Beste will oder es womöglich schon hat. Wenn sie es hat, dann ist es für die UEFA natürlich klar, sich über einen Wettbewerb neue Ideen, neue Konzept oder neue Ansätze zu verschaffen. Das macht für die UEFA vor allem dann einen Sinn, wenn sie bereits einen Partner hat, der weniger gut in der Strategie und Konzeption ist und dafür umso besser umsetzen kann. Wer dann für die UEFA Ideenagentur spielen will, der soll das gerne machen.

Hat die UEFA auf den offenen Brief reagiert?

Rössle: Die UEFA hat uns nicht direkt geantwortet, aber sie hat gegenüber Journalisten das Verfahren verteidigt. Die UEFA will einen Pitch mit harten Kriterien, der aber fair und für alle gleich abläuft. Und vor allem, da legt die UEFA Wert drauf, geht es ihr um größtmögliche Transparenz. Aber was heißt alle gleich? Es ist doch kein Zeichen von Qualität, wenn ich alle gleich schlecht behandle.

Der FME hat zum zweiten Mal die Studie „Event Klima“ auf den Markt gebracht. Was sind denn die Kernaussagen?

Rössle: Die Situation der Branche ist hinsichtlich der Umsatzzahlen sehr positiv. Die Branche wächst und die Zeichen stehen auf Entspannung. Das gilt

„Es ist doch kein Zeichen von Qualität, wenn ich alle gleich schlecht behandle.“

auch für die Wettbewerbe. Es geht wieder darum, vernünftige Konzepte zu präsentieren und nicht nur darum, eine Selbstbeschäftigungsmaßnahme für Eventabteilungen in Unternehmen zu installieren. Diese Aufwärtsbewegung sieht man auch in den Umsätzen. Das Jahr 2007 wird also besser als 2006. Vor zwei Jahren sind wir noch davon ausgegangen, dass nach dem Fußball-WM-Boom der Einbruch kommt. Diesen Knick gibt es nicht.

Inwieweit hängt das Eventklima vom allgemeinen Klima in der Gesellschaft ab. Hängt das direkt aneinander oder kann sich die Eventbranche abkoppeln?

Rössle: Das hängt - von Sonderaspekten abgesehen - schon eng miteinander zusammen. Wir laufen mit der Live-Kommunikation parallel zur Großwetterlage. Was wir sehen und begrüßen ist die Tatsache, dass immer mehr öffentliche Auftraggeber wie Kommunen oder Verbände in diese Form der Kommunikation investieren. Die Live-Kommunikation wird immer mehr für die breite Öffentlichkeit genutzt. Das hängt natürlich auch mit den Fan-Festen während der WM zusammen. Die Städte merken, dass sie was tun müssen, um attraktiv zu bleiben. Das ist ein echter Trend für die Zukunft.

Public Viewing wurde ja nicht erst zur Fußball-WM erfunden. Aber der Stellenwert des gemeinsamen Zuschauens vor Großbildleinwänden ist ja auch bei der Handball-WM fortgesetzt worden. Hat Public Viewing eine neue Bedeutung bekommen?

Rössle: Ja, ich glaube schon, dass dieses Gemeinschaftsgefühl nachhaltig ist. Wenn man diese Events gut aufbaut, sind sie für die Zuschauer ein besonderes Erlebnis und für Unternehmen eine tolle Plattform sich in einer sehr positiven Stimmungslage zu präsentieren. Das zeigt, dass die Live-Kommunikation, der ja immer die Breitenwirkung abgesprochen wurde, durchaus in der Lage ist, auch Zuschauermassen zu faszinieren. Bei den offiziellen FIFA-Fan-Festen hatten wir rund 15 Millionen Besucher. Das ist eine Zahl, die für Sponsoren hochgradig interessant ist. Live-Kommunikation wird in Zukunft zunehmend für die breite Masse eingesetzt.

Inwieweit beschäftigt sich der FME mit der Zukunft des Live-Marketings. Nutzen Sie dafür den Deutschen Eventtag?

Rössle: Wir versuchen am Eventtag Anregungen zu geben und in die Zukunft zu schauen. Wir machen das vor allem mit unserer Studie, die nicht nur nackte Zahlen beinhaltet, sondern auch Tendenzen aufzeigt. Der wissenschaftliche Beirat und der Arbeitskreis „Qualität“ machen sich zu den Themen ebenso Gedanken wie das Präsidium. Die Zukunft der Branche und auch die zukünftige Rolle des FME spielen in unseren Überlegungen eine zentrale Rolle.

WELCHE STADT? UND WANN?

Ganz gleich, welche Infrastrukturlösung Sie wo und wann benötigen – SANI ist Ihr zuverlässiger und flexibler Partner.

Mit den mobilen Raum- und Sanitärsystemen von SANI schaffen Sie den richtigen Rahmen für Ihre Veranstaltung. Von der klassischen Sanitäreinheit bis zum voll ausgestatteten Servicecamp finden Sie bei uns immer das passende Equipment.

SANI

Mobile Raum- und Sanitärsysteme

BERLIN . HAMBURG . KÖLN . MÜNCHEN . NÜRBURGRING

BUNDESWEIT (ZUM ORTSTARIF): 01805 - 433 434 WWW.SANI.DE



„Inszenierungen mit Qualität finden immer ihr Publikum“

Johannes Milla über seine Arbeitsweise und die Zukunft des Events



Fotos: Milla + Partner (3)

Herr Milla, Ihre Agentur ist vom Fachmagazin w&v zur kreativsten Event-Agentur Deutschland des Jahres 2006 gewählt worden. Was bedeutet diese Auszeichnung für Sie?

Wir freuen uns natürlich darüber, dass wir im Ranking der Fachzeitschrift w&v als kreativste Agentur für Events und Kommunikation im Raum ermittelt wurden. Das ist ein valides Ranking, das nicht auf empirisch fragwürdigen Umfragen basiert, sondern auf differenziert bewerteten Preisen, die Agenturen in nationalen und internationalen Wettbewerben geholt haben.

Aber diese Auszeichnung haben wir auch unseren Kunden zu verdanken, die uns ihr Vertrauen geschenkt haben. Sie haben uns gut gebrieft, haben ihre Wünsche auf den Punkt gebracht und doch waren sie bereit, mit uns in der Markenkommunikation neue Wege zu gehen.

Milla&Partner genießt seit Jahren in der Branche einen hervorragenden Ruf. Was ist das Geheimnis Ihres Erfolges?

Ehrlich gesagt, weiß ich das selber nicht. Ich vermute ein paar Punkte:

* Als ersten Schritt nicht „eine Idee haben“, sondern sich tief in die Marke und deren Zielgruppe einarbeiten. Das ist erst mal richtige Knochenarbeit.

* Dann in interdisziplinären Teams denken und die Gedanken laufend überprüfen.

* Viel Energie in guten Dialog mit dem Kunden stecken, nicht in Präsentationsaufwand.

* Wir arbeiten in disziplinübergreifenden Teams.

* Sicherlich ist auch wichtig: Kundenberater, Kreative, Projektmanager arbeiten bei uns in einem profilneurosenfreien, agenturattüdenfreien Umfeld. Das könnte so ein Geheimnis von uns sein.

* Kommunikation im Raum-Projekte erarbeiten wir von Innen nach Außen, nicht von Außen nach Innen. Jedes Design, jede Raumgestaltung ist immer um den Content herum entwickelt. Form follows content. Das scheint tatsächlich keine Selbstverständlichkeit zu sein.

* Inszenierungen mit Qualität finden immer ihr Publikum. Es gibt also keinen Grund, sich dem Publikum oder seinem vermeintlichen Geschmack anzubiedern: Qualität hat immer ein Publikum. Das ist von jeher unsere Überzeugung.

Sie realisieren nicht nur Marketing-Events sondern auch Ausstellungen und haben unter anderem für verschiedene Weltausstellungen Themenwelten und Pavillons konzipiert und umgesetzt. Welche Projekte sind Ihnen am liebsten?

Die Antwort ist gänzlich unabhängig von Projektgröße oder Form. Es hat eher damit zu tun, ob der Kunde und wir uns verstehen, ob in einer Atmosphäre des Vertrauens und Respekts gearbeitet wird. Und ob wir es mit Entscheidern bzw. entscheidungsfähigen Strukturen auf Kundeseite zu tun haben. Und hier rede ich nicht von Innovationsfreude und Mut auf Kundenseite. Ich rede lediglich von Entscheidungsfähigkeit, von der Existenz von Entscheidungskriterien.

Außerdem ist es wichtig, einen gemeinsamen Begriff von Respekt vor dem Publikum zu haben.

In den letzten Jahren finden wir mehr und mehr Gefallen an kurzfristigen Projekten. Das klingt auf den ersten Begriff konträr zu unserem Anspruch der Sorgfalt – ist es aber nicht. Gerade z.B. permanente Markenwelten werden nicht besser davon, wenn Gedanken und Entscheidungen zu lange und zu oft gedreht und gewendet werden.

Kreativität ist vielfach eng mit Marketingaktivitäten verzahnt. Behindert diese Nutzwertkomponente den kreativen Prozess in Ihrem Haus oder ist sie förderlich?

Diese Frage geht von der falschen Prämisse aus, dass Kreativität und Nutzenorientierung einander widersprechen – ganz im Gegenteil. Schließlich ist Werbung keine Kunst.

Kreation ist in der Marketingkommunikation außerdem kein Wert an sich, sondern ein Weg.

Zudem sind wir kein reines Kreativunternehmen: 50% unserer Arbeit, unserer Mitarbeiter, unseres Honorarvolumens erwirtschaften wir mit Projektmanagement. Kreation und perfekte Organisation sind untrennbar miteinander verbunden.

Wichtig für unsere Arbeit ist allerdings zweifellos die Inspiration durch Kunstformen aller Art und Epochen. Da investieren wir Zeit und Geld und Netzwerke.

Und jetzt verrate ich Ihnen ein Geheimrezept von mir: Wenn ich im Kopf blockiert bin, höre ich Musik von Purcell, Monteverdi, Philip Glass oder Yulduz Usmanova.

Eines der Projekte, das mit vielen Auszeichnungen bedacht wurde, war die Brockhaus-Installation „Das Wissen der Welt“. Können Sie uns schildern wie so ein Projekt von der ersten Idee bis zur finalen Realisation abläuft?

Es gibt keinen Standardprozess.

Bei der Brockhaus-Installation „Das Wissen der Welt“ war es die Aufgabe, eine Kommunikationsmaßnahme mit hoher PR-Wirkung zu erarbeiten, um das Verlagsjubiläum gebührend und würdig zu begehen, das Erscheinen der neuen Enzyklopädie publik zu machen und den Innovationssprung zu kommunizieren, den Brockhaus mit seiner parallel veröffentlichten Ausgabe des Lexikons als USB-Stick gemacht hat. Das Ganze im Rahmen einer klassischen Kampagne. Mit dieser Aufgabe kam BBDO-Campaign Stuttgart auf uns zu – also der prototypische Fall einer integrierten Kommunikation. Das ist ohnehin am besten, auch wenn dieses Wort leider inzwischen abgenutzt ist.

Wohlgemerkt: Die Form des Kommunikations-Events wurde von Brockhaus bei der Ausschreibung des Wettbewerbs völlig offen gelassen. Es war sogar offen, ob ein Event oder eine Ausstellung Event stattfinden sollte.

Am Beginn der Konzeption stand ein gemeinsames Brainstorming mit BBDO Campaign Stuttgart. In Zeiten, in denen Wahrheiten immer flüchtiger werden, wollten wir der Wahrheit von Brockhaus etwas Greifbares geben. Das war der Ausgangspunkt. Die Idee von einer Dauerinstallation, bestehend aus großen Buch-Skulpturen, nahm daraufhin schnell Formen an. Der Gedanke, die Installation wie andere Skulpturen oder Denkmäler feierlich zu enthüllen, war dann nur naheliegend.

Im Frühjahr 2005 begannen wir mit der Detailplanung und Realisierung. Der Prozess zur Umsetzung von Installation und Festakt war sehr komplex. Die Fäden liefen in unserer Agentur in der Stuttgarter Heusteigstraße zusammen. Das war eine anspruchsvolle und anregende Aufgabe. Es war alles zu tun, was auch bei der Inszenierung einer Oper unter freiem Himmel zu tun ist, und noch mehr. Denn Bühnenbild und Bühne waren zugleich Installation und Begegnungsraum.

Besonderes Augenmerk legten wir auf eine hohe Qualität in der Ausführung der Buch-Skulpturen. Authentizität war uns sehr wichtig – vom haptischen Erleben des Bucheinbands über die eingepprägten

DAS UNTERNEHMEN

**Milla & Partner, Agentur
und Ateliers, Stuttgart**

Gegründet wurde Milla & Partner 1989 von Johannes Milla und Peter Redlin-Pape. Mit ihnen sorgen heute 30 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus den verschiedensten Berufen für die Konzeption und Umsetzung der mehrdimensionalen Projekte, unter ihnen Werbespezialisten, Medien- und Produktdesigner, Ingenieure, Dramaturgen und Kaufleute.

Zu den aktuellen Kunden von Milla & Partner zählen Brockhaus, Bosch, die Wirtschaftsförderung Region Stuttgart (WRS), Mercedes-Benz, Siemens, Steiff, EnBW, Oracle, VPV-Versicherungen und das Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft.

Milla & Partner haben unter anderem die zentrale Show und die Ideenwerkstatt für den Deutschen Pavillon auf der Expo 2000 konzipiert und das international ausgezeichnete Brockhaus-Event auf der Frankfurter Buchmesse. Für ihre Arbeiten wurde die Agentur mit zahlreichen Preisen ausgezeichnet, zuletzt mit dem EVA 2006, dem Cannes Lion 2006, dem iF communication design award 2006, dem „Distinctive Merit“ bei den 85. Annual Awards des ADC New York, dem Art Directors Club Nagel Silber 2006, red dot award communication design 2006 und dem Focus-Award 2005.



„Kreation ist in der Marketingkommunikation kein Wert an sich, sondern ein Weg“



Milla & Partner-Projekt: Brockhaus-Installation „Das Wissen der Welt“

Buchstaben bis hin zum Goldschnitt. Gebaut hat die Bücher dann WSV Messebau.

Neben der Produktion der Bücher war die Neu-Komposition der Musik wichtig: Die 15-minütige Oper wurde speziell für Brockhaus geschrieben. Ich kenne seit 10 Jahren den New Yorker Sänger, Performer und Komponisten Theo Bleckmann, eine der Größen der Minimal-Music. Gemeinsam mit ihm und dem Regisseur Martin Wagner entstand das Libretto und bereits der Bewegungsablauf der 30 Sänger. Musikproduzent Marc Feigenspan hat den Prozess begleitet. Etwa zwei Monate vor der Aufführung lagen Libretto und Partitur auf dem Tisch, die Choreografie war fertig, Chor und Solisten gecastet. Es folgten mehrere Proben. Mit den Bauarbeiten auf der Messe haben wir fünf Tage vor der Eröffnung begonnen.

Bei Ihren Projekten gibt es immer unterschiedliche Herausforderungen wie die Location, das Thema aber auch den Kunden. Gibt es eine grundsätzliche Linie mit der Sie die Projekte angehen oder wird jedes individuell geplant?

Natürlich wird jedes individuell geplant. Jeder Kunde ist ein anderer, jedes Corporate Design ein anderes, jeder Content ein anderer. Da gibt es nichts von der Stange.

Wir haben uns in den Arbeitsergebnissen noch nie wiederholt.

Andererseits sind unsere Arbeitsprozesse schon hoch standardisiert. Nur so können wir effektiv und wirtschaftlich arbeiten. Unsere Agentur ist zudem ein ständig lernender Organismus, der sein Wissen intern konserviert, austauscht, laufend erneuert und überprüft. Hier haben wir sicherlich einen Marktvorteil

darin, dass wir eine im Branchenvergleich sehr geringe Mitarbeiterfluktuation haben.

Im Moment wird das Thema Ausschreibungen und Pitches in der Event-Marketingszene heftig diskutiert. Hintergrund ist die Vergabepaxis der UEFA, der vorgeworfen wird, Agenturen auf eigene Kosten an einem Pitch zu beteiligen und dann die eingereichten Ideen selbst umzusetzen. Ist diese Vergabepaxis branchenüblich oder ist die UEFA ein dreister Einzelfall?

Die UEFA ist nur dahingehend ein dreister Einzelfall, dass diese sich bereits in der Ausschreibung schriftlich zu ihrer Absicht bekennen, Nutzungsrechte zu missachten. Das ist – um mal sarkastisch zu sein – immerhin ehrlich.

Es ist wichtig, dass es bei der Frage der Wettbewerbskultur nicht nur um Wettbewerbshonorare geht, sondern um die Frage, ob Nutzungsrechte respektiert werden oder nicht.

Zu dem Thema gibt es immer wieder aktuelle Aufreger, aber das Thema ist längst nicht mehr heftig diskutiert: Wir müssen leider damit leben, dass es in der Eventbranche zahlreiche Agenturen gibt – und auch die selbsternannten und sogenannten Marktführer – die den Markt dahingehend anführen, keine Wettbewerbshonorare zu verlangen und damit branchenweit etablieren und weiterhin signalisieren, dass Kreation und Know-how nichts wert wären. Das ist traurig und hat strukturell verheerende Marktwirkung.

Meine Meinung hierzu ist: Eine frische, gute Butterbrezel kostet 80c. Ein Ölwechsel 80?.

Dass das Geld kostet, ist unbestritten. Ich mag daher gar nicht mehr argumentieren, warum Know-how nicht auch Geld wert sein soll.

Aber ich bin optimistisch: immer mehr Kunden ersetzen solche Ideenwettbewerbe durch sorgfältige Agenturscreenings – und nehmen bewusst Abstand von Pitches mit vielen Teilnehmern, bei denen auf beiden Seiten Zeit und Geld vernichtet wird. Anschließend an das Agenturscreening wird mit ein oder zwei ausgewählten Agenturen ein intensiver Workshop durchgeführt, um gemeinsam in die Aufgabe einzusteigen – offen und dialogisch. So lernen die Auftraggeber Agenturen wirklich kennen, anstatt sie in einem Großpitch auf Distanz zu halten. Selbstverständlich werden nach der Konzeptionsphase Gewerke wie Messebau oder Medientechnik ausgeschrieben, vom Auftraggeber direkt oder von der Agentur im Namen des Kunden. Denn hier gibt es weiterhin erhebliche Kostensenkungspotentiale.

Inwieweit hat man als eine der führenden Agenturen der Branche bei Ausschreibungen einen Vorteil gegenüber kleineren Marktteilnehmern?

Bei großen Etats ist es ein Vorteil, bei kleineren manchmal ein Nachteil. Das ist bedauerlich, weil wir kleine, feine Etats ebenso gerne bearbeiten: Wie oben gesagt, ist die Qualität der Zusammenarbeit mit dem Kunden, der gemeinsamen Arbeitsergebnissen, auch des Ertrags, nicht proportional zur Budgetgröße, sondern hängt von anderen Faktoren ab.

Sie erhalten nicht nur regelmäßig Preise und Auszeichnungen, sondern vergeben auch den „Milla&Partner-Preis für Medien im Raum“. Wie ist es dazu gekommen?

„Wir haben uns in den Arbeitsergebnissen noch nie wiederholt“



Milla & Partner-Projekt: Die Inszenierung im Deutschen Pavillon während der EXPO 2000 in Hannover

Bereits seit sieben Jahren unterstützen wir das Avantgarde-Filmfestival „Stuttgarter Filmwinter“ und stiften den Preis für Medien im Raum.

Die Begegnung mit dem Neuen, dem unsere Wege und Denkweisen Anregenden, manchmal Störenden, ist der Grund, warum wir den Dialog mit der Medienkunst suchen. Kunst ist für unsere Arbeit in der räumlichen Kommunikation eine unentbehrliche Inspirationsquelle. Und oft binden wir Künstlerinnen und Künstler auch unmittelbar in unsere Projekte ein. Mit dem Preis wollen wir der Kunstszene etwas davon zurückgeben.

Zum Abschluss noch eine visionäre Frage: Wie werden Ihrer Meinung nach Events im Jahr 2050 aussehen?

Wer kann in der Kommunikationsbranche schon in so langen Zeiträumen Prognosen abgeben? Ich nicht.

Ein paar Vermutungen für die nächsten 10 Jahre: Die Grenzen zwischen Events und anderen Kommunikationsdisziplinen werden längst aufgehoben und werden noch fließender werden. Auf Ausstellungen finden Events statt, Markenräume werden zu Eventräumen. Das hat einen einfachen Grund: Disziplinübergreifende Kommunikationskonzepte für die Begegnungskommunikation sind höchst erfolversprechend, vorausgesetzt, sie werden aus der Marke heraus entwickelt.

Die Zukunft der Events liegt zudem in der Entmaterialisierung und im intelligenten Dialog mit den Besuchern:

Zur Dynamisierung und Entmaterialisierung trägt auch die zeitliche und räumliche Ausweitung des Erlebnisses über das Event hinaus bei. Onlinetools haben hier ganz neue Möglichkeiten eröffnet. Online-Meetings und Social-Software-Tools sind gut geeignet, um das Erlebnis eines Events über die physische Begegnung hinaus auszudehnen, dauerhafte Communitys zu bilden und mit den Menschen in Kontakt zu bleiben.

Der Second-Live-Hype ist so faszinierend wie suspekt: Solange man den Hunger nur durch Essen stillen kann, und den Hunger nach Liebe nur durch echte Berührung, wird Event und Kommunikation im Raum weiter unersetzbar sein. Aber schau wir, was kommt – auch ich erwische mich dabei, wie ich nicht mehr mit dem Stift auf dem leeren Blatt Papier, sondern der Mouse und der Tastatur denke. Nicht nur wir verändern unsere Tools, sondern unsere Tools auch uns.

Wenn ich einen Actionfilm aus den 60ern mit Steve McQueen sehe, warte ich nach 3 Sekunden ungeduldig auf den nächsten Schnitt. Wenn ich im Fußball-Stadion bin, wundere ich mich nach jeder Torraumszene, warum diese nicht von den Spielern wiederholt wird:

Unsere Wahrnehmung verändert sich. Wir sollten uns trotzdem nicht aus der Hand nehmen lassen, was wir für wahr zu halten haben.

Hier haben wir Gestalter von Kommunikation im Raum und Event auch eine gesellschaftliche Verantwortung.

Warmluftherzeugung und Klimatechnik

Wir sorgen für gute Luft,
reine Luft, kalte und trockene
Luft, frische und warme Luft.



HELOT

Köln • Berlin • Chemnitz • Prag

Luft und Wasser sind unsere Partner.

Oskar-Jäger-Straße 145 • 50825 Köln
Telefon (0221) 95 44 59-0 • Fax (0221) 95 44 59 90
email: koeln@helot.de • www.helot.de

colibri-com.de

Mehr Service nach Maß



Losberger VIP-Zelte geben jeder Veranstaltung das passende Ambiente. Mehr noch: Unser erfahrenes Serviceteam sorgt zuverlässig für eine reibungslose Projektentwicklung. Mit Herzblut, Engagement und ohne Wenn und Aber.

Telefon: 07066 980-0
Losberger@Losberger.com
www.Losberger.com

LOSBERGER

Full Service für Veranstaltungen

Die LK-AG ist Full Service Dienstleister im Bereich Beleuchtung, Beschallung, Medientechnik, Bühnenbau und Veranstaltungs-Management



Fotos: LK AG (4)

Durch kontinuierliche Weiterentwicklung in den letzten Jahren zählt das Unternehmen heute zu den bedeutendsten der Branche. Dies sicher nicht zuletzt, weil die Essener einen sehr hohen Anspruch an die eigene kreative Leistung bei der Inszenierung von Veranstaltungen aller Art haben und ihren Kunden stets die innovativsten Technologien anbieten.



In den letzten Jahren haben sich die Essener unter anderem auf Kongresse und Symposien der pharmazeutischen Industrie spezialisiert.

Egal um welche Veranstaltung es geht, jeder Kunde ist bei uns an der richtigen Adresse“, betont Tom Koperek, Mitglied der Geschäftsführung. „Natürlich werden wir oft mit der technischen Planung und Realisierung großer Messeauftritte, internationaler Roadshows oder Kongresse, beauftragt. Doch unter den rund 800 Projekten, die wir Jahr für Jahr betreuen, gibt es auch viele kleinere Veranstaltungen. LK arbeitet für Kunden unterschiedlichster Branchen und Größe – für Konzerne mit weltweiter Ausrichtung, für mittelständische Unternehmen oder auch für start-ups. Und so verschieden unsere Kunden sind, sind auch die Anforderungen. Manchmal geht es um die Mikrophonie bei einer Podiumsdiskussion, manchmal ist eine Sonderlösung für die Ausleuchtung eines einzelnen Exponates gefordert und manchmal ist es eben ein glamouröser Galaabend. Wichtig ist uns bei allem, was wir tun, dass jeder Kunde exakt das bekommt, was er braucht - von der reinen Materialvermietung bis zur technischen Generaldienstleistung und von einfach hell bis zum 'Wow-Effekt!'“

„Bei größeren Projekten beziehen uns die meisten Auftraggeber schon in einer frühen Phase mit ein, um gemeinsam bedarfsorientierte Ideen zu entwickeln. Und wie diese dann in die Tat umzusetzen sind, wie ausgewählte Techniken wirken oder ob Effekte individuell geeignet sind, können wir direkt in unserem Lichtlabor testen. Dieses - und zudem eine beachtliche

Präsentationsfläche für Probeaufbauten - haben wir nämlich eigens zu diesem Zweck in unserem Equipmentlager eingerichtet“.

In den letzten Jahren haben sich die Essener unter anderem auf Kongresse und Symposien der pharmazeutischen Industrie spezialisiert. Ein Kompetenzfeld, das sich bei dem global ausgerichteten Unternehmen mehr und mehr ausgeweitet hat. Bei Veranstaltungen von Kunden, wie z.B. Altana Pharma oder Hoffmann-La Roche, übernimmt LK die komplette Organisation des technischen Parts. Und dies bedeutet bei den Spezialisten weit mehr, als die reine Planung und Realisierung der Licht-, Ton- und Medientechnik.

Bei etlichen Symposien und Kongressen erstellt LK das Design des Bühnensets - welches im Vorfeld mittels 3-D-Visualisierung präsentiert wird - und baut auch das gesamte Bühnenbild auf. Ebenso zeichnen die Essener für die reibungslose Funktion von Simultandolmetscher-Technik oder funkgesteuerten Abstimmereinheiten verantwortlich. Und damit die Veranstaltungen auch interaktiv oder im Nachhinein verfolgt werden können, kümmert sich die LK-AG auch um Podcast- und DVD-Erstellungen sowie um das Internet-Streaming. Video-Dokumentationen werden dabei oft schon overnight geschnitten und vertont, so dass die Besucher eine Erinnerung an die Veranstaltung gleich mitnehmen können. Schließlich bedeutet Full Service bei LK ein echtes PLUS an Leistung!



Die LK AG realisiert Messeauftritt internationaler Konzerne.

PROJEKT

Wincor World 2007



Zur diesjährigen Wincor World, die vom 30. Januar bis 1. Februar stattfand, kamen IT-Entscheider aus Banken und Handelsunternehmen aus 88 Ländern nach Paderborn. Mit der Planung und Realisierung des Beleuchtungs-, Beschallungs- und Medienkonzepts wurde nunmehr zum fünften Mal in Folge die LK-AG beauftragt.

Das optische Highlight der Präsentation bildete die 360°-Projektion auf einer gigantischen Halbkugel (ø 7m), die zentral platziert und weithin sichtbar war. Um dieses Bilderlebnis zu ermöglichen, wurden acht kopfbewegte Axon DL.1 Projektoren nebst dazugehörigen Axon Media Servern eingesetzt. Eine brandneue Technik, direkt von der LDI in Las Vegas, mit der in Deutschland erst sehr wenige Anbieter Erfahrung haben. Daher übernahm LK auch das Videomixing in Echtzeit, welches über ein Wholehog 3 Lichtstoppult erfolgte. Das Ergebnis konnte sich dann auch sehen lassen: Emotionale, ineinander übergehende Bildwelten faszinierten sowohl das Publikum als auch die Aussteller. Darüber hinaus wurden in der gesamten Halle die beleuchteten Wände farblich den jeweiligen Videosequenzen auf der Halbkugel angepasst. Bei den Wänden in direkter Umgebung wurde dieser Effekt noch durch RGB-Wannen und LED-Powersticks verstärkt. All dies erforderte einen enormen Programmier- und Installationsaufwand, denn die Technik wurde von LK mit über 5000 DMX-Kanälen angesteuert.

KONTAKT

LK AG
Wilhelm-Beckmann-Straße 19
45309 Essen
Tel.: +49 2 01 74 72-0
Fax: +49 2 01 74 72-100
info@lk-ag.com
www.lk-ag.com

Hier wird Vielfalt zum Programm

TOI TOI & DIXI



Von der Grundidee einer uneingeschränkten Mobilität rund um die sanitären Bedürfnisse hin zum Full-Service-Anbieter: Räume und Lösungen aus einer Hand.

In Deutschland ist TOI TOI & DIXI im Bereich mobile Sanitärsysteme seit über drei Jahrzehnten unterwegs. Ziel ist es, den Kunden ein Höchstmaß an Intimität unter perfekten hygienischen Bedingungen zu bieten – im Einklang mit der Umwelt. Und weil es dabei um weit mehr als nur einen Quadratmeter Privatsphäre geht, überrascht TOI TOI & DIXI seine Kunden immer wieder mit neuen Lösungen, einem Maximum an Produktvielfalt und mit umfassender Beratungs- und Servicekompetenz. Über 30 selbstständige Firmen in Europa, den USA und Südostasien gehören zur ADCO-Unternehmensgruppe und somit zum weltweit größten Anbieter mobiler Sanitäreinheiten.

Die Angebotspalette hat sich in den letzten Jahren ständig erweitert. Im Sanitärbereich bietet TOI TOI & DIXI unter den beiden Marken DIXI und TOI TOI ein umfassendes Programm. DIXI steht für die robuste und solide Lösung – eben das Original für alle Fälle. Anders die Toiletten der Marke TOI TOI. Sie bieten eine schöne Kombination aus Funktion, Komfort und Design. So ergibt sich eine breite Auswahl an mobilen Einzelkabinen, unterschiedlichen WC- und Duschcontainern und Luxus-WC-Anlagen. Zum Full-Service-Angebot gehören darüber hinaus weitere individuelle Lösungen, denn es heißt: Was die Kunden benötigen bekommen sie auch – Service aus einer Hand! Ob variabel einsatzfähige Raumcontainer, Sicherungszäune in verschiedenen Ausführungen und falls gewünscht auch geschulte Stand-by-Reinigungsteams während des Events. Daneben hat das Unternehmen eine „Task-Force“ eingerichtet, die dem Kunden vom Catering über Transportaufträge jeder Art bis hin zur gesamten logistischen Abwicklung von Großprojekten hilft.

Gerade bei Großveranstaltungen sind Erfahrung und Kompetenz des interna-

tionalen Dienstleisters besonders gefragt. Unter anderem übernahmen die deutschen Unternehmen beim Weltjugendtag 2005 in Köln den gesamten Entsorgungsservice für über 8.000 mobile Toilettenkabinen. Und pünktlich zur WM 2006 kamen neue WC-Anlagen der Premium Line ins Spiel, eine hochwertige Produktlinie unter der Marke TOI TOI. Deutschlandweit wurden über 100 Stück dieser Luxus-Container in den VIP-Villages der zwölf WM-Stadien platziert. Nach erfolgreicher Bewährung in der ersten Runde sind die in Eigenregie produzierten „Exklusiven“ nun startklar für den nationalen und internationalen Einsatz.



SERVICENETZ DEUTSCHLAND



Mit 12 Gesellschaften und über 70 Standorten bietet TOI TOI & DIXI in ganz Deutschland ein flächendeckendes Servicenetz.

TOI TOI & DIXI Sanitärsysteme GmbH

www.toitoidixi.de

www.toitoidixi.de

www.dixi.de

Fotos: TOI TOI DIXI (5)



Festbedarf vom Profi

Kompetenz, Qualität, Flexibilität – Die Markenzeichen von McWood Productions



Festzeltgarnitur in bester Brauereiqualität, in unterschiedlichen Breiten lieferbar. Holz orange oder natur lackiert, mit Winkel- oder Rohruntergestell möglich. Andere Plattenfarben (z.B. braun) und Gestellfarben (z.B. silbergrau) auf Wunsch möglich. Auch als runde Garnitur lieferbar.

McWood, der gute Name für Qualität und günstige Preise, bietet für jeden Event die passende Ausstattung



Edle Optik beim Stehempfang:



Schnelle Helfer nach der Party. Transportboxen für Stehtische, mit und ohne Rollen



Transportboxen für Festzeltgarnituren mit und ohne Rollen

Mitten in Deutschland, im hessischen Buseck, liegt der Firmensitz von McWood Productions. Hier laufen die Fäden des weltweit agierenden Traditionsunternehmens zusammen.

Der Grundstein für das erfolgreiche Unternehmen mit seinen rund 50 Mitarbeitern wurde in den 60er Jahren gelegt. Heute gilt der Name McWood Productions als Garant für hochwertige Produkte im In- und Outdoorbereich. Die Kunden kommen aus den unterschiedlichsten Branchen, wie z.B. Gastronomie, Brauereien, Party- und Veranstaltungsservice, Catering, Zeltverleih, Sport- und Freizeitanlagen, und das Produktsortiment von McWood Productions ist auf die jeweiligen Bedürfnisse abgestellt.

Ob Festzelte, Terrassen, Gärten, Objekte oder Biergärten auszustatten sind – jeder Kunde findet in dem umfangreichen Sortiment das für ihn Passende. Die Produktpalette umfasst unter anderem Terrassen- und Biergartenmöbel, Steh- und Banktische mit Bestuhlung, Festzeltgarnituren in Brauereiqualität in unterschiedlichen Breiten, Variationen und Farben sowie Klappmöbel, aber auch nützliches Zubehör wie Transportboxen, Terrassenstrahler und Hussen und wird ständig aktualisiert und erweitert. Gerade im Bereich Eventmobiliar wird das Sortiment immer größer und exklusiver. Stehtische in Schwarz-Granit-Optik schmücken für sich oder mit Hussen aus dem ProfiLine-Programm jeden Stehempfang. Für den Transport und die Lagerung der Stehtische und Festzeltgarnituren gibt es eine noch größere Auswahl an passenden Boxen.

Diese Flexibilität ist Ausdruck der Kundennähe und eine Säule des Erfolges von McWood Productions. Ralf Fassbender, Vertriebsleiter von McWood, führt weiter aus: „Unsere günstigen Preise und schnellen Lieferzeiten resultieren aus weltweitem Einkauf, ausgeklügelter Logistik, direktimportierten Waren und klein gehaltenem Verwaltungsapparat. Darüber hinaus verfügen wir auch über eigene Produktionsstandorte“.

Ein weiterer Pluspunkt, den die Kunden sehr zu schätzen wissen, ist die intensive persönliche Betreuung durch die freundlichen Mitarbeiter. Kompetente Mitarbeiter mit langjähriger Erfahrung, die wissen, wo der Trend hingeht, stehen für alle Fragen rund um das Sortiment oder auch für Sonderwünsche telefonisch und per E-Mail zur Verfügung. Auf Wunsch findet die Beratung und Produktpräsentation beim Kunden vor Ort statt.

Auch ein Klick auf die Homepage www.mcwood24.de lohnt sich immer. Hier findet der interessierte Kunde neben dem Standardsortiment aktuelle Neuheiten und wechselnde Aktionsangebote.



Biergartengarnituren in unterschiedlichen Holzarten und Ausführungen

PRODUKTE



Große Auswahl an Stehtischen z.B. mit PE-, Kiefer-, Buche-, Fichte-3-Schichtplatten



Terrassenheizungen als Gas-, Elektro-, Stand- oder Tischstrahler



Hussen in vielen Variationen

KONTAKT

McWood Productions GmbH & Co. KG
 Edekastrasse 3
 D-35418 Buseck
 Tel.: +49 64 08 90 13 62
 Fax: +49 64 08 90 13 42
 info@mcwood24.de
 www.mcwood24.de

McWood
 PRODUCTIONS

„Keine Feier ohne SANI...“

Mobile Infrastrukturlösungen für Veranstaltungen



Fotos: SANI

Es soll ja tatsächlich Menschen geben, die sich darüber freuen würden, wenn Ostern und Weihnachten auf einen Tag fielen. Für die meisten von uns würde dies jedoch eine echte Belastungsprobe für das Nervenkostüm darstellen. Müsste man so doch zwei Feiern zugleich ausrichten.

Bei SANI, einem der größten Anbieter von mobilen Raum- und Sanitär Lösungen, erntet man mit dieser Sorge jedoch allenfalls ein müdes Lächeln. Das scheint bei näherer Betrachtung auch kaum verwunderlich. Schließlich ist das Rendsburger Unternehmen in der Lage, pro Jahr mehr als 1200 Veranstaltungen mit jeweils bis zu 1000 und mehr als 400 Veranstaltungen mit jeweils über 1000 Besuchern mit dem gewünschten Equipment zu ver-

sorgen. Und dabei besteht das Equipment keinesfalls nur aus so nahe liegenden Dingen wie Toilettenkabinen. Allein davon verfügt SANI nämlich über mehr als 4500 Stück. Vielmehr sind es die unterschiedlichsten Produkte, die je nach Veranstaltung und Besucherzahl bereitgestellt werden. Hierzu zählen Sanitär-Wagen, Sanitär-Container, Dusch-Zelte, VIP-Container und die verschiedensten Ausführungen von Büro- und Raumcontai-

nern. Darüber hinaus kommt zahlreiches Spezial-equipment zum Einsatz. Hier reicht die Produktpalette vom einfachen Stromaggregat über Absperrsysteme bis hin zu speziellen Bodenplatten und mobilen Fundamenten, die eine sichere und ansehnliche Grundlage für die Container bilden.

Schon allein hierbei wird sichtbar, dass SANI viel mehr ist als ein reiner Vermieter von Raum- und Sanitärmodulen. SANI denkt als General-

unternehmer. Zuständig für den gesamten Bereich der Infrastruktur bietet SANI Komplettlösungen für Raum- und Sanitärsysteme – vom Sanitärwagen bis zur letzten Unterlegscheibe. Natürlich nimmt dabei auch die Planung und Beratung einen erheblichen Platz ein. Denn bereits in der Vorbereitung werden entscheidende Weichen für den Erfolg einer Veranstaltung gestellt. Hier profitieren die Kunden von der 17-jährigen Erfahrung von SANI. So gibt es fast keine Aufgabe, die die Profis von SANI nicht schon erlebt und gemeistert hätten. Bei den meisten Produkten handelt es sich um Eigenentwicklungen,



Neuer Standard-Container „SANISTAR“

die sich dank ihrer hohen Qualität und durch pfiffige Detaillösungen wohltuend von den Produkten anderer Anbieter unterscheiden und von denen jeder Besucher und somit im Endeffekt jeder Veranstalter profitiert. Durch den Einsatz hochwertiger, erprobter Materialien und die ständige Weiterentwicklung aller eingesetzten Produkte sichert SANI auch auf lange Sicht eine gleich bleibend hohe Qualität.

Eine weitere ausgesprochene Spezialität von SANI sind die zahlreichen Produktinnovationen. Hierzu zählt zum Beispiel die gesamte Explorer-Serie. Diese stellt mehrere Dusch-, Wasch- oder Urinalplätze auf kleinstem Raum zur Verfügung und ist durch ein eigen entwickeltes Faltsystem besonders leicht und schnell zu transportieren. Ein Produkt, das es so in ganz Europa bisher nicht gegeben hat.

Gänzlich neue Maßstäbe wird auch der gerade fertig gestellte „SANISTAR“ Container setzen. Er ist der Basiscontainer für alle zukünftigen Sanitär- und Duschcontainer und wird in verschiedensten Varianten zum Einsatz kommen. In ihm stecken über 3 Jahre Entwicklungsarbeit und akribische Funktions- und Materialtests. Dank seiner besonders strapazierfähigen Edelstahloberflächen ist er besonders schmutz- und gebrauchsunempfindlich und verfügt über viele innovative Lösungen und Funktionen.

Bei so viel Einsatz überrascht es nicht, dass seit Jahren viele auch namhafte Unternehmen bei ihren Veranstaltung auf die Zusammenarbeit mit SANI setzen – ganz gleich ob ein VIP-Container für Madonna bei ihrem „Wetten dass...“-Auftritt,

VIP Toiletten-Wagen



Duschzelle für Stadtmarathons, die Komplettversorgung des „Hamburger Doms“, dem größten Volksfest in Norden Deutschlands oder Raumcontainer für das neuste Witzigmann-Projekt.

Mit seiner Zentrale in Rendsburg und den zahlreichen Servicestationen im gesamten Bundesgebiet ist SANI in der Lage, in kürzester Zeit alle Produkte an jeden Einsatzort in Deutschland zu transportieren. Durch eine eigene und moderne Fahrzeugflotte verfügt SANI über verlässliche und flexible Logistik, die es erlaubt auch kurzfristig größere Aufträge zu realisieren.

Doch neben allen technischen Raffinessen und ausgeklügelten Produkten sind es besonders auch die Mitarbeiter von SANI, die jede Veranstaltung zu einem echten Erfolg werden lassen. Denn nur durch den Einsatz von gut geschultem und erfahrenem Personal ist es SANI möglich, kontinuierlich auf einem derart hohen Qualitätsniveau zu arbeiten. Jeder, der diese Professionalität einmal bei der Zusammenarbeit mit SANI erlebt hat, wird so schnell nicht mehr darauf verzichten wollen.

PORTFOLIO



Hamburg Marathon, Dusch- und Sanitäranlagen für über 20.000 Sportler



Rock am Ring Festival, Schaffung der gesamten Infrastruktur für über 100.000 Besucher



VIP-Einheiten für Auftritt von Madonna bei „Wetten dass...?“



Witzigmann-Roncalli Bajazzo, Containeranlagen für den Backstage-Bereich

KONTAKT

SANI GmbH
An den Reesenbetten 7
24782 Büdelsdorf
Tel.: +49 43 31 / 35 59-0
Fax: +49 43 31 / 35 59-58
info@sani.de
www.sani.de



Foto: Party Rent

14 Jahre lang war Joris Bomers gemeinsam mit seinem Partner Michel Hoffman das „Traum-Duo“ der Non-Food-Catering-Szene. In diesem Jahr hat sich Michel Hoffman zurückgezogen. Joris Bomer trägt nun die Verantwortung für das aufsteigende Unternehmen allein. Im Interview mit **eventundco** erklärt Bomers das Erfolgsgeheimnis von Party Rent und spricht über die Zukunft des Unternehmens.

„Live-Kommunikation hat zu Recht ihren festen Platz“

Party Rent-Chef Joris Bomers im Gespräch

Innerhalb der letzten 14 Jahre hat sich Party Rent zum Marktführer bei den Non-Food-Caterern entwickelt. Was ist das Geheimnis Ihres Erfolgs?

Zunächst einmal vielen Dank für das Kompliment. Eine solche Einschätzung von unabhängiger Seite hört man natürlich gern. Ganz wichtig war sicherlich, dass Party Rent sich auf seine Erfolge nie ausgeruht hat, sondern stets den nächsten Schritt anpeilt. Wir haben oft neue Dinge ausprobiert, uns nie mit dem Status Quo abgefunden. So haben wir uns zu dem Party Rent entwickelt, welches heute mit großem Erfolg am Markt tätig ist. Dabei sind die Abläufe im eigenen Unternehmen mindestens so wichtig wie die sorgfältige Auswahl des Sortiments. Als Party Rent Group wollen wir auch immer Ideengeber der Branche sein, denken Sie nur an die erfolgreiche Markteinführung unserer batteriebetriebenen Leuchttische oder die seinerzeit Richtungsweisende Porzellanserie „Lifestyle“ von Villeroy & Boch.

Welche Rolle spielt dabei das Franchise-System?

Das Franchise-System hat es uns ermöglicht, stärker als früher dezentral zu arbeiten. Dadurch sind wir heute viel näher am Kunden. Zudem sind unsere Franchise-Partner durchweg in fi-

nanzialer wie unternehmerischer Sicht eigenständig, was sich in Motivation und Engagement deutlich widerspiegelt. Die Arbeit, die dort geleistet wird verdient höchste Anerkennung. Wir sind sehr zufrieden.

Vor kurzem haben Sie auch in der im Moment angesagtesten Event-Stadt Berlin eine Party-Rent-Dependance eröffnet. Warum hat das so lange gedauert?

Wenn Sie sich einmal die Entwicklung unseres Franchise-Systems anschauen werden Sie feststellen, dass wir uns konzentrisch weiterbewegt haben. Bevor also Hamburg, Hannover und Frankfurt etabliert sind hätte eine Dependance in Berlin noch keinen Sinn gemacht, da die Synergien untereinander weggefallen wären. Zudem sind wir bei der Auswahl unserer Partner sehr wählerisch und mit Thorsten Geitel und Stephan Mahnecke sind wir uns sicher, eine hervorragende Wahl getroffen zu haben.

Das wirtschaftliche Klima in Deutschland verbessert sich momentan. Sie waren aber auch in Zeiten erfolgreich, als eigentlich niemandem nach Party zu Mute war. Ist Ihr Geschäft unabhängig vom wirtschaftlichen Klima?

Wenn der Markt kleiner wird muss man sich eben noch mehr anstrengen. Das haben wir immer getan und uns damit im oberen Eventsegment einen guten Namen gemacht. Und Live-Kommunikation hat inzwischen bei vielen Marketingspezialisten auch in schlechteren Zeiten einen festen Platz. Und das zu Recht.

Sie expandieren beständig. Gibt es für Party Rent Grenzen des Wachstums?

DAS UNTERNEHMEN

Seit 1992 am Markt, hat sich die **Party Rent Group** stets weiterentwickelt. Das gilt für Breite und Tiefe des Sortiments ebenso wie für den ISO-zertifizierten Workflow oder das seit vier Jahren existierende **Franchisesystem** mit derzeit fünf Partnern in Hamburg, Hannover, Frankfurt/Main, Luxemburg und ab 1. April in Berlin. Darüber hinaus verfügt das Unternehmen über vier Niederlassungen in Bocholt, Düsseldorf/Köln, Dortmund und Arnheim.

Insbesondere die Franchise-Partner der Party Rent Group sorgen dafür, dass das Unternehmen in fast allen wichtigen Großstädten präsent ist. Und es scheint sich für die Franchisenehmer zu lohnen. Charles Schroeder, erster Partner von Party Rent hat mit seinem großen Erfolg gezeigt, dass das System von **Party Rent** funktioniert. Seit 2002 ist er mit der Niederlassung Luxemburg aktiv. Erst vor kurzem hat Schroeder sein neues Logistikzentrum eröffnet. Das neue Hochregallager wird Unternehmensinformationen zufolge 16.000 Kubikmeter Raum für den kompletten **Party Rent** Warenbestand bieten.

„Wir haben uns nie auf unserem Erfolg ausgeruht, sondern stets den nächsten Schritt angepeilt“



Foto: Party Rent

Als Party Rent Group als Ideengeber der Branche sein: Die batteriebetriebenen Leuchttische haben für Furore gesorgt.

Wie bereits erwähnt schauen wir genau hin, wer als Partner in Frage kommt. Dazu haben wir als Franchisegeber natürlich auch eine Fürsorgepflicht, die wir gern und akribisch wahrnehmen. Die Betreuung der Partner ist ein wesentlicher Bestandteil unserer Aufgaben, deshalb ist das Wachstum sehr eng daran gekoppelt. Wachstum allein hat noch niemandem glücklich gemacht. Nachhaltigkeit steht im Vordergrund vor unkontrollierter Expansion. In diesem Rahmen freut es mich natürlich sehr, ankündigen zu dürfen, dass wir einen Partner

gefunden haben, der bis zum Sommer einen weiteren Standort von Party Rent in Paris eröffnen wird.

Welcher Meilenstein in der Vergangenheit war für die Entwicklung Ihres Unternehmens am wichtigsten?

Das war mit Sicherheit die Vertragsunterzeichnung mit unserem ersten Franchise-Partner Charles Schroeder in Luxemburg. Er hat in den letzten fünf Jahren den Beweis für das Funktionieren unseres Systems angetreten. Sein Unternehmen floriert und erst kürzlich konnte er sein neues Logistikzentrum einweihen.

Im letzten Jahr hat fast die gesamte Eventbranche auf die Fußball-WM gesetzt. Wie fällt Ihr Fazit aus?

Klar haben auch wir von der tollen Stimmung profitiert. Und obwohl wir nicht direkt beteiligt waren haben wir im Umfeld der WM gute Geschäfte gemacht. Es wäre aber übertrieben zu sagen, dass dieses Ereignis unsere Entwicklung nachhaltig beeinflusst hätte. Wie Sie ja selbst bereits sagten, war die Party Rent Group auch in den Jahren ohne Großereignisse sehr erfolgreich am Markt. Eine zu große Abhängigkeit von nur wenigen Kunden war noch nie gesund. Party Rent ist da sehr breit aufgestellt.

In diesem Jahr stehen keine Großevents auf dem Programm. Wird die Event-Branche auch ohne Leitveranstaltungen ein gutes Jahr erleben?

Der allgemeine Aufschwung lässt viele Unternehmen mutiger in die Zukunft schauen. Da wird gerade der Mittelstand mehr in Events investieren. Davon profitiert die Branche auf breiter Front. Trotzdem entscheidet in letzter Konsequenz wieder die Leistung. Der Aufschwung allein ist also kein Garant für ein gutes Geschäftsjahr.

Allgegenwärtig ist auch der Blick in die Zukunft. Haben Sie eine Idee wie der optimale Event im Jahr 2050 aussieht?

Also bis 2035 wollen wir die erste Masterlizenz für die Mondkolonien unter Dach und Fach bringen. Nein im Ernst, die Entwicklungen sind derart rasant, dass eine Vorausschau für 2010 fast unmöglich ist. Eine Prognose für 2050 grenzt an Kaffeesatzleserei. Das sollen andere machen.

Wenn Sie für Ihr Unternehmen drei Wünsche frei hätten, welche wären das?

1. Weitere Expansion in gesunden Maßen
2. Weiterhin so vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren Kunden.
3. Auch zukünftig so motivierte und fähige Mitarbeiter wie bisher.

„Eine zu große Abhängigkeit von nur wenigen Kunden war noch nie gesund“

JA, WIR SIND MARKENFETISCHISTEN!

DESHALB ARBEITEN WIR NUR MIT DEN BESTEN FÜR DIE BESTEN!

VITAMIN-E.COM

Audi | Samsung
Magarete Steiff | Ritter Sport
Dole Fresh Fruit | Cointreau
BMW Motorsport | Petit | Reas
BMW Hamburg | Corny | BenQ
Apollinaris & Schweppes
Bauer Media KG | AOL
Castrol | Piper Heidsieck
Euronics | BASF | OSRAM
Springer & Jacoby | Nike
BP | LG Electronics | MSN
Philips | Versatel | Junker

CORPORATE EVENTS • PUBLIC EVENTS • INCENTIVES • EXHIBITIONS • PROMOTIONS

Eventszene Hamburg

Die wichtigsten Adressen für den perfekten Event in der Hansestadt



Fotos: Nord Event (2)

Als erster Zacken der Hamburger Hafenkronen auf dem Bavaria-Gelände ist jetzt das Atlantic Haus fertig geworden. Hoch oben auf der Spitze, fast 100 Meter über der Elbe, thront der rundum verglaste Event-Raum, „Elb-Panorama“, der einen atemberaubenden Blick über den Hamburger Hafen bis zum Alten Land, über die Hamburger Innenstadt und die Alster bis hin zum Flughafen eröffnet.

„Wir sind stolz und froh, dass wir uns diesen magischen Ort über den Dächern Hamburgs sichern konnten“, sagte Hans-Christoph Klaiber, Inhaber der Firmengruppe Nord Event am Mittwoch bei der Pressekonferenz zur Eröffnung des 20. Stockwerks. „Mehr Hamburg geht einfach nicht.“

Im 18. und 20. Stock des Atlantic Hauses hat die Firmengruppe Nord Event innerhalb des vergangenen Jahres rund 1500 Quadratmeter Veranstaltungsfläche entwickelt und dabei rund eine halbe

Million Euro in den Innenausbau investiert. Feinstes Walnussparkett, ein eigens angefertigter Tresen aus gebürstetem Stahl, Granit, Wengeholz und Milchglas quer über den gesamten Raum, voll verglaste Wände, mit freiem Blick in alle Himmelsrichtungen, sowie eine Kühldecke für heiße Tage machen das 350 Quadratmeter große Elb-Panorama mit zwei insgesamt 100 Quadratmeter großen Balkons im 20. Stock des Atlantic Hauses zu einer erstklassigen Event-Location.

Der Raum kann von Firmen, Agenturen und Privatpersonen samt Catering und auf Wunsch auch mit einem Show-Programm gebucht werden. „Vom Incentive bis zur Hochzeit ist hier alles möglich“, sagte Firmenchef Klaiber. „Aber auch für kulturelle Veranstaltungen, etwa Theaterstücke, Konzerte, Lesungen sind wir offen.“ Innenausstattung, wie Stühle, Sessel, Tische und Dekoration kann der Kunde frei wählen. Auch die Gestaltung und den Druck von Einladungen, Programmen



und Speisekarten übernimmt auf Wunsch Nord Event.

Im 18. Stock können große Unternehmen, Organisationen oder Agenturen zusätzlich auf rund

700 Quadratmetern ihre Tagungen oder Kongresse mit bis zu 200 Teilnehmern durchführen.

Aber jeder Hamburger hat auch privat Gelegenheit, den Ausblick von Hamburgs höchst gelegener

Event Location zu genießen. Dazu bietet Nord Event die Teilnahme an besonderen, individuell buchbaren Veranstaltungen an, zum Beispiel:

- **Die Taufe der AIDA Diva am 20. April**
- **Die Feuerwerksgala zum 818. Hafengeburtstag am 12. Mai**
- **Der Muttertagsbrunch am 13. Mai**
- **Die Sylvester-Gala am 31. Dezember**

„Die Möglichkeit, diesen großartigen Raum mit seinem tollen Blick über Hamburg zu buchen, wird sich mit Sicherheit schnell herum sprechen“, ist Firmenchef Klaiber sicher. „Schon jetzt haben wir Buchungen und Anfragen großer Unternehmen, die hier Incentives planen und von Prominenten, die ihren Geburtstag hier oben feiern möchten.“

KONTAKT

Nord Event GmbH
 Alter Wandrahm 12
 20457 Hamburg
 Tel.: +49 40 / 20 00 64 0
 Fax: +49 40 / 20 00 64 264
 info@nord-event.de
 www.nord-event.de

LK-AG

perform experience!

BELEUCHTUNG · BESCHALLUNG · MEDIEN-TECHNIK · BÜHNENBAU · VERANSTALTUNGS-MANAGEMENT



Wilhelm-Beckmann-Str. 19 · D - 45307 Essen · Fon: +49 (0) 201 - 74 72 - 0 · Fax: +49 (0) 201 - 74 72 - 100 · info@lk-ag.com · www.lk-ag.com

Erfolg mit Lösungen aus einer Hand

Nord Event GmbH



Foto: Nord Event

Mit rund 2.600 Veranstaltungen im Jahr und weit über 150 000 speisenden Gästen ist die Unternehmensgruppe Nord Event ein führender Ausrichter großer Events in Norddeutschland. Das Besondere: Wer seine Veranstaltung bei Nord-Event bucht, braucht sich um nichts weiter zu kümmern. Das Unternehmen bietet den vollen Service aus einer Hand: Kreative Konzepte, hanseatische Räumlichkeiten mit unvergleichlichem Hamburg-Bezug, hochwertige Caterings, professionelles Personal und ausgefallene Rahmen- und Showprogramme.

Zu den typischen Angeboten gehören Tagungen und Kongresse mit bis zu 2000 Teilnehmern ebenso, wie Incentives, Feiern großer Unternehmen und von Privatpersonen.

Dafür betreibt Nord Event eigene Flächen mit typischem Hamburg-Bezug, beispielsweise in der Speicherstadt, auf einem Dreimast-Toppssegelschoner oder knapp 100 Meter über der Elbe in der Spitze des Atlantic Hauses. Auch für das Catering sorgt Nord Event selbst. Küchenchef Frank Crivellari, ehemals Vier Jahreszeiten, sorgt mit Hilfe seiner 20 Jungköche für kreative kulinarische Hochgenüsse. Seine Angebote brauchen den Vergleich mit den besten Küchen der Hotellerie und

Gastronomie nicht zu scheuen. Eigens kreierte Showprogramme und der Entwurf und Druck von Einladungs- und Speisekarten runden das Angebot ab.

Die Unternehmensgruppe Nord Event siedelte vor zwei Jahren von Lübeck nach Hamburg um und verzeichnet seither einen jährlichen Umsatzzuwachs von rund 40 Prozent. Derzeit beschäftigt das Unternehmen etwa 120 Mitarbeiter, dazu etwa 30 Aushilfen. Nord Event bildet auch aus. Derzeit beschäftigt es 8 Azubis in den Bereichen Verkauf, Planung und Organisation und bietet auch Studenten die Möglichkeit zu einem professionellen Abschluss in der Wachstumsbranche Event-Management und Gastronomie. Außerdem ging Firmengründer Hans-Christoph Kläiber eine Kooperation mit der Behinderteninstitution Hamburger Werkstätten ein und beschäftigt seitdem Mitarbeiter aus diesem Bereich.

KONTAKT

Nord Event GmbH
Alter Wandrahm 12
20457 Hamburg
Tel.: +49 40 / 20 00 64 0
Fax: +49 40 / 20 00 64 264
info@nord-event.de
www.nord-event.de

Fester Platz in der Eventszene

Party Rent Hamburg



Fotos: Party Rent (2)

Der König der Löwen feiert Jubiläum, Dirty Dancing lädt zur Europapremiere und die geladenen Gäste sitzen auf Polsterstühlen von Party Rent. Gleiches widerfährt den VIPs des HSV oder den Eröffnungsgästen des Alstertal-Einkaufszentrums. Die Spitzencaterer des Deutschen Derbys in Horn durften erstklassiges Küchenequipment aus dem Hause Party Rent nutzen, während die anspruchsvollen Freunde des Pferdesports ihren „Imbiss“ von hochwertigem Porzellan der Marke Villeroy & Boch aßen.

Seit fast zwei Jahren an der Alster beheimatet, hat sich die Ham-

burger Dependance der Party Rent Group bereits einen festen Platz in der Hanseatischen Eventszene erarbeitet. Die beiden geschäftsführenden Gesellschafter Jan Willem Roes und Christoph Bernard hatten zuvor als Niederlassungsleiter in Düsseldorf und Dortmund das komplexe Geschäft des Non-Food-Caterings erlernt. Das enge Netz der Party Rent Niederlassungen ermöglicht es jedem Partner auf ein ebenso breites wie tiefes Sortiment zurückgreifen zu können. Die rund 850 Palettenplätze in der 812m² großen Lagerhalle sind nach der erfolgreichen Startphase von der Bernard & Roes GmbH nahezu komplett belegt.

Das Liefergebiet von Party Rent Hamburg reicht von Flensburg bis Bremen und von Oldenburg bis Rügen. Die Mitarbeiterzahl hat sich mittlerweile auf 12 feste Angestellte, darunter drei Auszubildende, erhöht.

KONTAKT

Party Rent Hamburg
Bernard & Roes GmbH
Biedenkamp 1B
21509 Glinde (bei Hamburg)
Tel.: +49 40 - 890 812-0
Fax: +49 40 - 890 812-22
hamburg@partyrent.com
www.partyrent-hamburg.de



Schnell, flexibel und designorientiert

JMT EventService GmbH



Fotos: JMT (4)

Die JMT International Gruppe ist seit 1982 Anbieter von Mietmöbeln für Messen und Ausstellungen. In Deutschland wird seit 2001 auch der Bereich Events verstärkt bedient, der sich immer stärker zu einem ebenso erfolgreichen Segment, wie der Messebereich entwickelt.

Holland, Belgien, Frankreich, Spanien, England, Schweiz, Polen und Deutschland. Das ist keine Gruppe der nächsten Fußball-EM, sondern dies sind die Länder in denen die JMT International Gruppe aktiv ist. Als hochgradig spezialisierte Partner für Mietmöbel und Mietteppich ist die Gruppe seit über 25 Jahren erfolgreich im europäischen Markt gesetzt. In Deutschland ist die JMT Gruppe mit zwei Unternehmen am Markt. JMT Mietmöbel ist seit 1991 im Bereich der Vermietung von Möbeln für den Bereich Messen erfolgreich tätig. Im Jahr 2001 wurde als Ergänzung die JMT EventService GmbH mit Sitz in Hamburg gegründet, mit dem Ziel den Bereich der sogenannten Events verstärkt zu bedienen.

Im Eventbereich gilt es im Besonderen Flexibilität sicher zu stellen. Durch jahrelange organisatorische und logistische Erfahrung, gehört der Rundum-Service zum üblichen Betätigungsfeld von JMT. Gewünschtes Mietmobiliar wird von JMT rund um die Uhr, zu jeder Tages- und Nachtzeit geliefert und ab-

geholt. Die Auftragsabwicklung für Mietmöbel von kleineren Veranstaltungen mit bis zu 20 Personen, oder mit Mobiliar von Großveranstaltungen von 5.000 bis zu 15.000 Personen, ist für die qualifizierten Mitarbeiter von JMT gängige Praxis. Die routinierten Mitarbeiter montieren, bauen auf, platzieren



und demontieren das Mietmobiliar je nach den Erfordernissen des Kunden. Eine umfangreiche und auf der jahrelangen Erfahrung basierende Logistik sowie ein eigener Fuhrpark von Servicefahrzeugen bis hin zu 40-Tonnern runden das Serviceportfolio von JMT ab.

Die Auswahl von Möbeln unterstreicht den Charakter einer Veranstaltung und intensiviert dadurch die Einmaligkeit des jeweiligen Events. Um Kunden für jede gewünschte Veranstaltungsform, von klassisch bis modern, das entsprechende Wunschmobiliar liefern zu können, bietet JMT daher eine sehr umfangreiche Produktpalette von Mietmobiliar an. Das ausgesuchte Qualitätssortiment von Standard- bis zum Designmobiliar ist eines der stärksten JMT Leistungsmerkmale. JMT bietet ein sehr vielseitiges Sortiment an, das von Entwürfen internationaler Designer über die Klassiker bis zu Standardprodukten reicht.

Designorientierung steht bei JMT im Vordergrund. Das macht sicherlich einen Teil des Erfolges der stetig wachsenden JMT Gruppe aus. Insbesondere im Designbereich ist derzeit ein großes Angebot fernöstlicher Plagiate auf dem Markt. Viele deutsche Firmen bekämpfen die Plagiate Ihrer Produkte in

den verschiedensten Branchen. Auch die Veranstalter von Events sollten verstärkt über die Herkunft und Qualität Ihrer gemieteten Möbel achten, da auch Besucher und Gäste durchaus Original und plumpe Fälschung unterscheiden können!

Durch den umfangreichen Mietmöbelbestand an den Standorten ist es JMT möglich außergewöhnlich große Veranstaltungen auszustatten. Bei diesen umfassenden Veranstaltungen ergeben sich bei der Abwicklung und Durchführung besondere Gegebenheiten die Berücksichtigung finden müssen, um bedarfsgerecht und zuverlässig zu agieren.

Mit JMT EventService GmbH ist in Hamburg für die Region Nord ein Unternehmen der JMT Gruppe seit 2001 am Markt aktiv. Das Team von Geschäftsführer Sönke Westphal besteht aus 20 motivierten Mitarbeitern in den Bereichen Vertrieb, Logistik und Kundenservice. JMT Hamburg unterstützt seine Kunden auch im Vorfeld bei individuellen Eventplanungen beispielsweise mit Besichtigungen von Veranstaltungsorten, damit ein Aufbau- und Ablaufplan für das Mobiliar bis ins Detail eingehalten werden kann. Für diese Planungen wird mit CAD-Software – wenn vom Kunden gewünscht – eine detaillierte Aufbauplanung gefertigt und dem Kunden zu Verfügung gestellt.

Der Kundenstamm von JMT EventService in Hamburg umfasst eine Vielzahl sehr bekannter kleinerer und größerer Unternehmen aus dem



norddeutschen Bereich. Es ist jedoch auch Teil der Firmenpolitik, das über die Events und Veranstaltungen von Kunden nicht lautstark berichtet wird, sondern derartige Informationen selbstverständlich mit der gebotenen Diskretion behandelt werden.

KONTAKT

JMT EventService GmbH
Schnackenburgallee 16
22525 Hamburg
Tel.: +49 40 88 16 74 210
Fax: +49 40 88 16 74 220
info@jmt-hamburg.de
www.jmt-event.de



Mobile Infrastruktur für Veranstaltungen

SANI GmbH, Büro Hamburg



Foto: Sani

SANI sorgt für den richtigen Rahmen bei jeder Veranstaltung. Seit über 10 Jahren vertrauen Kunden aus ganz Deutschland auf die Kompetenz und Erfahrung von SANI. Mit der beeindruckenden Kapazität von 1200 Veranstaltungen mit jeweils bis zu 1000 und mehr als 400 Veranstaltungen mit jeweils über 1000 Besuchern im Jahr zählt SANI ohne Zweifel zu einem der größten Anbieter von mobilen Infrastrukturlösungen in ganz Europa. Besonders die konsequente Produktinnovation und die ständige Steigerung der Qualität sorgen dafür, dass SANI auch im technischen Bereich Maßstäbe setzt.

SANI liefert Lösungen für alle Arten von Veranstaltungen. Mit Hilfe der unternehmenseigenen Fahrzeugflotte können von den zahlreichen Standorten in Deutschland aus, darunter auch einer in Hamburg, alle erforderlichen Materialien und Einheiten in kürzester Zeit an ihren Bestimmungsort geschafft werden. Grundsätzlich versteht sich SANI nicht nur als Vermieter von Event-Equipment, sondern vielmehr als Generalunternehmer für mehrere

Gewerke auf einer Veranstaltung. Ob Trinkwasserversorgung nach neuesten EU-Richtlinien, die umweltgerechte Entsorgung aller Abwässer oder das Errichten von mobilen Dusch-Camps, SANI stellt immer die passenden Leistungen zur Verfügung. Allein mit der Materialbereitstellung ist die Arbeit von SANI jedoch nicht zu beschreiben. Gerade die akribische Planung und Beratung schon weit im Vorfeld der jeweiligen Veranstaltung sind ein wichtiger Bestandteil der Zusammenarbeit mit SANI und ein weiterer wichtiger Baustein für den Erfolg einer Veranstaltung.

Zu den Kunden zählen neben Behörden und Kommunen vor allem Wirtschaftsunternehmen aller Größen und Veranstalter aus dem Sport-, Freizeit- und Musikbereich.

KONTAKT

SANI GmbH, Büro Hamburg
Daimlerstraße 71c
22761 Hamburg
Tel.: +49 40 - 54 76 76 76
Fax: +49 40 - 54 76 76 77
info@sani.de
www.sani.de

Heimspiel in der Hansestadt

Die Kreativagentur Vitamin-e



Fotos: Vitamin-e

Vitamin-e ist eine Kreativagentur im Felde der Livekommunikation und betreut die Bereiche Corporate Events, Public Events, Exhibitions, Promotions und Incentives. Gerade wenn es darum geht aussergewöhnliche Lösungen zu konzipieren und professionell umzusetzen, ist Vitamin-e für zahlreiche grosse Markenartikler ein zuverlässiger Partner in ganz Europa. Projekte in Hamburg stehen natürlich unter dem Motto Heimspiel, da die 20-köpfige Agentur direkt am Hafen in der Hansestadt ihren Hauptsitz hat. Die angeschlossene Partner-Agentur KMF, betreut mit ihren über 70 Mitarbeitern die Bereiche Klassik, Dialogmarketing, Online und VKF und steht Vitamin-e bei zahlreichen Projekten im Verbund zur Seite. Das Thema 360° Kommunikation wird hier nicht nur kommuniziert, sondern auch seit über neun Jahren gelebt. Einherge-

hend ist die konzeptionelle Stärke und das hohe Markenverständnis die Basis für erfolgreiche Konzepte. Vitamin-e arbeitet für Kunden wie BMW Motorsport, Philips, Schwartau Werke, Ritter Sport, Versatel, Nike, Euronics, Henry Wintermans, Samsung, LG Electronics, Osram uva. Aber auch im Verbund mit grossen Klassik-Agenturen ist Vitamin-e tätig und steht hier als verlässlicher Partner unter anderem der Kreativ-Agentur Springer&Jacobi zur Verfügung. Weitere Informationen finden sie unter www.vitamin-e.com.

KONTAKT

Vitamin-e GmbH
Grosse Elbstrasse 279
22767 Hamburg
Tel: +49 40 39105555
Fax: +49 40 39105111
hello@vitamin-e.com
www.vitamin-e.com



Zentrum für Entertainment

Die Color Line Arena in Hamburg

Fotos: Color Line Arena



Seit November 2002 hat Hamburg ein Zentrum für Entertainment at it's best: von den Superstars der Pop- und Rockszene über die Eishockey- und Handball Hometeams bis hin zu großartigen Opern- oder Musical-Inszenierungen - in der Color Line Arena gehören Highlight-Events zum permanenten Programm.

Multifunktional, professionell, einzigartig - die Bilanz seit der Eröffnung kann sich sehen lassen. Seit der Arena-Eröffnung am 8. November 2002 fanden bis heute mehr als 530 Veranstaltungen mit weit mehr als vier Millionen Besuchern statt.

Kein Zufall, glaubt Geschäftsführer Uwe Frommhold: „Die Hamburger haben von Beginn an ihre neue Arena sehr schnell mit großer Begeisterung angenommen. Und das haben alle Künstler und Veranstalter mittlerweile kennen- und schätzen gelernt. Zahlreiche Konzerte und viele Sportveranstaltungen waren oft schon nach wenigen Tagen ausver-

kauft“, blickt Frommhold auf die ersten Betriebsjahre der Color Line Arena zurück. Mittlerweile gehört die Color Line Arena zu Hamburg wie der Michel, die Alster oder der Hafengeburtstag.

Neben vielen Internationale Superstars wie PINK, Shakira, Christina Aguilera, Peter Gabriel, die Red Hot Chili Peppers oder Lionel Richie gastierten in der bis zu 16.000 Personen fassenden Arena auch die deutsche Rock- und Popelite. Daneben war die Color Line Arena auch Gastgeber für Fernsehgalas (z.B. 50 Jahre BRAVO), Klassikevents, Musical- und Family Shows und diverse größere Unternehmensveranstaltungen.

Sport-Veranstaltungen sind selbstverständlich ein weiterer wichtiger Baustein im Programm. Neben den regelmäßigen Handball- und Eishockeyspielen der beiden Hometeams der beiden Hometeams HSV Handball und Hamburg Freezers fanden bereits WM-Titelkämpfe im Boxen, Hallen-

fußballturniere, Motocross-Events und diverse Länderspiele im Basketball und Eishockey statt. Das Handball-Pokalfinale (Haspa Final Four) und das Top Four im Basketball (beide Pokalrunden sind bis 2012 an den Veranstaltungsort Color Line Arena gebunden) sorgen zum Saisonende regelmäßig für gute Stimmung und ein ‚ausverkauftes Haus‘.

Die gastronomischen Angebote in der Color Line Arena reichen vom exklusiven Restaurant bis hin zu vielfältigen Fast-Food-Outlets und werden sehr stark frequentiert. Ein einzigartiges Business-Konzept bietet zudem eine große Bandbreite an Möglichkeiten, die Gastgeberrolle für Freunde oder Geschäftspartner perfekt auszufüllen. Im Mittelpunkt stehen dabei die dauerhaft vermieteten Logen, die jeweils 15 Personen Platz bieten. Darüber hinaus stehen Sportlogen zur saisonalen- und Eventlogen für die Einzelanmietung zur Verfügung. Die Business Seats im Business Club der Arena runden das vielfältige Angebot ab.

KONTAKT

Color Line Arena
D+J-Arena Hamburg GmbH
Sylvesterallee 10
22525 Hamburg
Tel: +49 40 -88 163-0
Fax: +49 40 -88 163-144
events@colorline-arena.com
www.colorline-arena.com



TECHNISCHE DATEN

Maximale Kapazität: bis zu 16.000 Sitzplätze
Kapazität bei Handball und Eishockey: bis zu 13.000 Plätze
Kapazität mit abgehängtem Oberrang: bis zu 8.000
Kapazität Amphitheater: zwischen 3.000 und 4.000 Plätze
74 Logen
3 Gruppenlogen
79 Rollstuhlfahrerplätze und 79 Plätze für Begleitpersonen

Die verteilte Deckenbelastbarkeit beträgt 150 t
Ein verfahrbarer Videocube mit diversen Einspielungsmöglichkeiten für DVD, Video und Grafik befindet sich unterhalb des Arenadachs
Produktionsstrom: 2.500 amp
Maximalfläche für Veranstaltungen:
86,8 m x 43,3 m (3.760 m²)
2 LKW-Zufahrten bis zum Innenraum

Feste feiern auf hoher See

Dreimastschoner MARE FRISIUM



Fotos: Nord Event (4)

Drei Masten ragen in den Himmel. Die weißen Segel stehen stolz im Wind. Der Bug der MARE FRISIUM pflügt durch das Wasser. Seit Oktober 2005 fährt das imposante Schiff exklusiv unter der Flagge der s.a.i.l. GmbH. Die MARE FRISIUM ist 52 Meter lang. Sie wurde im Jahr 1916 in Holland als Fischlogger zu Wasser gelassen. Später fuhr sie – umgebaut als Frachtschiff – von Hamburg nach Schweden und St. Petersburg.

Heute bietet die MARE FRISIUM Platz für 90 Tages- und 36 Übernachtungsgäste. Es gibt zwei großzügige Salonbereiche mit Bar und gemütlichen Sitzinseln. Den Sommer über liegt die MARE FRISIUM in Kiel. Von dort aus lässt sie sich besonders gut für Segeltouren in die Kieler För-

de und die Ostsee nutzen. Von Oktober bis zum Hafengeburtstag Anfang Mai hat das Schiff seinen Liegeplatz in Hamburg.

Gruppencharter

- im Sommer: Tages- und Abendtörns auf der Ostsee
- anlässlich aller maritimen Großveranstaltungen in Nordeuropa
- Teilnahme an Großsegelrennen
- im Sommer: Mehrtagestörns ab Kiel rund der dänischen Inselwelt und ab Lübeck entlang der historischen Hanseroute

Daten

- Tagestörns: max. 90 Personen
- Mehrtagestörns: max. 36 Personen
- Länge: 52,00 m
- Breite: 6,70 m
- Segelfläche: 634 qm
- Übernachtung in 12 gemütlichen Dreibettkabinen
- 2 großzügige Salonbereiche mit Bar

KONTAKT

Nord Event GmbH
Alter Wandrahm 12
20457 Hamburg
Tel.: +49 40 / 20 00 64 0
Fax: +49 40 / 20 00 64 264
info@nord-event.de
www.nord-event.de



Typisch hanseatische Atmosphäre

Kultur- und Gewerbespeicher



Die historische Hamburger Speicherstadt liegt im Herzen der Welt-handelsmetropole Hamburg! In Kombination mit der modernen HafenCity, der größten städtebaulichen Veränderung Hamburgs, bildet sie das zweite Zentrum der Hansestadt. Das Zusammenspiel der unterschiedlichen Nutzungskonzepte aus Lagerstätten und modernen Büroräumen hinter historischen Fassaden macht diese Gebäude einzigartig.

In den Speicherböden lagerten bis vor kurzem exotische Gewürze, edle Teppiche, Tees und Kaffee. Erleben Sie Gala-Dinner und festliche Bälle mit Blick über Fleete und Backstein-speicher. Das Veranstaltungszentrum „Kultur- und Gewerbespeicher“ zwischen der Kehrwiederspitze und der wachsenden HafenCity bietet neben dem Hamburg Dungeon und Europas größter Modelleisenbahnausstellung im Boden 1 und 2 auf über 1250 m² einmalige Veranstaltungsflächen in der Hamburger Speicherstadt.

Im Sommer 2004 wurde der historische Lagerboden im ersten Stockwerk unter Berücksichtigung des ursprünglichen Nutzens mit viel Liebe zum Detail hochwertig restauriert. Während des Sommers 2006 wurde die Veranstaltungsfläche um 525 m² erweitert.

Im Boden 1 und 2 des Kultur- und Gewerbespeichers im Herzen der

Speicherstadt stehen somit authentische Veranstaltungsräume mit Blick auf die Fleete für Ihre Feiern und Tagungen zur Verfügung.

Schon bei der Ankunft im eindrucksvollen Treppenhaus mit zwei Personenaufzügen erkennen die Besucher den Charme dieser in Hamburg einmaligen Veranstaltungslocation. Die originalen Boden-dielen wurden während der Umbauphase wieder aufgearbeitet und neu verlegt.

Die Räume beeindrucken durch die original erhaltenen Träger, helle Backsteinwände sowie den für schwere Güter authentischen Transportlastkran an der Außenwand über dem Fleet.

Als Vorprogramm für einen typisch hanseatischen Abend empfehlen wir Ihnen einen Barkassentransfer vom Hamburger Rathausmarkt in die Speicherstadt oder auch eine erlebnisreiche Stadtführung mit einem als Hamburger Kaufmann des 18ten Jahrhunderts gekleideten Guide.

KONTAKT

Nord Event GmbH
Alter Wandrahm 12
20457 Hamburg
Tel.: +49 40 / 20 00 64 0
Fax: +49 40 / 20 00 64 264
info@nord-event.de
www.nord-event.de

Im Zentrum der Speicherstadt

Ehemalige Hamburger Kaffeebörse



Hamburg fasziniert als eine der weltgrößten Hafenmetropolen mit Attraktionen, wie der Reeperbahn, stilvollem Einkaufsambiente an der Alster, der Welt der Musicals, dem pulsierenden Hafen und „last but not least“ dem im Herzen der Hansestadt gelegenen, weltgrößten zusammenhängenden Lagerhaus-Komplex, der historischen Speicherstadt.

Im Zentrum der Speicherstadt bildete einst der Auktionssaal der ehemaligen Kaffeebörse das Drehkreuz des weltweiten Kaffeehandels. Hunderte von Kaffeehandelsfirmen waren seit 1888 an der Terminbörse tätig. Die nach dem zweiten Weltkrieg durch Fliegerbomben zerstörte Kaffeebörse wurde direkt im Anschluss am Brooksfleet wieder aufgebaut. Aufwendig im Kallmorgen- Stil restauriert, bietet sich dem Veranstalter eine unverwechselbare Kulisse für eine Vielzahl von Veranstaltungsmöglichkeiten. Schwere grüne Ledermöbel verleihen dem Raum auch heute noch den Charme hanseatischer Kaufmannstradition. Ledersofas und Rundfutons bilden ideale Ergänzungsbauwerke im Barbereich.

Die Räume begeistern durch unzählige authentische Details. Über den Flügeltüren im Eingangsbereich

befinden sich die drei funktionstüchtigen Uhren der einst ansässigen Kaffeebörsen New York, Rio und Hamburg. Links und rechts

der Uhren sind auf den original erhaltenen Schiefertafeln die Börsenkurse des letzten Handelstages notiert. Der Laufstall des damaligen Auktionators kann im bei Veranstaltungen zum Beispiel als Cocktailbar oder Aktionsradius der Musiker genutzt werden.

In gediegen hanseatischer Atmosphäre genießen Sie einen freien Blick auf die Flotte und die Backsteinmauern der Speicherstadt. Vom stilvollen Dinner in hanseatisch-authentischer Umgebung über eine ausgefallene Tagung wie zu Zeiten der damaligen Hamburger Kaffeeimporteure bis hin zur feurigen, brasilianischen Cocktail-Party mit Sambatänzern – der Phantasie für ausgefallene Veranstaltungskonzepte sind hier keine Grenzen gesetzt.

KONTAKT

Nord Event GmbH
Alter Wandrahm 12
20457 Hamburg
Tel.: +49 40 / 20 00 64 0
Fax: +49 40 / 20 00 64 264
info@nord-event.de
www.nord-event.de

JMT[®]

Mietmöbel & Eventausstattung

Messen



Tagungen



Versammlungen



Events

www.jmtevent.de

Region Nord: JMT EventService GmbH - Hamburg, Tel.: 040-88 16 74-210

Region West/Mitte: JMT Mietmöbel Deutschland GmbH & Co.KG - Hilden, Tel.: 02103-98 26-0

Region Süd: JMT Mietmöbel Deutschland GmbH & Co.KG - München, Tel.: 089-12 19 60-00

Region Ost: JMT EventService GmbH - Berlin, Tel.: 030-36 75 35-0

Festbedarf vom Profi

Über 50 Jahre Erfahrung, Qualitätsprodukte für den In- und Outdoorbereich, eigene Produktionsstätten, kurze Lieferzeiten, kompetente Mitarbeiter, gute Preise – Ihr Vorteil und unser Versprechen

Frühjahrsaktion „Primavera“

Nehmen Sie Platz!

Modell „Verona“
ab 29,99 EUR/Stck



Hochlehner,
Buche mit
Kunstleder

Klappstuhl mit
Sitzpolster,
Buche
ungelattet mit
Kunstleder

Modell „Neapel“
ab 13,99 EUR/Stck



Modell „Turin“
ab 8,25 EUR/Stck



Klappstuhl,
Buche gelattet
(Abb. ähnl.)

Alle Preise
zzgl. gesetzl.
MwSt. und
Transport.
Abgebote frei-
bleibend.

Weitere Aktionsangebote finden Sie auf unserer Homepage www.mcwood24.de oder Sie wenden sich direkt an unser freundliches Team. Ob Anfragen, Bestellungen oder Beratung – hier sind Sie in den besten Händen. Gerne stellen wir Ihnen unsere Produkte auch vor Ort vor.

McWood Productions GmbH & Co. KG
Edekastrasse 3
D-35418 Buseck

Fax: +49 (0) 64 08 - 90 13 42
E-Mail: info@mcwood24.de
www.mcwood24.de

mcwood
PRODUCTIONS

Tel.: +49 (0) 64 08 - 90 13 62

Ein einzigartiger Veranstaltungsort

Schuppen 52



Foto Gerresheim Serviert

Gerresheim serviert ist eines der führenden Catering-Unternehmen Deutschlands, das besonders an seinem Standort Hamburg einen hervorragenden Ruf als Event-Spezialist genießt.

Mit dem Schuppen 52 bietet Gerresheim Serviert seinen Kunden jetzt zusätzlich einen außergewöhnlichen Veranstaltungsort. Eingerichtet und geführt auf der Basis der Erfahrungen aus 30 Jahren und weit über 20.000 Veranstaltungen.

Schuppen 52 – ein einzigartiger Veranstaltungsort mitten im Hamburger Hafen. Ein klassischer Kaischuppen aus der Kaiserzeit, denkmalgeschützt, einer der wenigen, die noch erhalten sind und der einzige, der für Veranstaltungen verfügbar ist.

Die unvergleichliche Atmosphäre reflektiert ein Jahrhundert Hafen- und Seefahrtsgeschichte direkt am Wasser, mit einem Traumblick über die Elbe auf Hamburgs Stadtpanorama. Die Halle ist nach Angaben von Gerresheim Serviert die derzeit größte Eventlocation in Norddeutschland und bietet auf rund 6.000 qm Platz für über 3.000 Menschen. Sie ist flexibel und bedarfsgerecht teilbar, mit zeitgemäßer Infrastruktur und reichlich Parkraum. Nur wenige Autominu-

ten von der City oder der Autobahn entfernt. Hamburgerischer kann eine Veranstaltung nicht sein.

Die Großzügigkeit der imposanten Halle und ihre außergewöhnlich Variabilität ergeben ideale Gestaltungsmöglichkeiten für die verschiedensten Veranstaltungen. Anspruchsvolle Produktpräsentationen und Messen, große Feste oder Gala-Diners, Konzerte, Shows oder Filmvorführungen, Kongresse, Tagungen und Workshops, Film- und Fotoproduktionen.

Welches Event der Kunde auch plant, alles ist möglich. Gerresheim Serviert bietet einen Komplettservice für 30 bis 3.000 Gäste. Vom Catering – deftig bis raffiniert – über das Equipment und die Dekoration bis zur Organisation von Shows und Musik werden alle Details individuell auf die Kundenwünsche abgestimmt.

KONTAKT

Gerresheim Serviert GmbH
Außer Haus-Gastronomie
Australiastraße 52 B
20457 Hamburg
Tel.: +49 40 - 600 17 - 0
Fax: +49 40 - 600 17 - 179
info@gerresheim-serviert.de
www.gerresheim-serviert.de

Hamburger Event Locations

vorgestellt von Harald Böttcher, Kontrapunkt

Hamburg hat viele Gesichter: Quirlige Elbmetropole mit Seehafen, Tor zur Welt, traditionsreiche Handelsmetropole, kreative Medienhauptstadt und Kulturmetropole, weltweit drittgrößter Luftverkehrsstandort, um nur einige zu nennen. Die Stadt vereint elegant Tradition und Moderne, jugendliches Flair und schicke Eleganz.

So vielschichtig wie Hamburg ist, so vielfältig sind auch die Locations, die Hamburg für Events bietet: für kleine oder große Veranstaltungen, Public Events oder Corporate Events – für jede Ausrichtung findet sich eine Location. Besondere Top-Spots für Veranstaltungen sind die Elbe und der Hafen sowie die Alster, die sich in der Innenstadt zu einem großen Binnensee staut. Aber auch die Hafencity gewinnt als Eventstandort an Bedeutung. Die folgenden Veranstaltungsorte bieten Möglichkeiten für Events unterschiedlicher Couleur. Sie stellen aber nur einen minimalen Ausschnitt der großen Möglichkeiten die Hamburg bietet dar.



Award der Deutschen Werbebranche dort durchgeführt), Wirtschaftstreffen oder Produkteinführung – die Börsensäle sind immer wieder Schauplatz großer Events. Und das zu Recht: Die einmalige Architektur lässt sich hervorragend inszenieren und gibt Events einen perfekten Rahmen.

Das Heiligengeistfeld

Mitten in der City befindet sich das 80.000m² große Heiligengeistfeld. Es ist mir im letzten Jahr besonders ans Herz gewachsen, denn wir haben dort bei dem von uns realisierten Fan Fest FIFA WM 2006™ Hamburg Teil haben dürfen, an dem Deutschen Sommermärchen 2006. Das Areal bietet genügend Platz für Großveranstaltungen.



Neue Ausstellungshalle des CCH, Congress Centrum Hamburg

Das CCH hat eine neue Ausstellungshalle, die mit ihren 7.000 m², den technischen Möglichkeiten, die sie bietet und der zentralen Lage mitten in Hamburg eine absolute Alleinstellung innehat. Für Events mit großen Personenzahlen ist diese Halle perfekt geeignet.

Hamburg Cruise Center

Das Hamburg Cruise Center wurde vor kurzem um einen zweiten Terminal erweitert. Wenn nicht gerade ein Kreuzfahrtschiff in Hamburg liegt, bietet es als Eventlocation mit zwei großen Hallen Platz für Events und Tagungen mit charmanten Elbflair und einer Prise Salzluf.

Handelskammer Hamburg

Die Handelskammer Hamburg ist ein fester Bestandteil der Hamburger Event-Szene. Ob Medienevent (wir haben zuletzt den EFFIE, den wichtigsten

Terminal Tango im Airport Hamburg

Aufbruchstimmung macht sich breit, wenn die Event-Location Terminal Tango heißt. Der ehemalige Charterterminal des Hamburg Airport wurde zur Event-Location umgebaut. Da dort viele Einrichtungen, wie die Check-In-Counter und die Gepäckbänder im Originalzustand gelassen wurden, ist die Flughafenatmosphäre nach wie vor gegeben.

Hamburger Beachclubs

Cooler Partyatmosphäre bieten die vielen Hamburger Clubs rund um dem Kiez oder die trendigen Hotels, die sich in den letzten Jahren in Hamburg etabliert haben. Doch unschlagbar typisch hamburgisch sind die Hamburger Beachclubs die sich am Ufer der Elbe wie eine Perlenkette aufreihen. Für Open-Air-Events mit loungiger Atmosphäre und Hafengeräuschen absolute Top-Locations.

Hamburger Theater und die Musikhalle

Für Events mit Reihenbestuhlung und frontalem Bühnenprogramm (wie beispielsweise Awards) bieten sich auch die Hamburger Theater an wie z. B. das Deutsche Schauspielhaus oder die Musikhalle Hamburg, die Laeiszhalle, an. Die Zeiten, in denen diese genutzt werden können, sind aber natürlich mit dem Spielplan abzustimmen.

Red Dog Café

Das zum Café umgebaute ehemalige Toilettenhäuschen an der Alster ist ein kleiner Hamburger Geheimtipp. Für intime Veranstaltungen mit ca. 20 Personen ist die Terrasse des Red Dog Café perfekt geeignet.

Dock 10

Die für uns absolut spektakulärste Event-Location ist das Schwimmdock 10 von Blohm + Voss. Im Jahr 2004 hat Kontrapunkt den ZDF Hansetreff mit 2.000 geladenen Gästen im Schwimmdock im Hamburger Hafen durchgeführt. Eine Location, die an sich schon sehr außergewöhnlich für Veranstaltungen ist. Der besondere Clou war allerdings, dass im Dock zeitgleich ein großes Ozeanschiff lag. (siehe Foto). Die besondere Herausforderung dieser Location: Sie ist abhängig von Windstärken und Tidenhub und befindet sich im Hamburger Freihafen auf einem militärischen Sperrgebiet. Für die Gäste war nicht nur die Location faszinierend, sondern auch der phantastische Blick auf Hamburg und der Weg unter dem Bug des Ozeanriesens spektakulär



BEHEIZUNG / KLIMATISIERUNG

Helot GmbH KÖLN
Oskar-Jäger-Straße 145
50825 Köln
Tel.: +49 2 21-95 44 59-0
Fax: +49 2 21-95 44 59 90
koeln@helot.de
www.helot.de

SCHERRER HANDELSGES. MBH
Gretlade 2
31319 Höver
Vermietungs- und Servicehotline:
0800 - 7 24 37 73
Tel.: +49 51 32-9 20 00
Fax: +49 51 32-92 00 29
info@scherrer-online.de
www.scherrer-online.de

**BELEUCHTUNG / SOUND /
FULL SERVICE/ SONDERLÖSUNGEN**

event.brands & engineering gmbh
Worthington Str. 8
74564 Crailsheim
Tel: + 49 79 51 - 27 888 200
Fax+ 49 79 51- 27 888 900
info@in-plan.com
www.in-plan.com

LK AG
Wilhelm-Beckmann-Straße 19
45309 Essen
Tel.: +49 201 74 72-0
Fax: +49 201 74 72-100
info@lk-ag.com
www.lk-ag.com

Panirama GmbH
Illuminationsmanufaktur
Im Oelkamp 10
21379 Scharnebeck
Tel.: +49 41 36 - 911 98-60
Fax: +49 41 36 - 911 98 59
schwenck@panirama.de
www.panirama.de

FACHLITERATUR

Verlag Franz Vahlen GmbH
Wilhelmstr. 9
80801 München
Tel.: +49 89-38189-381
Fax: +49 89-38189-402
info@vahlen.de
www.vahlen.de

GÄSTEORGANISATION

Guest-Control
ist ein Produkt der rainmaker
medien-network GmbH
Kleine Johannisstraße 6
20457 Hamburg (Deutschland)
Tel.: +49 40 41 17 08-48
Fax: +49 40 41 17 08-39
info@guest-control.de
www.rainmaker.de

MOBILIAR VERKAUF / VERMIETUNG

Europa 2000 nv
Essenschotstraat 6210
(Industriepark Ravenshout 6)
B-3980 Tessenderlo
Tel.: +32-13-67 62 13
Fax: +32-13-67 62 12
info@europa2000.be
www.europa2000.be

JMT EventService GmbH
Schnackenburgallee 16
22525 Hamburg
Tel.: +49 40 88 16 74 210
Fax: +49 40 88 16 74 220
info@jmt-hamburg.de
www.jmt-event.de

McWood Productions GmbH & Co. KG
Edekastrasse 3
D-35418 Buseck
Tel.: +49 64 08 90 13 62
Fax: +49 64 08 90 13 42
info@mcwood24.de
www.mcwood24.de

LIVE-MARKETING-AGENTUREN

Kontrapunkt
Agentur für Kommunikation GmbH
Goldbekplatz 2
22303 Hamburg
Tel.: +49 40 - 27 84 76-0
Fax: +49 40 - 27 84 76-11
mail@kontrapunkt.de
www.kontrapunkt.de

Milla und Partner GmbH
Heusteigstraße 44
70180 Stuttgart
Tel.: +49 711 9 66 73 0
Fax: +49 711 6 07 50 76
gutentag@milla.de
www.milla.de

Internationale Vermietung: Classic-, Business-, VIP-Toilettenwagen Überall & Unabhängig

Versorgung

- Frischwasser
- Stromgenerator

Entsorgung

- Fäkalienentsorgung

Service

- Hygieneartikel
- Toilettenpersonal
- An- und Abtransport
- 24 Stunden Service



Ihr zuverlässiger Lieferant

ALTENWEG

GETRÄNKE · ZELTE · HALLEN

D-56291 Bickenbach Tel.: 06746 / 202 Fax 8900
www.altenweg.de - E.mail: info@altenweg.de

Vitamin-e GmbH
Grosse Elbstrasse 279
22767 Hamburg
Tel: +49 40 39105555
Fax: +49 40 39105111
hello@vitamin-e.com
www.vitamin-e.com

LOCATIONS / VERANSTALTUNGSSERVICE

Color Line Arena
D+J-Arena Hamburg GmbH
Sylvesterallee 10
22525 Hamburg
Tel: +49 40 -88 163-0
Fax: +49 40 -88 163-144
events@colorline-arena.com
www.colorline-arena.com

Gerresheim Serviert GmbH
Außer Haus-Gastronomie
Australiastraße 52 B
20457 Hamburg
Tel.: +49 40 - 600 17 - 0
Fax: +49 40- 600 17 - 179
info@gerresheim-serviert.de
www.gerresheim-serviert.de

Lokhalle Göttingen
Bahnhofsallee 1b
37081 Göttingen
Tel.: +49 5 51 / 9 99 58-0
Fax: +49 5 51 / 9 99 58 58
info@lokhalle.info
www.lokhalle.info

Nord Event GmbH
Alter Wandrahm 12
20457 Hamburg
Tel.: +49 40 / 20 00 64 0
Fax: +49 40 / 20 00 64 264
info@nord-event.de
www.nord-event.de

NON-FOOD-CATERING / EVENTAUSSTATTUNG

Beck + Heun GmbH
Steinstraße 4
35794 Mengerskirchen

Tel.: +49 64 76 - 91 32 0
Fax: +49 64 76 - 91 32 30
info@hindernisbau.de
www.hindernisbau.de

Party Rent Hamburg
Bernard & Roes GmbH
Biedenkamp 1B
21509 Glinde (bei Hamburg)
Tel.: +49 40 - 890 812-0
Fax: +49 40 - 890 812-22
hamburg@partyrent.com
www.partyrent-hamburg.de

PARTY RENT
Bomers & Hoffman GmbH
Am Buskolk 16-22
46395 Bocholt
Tel.: +49 28 71-24 81-0
Fax: +49 28 71-24 81-24
info@partyrent.com
www.partyrent.com

SANITÄRLÖSUNGEN / MOBILE INFRASTRUKTUR

Altenweg GmbH & Co. KG
Gewerbegebiet 1
D-56291 Bickenbach/Hunsrück
Tel.: +49 67 46 - 202
Fax: +49 67 46 - 8900
info@altenweg.de
www.altenweg.de; www.toiletten-
wagen.info

SANI GmbH
An den Reesenbetten 7
24782 Büdelsdorf
Tel.: +49 43 31 / 35 59-0
Fax: +49 43 31 / 35 59-58
info@sani.de
www.sani.de

SANI GmbH, Büro Hamburg
Daimlerstraße 71c
22761 Hamburg
Tel.: +49 40 - 54 76 76 76
Fax: +49 40 - 54 76 76 77
info@sani.de
www.sani.de

TOI TOI & DIXI
SANITÄRSYSTEME GmbH

Immer in Ihrer Nähe

Mit 12 TOI TOI & DIXI-Gesellschaften und über 70 Standorten bieten wir in ganz Deutschland ein flächendeckendes Servicenetz.

01809 Dohna • Pestalozzistr. 30 T: 03529 56 66 0, F: 03529 56 66 17	63571 Gelnhausen • Zum Weißen Rain 7 T: 06051 96 44 44, F: 06051 96 44 22
13591 Berlin • Nennhauser Damm 158 T: 030 36 47 06 0, F: 030 36 47 06 22	71686 Remseck • Rainwiesen 30 T: 07141 29 99 40, F: 07141 29 99 419
18147 Rostock • Am Hechtgraben 1a T: 0381 69 71 65, F: 0381 69 71 79	76227 Karlsruhe • Killisfeldstr. 40c T: 0721 46 47 26 0, F: 0721 46 47 26 15
21509 Glinde • Biedenkamp 21 T: 040 75 12 38, F: 040 75 34 650	81245 München • Kronwinkler Str. 24 T: 089 86 31 011, F: 089 86 32 421
31224 Peine • Lehmkuhlenweg 37 T: 05171 50 85 0, F: 05171 50 85 30	92364 Deining • Im Gewerbegebiet 2-4 T: 09184 80 83 0, F: 09184 80 83 80
42579 Heiligenhaus • Carl-Zeiss-Str. 23 T: 02056 98 10 0, F: 02056 98 10 20	99834 Gerstungen • Unterfeld 6 T: 036922 26 33 3, F: 036922 26 32 2



www.toitoidixi.de | www.toitoidixi.de | www.dixi.de

TOI TOI & DIXI Sanitärsysteme GmbH
(Niederlassungen siehe Anzeige
rechts)
www.toitoidixi.de
www.toitoidixi.de
www.dixi.de

74906 Bad Rappenau
Tel: 0800-8 22 95 43
Fax: +49 70 66-9 80-232
Losberger@Losberger.com
www.losberger.com

VERBÄNDE

FME - Forum Marketing-
Eventagenturen im FAMAB e.V.
Berliner Str. 26
D-33378 Rheda-Wiedenbrück
Tel.: +49 52 42 9454-24
Fax: +49 52 42 9454-10
fme@famab.de
www.famab.de

Röder HTS Höcker GmbH
Hinter der Schlagmühle
63699 Kefenrod
Tel: +49 60 49-95 05 05
Fax +49 60 49-95 05 07
verkauf@roeder-hts.de
www.roeder-hts.de

ZELTVERMIETUNG / ZELTVERKAUF

Losberger Intertent GmbH
Gottlieb-Daimler-Ring 14

Tartler Zelte AG
Erbacher Str. 58
64750 Lützelbach
Tel.: +49 60 66 - 96 00 0
Fax: +49 60 66 - 96 00 23
info@tartler-zelte.com
www.tartler-zelte.com

IMPRESSUM**HERAUSGEBER:**

ps konzept – agentur für kommunikation
ab. 11. April Achumerstr. 7
D-31683 Obernkirchen

TELEFON MARKETING:

+49 7 00 - 77 56 69 37 8

FAX MARKETING:

+49 (0) 5724 - 97 2 97 -15

TELEFON REDAKTION UND SERVICE:

+49 7 00 - 77 56 69 37 8

FAX REDAKTION UND SERVICE:

+49 (0) 5724 - 97 2 97 -15

E-MAIL REDAKTION UND SERVICE:

info@pskonzept-online.de

GESCHÄFTSFÜHRUNG:

Lia Mo, Peter Stumpf

CHEFREDAKTEUR UND V.I.S.D.P.:

Peter Stumpf

REDAKTION:

ps konzept – agentur für kommunikation

FOTOS UND ART BUYING: Lia Mo**ART DIRECTOR:** Lia Mo**MARKETING:** Michael Grinda**VERTRIEB UND ABONNENTENSERVICE:**

ps konzept – agentur für kommunikation

DRUCK: Meiling Druck, Haldensleben

Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder. Für unverlangte Einsendungen aller Art übernimmt der Verlag keine Haftung.

INSERENTENVERZEICHNIS

Seite 2:	Europa 2000
Seite 3:	Tartler Zelle AG
Seite 5:	Guest Control
Seite 7:	Color Line-Arena
Seite 9:	Verlag Vahlen
Seite 11:	In-Plan
Seite 13:	TOI TOI & DIXI
Seite 14:	SCHERRER Handelsgesellschaft
Seite 15:	Panorama
Seite 17:	Röder HTS Höcker GmbH
Seite 21:	SANI
Seite 23:	Helot GmbH, Losberger Intertent
Seite 37:	Vitamin-e
Seite 40:	LK AG
Seite 45:	JMT EventService
Seite 46:	McWood Produktions
Seite 49:	Allenweg GmbH
Seite 51:	Nord Event
Seite 52:	Party Rent
Beilagen:	Beck+Heun GmbH Lockhalle Göttingen

DER ADRESSENSERVICE + + + DER ADRESSENSERVICE + + + DER ADRESSENSERVICE

Die EVENT UND CO-Datenbank für Dienstleister ist die Grundlage für Ihren wirtschaftlichen Erfolg.
Anzeigenkunden bekommen einen kostenlosen Eintrag im Adressenverzeichnis.

Adresseintrag, bitte alle Angaben ausfüllen

Rubrik _____

Firma _____

Strasse, Hausnummer: _____

PLZ, Wohnort _____

Einsatzgebiet: _____

Schwerpunkt: _____

Kosten für Einträge:

€ 80,- pro Ausgabe

€ 360,- pro Jahr

Anzeigenschluss:

Anzeigenschluss ist der 18. des
Erscheinungsmonats.

Den Rechnungsbetrag buchen Sie bitte von meinem Konto (kein Sparkonto) ab:

Konto Nr.:

BLZ:

Bank:

Firma _____

Name, Vorname: _____

Strasse, Hausnummer: _____

PLZ, Wohnort _____

Unterschrift: _____

per Fax an: 0 57 24 - 97 2 97-15



ACHUMER STR. 7

31683 OBERNKIRCHEN

TEL.: +49 700 - 7 55 66 93 78

FAX: +49 57 24 - 97 2 97 15

INFO@PSKONZEPT-ONLINE.DE

VORTEILS-COUPON + + + VORTEILS-COUPON

Sechsmal EVENT UND CO im Abonnement für nur 4,00 EUR pro Ausgabe frei Haus
(Ausland 7,25 EUR).

Ich erhalte EVENT UND CO bei
jederzeitiger Kündigungsmöglichkeit
zum Preis von 24 EUR ab sofort frei
Haus.

Den Rechnungsbetrag buchen Sie bitte von meinem Konto (kein Sparkonto) ab:

Konto Nr.:

BLZ:

Bank:

Firma _____

Name, Vorname: _____

Strasse, Hausnummer: _____

PLZ, Wohnort _____

Unterschrift: _____

Widerrufsrecht:

Dieser Auftrag kann schriftlich beim

Abo-Service, Achumer Str. 7, 31683

Obernkirchen innerhalb von 10 Tagen

nach Eingang des Coupons widerrufen

werden. Rechtzeitiges Absenden

genügt.

per Fax an: 0 57 24 - 97 2 97-15

Der Norden steckt voller Ideen

und außergewöhnlicher Veranstaltungsllocations

Die Nord Event GmbH ist Betreiber unterschiedlicher, typisch hanseatischer Locations und Veranstaltungsflächen mit direktem und unvergleichlichem Hamburg-Bezug.



Historische Speicherböden (10-1200 Personen)
Flair von Handel und Hanse

Ehemalige Kaffeebörse (10-200 Personen)
Authentisches Ambiente in der Speicherstadt

Elb-Panorama (30-200 Personen)
Hamburgs höchster, rundum verglaster Event-Floor

Historisches Hauptpostamt (300-600 Personen)
Ideal für Messen und Ausstellungen

Alter Hamburger Jachtclub (50-200 Personen)
Altehrwürdige Villa mit Nähe zur Elbe

Windjammer MARE FRISIUM (bis zu 90 Personen)
Erleben Sie die einzigartige Atmosphäre an Bord

Zu der Firmengruppe Nord Event gehört außerdem
ein erstklassiges Cateringunternehmen.

Ein Muss für ein gelungenes Event –
ein überzeugendes Rahmenprogramm!

Hanse-Marathon - Teambuilding in der Speicherstadt
Gangbutschern: Historischer Stadtrundgang
Criminal Dinner – wenn Gäste zu Detektiven werden
Stadtrallye: Teambuilding, Spaß und Sightseeing
Casino Nacht – Roulette, Black Jack & Co

Firmengruppe Nord Event

Alter Wandrahm 12 · 20457 Hamburg
e-Mail: info@nord-event.de
Telefon: +49 (0)40 / 2000 64 0
www.nord-event.de



Wir sind Ihr Partner für exklusive Veranstaltungen in außergewöhnlichen Locations.
Informationen unter Telefon 040-2000 64-0 oder via e-Mail an info@nord-event.de

Welcome to our world®



Welcome to our world -

diese Einladung dürfen Sie ruhig wörtlich nehmen. Wenn wir Sie jetzt schon ein wenig neugierig gemacht haben, sollten Sie nicht länger zögern und unter www.welcome-to-our-world.com unseren aktuellen Katalog anfordern.

Party Rent bietet als Non-Food-Caterer einen umfassenden Full-Service und ist somit Ihr idealer Event-Logistik-Partner. Damit schließlich auch Ihre Kunden eine Vorstellung davon bekommen, was wir unter dem Geheimnis einzigartiger Event-Atmosphäre verstehen.

Party Rent hat „bewegendes“ Equipment

Da der Weg zu einem gelungenen Event oft ein sehr mühseliger ist, haben wir von Party Rent für unsere Produkte ein Transportsystem entwickelt, welches unabhängig von Staplern oder starken Armen einen reibungslosen und vor allem kräfteschonenden Auf- und Abbau garantiert. Und während des Events machen sich unsere großen Transporthilfen ganz klein - ganz schön clever.



Bocholt
T: +49 2871 2481-0
E: bocholt@partyrent.com

Berlin
T: +49 173 28999-24
E: berlin@partyrent.com

Hannover
T: +49 511 820763-0
E: hannover@partyrent.com

Dortmund
T: +49 231 931101-0
E: dortmund@partyrent.com

Frankfurt a. M.
T: +49 69 560 031-13
E: frankfurt@partyrent.com

Arnheim
T: +31 26 3623-192
E: arnheim@partyrent.com

Düsseldorf/Köln
T: +49 2173 10926-0
E: langenfeld@partyrent.com

Hamburg
T: +49 40 890812-0
E: hamburg@partyrent.com

Luxemburg
T: +352 267278-1
E: luxemburg@partyrent.com



partyrent.com