



Eventcatering-Unternehmen ziehen Halbjahresbilanz: Natascha Flamm von Rauschenberger kritisiert Kurzfristigkeit der Anfragen

# KOOPERATION STATT KONKURRENZ.

b.connect verbindet die  
Veranstaltungswirtschaft  
mit Investoren & Wirtschaft.

**b.**  
**con**  
**nect**  
business club

[www.bconnect.one](http://www.bconnect.one)

## Pitch-Wahnsinn?



Wettbewerbspräsentationen für Projekte in der Livekommunikation, ursprünglich als Instrument für einen fairen Wettbewerb gedacht, sind längst zu Monstern mutiert. Agenturen schufteten wochenlang für Konzepte, die selten oder nie honoriert werden. Dienstleister liefern Visuals und Taktungen in sportlichen Timelines, um dann eine Standardabsage ohne Feedback

zu kassieren. Auftraggeber fordern die „Extra-Meile“, ohne selbst Verantwortung zu übernehmen. Und alle wissen es – aber keiner stoppt den Wahnsinn.

„The Event Experiment“ hat sich getraut, es laut zu sagen. Vor zwei Jahren entwickelten Natalie Driesnack, Tobias Weber und Felix Kupfer mit dem „Reverse Pitch“ ein Denkmodell, das Auftraggeber und Agenturen die Rollen tauschen ließ. Ein Experiment – mit Augenzwinkern, aber einer ernsten Botschaft: Wenn wir so weitermachen, verbrennen wir eigentlich nur Ressourcen, Kreativität und Motivation.

Ein Workshop in Köln hat nun gezeigt, dass es Alternativen gibt. Mit Perspektivwechseln, wissenschaftlicher Begleitung durch Michelle Caroline Speth von der THM Gießen und der 3D-Welten-Methode von Janek Panneitz wurden konkrete Ansätze für faire, transparente und nachhaltige Ausschreibungen entwickelt. Die Teilnehmer – Vertreter aus Agenturen, Unternehmen, Medien und Wissenschaft – waren sich einig: Es wäre nicht einmal schwer, das System zu verändern. Eigentlich.

Doch genau hier liegt das Problem. Es braucht Mut, Pitch-Prozesse radikal neu zu denken. Auftraggeber müssen sich fragen, ob sie Pitches aus Gewohnheit oder aus echtem Bedarf starten. Agenturen müssen lernen, Nein zu sagen, wenn Briefings überzogen sind. Und die Branche insgesamt muss aufhören, zu schnell zum „Business as usual“ zu wechseln.

Das finale White Paper von „The Event Experiment“ erscheint im Juli 2025. Es liefert Fakten und Empfehlungen, die längst überfällig sind. Aber Papier allein wird nichts ändern. Veränderung braucht Haltung!

Randnotiz: Wie lassen sich kostenlose Leistungen wie Ideenpräsentationen für das Marketing von Unternehmen eigentlich mit Corporate Social Responsibility, also der freiwilligen Selbstverpflichtung von Unternehmen, über ihre gesetzlichen Pflichten hinaus Verantwortung für die Gesellschaft und die Umwelt zu übernehmen, vereinbaren?

Herzlichst

Ihr Peter Blach

### inhalt

- <sup>4</sup> BUSINESS Branchenbarometer 2025 vorgestellt
- <sup>6</sup> HALBJAHRESUMFRAGE Eventcatering
- <sup>11</sup> EVENT EXPERIMENT Nachhaltige Pitches im Fokus
- <sup>12</sup> WORK Haribo und Linkin Park auf Tour
- <sup>13</sup> SERVICES Pioneer Two Medienschiiff

Titelfoto: Natascha Flamm (Foto: Rauschenberger Catering)

- <sup>14</sup> VENUES Jütland
- <sup>16</sup> PEOPLE Jobs + Karriere
- <sup>17</sup> MARKETING-SERVICES Lieferantenverzeichnis
- <sup>26</sup> BACKSTAGE Karin Schneider
- <sup>26</sup> IMPRESSUM

MEDIA  
BOARD

OUT NOW!

POCKETEVENT

BlachReport

StageReport

WWW.BLACHREPORT.DE  
WWW.STAGEREPORT.DE





Das cherrypicker Branchenbarometer 2025 zeigt Optimismus bei Agenturen (Illustration: cherrypicker)

Agenturen hoffen trotz Umbruch auf stabile Umsätze

# Branchenbarometer 2025 vorgestellt

Trotz anhaltend unsicherer wirtschaftlicher und politischer Rahmenbedingungen zeigt sich ein großer Teil der Agenturbranche optimistisch. 82 Prozent der Agenturen erwarten für das Jahr 2025 stabile oder steigende Umsätze. Das geht aus dem aktuellen Branchenbarometer von cherrypicker hervor, das jährlich zentrale Entwicklungen der Agenturlandschaft erfasst. Im Mittelpunkt steht in diesem Jahr die Frage, wie Agenturen auf die sich verändernden Erwartungen ihrer Kunden – insbesondere der CMOs – reagieren.

„Das cherrypicker Branchenbarometer zeigt sehr deutlich, dass sich Agenturen auf die veränderten Anforderungen an CMOs und Marketingabteilungen einstellen müssen“, sagt Oliver Klein, CEO von cherrypicker. „Wenn ihnen das gelingt und sie echte Lösungen präsentieren können, können sie von dieser Phase des Umbruchs profitieren.“

Ein zentrales Ergebnis der Studie: Beratung ist für viele Agenturen wieder zu einer tragenden Säule geworden. 65 Prozent der Befragten beobachten eine steigende Nachfrage nach Strategie- und Beratungsleistungen. Besonders gefragt sind Kompetenzen in Bereichen wie Künstliche Intelligenz, Digi-

tale Transformation, Nachhaltigkeit und Data Analytics. Auch der Bedarf an Social-Media-First-Strategien nimmt weiter zu.

Veränderungen zeigen sich auch in der Art der Zusammenarbeit zwischen Agenturen und Kunden. Während klassische Briefings weiterhin relevant sind, gewinnen interaktive Formate wie Workshops zunehmend an Bedeutung. 59 Prozent der Agenturen berichten von einem Anstieg gemeinsamer Ideenfindungsformate. Zudem werden 38 Prozent regelmäßig zur Co-Creation eingeladen, also zur Mitentwicklung von Konzepten und Strategien in enger Abstimmung mit den Marketingabteilungen.

Ein weiteres zentrales Thema der Studie ist die Rolle von KI – sowohl intern als Investitionsfeld als auch extern als Beratungsangebot. 77 Prozent der Agenturen geben an, in Künstliche Intelligenz investieren zu wollen. Gleichzeitig sehen 62 Prozent keine Notwendigkeit, ihre Preise zu erhöhen, auch wenn KI-Projekte zusätzliche Ressourcen binden. Viele Agenturen nutzen KI intern zur Effizienzsteigerung und als Ausgleich für sinkende Budgets. Allerdings wird auch deutlich, dass Kunden häufig nicht bereit sind, diese Investitionen entsprechend zu honorieren. Stattdessen wachse die

Erwartung, dass KI automatisch zu Kostensenkungen führe.

Positiv wirkt sich hingegen aus, dass immer mehr Kunden Workshops zur KI-Weiterbildung nachfragen – ein zusätzliche Erlöse für Agenturen bringt. Parallel rückt das Thema Eigenmarketing stärker in den Fokus. 56 Prozent der Agenturen investieren, um ihre Sichtbarkeit zu erhöhen und ihr Profil im Markt zu schärfen. Vor dem Hintergrund eines intensiven Pitchjahres 2025 – mit durchschnittlich 24 Prozent Umsatzanteil durch Neukunden – scheint das notwendig. Weitere 28 Prozent des Neugeschäfts stammen aus Bestandskunden, die neue Etats ausschreiben.

Trotz dieser Chancen bleibt Kritik an der Planungsqualität vieler Marketingabteilungen. 73 Prozent der Befragten bemängeln eine zu kurzfristige Denkweise auf Kundenseite. Nur 15 Prozent halten ihre Kunden für mutig in ihren Entscheidungen.

Die Studie mit 426 teilnehmenden Agenturen zeigt eine Branche im Wandel. Der Druck zur Anpassung ist groß, aber viele Agenturen nehmen die Veränderungen als Chance wahr – und positionieren sich zunehmend als strategische, technologieaffine Partner ihrer Kunden.

## 2BDIFFERENT BEKAM BAFA-ZULASSUNG ALS BERATUNGSPARTNER

Das auf Nachhaltigkeit in der Veranstaltungswirtschaft spezialisierte Unternehmen 2bdifferent ist ab sofort als offizieller Beratungspartner beim Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) gelistet. Damit sind zahlreiche Leistungen im Bereich unternehmerischer Nachhaltigkeit für Eventagenturen und -dienstleister förderfähig – etwa zur strategischen Ausrichtung, Prozessoptimierung oder Zertifizierungsvorbereitung.

Das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle ist eine Bundesbehörde, die kleine und mittlere Unternehmen (KMU) durch geförderte Beratungen insbesondere in Bereichen wie Digitalisierung, Nachhaltigkeit oder Strukturwandel unterstützt. Im Rahmen des Programms „Förderung unternehmerischen Know-hows“ werden nun auch die Leistungen von 2bdifferent bezuschusst. Dazu zählen die Implementierung der ISO 20121:2024,

die CO<sub>2</sub>-Bilanzierung für den Geschäftsbetrieb oder Einzelveranstaltungen, Stakeholder- und Wesentlichkeitsanalysen sowie die Entwicklung nachhaltiger Strategien und Weiterbildungsmaßnahmen.

Je nach Ausgangslage und Unternehmenssituation kann die Förderhöhe bis zu 5.600 Euro betragen. Pro Unternehmen sind bis zu zwei geförderte Beratungen im Kalenderjahr möglich.



DRPGroup Source to Sea Team mit Dale Parmenter, 3. v. r. (Foto: DRPGroup)

DRPGroup feiert Jubiläum mit abenteuerlicher Spendenaktion

# Source to Sea Challenge

Zum 45. Jubiläum der DRPGroup hat sich Gründer und CEO Dale Parmenter etwas Besonderes einfallen lassen: eine viertägige Expedition entlang des längsten Flusses Großbritanniens – von der Quelle bis zur Mündung. Die „Source to Sea Challenge“ führte ihn und sein Team über 346 Kilometer von Mittel-Wales bis zur Irischen See bei Bristol – zu Fuß, mit dem Fahrrad und im Kajak.

Doch es ging um weit mehr als sportliche Höchstleistungen. Die Aktion ist Teil eines ambitionierten CSR-Programms, mit dem die DRPGroup 45 gemeinnützige Projekte umsetzen und bis Ende Juni 2025 eine Spendensumme von £20.000 (24.000 €) für vier

ausgewählte gemeinnützige Organisationen sammeln konnte.

Unterwegs trotzten Dale Parmenter und das Marketingteam der DRPGroup Wind, Wetter und Wasser: „Wir radelten durch sintflutartigen Regen, hatten unzählige Reifenpannen und wurden im Kajak mehr als einmal umgeworfen“, so Dale Parmenter. „Aber Aufgeben war nie eine Option. Es ging darum zu zeigen, was möglich ist, wenn man als Team zusammenhält – genau das, was unsere Agentur seit 45 Jahren ausmacht.“

Die Spendenaktion unterstützt vier Organisationen, die sich für Inklusion, Kreativität, Umweltschutz und die Unterstützung der Veran-

staltungsbranche einsetzen: Meeting Needs, Wheels for All, Creative Futures und der Severn Rivers Trust. Letzterer kümmert sich um den Schutz und die Renaturierung des Flusses Severn – ein Herzensanliegen für Dale Parmenter, der den Fluss und viele Orte entlang der Route mit persönlichen Erinnerungen verbindet.

„Als Agentur geht es uns nicht nur darum, in unseren Projekten Grenzen zu überwinden, sondern auch gesellschaftlich Verantwortung zu übernehmen“, so Dale Parmenter. „Die Source to Sea Challenge soll Aufmerksamkeit für diese Organisationen schaffen und dazu beitragen, ihre wichtige Arbeit zu unterstützen.“

Messe Frankfurt erzielt Rekordumsatz und -gewinn

# Prolight + Sound bleibt im Portfolio

Die Messe Frankfurt hat im Geschäftsjahr 2024 mit einem Umsatz von 775 Millionen Euro und einem Jahresüberschuss von 82 Millionen Euro neue Rekordwerte erzielt. Damit übertrifft das Unternehmen frühere Bestmarken deutlich. Die Entwicklung unterstreicht die Stabilität des Messegeschäfts und die internationale Ausrichtung des Konzerns.

Laut Geschäftsführer Wolfgang Marzin steht das Unternehmen so stabil und erfolgreich da wie nie zuvor. Investitionen seien wieder aus eigener Kraft möglich. Auch 2025 setzt sich der

positive Trend fort, getragen von hoher Besucherzufriedenheit, internationaler Beteiligung und einer starken Veranstaltungsdynamik. Das Messegeschäft sende ein positives Signal an Wirtschaft und Branchen, so Geschäftsführer Detlef Braun.

Trotz der Erfolge gebe es auch Herausforderungen, wie Wolfgang Marzin betont, etwa durch ein „schwieriges Marktumfeld“ im Bereich Veranstaltungstechnik und Musikalien. Eine Renaissance der Musikmesse, deren Beendigung 2022 erfolgte, sei nicht geplant.

Die Prolight + Sound, einst aus der Musikmesse hervorgegangen, wolle man jedoch weiter pflegen und ausbauen – trotz intensiven Wettbewerbs in Europa.

Rund 432 Millionen Euro des Konzernumsatzes wurden im Inland erzielt, 343 Millionen Euro im Ausland. Der Auslandsanteil liegt damit bei über 44 Prozent. Das EBITDA stieg 2024 auf 151 Millionen Euro. Weltweit wurden 348 Veranstaltungen durchgeführt, darunter 128 Eigenveranstaltungen mit 4,6 Millionen Besuchern und über 98.000 Ausstellern.



Natascha Flamm  
(Foto: Rauschenberger Catering)



Jutta Kirberg  
(Foto: Kirberg Catering)



Helena Radjeh  
(Foto: FR Catering)

Halbjahresumfrage Eventcatering 2025

# Volatiler Markt

DAS ERSTE HALBJAHR 2025 IST ABGESCHLOSSEN – IN DER LIVE-KOMMUNIKATION NICHT ÜBERALL MIT EINEM LÄCHELN IM GESICHT. WIR HABEN MAL BEI DEN ANBIETERN IM EVENTCATERING NACH DER STIMMUNG NACH DEM ERSTEN UND DEN ERWARTUNGEN FÜR DAS ZWEITE HALBJAHR GEFRAGT UND DAFÜR DREI FRAGEN IN DIE RUNDE GEGEBEN:

Wie bewerten Sie Ihre geschäftlichen Ergebnisse im ersten Halbjahr 2025? Welche Erwartungen haben Sie an das zweite Halbjahr 2025? Welche Wünsche und Anforderungen stehen bei den Kunden in diesem Jahr im Vordergrund? Nachfolgend die Statements:

**NATASCHA FLAMM, RAUSCHENBERGER CATERING**  
„Wir haben unsere Umsatzziele im ersten Halbjahr erreicht. In der Gesamtbetrachtung hatten wir zwar weniger Events in Summe, dafür mehr anspruchsvolle Veranstaltungen, wie zum Beispiel die AMG-Weltpremiere in Affalterbach oder das große MAN Mitarbeiterfest von MAN Solution mit über 10.000 Gästen. Zudem haben wir zum Start unserer neu eröffneten Unit auf Mallorca den Zuschlag erhalten, das ATP-Turnier in Santa Ponsa auszurichten. Hier durften wir über eine Woche hinweg 2.500 Personen im Public-Bereich und täglich über 350 Gäste im VIP-Bereich catern. Auch am Münchner Markt etablieren wir uns sehr gut und verzeichnen Umsatzwachstum.

Anfragen werden immer kurzfristiger platziert, daher ist eine Prognose über ein halbes Jahr nicht mehr in dem Maße wie in den vergangenen Jahren vorhersehbar. Es zeichnet sich jedoch ab, dass der September etwas verhaltener verlaufen wird, während der Oktober sehr stark werden dürfte. Wir haben viele Stammkunden, die mit uns ihre alljährlichen Weihnachtsfeiern planen. Vor diesem Hintergrund ist der Dezember bereits sehr gut gebucht. Hier erwarten wir sogar ein Umsatzwachstum im Vergleich zum Vorjahr. Durch unsere neuen Standorte in München und Mallorca erhöht sich zudem vermehrt die Anzahl der exklusiven Privatevents. Unsere Kunden nehmen uns mit auf die Reise in ihre Feriendomizile, sei es nach Kitzbühel, an den Tegernsee oder nach Mallorca. Es gibt keine spezifischen Wünsche und Anforderungen, die sich in diesem Jahr herauskristallisieren oder sich grundlegend verändert haben. Denn nach wie vor bringt jeder Event seine eigenen Anforderungen und damit verbundene Individualität mit sich. Unsere Kunden schätzen jedoch unser hohes Maß an Anspruchsdenken. Für wahrhaft ‚große Mo-

mente‘ müssen daher alle Komponenten eines Events perfekt aufeinander abgestimmt sein. Unsere Kunden vertrauen unserem Excellence-Prinzip, das dieser Erkenntnis Rechnung trägt. Qualität in allen Aspekten ist daher nach wie vor einer der wichtigsten Kundenwünsche und die damit verbundene Anforderung. Besonders geschätzt wird auch in 2025 unsere eigene Servicemannschaft. Wie legen seit Jahren großen Wert darauf, diese selbst zu rekrutieren, auszubilden und weiterzuentwickeln; wir achten darauf, dass wir bei einem Event nicht mehr als 20 % Mietkräfte einsetzen. Mit diesem Personalkonzept fahren wir seit vielen Jahren große Erfolge ein und das danken uns unsere Kunden.“

**JUTTA KIRBERG, KIRBERG CATERING**  
„Die Nachfrage ist stabil, unsere Ziele wurden erreicht und wir blicken zuversichtlich auf die zweite Jahreshälfte. Es geht heute darum Botschaften zu vermitteln, Kultur und Purpose des Unternehmens erlebbar werden zu lassen. Ein solches Erleben trägt über den Event weit hinaus, weil es den Spirit des Miteinanders auflädt und sehr motivierend im Alltag wirken kann. Die Zukunft des Caterings von Kirberg bleibt voller Geschmack, sie bleibt kreativ und gleichzeitig wird es grüner und grüner. Wir haben unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten unter ‚Culinary Green‘ zusammengefasst – zertifiziert durch die Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ).“

**HELENA RADJEH, FR CATERING**  
„Das betriebswirtschaftliche Ergebnis liegt so wie der Umsatz leicht unter Vorjahr, aber das war so geplant, denn die letztjährige EM mit sehr vielen Aufträgen von adidas und weiteren Sponsoren fehlt. Durch zwei große Aufträge im ansonsten für uns schwachen Monat August und einen herausragenden September werden wir in 2025 insgesamt eine Umsatzsteigerung von 13,4 Prozent zu 2024 haben. Die Situation ist leider weiter so, dass die Kunden sehr kurzfristig Entscheidungen treffen. Die Anforderungen sind unverändert im Rahmen des Konzeptcaterings Nachhaltigkeit und Regionalität. Beim Thema Nachhaltigkeit rückt unser Konzept mit Foodsharing (<https://foodsharing.de/>) immer stärker in den Fokus und bleibt wichtig. Der weitere Fokus liegt auf Dienstleistung nicht nur in der Angebots- und Projektierungsphase, sondern auch bei der Umsetzung vor Ort. Als Darbietungskonzept wird Family-Style immer stärker nachgefragt.“



Johannes Moldering  
(Foto: lemonpie Eventcatering)



Georgios Krokos  
(Foto: Wisag Event Catering)



Floris Vlasman  
(Foto: Floris Catering)

**JOHANNES MOLDERINGS, LEMONPIE EVENTCATERING**  
„Das erste Halbjahr war geprägt von spürbarer Zurückhaltung – Budgets wurden reduziert, Veranstaltungen kleiner geplant oder vereinzelt gestrichen. Dennoch konnten wir zahlreiche Projekte mit hohem Anspruch realisieren und flexibel auf die veränderten Rahmenbedingungen reagieren. Die weltpolitische Lage stellt viele Unternehmen vor große Unsicherheiten – umso wichtiger ist es, als verlässlicher und ideenstarker Partner an der Seite unserer Kunden zu stehen.

Wir blicken aufmerksam und realistisch auf das zweite Halbjahr. Die Herausforderungen bleiben. In einem volatilen Markt setzen wir auf Nähe zum Kunden, kreative Konzepte und flexible Planung. Gerade jetzt zeigt sich, wie wertvoll unsere Erfahrung und Agilität sind. Unsere Kunden erwarten weiterhin exzellente Ergebnisse – trotz knapper Budgets. Diesem Anspruch begegnen wir mit angepassten Konzepten und maximal optimiertem Ressourceneinsatz. Besonders im Premiumsegment aber – etwa bei Luxusmarken oder Privatbanken – sehen wir eine stabile Nachfrage. Hier wird gezielt in hochwertige Veranstaltungen investiert, die durch starke Inszenierungen und besondere Atmosphäre überzeugen. Solche Formate zeigen, dass Events auch in herausfordernden Zeiten eine wichtige Rolle spielen.“

**GEORGIOS KROKOS, WISAG EVENT CATERING**  
„Im ersten Halbjahr haben wir ein spürbar zurückhaltendes Marktverhalten erlebt. Viele Veranstaltungen, insbesondere im Corporate Bereich wurden zwar angefragt, jedoch nicht final beauftragt. Die politische und wirtschaftliche Unsicherheit hat zu vorsichtigen Entscheidungen und einer entsprechend verhaltenen Auftragslage geführt. Ein Wachstum gegenüber dem Vorjahr konnten wir daher nicht verzeichnen.

Gleichzeitig haben wir die frei gewordenen Kapazitäten genutzt, um unsere internen Strukturen gezielt weiterzuentwickeln und Prozesse zu optimieren. Eine Investition, die uns langfristig stärkt. Nach dem klassischen Sommerloch während der Schulferien erwarten wir ab Ende August bis Anfang Oktober eine starke Event-Phase mit mehreren großen, teils sehr komplexen und hochwertigen Veranstaltungen. Auch wenn das zweite Halbjahr insgesamt ruhiger ausfällt als im Vorjahr, ist es deutlich dynamischer als die ersten sechs Monate. Aktuell erreichen uns viele neue Anfragen. Das stimmt uns optimistisch. Unser Fokus bleibt klar auf Qualität, Verlässlichkeit und individuellen Umsetzungen. Der Trend geht klar in Richtung Flexibilität: Flying Buffets, kombinierte Konzepte mit Live-Cooking-Stationen und weniger klassische gesetzte Menüs. 3- bis 12-Gänge-Menüs finden eher im kleinen, privaten Rahmen statt.

Nachhaltigkeit bleibt ein zentrales Thema, gleichzeitig rückt das Spannungsfeld zwischen Qualität und Budget noch stärker in den Fokus. Kunden erwarten durchdachte Konzepte, die beides vereinen.“

**FLORIS VLASMAN, FLORIS CATERING**  
„Obwohl die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen im ersten Halbjahr 2025 herausfordernd waren, ist Floris stolz auf die Fortschritte, die wir gemacht haben. Wir konnten unsere Kunden weiterhin zuverlässig bedienen und haben wertvolle Erfahrungen gesammelt, die uns helfen, unsere Angebote noch besser auf die aktuellen Gegebenheiten abzustimmen. Das erste Halbjahr hat uns gezeigt, wo wir noch wachsen und uns verbessern können, und wir blicken mit Zuversicht auf die kommenden Monate. Für das zweite Halbjahr 2025 setzen wir uns realistische und motivierte Ziele. Trotz wirtschaftlicher Unsicherheiten möchten wir unsere Kunden weiterhin bestmöglich betreuen und neue Wege finden, um unsere Dienstleistungen anzupassen. Wir sehen die Herausforderungen als Chance, innovativ zu bleiben und unsere Flexibilität zu stärken. Mit dieser positiven Einstellung sind wir zuversichtlich, dass wir auch in der zweiten Jahreshälfte Fortschritte machen und unsere Position am Markt weiter festigen können.

Unsere Kunden legen in diesem Jahr besonderen Wert auf Nachhaltigkeit und regionale Produkte. Sie wünschen sich umweltfreundliche Verpackungen, flexible Catering-Optionen und eine größere Vielfalt an vegetarischen und veganen Angeboten. Zudem steigt die Nachfrage nach individuellen und maßgeschneiderten Lösungen, um besondere Anlässe noch persönlicher zu gestalten. Floris nimmt diese Wünsche sehr ernst und arbeitet kontinuierlich daran, das Angebot entsprechend anzupassen und stets zu verbessern.“

**RICHARD SCHMITZ, KUFFLER EVENT & LOCATION MANAGEMENT**  
„Wir sind weitestgehend zufrieden mit dem ersten Halbjahr 2025 und liegen in den meisten Bereichen über Plan. Das Tal der Tränen aus 2024 scheint durchschritten und die Umsätze haben sich, nicht zuletzt durch die mittlerweile gut angelaufene Upper East Site Event Location, weitestgehend stabilisiert. Wir blicken durchaus positiv in die Zukunft. Wir haben einen sehr starken September und einen starken Oktober vor uns. Im November und Dezember gibt es aber noch Luft nach oben. Die Buchungslage hat sich, verglichen mit 2024, für uns deutlich verbessert, aber die Kunden sind nach wie vor sehr preissensibel. Heißt für uns, es gilt preislich attraktive Pakete zu schnüren und auch als Caterer beziehungsweise Gastronom mit Full-Service-Angeboten zu punkten, um die Kunden abzuholen.“





alle Grafiken: AUMA

2,5 Millionen ausländische Gäste

# Messeplatz Deutschland

Wie aktuelle Erhebungen des Verbands der deutschen Messewirtschaft AUMA zeigen, ist Deutschland der führende Messeplatz in der Welt – auch mit Blick auf die hohe Internationalität auf Aussteller- und Besucherseite: Allein 2,46 Millionen Menschen kamen demnach im vergangenen Jahr aus dem Ausland auf die 176 nationalen und internationalen Messen in Deutschland – was einem Auslandsanteil von 34 Prozent entspricht. Kein anderes Messeland zieht laut AUMA vergleichsweise viele Gäste aus dem Ausland an. Im Vorjahr lag dieser Wert noch bei 33 Prozent. Europa ist zugleich Zentrum der weltweiten Messewirtschaft, wie der Weltverband der Messewirtschaft UFI aktuell mitteilt: Mehr als 100 Millionen Menschen aus Europa und der Welt besuchten 2024 Messen auf dem Kontinent – das sind ein Drittel aller Messegäste weltweit.

Konkret kamen die meisten Messebesucher in Deutschland zuletzt aus den Niederlanden (211.000), Italien (176.000), Österreich (152.000), der Schweiz (148.000) und China (120.000), wie der AUMA vor dem jährlichen Spitzentreffen der Branche am 24. Juni in Berlin mitteilte. Ehrengast beim Jahrestreffen war die Parlamentarische Staatssekretärin bei der Bundesministerin für Wirtschaft und Energie

und Beauftragte der Bundesregierung für den Mittelstand, Gitta Connemann.

Spitze bleibt Messedeutschland auch auf Aussteller-Seite der nationalen und internationalen Messen zwischen Husum und Friedrichshafen, Essen und Leipzig: Insgesamt stellten 2024 107.370 ausländische Unternehmen hierzulande aus. Führende Ausstellernation ist die Volksrepublik China (20.630 Unternehmen), mit einigem Abstand gefolgt von Italien (10.690), den Niederlanden (rund 5.020), der Türkei (4.920), sowie Frankreich (4.820).

Philip Harting, Vorsitzender des Verbandes der deutschen Messewirtschaft AUMA: „Der Messeplatz Deutschland ist der Treffpunkt der globalen Wirtschaft. Gerade das internationale Publikum ist unser größter Fan. Menschen aus aller Welt lassen Messedeutschland brummen. Wir sind und bleiben der internationalste Standort. Die Bundesregierung fordern wir auf, uns mit einer aktivierenden Wirtschaftspolitik zu flankieren: deutlich weniger Bürokratie, konsequente Digitalisierung der öffentlichen Verwaltung, gerade bei der Visavergabe.“

2024 fanden in Summe 322 Messen statt – darunter 176 internationale und nationale sowie 138 regionale sowie acht Neuveranstaltungen. Alle zentralen Kennzahlen verzeich-

nen ein klares Wachstum gegenüber den jeweiligen Vorveranstaltungen: Die 70 Messeplätze in Deutschland boten mehr als 204.000 ausstellenden Unternehmen eine Plattform (plus 9,2 Prozent). Über 11,7 Millionen Besucher wurden gezählt (plus 3,2 Prozent). Auch die Standfläche stieg auf knapp 7,2 Millionen Quadratmeter (plus 7,2 Prozent). Diese Zahlen konnten trotz Problemen im messeschweren ersten Quartal geliefert werden, wo mehr als 50 Veranstaltungen von Streiks im Bahnverkehr, öffentlichen Nahverkehr und an Flughäfen betroffen waren. AUMA-Schätzungen zufolge kamen dadurch bis zu 250.000 Besucher weniger – ein Rückgang von durchschnittlich elf Prozent.

2025 finden laut AUMA mehr als 310 Messen in Deutschland statt, darunter mehr als ein Dutzend Neuveranstaltungen zu Themen wie Pflege, Energie, Bau. Bis 2029 planen die deutschen Messeplätze umfangreiche Investitionen in Modernisierung und Weiterentwicklung ihrer Infrastrukturen. Ziel ist, den Service für ausstellende Unternehmen und Besucher zu verbessern sowie Nachhaltigkeitsziele und hohe digitale Standards zu erfüllen. Nach AUMA-Berechnungen werden dafür deutschlandweit mehr als 770 Millionen Euro investiert.

fwd:-Event wtf25 findet Anfang Juli in Bremen statt

# Bühne für Wandel und Zukunft der Eventbranche

Die fwd: Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft lädt am 9. und 10. Juli 2025 zur Veranstaltung „we transform future“ – kurz wtf25 – ein. Nach der Premiere 2023 findet der interdisziplinäre Branchen-Event diesmal in der Alten Werft in Bremen statt. Im Zentrum steht die Frage, wie sich die Veranstaltungsbranche zukunftsfähig aufstellen kann – mit praxisnahen Formaten, thematischer Vielfalt und Raum für neue Perspektiven.

Mehr als 50 Speaker gestalten das Programm, das sich auf fünf inhaltliche Schwerpunkte – Business, Politics, People, Sustainability sowie ein übergreifendes Thema – konzentriert. Auf sieben Areas verteilt bietet wtf25 Panels, Keynotes, Workshops und Diskussionsformate, die zur aktiven Teilnahme einladen sollen. Ziel ist es, gemeinsam Impulse für nachhaltige, kreative und inklusive Veranstaltungen zu setzen.

Den Auftakt markiert Prof. Stefan Hofmann mit seiner Session „Above & Beyond – fühl mal, was wirklich zählt!“ auf der Main Stage. Im Mittelpunkt steht die Frage, wie echte Erlebnisse in der Livekommunikation wieder an Bedeutung gewinnen können – mit Fokus auf Authentizität, Gemeinschaft und emotionale Wirkung.

Eines der Panels am ersten Veranstaltungstag trägt den Titel „Live ist tot? Wie Veranstaltungen 2025 zwischen Kosten, Wandel und Kreativität überleben“. Hier wollen Expertinnen und Experten aus Messebau, Agenturen und Wissenschaft neue Geschäftsmodelle, digitale Schnittstellen und kreative Strategien diskutieren, um die Livekommunikation zukunftsfähig zu gestalten.

Am zweiten Tag folgt das Panel „Awareness, Diversity, Inclusion“ in der Interaction Area. Diskutierende sind unter anderem Johannes Everke (BDKV), Georg Winkel (Swoofle), Ivo

Hewing (ereignishaus) und Julia Jost (fwd:), moderiert von Rebekka Bogner. Thematisiert werden konkrete Ansätze, wie Veranstaltungsformate inklusiver, bewusster und menschlicher konzipiert werden können – mit dem Ziel, Komfortzonen zu verlassen und die Bedürfnisse aller Beteiligten in den Mittelpunkt zu rücken.

Ein weiterer Impuls folgt von Philipp Dorendorf, Creative Director bei East End Communications, im Solution Space: Kreativität ist keine Kür, sondern zentrale Kompetenz für Wandel und Zukunftsfähigkeit in der Branche.

Neben inhaltlicher Tiefe will wtf25 auch 2025 auf Nachhaltigkeit und Zugänglichkeit setzen. Mit dem Young Talent Ticket erhalten Nachwuchskräfte zwischen 18 und 27 Jahren vergünstigten Zugang inklusive Verpflegung und Abendprogramm. Ergänzend gibt es das Green Upgrade, das eine klimafreundliche Teilnahme unterstützt.



Veranstaltungsort Alte Werft in Bremen  
(Rendering: Joke Event)

## RIYADH COMPANY ORGANISIERT WELTAUSSTELLUNG IN RIAD

Der saudi-arabische Staatsfonds PIF gibt die Gründung der Expo 2030 Riyadh Company (ERC) bekannt. Die Firma befindet sich in vollständigem Besitz von PIF und wird die Einrichtungen der Expo 2030 Riyadh – Saudi-Arabiens erster Weltausstellung – bauen und betreiben.

Der Masterplan für die Expo 2030 Riyadh sieht eine Fläche von sechs Millionen Quadratmetern vor und macht sie damit zu einer der flächenmäßig größten Weltausstellungen. Die Expo soll im Norden Riads stattfinden, in der Nähe des zukünftigen King Salman International Airport, und eine direkte Anbindung an die Sehenswürdigkeiten der saudischen Hauptstadt bieten.

Die Expo 2030 soll laut PIF voraussichtlich mehr als 40 Millionen Besucher anziehen. Nach der Expo plant ERC die Umgestaltung des abgeschlossenen Expo-Geländes in ein globales Dorf. Dieses soll als multikulturelles Zentrum für Einzelhandel und Gastronomie dienen, umgeben von einer internationalen Wohnanlage für nachhaltigen Tourismus. PIF verfolgt weiterhin das Ziel, wirtschaftliche Impulse für Saudi-Arabien zu setzen.

Die neue Gesellschaft ERC soll nun zügig ihre Aktivitäten aufnehmen und mit lokalen und globalen Partnern zusammenarbeiten, um ihre Ziele in den Bereichen Bau, Kulturprogramm

und Veranstaltungsmanagement zu erreichen.

Die Expo 2030 Riad soll vom 1. Oktober 2030 bis zum 31. März 2031 stattfinden. Riad hatte im November 2023 den Zuschlag für die Ausrichtung erhalten. Während der Bauphase soll die Expo 2030 voraussichtlich rund 64 Milliarden US-Dollar zum saudischen BIP beitragen und rund 171.000 direkte und indirekte Arbeitsplätze schaffen. Nach Inbetriebnahme wird ein Beitrag von rund 5,6 Milliarden US-Dollar zum BIP erwartet. Teilnehmende Länder haben die Möglichkeit, permanente Pavillons zu errichten und so Teil des Expo-Erbes zu werden.



Petra Hedorfer und Matthias Schultze (Foto: GCB)

GCB diskutierte die Transformation von Business Events

# Mitgliederversammlung in Frankfurt

Im Rahmen seiner Mitgliederversammlung am 2. Juli 2025 hat das GCB German Convention Bureau erstmals seine Roadmap 2030 mit wesentlichen strategischen Schwerpunkten für die Arbeit der nächsten Jahre vorgestellt. Die rund 100 Teilnehmer im Maritim Hotel Frankfurt diskutierten in diesem Kontext zentrale Zukunftsthemen für Business Events – von Künstlicher Intelligenz über nachhaltige Transformation bis hin zur Schaffung neuer Angebote für „Blended Travel“. Ein Workshop-Programm zu Themen wie KI-Personas sowie das erweiterte Format für Young Professionals rundeten die Veranstaltung ab.

Ziel der GCB Roadmap 2030 ist es, die Rolle von Business Events als Plattformen für Wissenstransfer, Innovation und gesellschaftlichen Dialog zu stärken und gleichzeitig die Wettbewerbsfähigkeit des Standorts nachhaltig zu sichern. Petra Hedorfer, CEO der Deutschen Zentrale für Tourismus und Vorsitzende des GCB-Verwaltungsrates: „In einem herausfordernden, von Transformationen geprägten Umfeld ist der strategische Weitblick wichtiger denn je. Datenbasiertes Handeln, verlässliche internationale Partnerschaften und innovatives Marketing sind der Schlüssel, um die Attraktivität der Tagungs- und Kongressdestination Deutschland nachhaltig zu stärken. Mit seiner neuen Roadmap leistet das GCB dazu einen wichtigen Beitrag.“

Die GCB Roadmap setzt auf fünf inhaltliche Schwerpunkte: evidenzbasierte Marktanalysen, Forecasts und Marktbearbeitung, eine verantwortungsvolle KI- und Datenstrategie, die Weiterentwicklung der Kompetenzfelderstrategie in Wirtschaft und Wissenschaft, Nach-

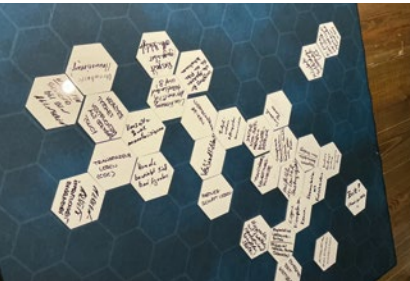
haltigkeit und Diversity sowie die Gestaltung von Angeboten für neue Arbeits- und Lebenswelten. Das Strategiepapier versteht sich nicht nur als Leitlinie für die Arbeit des GCB, sondern auch als Impulsgeber für das gesamte Ökosystem des Tagungs- und Kongressstandortes. „2030 ist kein Endpunkt – sondern ein Meilenstein. Die Roadmap soll uns zeigen, was möglich ist, wenn wir gemeinsam denken, handeln und gestalten. Und sie erinnert uns daran, dass Zukunft kein Zufall ist, sondern das Ergebnis evidenzbasierter Entscheidungen und kollaborativen Handelns im Heute“, so Matthias Schultze, Geschäftsführer des GCB.

Im Kontext dieser Strategie beinhaltete das Rahmenprogramm der Mitgliederversammlung 2025 auch drei Workshops, in denen sich die Teilnehmer mit unterschiedlichen Zukunftsprojekten befassten. In Workshop 1 – umgesetzt in Zusammenarbeit mit dem Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO – stand das Thema „KI-Personas“ im Fokus. KI-Personas sind virtuelle Kundenprofile, die bereits in frühen Phasen eines Projekts als Entscheidungshilfe in der Entwicklung neuer Produkte und Services genutzt werden können. Workshop 2 drehte sich um das Marktforschungs-Dashboard „GCB Pulse“, das derzeit geprüft und entwickelt wird. Die Teilnehmer diskutierten hier etwa, welche Daten besonders relevant wären und welche Quellen dafür herangezogen werden können. In Workshop 3 – durchgeführt in Zusammenarbeit mit dem Softwarestudio „aus der Technik“ – beschäftigten sich die Mitglieder mit dem Pilotprojekt „GCB Smartbot“, einem KI-basierten Suchassistenten für die gesamte Informationswelt des GCB.

Nach der Einführung des „Plus One“-Konzepts zur GCB Mitgliederversammlung 2024 und der anschließenden Gründung der deutschlandweiten „Next Gen MICE Community“ waren die GCB-Mitglieder auch dieses Jahr eingeladen, einen jungen Kollegen aus ihrer Organisation zur Veranstaltung mitzubringen und so die Nachwuchsförderung zu stärken. Das Format für die Young Professionals wurde diesmal deutlich ausgeweitet und begann bereits am Vortag mit einer Führung durch das Archiv der Messe Frankfurt und einem Impulsprogramm mit externen Gästen zum Thema Networking und Kollaboration am Vormittag des 2. Juli.

Die Arbeit des GCB wird durch das Engagement seiner Gremien Verwaltungsrat und Marketingausschuss wie auch durch den Einsatz der Rechnungsprüfer unterstützt. Aufgrund des Ausscheidens zweier Vertreter aus ihren Unternehmen und damit auch aus ihren Ämtern im GCB wurden diese Positionen neu gewählt.

Als Nachfolgerin von Sabine Thiele (Regensburg Tourismus) als Vertreterin der Sparte „Städtische oder kommunale Marketingorganisationen und Kongresszentren/Locations“ wurde Corinne Miseer (Dresden Marketing) neu in den GCB-Verwaltungsrat gewählt. Alle weiteren Mitglieder im Verwaltungsrat und im Marketingausschuss führen ihre Arbeit fort. Im Amt der Rechnungsprüferin folgt Christiane Seelgen (Wiesbaden Congress & Marketing) auf Udo Schäfer (Tourismus & Congress Region Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler) – sie steht damit künftig an der Seite von Michael Biwer (Messe Frankfurt Venues), dessen Amtszeit unverändert weiterläuft.



3D-Welten-Methode beim Workshop in Köln (Foto: BlachReport)

Workshop Day rückte faire und nachhaltige Pitches in den Fokus

# The Event Experiment

2023 sorgte das Projekt „The Event Experiment“ mit seiner Idee eines „Reverse Pitch“, bei dem Eventveranstalter für ihre Projekte um ihre Durchführungspartner pitchten, für große Aufmerksamkeit in der Eventbranche. Jetzt fand ein abschließender Workshop mit Branchenvertretern in der Schokoladenfabrik in Köln statt.

Inhaltlich ging es beim Workshop darum, die Pitch-Kultur in der Veranstaltungswirtschaft mit ihren Chancen und Möglichkeiten, aber auch vielen Fehlentwicklungen, neu zu denken und konkrete Lösungsansätze für nachhaltigere Ausschreibungsprozesse zu entwickeln. Teilnehmer aus Unternehmen, Agenturen, Wissenschaft, Eventcatering, Medien und Eventservices starteten den Tag mit einer Reflexion: Was war ihr bestes und was ihr schlechtestes Pitch-Erlebnis? Diese Gedanken wurden direkt zu Beginn gesammelt und flossen als Grundlage in die folgenden Diskussionen ein.

Eröffnet wurde der Workshop von Qifen Wang von der Agentur Seventy2 in Singapur, die das Projekt und die begleitende Umfrage in Malaysia, Thailand, Greater China, Indonesien, Hongkong und Singapur verbreitete. So konnten Perspektiven aus dem asiatischen Raum in die Debatte eingebracht werden.

Im weiteren Verlauf arbeiteten die Teilnehmer mit der 3D-Welten-Methode von Janek Panneitz, die 2023 mit dem Europäischen Trainingspreis des BDVT ausgezeichnet wurde. Diese interaktive Vorgehensweise ermöglichte es, praxisorientierte Ideen für faire, transparente und ressourcenschonende Pitches zu entwickeln. Ziel war es, konkrete Handlungsempfehlungen zu formulieren, die alle Stakeholder – Veranstalter, Agenturen und Dienstleister – einbeziehen.

Mit der 3D-Welten-Methode lassen sich Veränderungsprozesse und komplexe Herausforderungen nahezu „spielerisch“ visualisieren. Die Teilnehmer bauen mit einem speziell entwickelten Set von beschreibbaren Sech-

ecken sowie Holz-Bausteinen und -Figuren ihre 3D-Welt. So wird die Herausforderung – zum Beispiel ein Prozess, eine Team-Struktur oder ein konkretes Problem – vor den Teilnehmern sichtbar. Da alle mitbauen, werden alle Teilnehmermeinungen eingeholt. Der Schritt weg vom Flipchart hin zur dreidimensionalen Visualisierung in der Gruppe bringt eine wesentliche Verbesserung der Wahrnehmung komplexer Herausforderungen.

Das Projekt „The Event Experiment“ stellte bei seiner Vorstellung vor zwei Jahren den klassischen Pitch-Prozess auf den Kopf: In einem branchenweit einmaligen Reverse Pitch bewarben sich Auftraggeber um die Durchführung eines von Agentur und Location entwickelten Events. Die Initiatoren Natalie Driesnack und Tobias Weber von der Agentur format:c aus Köln sowie Felix Kupfer vom Kongresszentrum Gurgl Carat in Tirol wollten damit nicht ein neues Standardmodell schaffen, sondern ein Bewusstsein für die Herausforderungen der Pitch-Kultur und die Möglichkeiten nachhaltigerer Ansätze fördern.

Tobias Weber: „Das Thema Reverse Pitch haben wir natürlich mit einem Augenzwinkern entwickelt. Es schafft für alle Beteiligten eine neue Situation, und viele Unternehmen werden aufgrund rechtlicher Vorgaben vielleicht so etwas gar nicht machen können. Das war uns bewusst. Am Ende des Tages ist es ein Experiment mit dem Vorschlag, dass man miteinander reden sollte, um zu besseren Events zu kommen.“

Das Thema „Pitches“ wird seit vielen Jahren kontrovers diskutiert. Auftraggeber und Veranstalter erhoffen sich davon Ideen für ihre Anforderungen und Einblicke in die Kreativität und das Leistungsvermögen potentieller Leistungspartner. Sie erzeugen bei den involvierten Teilnehmern dieser Wettbewerbspräsentation aber einen immensen Aufwand hinsichtlich Zeit und Geld, der bei den nichtberücksichtigten Pitchteilnehmern in vielen Fällen nicht einmal teilweise honoriert wird und selbst

eine Stellungnahme zu den „unterlegenen“ Präsentationen verweigert wird.

Carsten Knieriem, CEO der Agentur what when why in Ludwigsburg, hat das kürzlich in einem Beitrag kritisch zusammengefasst: „Wir alle kennen die Situation: Ein umfangreiches Briefing mit 30 Seiten Scope, Markenleitbild, Personas und exakten Formatvorgaben. Die Erwartung: ausgereifte Konzepte, Visuals, manchmal sogar erste Taktungen – in einer sportlichen Timeline. Und am Ende kommt eine Standardabsage ohne Feedback. Natürlich passt es manchmal einfach nicht, ein anderer Teilnehmer gewinnt dann völlig zurecht. Und wir glauben daran, dass Dienstleistung nur funktioniert, wenn man die Extra-Meile geht – mit voller Energie. Doch dafür braucht es etwas ganz Einfaches: Ehrlichkeit, Augenhöhe und Verbindlichkeit. Ein Pitch ist keine Formsache, sondern der erste Schritt in eine Zusammenarbeit – und der Moment, der zeigt, ob man auf Augenhöhe startet.“

Der Workshop Day verstand sich als Arbeitstag für die Branche und als Auftakt für eine neue Ausschreibungskultur, bei dem Inhalte wie der Reverse Pitch und Aussagen wie die von Carsten Knieriem diskutiert wurden: Was braucht es für faire, effiziente und nachhaltige Pitches? Und welche Bedingungen sind erforderlich, um Pitches künftig erfolgreich für alle Beteiligten umzusetzen?

Michelle Caroline Speth von der THM Gießen hat das Projekt „The Event Experiment“ während der Laufzeit wissenschaftlich begleitet und stellte auf dem Workshop Day in Köln erste Ergebnisse vor. Ihre Untersuchungen, ergänzt durch eine breit angelegte Umfrage und zwei Bachelorarbeiten, lieferten eine faktenbasierte Grundlage für den Dialog. Das finale White Paper mit allen Ergebnissen des Projekts soll Ende Juli 2025 erscheinen. Bis dahin werden noch rechtliche Fragen geklärt und die Erkenntnisse aus dem Workshop in die Publikation integriert. Vielleicht der Anstoß für eine neue Pitchkultur . . .





Haribo und Linkin Park sind gemeinsam auf Tour (Foto: Mark Fiore)

Limited Edition

# Haribo und Linkin Park auf Tour

Haribo und die Band Linkin Park sind in diesem Sommer auf den Musikbühnen der Welt unterwegs. Für die „From Zero World Tour“ haben die Bandmitglieder eine eigene „Haribo Linkin Park“ Limited Edition kreiert. Das Produkt ist exklusiv an den Merchandise-Ständen bei den diesjährigen Tour-Stopps in Deutschland, den USA, in Großbritannien, den Niederlanden, der Schweiz, in Italien und Frankreich erhältlich. In Deutschland wird der Linkin Park Mix zudem im Linkin Park Pop-up-Bus verfügbar sein.

Das deutsche Brand Partnership Team von Warner Music sowie Machine Shop Entertainment, das Entertainment-Unternehmen von Linkin Park, haben die Kooperation zwischen Haribo und der Band initiiert und begleitet. Linkin Park-Gründungsmitglied Mike Shinoda:

„Alle unsere Familien lieben Haribo. Als sich die Gelegenheit bot, unser eigenes Fruchtgummi zu kreieren, konnten wir es kaum erwarten, Formen zu entwerfen und Geschmacksrichtungen auszuwählen, die uns sechs am besten repräsentieren. Wir hoffen, dass unseren Fans der Linkin Park Mix genauso gut schmeckt wie uns.“ Nina Schmidt, Director Marketing bei Haribo Deutschland: „So eine Weltstar-Anfrage ist auch für uns etwas ganz Besonderes. Es freut uns sehr, dass Linkin Park sich ihr eigenes Fruchtgummiprodukt gewünscht hat. Mit dem Linkin Park Mix betritt der Goldbär die Rockbühne – und wir sind stolz, dass wir damit den Fans das Konzerterlebnis versüßen dürfen.“

Nicht nur das Design und die Geschmacksrichtungen der Produktstücke tragen die per-

sönliche Handschrift der einzelnen Bandmitglieder, auch in das gesamte Beuteldesign samt Goldbären-Illustration sind ihre Ideen mit eingeflossen. Die streng limitierte Mischung enthält das Band-Logo in sechs Geschmacksrichtungen und Farben sowie sechs verschiedene, personalisierte Produktstücke, die jeweils ein Bandmitglied repräsentieren. Der limitierte Haribo Linkin Park Mix ist seit Mitte Juni 2025 exklusiv und nur solange der Vorrat reicht erhältlich – in Deutschland an den Merchandise-Ständen an den Konzert-Locations der „From Zero World Tour“ in Hannover, Berlin, Düsseldorf und Frankfurt. Außerhalb der Konzert-Venues gibt es das Produkt beim mobilen Pop-up-Merch-Bus der Band, der begleitend zur Tour unterwegs ist.

2Plus und Quintons Concept setzen TECH 2025 in Szene

# Temporäre Event-City

Die TECH 2025 auf der Theresienwiese in Heilbronn zeigte, wie Architektur zum aktiven Bestandteil eines Eventkonzepts werden kann – als Plattform für Inhalte und als Impulsgeber für Austausch. Das Ergebnis war ein temporärer Ort, der über 1.000 Entscheider aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik und Themen sichtbar miteinander verband und damit auch die gestalterische Kraft von Livekommunikation unterstrich. Realisiert wurde das außergewöhnliche Set-up im Auftrag der Handelsblatt Media Group von den Eventagenturen 2Plus und Quintons Concept.

Auf rund 10.000 Quadratmetern entstand eine temporäre Event-City, die nicht

nur als funktionaler Austragungsort diente, sondern als gestalterisches Statement. Die Nähe zum europäischen Innovationspark für Künstliche Intelligenz prägte auch die visuelle Sprache des Areals – modular, klar, zukunftsgerichtet.

Großzügige Bühnen, multifunktionale Workshop-Flächen und gezielt platzierte Networking-Zonen prägten die Struktur der mobilen Stadt. Dabei wurde auf ein klares Leitsystem und eine durchdachte Besucherführung ebenso Wert gelegt wie auf eine einheitliche architektonische Handschrift.

Andrea Wasmuth, Vorsitzende der Geschäftsführung der Handelsblatt Media Group,

resümierte: „Die TECH 2025 hat neue Maßstäbe gesetzt – nicht nur inhaltlich, sondern auch räumlich.“ Auch aus der Community gab es positive Rückmeldungen. Besonders hervorgehoben wurden das Zusammenspiel aus logistischer Präzision und kreativer Gestaltung sowie das Erlebnis eines Raumes, „der Zukunft atmet“, wie es ein Teilnehmer formulierte.

Dazu Guido Mehringer, Geschäftsführer von Quintons Concept: „Wir wollten ein Erlebnis schaffen, das Haltung und Zukunftsgeist ausstrahlt.“ Frank Reichert von 2Plus ergänzte: „Unsere Herausforderung war es, logistische Effizienz mit gestalterischem Anspruch zu verbinden. Das ist gelungen.“



Blackmagic Design auf dem Pioneer Two Medienschiff (Foto: Blackmagic Design)

Blackmagic Design auf dem Pioneer Two Medienschiff

# Schwimmender Veranstaltungsraum

Die Produktionseinrichtung an Bord der Pioneer Two, dem neuesten Schiff der Media Pioneer Publishing AG, hat für die Erfassung, Steuerung und Auslieferung von Medien einen Blackmagic Design Workflow eingeführt. Die 52 Meter lange Pioneer Two ist ein schwimmender Redaktions- und Veranstaltungsraum. Das Schiff bietet auf 300 Quadratmetern Platz für bis zu 200 Gäste und knüpft an die Pioneer One an, die 2020 vom Stapel lief. Beide Schiffe sind auch als Eventlocations buchbar.

„Die Pioneer Two ist nicht nur eine Nachrichtenabteilung. Wir sind eine Plattform für unabhängigen Journalismus, ohne Werbung und powered von unseren Mitgliedern, die wir Pioniere nennen“, so Kevin Jevtic, Technische Leitung der Media Pioneer Publishing AG. „Unser Ziel ist es, die Leser, die Zuschauer und die Hörer direkt in Live-Diskussionen, Interviews und publikumsorientierte Ermittlungen einzubinden.“

Die Media Pioneer Publishing AG arbeitet auf der Grundlage eines Abonnementmodells, dessen Mitglieder den Journalismus aktiv un-

terstützen und sich an Veranstaltungen und der Berichterstattung beteiligen. Die Pioneer Two soll eine direkte Verbindung zwischen Journalisten und ihrer Zielgruppe fördern. Um diese Vision zu unterstützen, bedurfte es einer zukunftsorientierten technischen Lösung. Das technische Rückgrat des Schiffs bildet ein System von Blackmagic Design. Die Produktionskapazitäten des Schiffs sind um eine zentrale Regiegalerie aufgebaut, in der eine Blackmagic Videohub 80 x 80 12G Kreuzschiene und zwei ATEM 4 M/E Constellation 4K Live-Produktionsmischer eingesetzt werden, die einen unabhängigen Betrieb der verschiedenen Produktionsräume des Schiffs ermöglichen.

„Ob im Ballsaal, bei einer Live-Veranstaltung oder im Sitzungssaal für redaktionelle Belange, jeder Teil des Schiffs ist auf die Produktion ausgerichtet“, erklärte Jevtic. Ein SMPTE-Glasfaser ähnlicher Workflow mit 10G-Ethernet ermöglicht die Multikamera-Produktion im Ballsaal, wobei fünf mit Blackmagic Studio Convertern gepaarte Blackmagic Studio Camera 6K Pro

Kameras die Videoübertragung über die Netzwerkinfrastruktur des Schiffs besorgen. „Jede Kameraposition kann von einer Person bedient, aus der Ferne verfolgt und vom Kontrollraum aus über ein ATEM Camera Control Panel überwacht werden“, fügte Jevtic hinzu.

Zum Aufzeichnen verlässt sich das Team der Pioneer Two auf acht HyperDeck Studio 4K Pro Broadcast-Decks mit FTP-Netzwerk Verbindung. So wird der Zugang zu den Daten für das Postproduktionsteam an Bord gewährleistet. „Projekte mit schnellen Abwicklungszeiten werden über die Kamera direkt auf USB-C-Speicher aufgezeichnet. Gleichzeitig sorgen Hyperdecks für parallele Aufzeichnungen zu Sicherheitszwecken“, so Jevtic. Mit Blick auf die Zukunft erforscht die Media Pioneer Publishing AG weitere Anwendungsmöglichkeiten der SMPTE-2110-Technologie und hat bereits Blackmagic 2110 IP Converter implementiert, um Standard-Signage-Displays in vollständig integrierte Komponenten des Videosystems des Schiffs zu verwandeln.

NOCTURNE DRONES ZIEHT NACH OSNABRÜCK

Zum fünfjährigen Bestehen firmiert Nocturne Drones künftig als Nocturne Drones GmbH und verlegt seinen Hauptsitz an den Q1 Hafencampus in Osnabrück. Mit diesem Schritt will das Unternehmen sein Profil weiter schärfen und auf das kontinuierliche Wachstum reagieren.

„Nach fünf erfolgreichen Jahren und einer klaren Fokussierung auf Premium-Dronenshows war es an der Zeit, unser Profil zu schärfen und die Weichen für weiteres

Wachstum zu stellen“, so Jens Hillenkötter, Geschäftsführer der Nocturne Drones GmbH. Besonders die Bereiche Security & Defense sowie Special Projects hätten sich zuletzt dynamisch entwickelt.

Der neue Standort bietet laut Hillenkötter nicht nur mehr Platz, sondern auch eine moderne Infrastruktur und eine gute Anbindung. Die steigende Zahl an Mitarbeitenden erfordere zusätzliche Arbeitsplätze. Zudem biete die

neue Zentrale optimale Bedingungen für kreative und technische Prozesse.

Ein Highlight der neuen Räumlichkeiten ist ein virtuelles Produktionsstudio, in dem Designer komplexe Dronenshows mit Licht, Video, Pyrotechnik und Spezialeffekten digital planen und simulieren können. Darüber hinaus stehen Konferenz- und Schulungsräume für Meetings, Trainings und Live-Demonstrationen zur Verfügung.





Musikkens Hus  
(Foto: VisitAalborg)



Legoland Hotel & Conference  
(Foto: Hotel Legoland/Horesta)

Locations in Jütland

# Die vielseitige MICE-Destination im Norden

JÜTLAND – DÄNISCH JYLLAND – BEZEICHNET IM ALLGEMEINEN DEN WESTLICHEN TEIL DÄNEMARKS, DER SICH VON DER DEUTSCH-DÄNISCHEN GRENZE BIS ZUR LANDSPITZE GRENET NÖRDLICH VON SKAGEN ERSTRECKT. HIER BEFINDEN SICH MIT AARHUS AND AALBORG DIE ZWEIT- UND VIERTGRÖSSTEN STÄDTE DÄNEMARKS.

Daneben gibt es natürlich auch viel Natur, lange Sandstrände mit Nordseefeeling oder Ostseevibes oder das Wattenmeer zu erleben. Eine kleine Auswahl an jütländischen Locations für Business Events stellen wir nachfolgend vor

## MUSIKKENS HUS

An Aalborgs Hafenpromenade mit Blick auf den Limfjord befindet sich das Musikkens Hus (Haus der Musik) – ein musikalischer Treffpunkt für ganz Nordjütland. Das auffällige Gebäude, das Aalborgs Industriegeschichte, das Kulturleben und die Umgebung widerspiegeln soll, wurde vom österreichischen Architekturbüro Coop Himmelb(l)au entworfen und bereichert seit 2014 die Hafenpromenade von Aalborg.

Neben einem großen Konzertsaal von Weltklasse bietet das Musikkens Hus auch meh-

rere kleinere Konzertsäle sowie zahlreiche weitere Räume für Konferenzen, Kongresse oder Tagungen. Der große Saal bietet Platz für bis zu 1.300 Personen, die weiteren Räume sind für verschiedene Settings mit bis zu 400 nutzbar. Darüber hinaus bietet Restaurant Musikkens Spisehus im Musikkens Hus Blick auf den Limfjord und erstreckt sich über zwei Etagen.



Musikkens Hus  
(Foto: VisitAalborg)

Das Musikkens Hus ist der passende Ort, um eine Konferenz mit einem Konzert, einer Führung durch das Gebäude, einer Weinprobe, einem musikalischen Programm oder sogar einem Spaziergang am Aalborger Hafen zu kombinieren.

## LEGOLAND HOTEL & CONFERENCE

Das südwestjütländische Billund ist bekannt als Sitz des dänischen Spielwarenherstellers Lego. Hier befindet sich auch der Freizeitpark Legoland, wo natürlich auch ausreichend Platz für Konferenzen oder Tagungen zur Verfügung steht. Legoland Hotel & Conference ist dabei sogar einer der modernsten Anbieter von Tagungs-, Konferenz- und Firmenveranstaltungseinrichtungen des Landes.

Das 4-Sterne-Hotel bietet neben seinen 223 Zimmern ein 5-Sterne-Konferenzzentrum mit 25 flexiblen Konferenzräumen sowie zwei Auditorien mit jeweils 50 und 300 Sitzplätzen. Der Multihus-Konferenzraum mit 1.800 qm eignet sich für Großveranstaltungen. Alle Tagungsräume verfügen über kostenloses WLAN und moderne AV-Ausstattung. Ein Konferenzsekretariat und ein AV-Center sind ebenfalls vor Ort.

Zu den vielfältigen Möglichkeiten eines Rahmenprogramms gehört hier selbstverständlich auch der Besuch Legoland als Gruppe. Über 45 Fahrgeschäfte oder das Miniland – eine Welt im Miniaturformat aus 20 Millionen Lego-Steinen – gehören hier zum Angebot. Teambuil-

ding-Aktivitäten wie Schatzsuchen nach Lego-Boxen und viele weitere Aktionen sind hier möglich.

## VADEHAVSCENTRET

Im Vadehavscenret (Wattenmeerzentrum) lassen sich in Ribe Konferenzen und Veranstaltungen direkt am Wattenmeer realisieren. Die Unesco-Welterbestätte ist zugleich Dänemarks größtes Naturschutzgebiet und Nationalpark. Auch große Gruppen können hier an den Touren teilnehmen, da fünf ausgebildete Naturführer zur Verfügung stehen. Das Vadehavscenret-Team organisiert Events vom Frühstück bis zur Unterkunft und allem anderen, was dazu gehört.



Vadehavscenret  
(Foto: Vadehavscenret)

Ob Expedition, kleiner Ausflug oder Führung durch das Wattenmeerzentrum, die Location ist tagsüber, abends oder am Wochenende buchbar. Eine breiten Palette an Veranstaltungen kann für das passende Rahmenprogramm gewählt werden.

Im Zentrum selbst gibt es helle Räume für Vorträge, Tagungen und andere Firmenveranstaltungen. Vier verschiedene Räume ermöglichen auch parallele Veranstaltungen. Der größte Raum bietet dabei Platz für 100 Personen bei Vorträgen und rund 80 Personen bei Tischbestuhlung. Alle Räume sind mit Projektoren oder Smartboards und Breitband ausgestattet. All dies ist umgeben von preisgekrönter Architektur und der Wattenmeer-Ausstellung. Direkt vor der Tür liegt die Natur – mit umliegenden Naturpfaden oder dem Tundragarten.

## LINDHOLM HØJE

Auf einem Hügel mit Blick auf den Limfjord und Aalborg befindet sich Dänemarks größte Wikingergräberstätte Lindholm Høje. Hier können Firmen ihre nächste Tagung mit einem historischen Spaziergang zurück in die Wikingerzeit kombinieren. Ein Rundgang zu Felsformationen und Feuerstellen, kombiniert mit einem Museumsbesuch, vermittelt einen au-



Lindholm Høje  
(Foto: VisitAalborg)

thentischen Eindruck davon, wie die Wikinger auf Lindholm Høje einst lebten.

Unternehmen können Konferenzen oder Tagungen im historischen Ambiente von Lindholm Høje abhalten, in dem, wie die Einheimischen sagen, schönsten Vortragssaal Nordjütlands mit Platz für bis zu 80 Personen. Darüber hinaus bietet Lindholm Høje zahlreiche weitere Tagungsräume für kleine und große Veranstaltungen. Alle Räume sind mit moderner AV-Technik, Projektor, Mikrofon, kostenlosem WLAN und vielem mehr ausgestattet.

Lindholm Høje verfügt auch über das Café Lindholm, wo nordische Küche serviert wird. Die Gerichte sind traditionell zubereitet und basieren auf saisonalen Produkten und nordischer Kochkuns. Am Waldrand gelegen, bietet das Café Lindholm Blick auf den Limfjord und die Grabstätte. Bei Tagungen im Lindholm Høje, gibt es kostenlosen Eintritt ins Museum, wo Pausen mit Einblicken in die Wikingerzeit verbracht werden können.

## FDM JYLLANDSRINGEN

Die Rennstrecke FDM Jyllandsringen befindet sich in der Nähe von Silkeborg und verspricht ein besonderes Ambiente für Tagungen und Veranstaltungen, das professionelle Räumlichkeiten mit Outdoor-Erlebnissen verbindet. Seit 1966 gibt es die Strecke bereits, 1974 wurde sie von FDM Jyllandsringen gekauft. Seitdem werden hier Rennen gefahren, Fahrtechniken trainiert und auch Fahrschüler aus fast ganz Dänemark nutzen die Strecke als obligatorischen Bestandteil ihres Fahrunterrichts.



FDM Jyllandsringen  
(Foto: FDM Jyllandsringen)

Durchgeführt werden können hier viele Arten von Events, von Konferenzen und Workshops bis hin zu Firmen- oder Kundenveranstaltungen – jeweils verbunden mit Aktionen einer der berühmtesten Rennstrecken Dänemarks.

Die Ausstattung der Tagungsräume lässt sich hier individuell an die Bedürfnisse anpassen, egal ob für kleine Gruppen oder ein größeres Team, seien es zehn Personen oder 250. Alle Räume sind mit moderner AV-Technik ausgestattet. Das Catering-Angebot reicht von leichten Mahlzeiten bis hin zu kompletten Menüs. Auch zwischen Ganztagesveranstaltungen, Halbtagesprogrammen oder individuell gestalteten Events kann gewählt werden.

Beim FDM Jyllandsringen gibt es zudem zahlreiche Möglichkeiten, das Meeting mit Renn- oder Outdoor-Erlebnissen zu kombinieren – darunter Rennveranstaltungen, andere Outdoor-Aktivitäten, Fahrten auf rutschiger Strecke oder mit einem F1-Simulator.

## AROS AARHUS KUNST MUSEUM

Das ARoS Aarhus Kunst Museum bietet Tagungs- und Konferenzräume in verschiedenen Größen und eignet sich für private Meetings, Abendessen und große Konferenzen. Im Herzen von Aarhus finden Events umgeben von Ausstellungen und Meisterwerken dänischer und internationaler Künstler statt.



ARoS Aarhus Kunst Museum  
(Foto: ARoS Aarhus Kunst Museum)

Das Kunstmuseum bietet fünf Galerien und eine ganze Etage, die transformativen Installationen gewidmet ist. Die Sammlung umfasst mehr als 8.000 Werke, darunter Meisterwerke dänischer und internationaler Künstler. Ab 2025 können Besucher außerdem die Installation „The Dome, a Skyspace“ von James Turrell erleben – den bislang ambitioniertesten Skyspace des Künstlers.

Das Museum verfügt über Tagungsräume in verschiedenen Größen und bietet Platz für kleine Geschäftstreffen oder Konferenzen mit bis zu 180 Personen. Als Rahmenprogramm bieten sich Spaziergänge, eine Kunstpause oder eine Führung durch die Galerien an.



jobs + karriere

\_ Zum 1. Juli 2025 hat **Claire Steinbrück** ihre Tätigkeit als neue Bereichsleiterin bei der *Messe Düsseldorf* aufgenommen. Als Mitglied der Geschäftsleitung verantwortet sie den neu geschaffenen Unternehmensbereich „Globale Unternehmensentwicklung und -strategie“. Steinbrück bringt langjährige internationale Messeerfahrung mit und soll den Ausbau des weltweiten Netzwerks und Portfolios vorantreiben.

\_ **Dennis Dobrowolski** ist seit dem 1. Juli 2025 Pressesprecher für den *Flughafen Berlin Brandenburg (FBB)*. Er startete seine journalistische Laufbahn in der Redaktion der ZDF-Sendung „Dunja Hayali“, bevor er als Politikredakteur zur ARD-Talkshow „Maischberger“ wechselte. Dort verantwortete er seit Mai 2022 als Chef vom Dienst die redaktionelle und organisatorische Planung des TV-Formats, die Medien- und Öffentlichkeitsarbeit sowie die Social-Media-Kommunikation rund um die Sendung.

\_ *ZEAL Network SE*, Marktführer für Online-Lotterien in Deutschland, hat **Dr. Stefan Tweraser** [55] mit Wirkung zum 15. September 2025 zum neuen Vorstandsvorsitzenden bestellt. Er wird bereits am 25. August 2025 als Mitglied des Vorstands in das Unternehmen eintreten. Dr. Stefan Tweraser war zuletzt Chief Executive Officer der *Rocket Factory Augsburg AG* und verfügt über langjährige Führungserfahrung in internationalen Digital-, Technologie- und Beratungsunternehmen, unter anderem bei *Google*, *Telekom Austria* und *McKinsey*.



Jens Eberth  
(Foto: Hyundai)



Stefania Calcaterra und Danny D'Alessandro  
(Foto: NürnbergMesse)



Carolin Haubold, Senior-Projektmanagerin bei facts and fiction (Foto: Astrid Piethan)



Dr. Anja Schmidt-Ott  
(Foto: Vok Dams/Caroline Schreer)

JENS EBERTH NEUER MARKETING-CHEF VON HYUNDAI MOTOR

**Jens Eberth** übernimmt mit sofortiger Wirkung als Director Marketing bei *Hyundai Motor Deutschland*. Er tritt die Nachfolge von **Christina Herzog** an, die kürzlich zur Genesis Brand Direktorin in Deutschland ernannt wurde. In seiner neuen Funktion verantwortet Eberth die Bereiche „Marketingkommunikation & Handelsmarketing“, „Brand Experience“, „Produktmanagement“ sowie „Customer Experience“. Eberth wird an **Ulrich Mechau**, President & CEO Hyundai Motor Deutschland, berichten. Zuletzt war Jens Eberth interimsweise Geschäftsführer von *Genesis Motor Deutschland*, zuvor war er seit Juni 2022 Marketingchef der südkoreanischen Premium-Marke. Bevor er auf die Automobilhersteller-Seite wechselte, betreute Eberth zahlreiche Automobilhersteller sowie namhafte Industrieunternehmen als Kunden für unterschiedliche Agenturen, unter anderem ab 2019 als Geschäftsführer der Agentur *Velocity McCann*.

NEUER GESCHÄFTSFÜHRER BEI DER NÜRNBERGMESSE ITALIA

Nach über 25 Jahren Tätigkeit für die *NürnbergMesse Group* ist **Stefania Calcaterra** als Geschäftsführerin der Tochtergesellschaft *NürnbergMesse Italia* zum 30. Juni ausgeschieden. Übergeben hat sie den Staffeltab an ihren Nachfolger **Danny D'Alessandro**. Die langjährige Messemanagerin hat die NürnbergMesse Italia seit Gründung im Jahr 2009 geleitet und weiterentwickelt. Unter ihrer Führung festigte Italien seine führende Position unter den internationalen Ausstellern am Messeplatz Nürnberg. Seit 1999 war Calcaterra bereits für die NürnbergMesse und auch für die Spielwarenmesse eG als Auslandsvertretung in Italien im Einsatz. Zum 1. Juli 2025 hat Danny D'Alessandro die Geschäftsführung der NürnbergMesse Italia übernommen. Der studierte Jurist und Executive MBA-Absolvent bringt über 15 Jahre Erfahrung in der Messe- und Modebranche mit. Zuletzt war er General Manager bei *Aimpes Servizi*, Veranstalter der internationalen Fachmesse Mipel.

FACTS AND FICTION MIT SHARED LEADERSHIP

Die Kölner Agentur *facts and fiction* hat ihre Führungsstruktur grundlegend überarbeitet. Im Zuge eines Shared-Leadership-Modells wurde das Leitungsteam erweitert und auf agile Führungskreise verteilt. Vier neue Mitglieder wurden in die Führungskreise berufen: **Freya Paintner**, **Laura Hoti**, **Carolin Haubold** und **Gordon Meyer**. Sie bringen Erfahrungen aus den Bereichen Projektmanagement, Marketing, Architektur und Organisationskommunikation mit. Freya Paintner, Head of Marketing & PR, verantwortet unter anderem internationale Großprojekte wie den Deutschen Pavillon auf der Expo 2025 in Osaka. Gordon Meyer leitet ein Team für das Bundesministerium für Arbeit und Soziales, Laura Hoti betreut das BMWK, Carolin Haubold arbeitet an musealen Großprojekten wie dem Gutenberg-Museum.

VOK DAMS BAUT CHANGE-KOMPETENZ AUS

*Vok Dams Strategy & Consulting*, der Strategiebereich der internationalen Agentur für Events und Live-Marketing, erweitert sein Beratungsangebot: Mit **Dr. Anja Schmidt-Ott** stößt eine erfahrene Spezialistin für Change-Kommunikation zum Team. Sie verbindet strategische Klarheit mit kulturellem Feingefühl und methodischer Tiefe. Im Zentrum ihrer Arbeit steht die Aufgabe, Veränderungen verständlich zu machen, erlebbar zu gestalten und nachhaltig im Unternehmen zu verankern. Das Angebot wird ergänzt durch Kommunikationskonzepte, interne Aktivierung, digitale Plattformen und Event-Guidelines. Ziel ist eine Kommunikation, die verständlich, anschlussfähig und wirksam ist – intern wie extern. „Veränderung braucht Kommunikation, echte Erlebnisse und ein gemeinsames Verständnis für das Warum“, sagt Dr. Anja Schmidt-Ott. „Wir entwickeln Formate, die Beteiligung ermöglichen – zum Mitdenken, Mitreden und Mitgestalten.“

MARKETING SERVICES

anbieter _ ansprechpartner	anschrift	telefon . fax . email . internet	angebot
EVENT-AGENTUREN			

fischerAppelt, live marketing

fischerAppelt, live marketing GmbH	Widdersdorfer Str. 205 D-50825 Köln	T +49 (0)221 56938-0 live@fischerappelt.de live.fischerappelt.de www.linkedin.com/company/fischerappelt	<b>Wir schaffen einzigartige Markenerlebnisse.</b> Innovativ, interaktiv und immersiv. Ob singuläres Event oder holistische Brand Experience – als Spezialist:innen für Experience Marketing kreieren wir Begegnungsräume, die Menschen emotional involvieren. Strategisch fundiert, kreativ inszeniert und begeistert realisiert!
	Weitere Standorte: Hamburg Berlin München	+49 (0)40 899699-0 +49 (0)30 726146-0 +49 (0)89 747466-0	



HAGEN INVENT GmbH & Co. KG _ Catherine Hoffmann	Adlerstraße 74 40211 Düsseldorf	T 0211 67935-0 F 0211 67935-19 info@hagen-invent.de www.hagen-invent.de	Bei unserer Gründung im Jahr 1979 waren wir Pioniere, heute sind wir eine der stärksten deutschen Eventmarketing-Agenturen. Mit unserer Verbindung aus Kreativität, Erfahrung und Leidenschaft bespielen wir seit 45 Jahren die gesamte Klaviatur der Live-Kommunikation. Unseren Pioniergeist haben wir uns stets bewahrt: Ob live, hybrid oder digital – für unsere Kunden entwickeln wir passgenaue Konzepte für Events und Incentives, die begeistern.
--	------------------------------------	--	--



JOKE Event AG Creating Memories	Herbststraße 31 28215 Bremen	T 0421 37888-0 F 0421 37888-88	JOKE inszeniert Marken, schafft Erlebnisse, begeistert Menschen. Live, hybrid oder digital – aber vor allem nachhaltig. Für das große Ganze und die bleibende Erinnerung. Und das seit über 30 Jahren. 130 Kommunikations- und Event-Spezialisten betreuen Projekte von der Kreation bis zur Umsetzung für große und kleine Marken – quer durch alle Formate und Branchen. Eine eigene Produktion, Eventlocations sowie ein integriertes Teilnehmer- und Destinationsmanagement gehören zu unseren Kompetenzen. In Deutschland, Europa und weltweit.
	Hamburg Berlin Frankfurt/Main Stuttgart München Wien	kontakt@joke-event.de www.joke-event.de  www.joke-event.at	



livewelt GmbH & Co. KG _ Ole Ternes Geschäftsführer	Berliner Str. 133 33330 Gütersloh	T +49 (0) 5241 21090-0 info@livewelt.de www.livewelt.de	Wir entwickeln gute Ideen mit Erfolg und messen diesen an unseren Projekten sowie zufriedenen Kunden. Wir sind inhabergeführt, unabhängig & zählen zu den besten Agenturen Deutschlands. Vernetzt denken, systematisch handeln: Wir bündeln Aktivitäten im Marketing nach innen & außen, sorgen für Synergieeffekte & Wirtungstiefe. Unser integrierter Ansatz nutzt die besten Kanäle – online, offline & face-to-face. Darum ist die Beratungs- & Konzeptionsphase erst der Anfang einer gemeinsamen Erfolgsstory.
---	--------------------------------------	---	--

anbieter _ ansprechpartner	anschrift	Telefon . Fax . email . internet	angebot
-------------------------------	-----------	----------------------------------	---------

EVENT-AGENTUREN



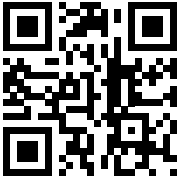
marbet Marion & Bettina Würth GmbH & Co. KG Agentur für Live-Kommunikation	Karl-Kurz-Straße 44 74523 Schwäbisch Hall T +49 791 49380-100 info@marbet.com marbet.com	Erleben Sie neue Servicestandards der Live-Kommunikation: Wir machen Events, Live-Kampagnen und Markenerlebnisse, die wirken und bleiben. Live. Digital. Hybrid. Schwäbisch Hall . Düsseldorf . Frankfurt . Hamburg . München . Barcelona
--	--	---



ottomisu communication GmbH	Im Klingenbühl 1 69123 Heidelberg  T +49 (0)6221 73902-0 anfrage@ottomisu.com www.ottomisu.com	ottomisu ist eine der führenden Eventagenturen für die Entwicklung und Realisierung von Business-Events mit maximaler Zielerreichung. Unsere Events sind emotional, maßgeschneidert und vernetzt ge- dacht. Von der Marktanalyse über Strategie, Design, Konzeptent- wicklung und Kommunikation bis hin zu Produktion und Umset- zung. Wir verbinden Menschen, Marken und Märkte – und das seit über 30 Jahren.
--------------------------------	---	---



PP Frankfurt	Christoph Symeonidis M 0175 723 43 64 c.symeonidis@pp-live.com www.pp-live.com	PP LIVE GmbH steht für Live Kommunikation, strategische - und Per- sonallösungen und hat sich zum Ziel gesetzt, Ihre Marke im Rahmen von Events, Messen oder am POS emotional erlebbar zu machen... live, digital oder hybrid! Für einzigartig nachhaltige Erlebnisse ver- binden wir strategische Beratung und Konzeption mit einem effizi- enten Projekt- und Personalmanagement.
PP Köln	Patrick Birkenfeld M 0173 919 80 85 p.birkenfeld@pp-live.com	



Pure Perfection GmbH	T +49 611 172 19 60 wiesbaden@pureperfection.com www.pureperfection.com	Seit 15 Jahren begeistert Pure seine Kund:innen. Mehr als 80 Mitar- beitende an drei Standorten in Wiesbaden, Berlin und Düsseldorf setzen mehr als 120 Veranstaltungen pro Jahr um. Mit unseren drei Units Pure Live, Space und Content bieten wir von der Idee bis zur Umsetzung und begleitenden Kampagne alle Leistungen für spannende Kommunikation aus einer Hand.
----------------------	---	---

Digitale Ausgaben unter:  
[www.blachreport.de](http://www.blachreport.de)

anbieter _ ansprechpartner	anschrift	Telefon . Fax . email . internet	angebot
-------------------------------	-----------	----------------------------------	---------

EVENT-AGENTUREN



Syndicate Five GmbH	Strelitzer Str. 2 10115 Berlin	T +49 172 1910 482 berlin@syndicate-five.com www.syndicate-five.com	We are Syndicate 5 a collective of creative professionals transfor- ming raw ideas into unique live & mixed experiences. Get in touch!
---------------------	-----------------------------------	---	---



trendhouse event marketing GmbH	Innsbrucker Ring 15 81673 in München	T 089 368498-0 hello@trendhouse.de www.trendhouse.de	Seit 1994 bringen wir Geschichten auf die große Bühne. Live, digital und hybrid, in Deutschland und im internationalen Aus- land. Neben der professionellen Umsetzung anspruchsvoller Events sind wir besonders stark in der Inszenierung und Emotionalisierung Ihrer Botschaften. Wir sehen uns als strategischer Berater auf Augen- höhe und tauchen tief mit in Ihre Welt ein. Für unsere kreativen, innovativen und wirkungsstarken Events wurden wir bereits mehr- fach ausgezeichnet.
------------------------------------	---	--	--



	Uniplan Köln	Schanzenstraße 39 a/b 51063 Köln	T +49 221 845 69 0 hello@uniplan.com uniplan.com
	Uniplan Frankfurt/Main	Speicherstraße 59 60327 Frankfurt/Main	T +49 69 478 625 59 600 frankfurt@uniplan.com
	Uniplan Kerpen	Zeißstraße 12-14 50171 Kerpen	T +49 22 37 50 90 hello@uniplan.com
	Uniplan Basel	Signalstraße 37 4058 Basel - Schweiz	T +41 61 7269 555 basel@uniplan.com
	Uniplan Dubai	Thuraya Telecommunications Tower, Barsha Height PO Box 900181, Dubai United Arabs Emirates	T +971 4 3232117 hello@uniplan.com
	Uniplan Beijing	F15, Building B Guanghua Lu SOHO2 No. 9 Guanghua Road, Chaoyang District Beijing 100020 - China	T +86 10 5969 2188 hello@uniplan.com
	Uniplan Shanghai	2203 K Wah Centre No. 1010, Huaihaizhong Road Shanghai 200031 - China	T +86 21 6330 2226 hello@uniplan.com
	Uniplan Hong Kong	1st Floor, Beverly House No. 93-107 Lockhart Road Wanchai Hong Kong - China	T +852 2757 9628 hello@uniplan.com

Uniplan. Eine Agentur für Markenerlebnisse.  
Uniplan wurde 1960 von Hans Brühe, Vater des heutigen CEO und Inhabers Christian Zimmermann, in Köln gegründet. Seither hat Uniplan sich im-  
mer wieder neu erfunden und mit einem Gespür für zukünftige Entwicklungen den handwerklichen Ursprung mit kreativer Vorstellungskraft verbun-  
den. Die Agentur begleitet ihre Kunden von der ersten Idee bis zum letzten Handgriff: 400 Uniplaner an acht Standorten in Europa und Asien erwe-  
cken visionäre Ideen mit hohem Anspruch an die Machbarkeit zum Leben – alles für den einen Moment, der das Markenerlebnis einzigartig macht.

Uniplan GmbH & Co. KG



anbieter _ansprechpartner	anschrift	Telefon . Fax . email . internet	angebot
------------------------------	-----------	----------------------------------	---------

EVENT DIENSTLEISTER / NACHHALTIGE FULL SERVICE DIENSTLEISTUNG

KIWI CONCEPT

KIWI Concept GmbH	Kasinostrasse 19-21 42103 Wuppertal	T 0202 89015232 post@kiwi-concept.de www.kiwi-concept.de	KIWI Concept ist der neue nachhaltige Event-Service. Wir arbeiten deutschlandweit. Wir bieten unseren Kunden ein großes, breitgefächertes Portfolio – sowohl für große als auch für kleine Veranstaltungen. Dienstleistungen aller Art gehören zu unserem Konzept. Wir vermitteln Ihnen alle wichtigen und für Ihre Events umfassenden Tätigkeiten von der Grundlage des Messebaus bis zum Standpersonal und dem immer wichtiger werdenden Müllmanagement. Wir sorgen dafür, dass Sie einen komplett nachhaltigen Rahmen für Ihre Veranstaltung mit uns entwickeln. Gleichzeitig begleiten wir Sie dabei, dass Sie die Idee eines grünen Abdrucks mit einer von uns entwickelten Transparenz verwirklichen können.
-------------------	--	--	--

EVENT-FACHMESSEN

BOE INTERNATIONAL  
14.–15. JAN. 2026  
MESSE DORTMUND

EMOTION.  
FASCINATION.  
INSPIRATION.  
PASSION.

SAVE THE  
DATE!

BOE INTERNATIONAL Internationale Fachmesse für Erlebnismarketing 14. – 15. Januar 2026 Dortmund	Messe Westfalenhallen Dortmund GmbH Strobelallee 45 44139 Dortmund	T +49 (0)231 1204-521 F +49 (0)231 1204-678 info@boe-messe.de www.boe-messe.de	Stellen Sie im kommenden Jahr die wirtschaftlichen Weichen auf Erfolg und präsentieren Sie sich als Aussteller der BOE INTERNATIONAL den Top-Entscheidern und Einkäufern der Industrie und Agenturszene aus Deutschland und den benachbarten Benelux-Ländern. Nutzen Sie die BOE als attraktive Vertriebs- und Networking-Plattform für Ihre Produkte und Dienstleistungen und schließen Sie neue Geschäftskontakte in professioneller Atmosphäre.
---	---	---	--

EVENT-LOCATIONS

Schokoladenfabrik Event und Meeting Venue owned by format:c live communication GmbH	Stollwerckstraße 27-31 51149 Köln Ihre Ansprechpartner: _ Natalie Driesnack _ Tobias Weber	Mobil: 01511 4152700 Köln: 0221 16847578 hello@schokoladen-fabrik.com www.schokoladen-fabrik.com	Kölns ausgezeichnete Location bietet 900m² in Design-Räumen, zwei Außenbereiche mit 1000m², ein weißes Hohlkehlen-Studio. Top Veranstaltungstechnik, hochwertiges Catering und perfekte Begleitung garantieren reibungslose Events. Kostenfreie Parkplätze. ÖPNV-, Autobahn-, Flughafennähe.
--	--	---	--

AKTUELLES IM INTERNET \_ WWW.STAGEREPORT.DE

anbieter _ansprechpartner	anschrift	Telefon . Fax . email . internet	angebot
------------------------------	-----------	----------------------------------	---------

MEDIENTECHNIK / LED-WÄNDE

Acetec GmbH Ihr Ansprechpartner: Michael Lenkeit	Rostocker Straße 17 65191 Wiesbaden	T +49 611 9879296 mail@acetec.de www.acetec.de	ACETEC vermietet Medientechnik und LED-Wände für Veranstaltungen und Messeauftritte in Deutschland und Europa. Unser Firmensitz ist in Wiesbaden, von wo aus das Frankfurter Messege-lände, das RheinMain CongressCenter (RMCC) sowie das Kurhaus innerhalb weniger Minuten erreichbar sind.
--	--	--	--

MESSE- / EVENTBAU

THE INSPIRING PEOPLE

AMECKO GmbH	Zum Steigerhaus 1 46117 Oberhausen	T +49 (0)208 810959-0 F +49 (0)208 810959-59 info@amecko.com www.amecko.com instagram.com/ amecko_theinspiringpeople	Wir konzipieren, realisieren und betreuen kreative Erlebnisräume auf Messen, auf Kongressen, im Innenausbau und für Events. Bei uns erhalten Sie das Komplettpaket für Ihren Markenauftritt unkompliziert aus einer Hand. Ob Ihre Produkte oder Dienstleistungen für sich sprechen sollen, ob interaktives Infotainment, eine spannende Architektur oder eine hochkomplexe, bauliche Umsetzung im Fokus ihrer Aufgabenstellung stehen – AMECKO schafft Erlebnisse mit dem Netzwerk der Besten, national und international.
-------------	---------------------------------------	---	--

MIT PROFIS ARTLIFEN

Artlife GmbH _ Stephan Haida _ Manfred Pütz	Hessenstraße 6 65719 Hofheim	T +49 (0)6122 504-0 info@artlife.eu www.artlife.eu	Konzeption und Konstruktion, Planung und Produktion individueller Ausstattungen und Spezialbauten für alle Arten räumlicher Markenarchitektur wie Messen, Events, Roadshows, Bühnen- und Themen-Sets. Artlife ist nach DIN ISO 14001 Umweltmanagement zertifiziert.
---	---------------------------------	--	---

Digitale Ausgaben unter:  
www.blachreport.de





anbieter _ansprechpartner	anschrift	Telefon . Fax . email . internet	angebot
------------------------------	-----------	----------------------------------	---------

TECHNISCHES PLANUNGSBÜRO



PRODUCTION OFFICE GbR Ingenieurbüro für Entertainment _ Dipl. Ing. Joachim Koppe _ Dipl. Ing. Ralf Schafstall	Schlesische Straße 28 10997 Berlin	T 030 616716-0 F 030 616716-29 www.production-office.de info@production-office.de	Das Berliner Ingenieurbüro für Entertainment – unabhängig, flexibel, budgetorientiert. Technische Planung und Leitung sowie architektonische Ausarbeitung von Designs. Ihr Partner für alle technischen, gestalterischen und logistischen Themen. Ausschreibungs- & Genehmigungsverfahren. Hygiene- & Sicherheitskonzepte, Hygienebeauftragte.
---	---------------------------------------	--	--

VERANSTALTUNGSTECHNIK

# Aventem

HÖREN · SEHEN · STAUNEN

Aventem GmbH Audiovisuelle Dienstleistungen	Düsseldorf Herderstraße 70 40721 Hilden Berlin Rohrdamm 24b 13629 Berlin	T +49 2103 25230-0  T +49 30 367005-70 info@aventem.de www.aventem.de	Aventem bietet neben den klassischen audiovisuellen Dienstleistungen wie Licht-, Ton-, Medien- und Bildtechnik auch hochwertige Set- und Dekorationsbauten aus eigener Produktion an und ist so der ideale Partner für die gesamtheitliche Umsetzung Ihrer Projekte in der Live-Kommunikation. Auch für digitale und hybride Eventformate stehen Ihnen unsere Mitarbeiter von der Planung bis zur Umsetzung Ihrer Events europaweit mit Expertise und Know-How zur Seite.
---	---	---	---



btl next GmbH	Berlin • Düsseldorf Frankfurt • Hannover München • Poznań	T +49 (0)211 90449-0 F +49 (0)211 90449-444 contact@btl-x.de www.btl-x.de	Seit über 35 Jahren realisieren wir professionelle Events und stat- ten Messen, Konferenzen, Corporate-Events oder Kultur-Veran- staltungen mit der passenden Technik aus – von hochwertiger LED-Technik bis hin zu beeindruckenden Lichtshows bieten wir ein umfassendes Spektrum an Eventtechnik. Unser erfahrenes Team aus Expert:innen begleitet dich start-to-end und steht dir mit Expertise zur Seite.
---------------	---	--	---

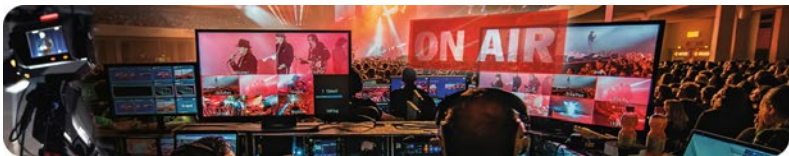
Live.Digital.On-site



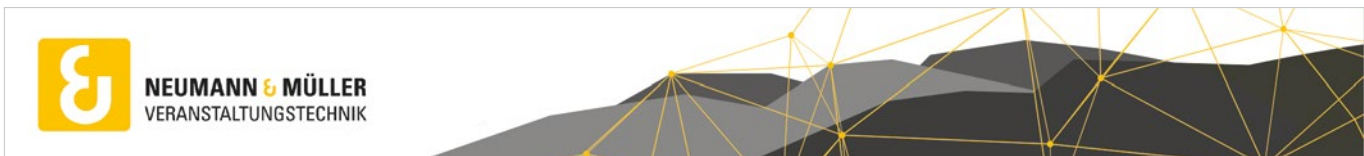
AKTUELLES IM INTERNET \_ WWW.BLACHREPORT.DE

anbieter _ansprechpartner	anschrift	Telefon . Fax . email . internet	angebot
------------------------------	-----------	----------------------------------	---------

VERANSTALTUNGSTECHNIK



epicto GmbH	Flößerstraße 4 68535 Edingen- Neckarhausen	T +49 (0)6203 4046-0 info@epicto.de www.epicto.de	Außergewöhnliche Erlebnisse entstehen erst durch eine durchgän- gige Lösung, die bereits bei der Idee alle Facetten von Konzeption über Planung bis zur Realisierung umfasst. Um das zu gewährleis- ten, folgt die Technik der stimmigen Konzeption und der dahinter- stehenden starken kreativen Idee. Das gilt für Live-, Online- und Hybrid Events genauso wie für alle Medientechnikinstallationen.
-------------	--	---	--



Neumann & Müller GmbH & Co. KG	Unsere Standorte: Barcelona   Berlin   Bochum Dresden   Düsseldorf Erfurt   Frankfurt   Hamburg Hannover   Köln   Leipzig München   Nürnberg Stuttgart	info@neumannmueller.com www.neumannmueller.com	<b>Neumann &amp; Müller Veranstaltungstechnik</b> Live oder digital – wir leben die große, weite Welt von Audio, Licht und Video, von Konferenztechnik, Content Production, Event-IT, Rigging und Bühnenbau. Seit über 40 Jahren sammeln wir Erfahrung und Know-how, um unseren Kund:innen aus einer Hand begeis- ternde, individuelle Lösungen zu bieten – mit kreativem Design, detailgenauer Planung und intelligenten Services.
-----------------------------------	--	---	---

VIDEO



Screen Visions GmbH Waldburgstraße 17/19 70563 Stuttgart	T +49 711-21414-140 mail@screenvisions.com www.screenvisions.com	<ul style="list-style-type: none"><li>• LED-Videowände</li><li>• Mobile &amp; modulare Lösungen</li><li>• Sonderkonstruktionen</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• On-Screen-Vermarktung</li><li>• Digitale Promotionmodule</li><li>• Beratung für Festinstallationen</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kameras</li><li>• Medienserver</li><li>• technische Planung</li></ul>
--	--	--	--	---



Digitale Ausgaben unter:  
www.blachreport.de



INSIDE

# Karin Schneider

KARIN SCHNEIDER IST CO-CEO | COMMUNICATION & CULTURE BEI DER AGENETUR SCHACHZUG IN ERLANGEN.



Karin Schneider (Foto: Schachzug)

## Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?

Für mich gleicht die Veranstaltungsbranche einer Achterbahnfahrt: Man steigt ein, weiß nicht genau was auf einen zukommt, aber spürt sofort den Nervenkitzel. Manche Streckenabschnitte genießt man einfach, manchmal rumpelt es unerwartet. Schließlich, kurz vor dem höchsten Punkt – auf der Zielgeraden vor einem Event – steigt die Spannung ins Unermessliche. Bei der Abfahrt kann man schreien, lachen oder weinen, das hängt vom Typ ab. Auf jeden Fall sind IMMER Emotionen mit im Spiel. Ach ja – ab und an aussteigen darf man nicht vergessen!

## Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?

Autorin, Landschaftsarchitektin, Lehrerin.

## Welchen Traum wollen Sie sich noch erfüllen?

Ich hätte wahnsinnig gerne die Muße, die Zeit und den richtigen Ort, um ein Buch zu schreiben.

## Was macht Sie glücklich?

Die enge Verbindung zu meiner Familie und zur Natur. Und wenn ich kreative Ideen umsetzen kann.

## Was war bisher Ihre größte Herausforderung?

Meine Kids – eine Agentur mit aufbauen – einen Halbmarathon laufen.

## Welche Entscheidungen haben Sie bereut?

Wenn ich Herausforderungen nicht angenommen habe – ein Nein zu einer Chance lässt mich über mich selbst ärgern.

## Was machen Sie gegen Stress?

Ich tanke in der Natur auf – ob auf dem Pferd, mit meinem Hund oder in meinem Garten.

## Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?

Ich lese seit einem Jahr ‚Schnelles Denken, Langsames Denken‘ von Daniel Kahneman und finde immer wieder neue Aspekte. Dazwischen auch kurze Erzählungen oder Fachliteratur wie ‚How to own the Room‘. ‚Ikigai‘ fand ich auch inspirierend. Diese Liebe zum Detail, wie es die Japaner in allen möglichen Dingen leben, das fasziniert mich.

## Welches Live-Ereignis hat Sie bisher am meisten beeindruckt?

Tja, eine Geburt ist schwer zu toppen – aber als unser Schachzug Team das erste Mal beim Challenge Roth Triathlon gestartet ist, war ich schwer beeindruckt von der Atmosphäre, den 300.000 Besuchern, den über 3.000 Athleten, den 7.000 freiwilligen Helfern und natürlich von unserem starken Team!

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

Laut meiner Family muss ich darauf Pizza Hut antworten – die Wahrheit ist, dass meine Tochter mir, als sie klein war, die Frage stellte: ‚Was ist dein Lieblingsrestaurant: McDonalds, Pizza Hut oder KFC?‘ Meine Antwort war das kleinste Übel, aber schon damals fragte sie mich erstaunt: Aber warum gehst du denn da nie hin? Seitdem ist das der Dauerbrenner . . .

## Impressum

27. Jahrgang \_ VERLAG AktivMedia GmbH / Zum Bahnhof 10 / 31311 Uetze - Dedenhausen // Tel 05173 9827-0 / Fax 05173 9827-39 / eMail [info@blachreport.de](mailto:info@blachreport.de) / [www.blachreport.de](http://www.blachreport.de) \_ CHEFREDAKTION Peter Blach [pblach@blachreport.de](mailto:pblach@blachreport.de) \_ REDAKTION Gabriele Stolte [gstolte@blachreport.de](mailto:gstolte@blachreport.de) / Elke Bartels [ebartels@blachreport.de](mailto:ebartels@blachreport.de) / Marco Raupach [mraupach@blachreport.de](mailto:mraupach@blachreport.de) \_ ANZEIGENMARKETING Medienmarketing Sanders, Ulf-Gundo Sanders / Tel 07203 502727-0 / Fax 07203 502727-18 / eMail [gsanders@aktivmedia.biz](mailto:gsanders@aktivmedia.biz) \_ PRODUKTION Sandra Fink [sf@betriebsbuero.com](mailto:sf@betriebsbuero.com) \_ DRUCK Druckpunkt Langer / Uetze \_ GERICHTSSTAND Burgdorf >> Der BlachReport ist eine Business-to-business-Publikation über Event-Marketing, Promotions und Sponsoring. Sie erscheint zweiwöchentlich. Der jährliche Bezugspreis beträgt 93 Euro beim Digitalabo und 290 Euro beim Printabo (jeweils zzgl. MwSt.). Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein Jahr, wenn es nicht sechs Wochen vor Ablauf schriftlich gekündigt ist. Keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte. (Preise jeweils inkl. Versandkosten)

ISSN 1611-9308

BLACHREPORT 14/25

# POCKETEVENT

\*25

## POCKETEVENT

\*25

Daten / Zahlen / Fakten

DATENBANK  
LIVEKOMMUNIKATION

POCKETEVENT ERSCHEINT EINMAL PRO JAHR ALS DATENBANK LIVEKOMMUNIKATION UND FASST DIE ERGEBNISSE RELEVANTER EVENT-AWARDS UND BRANCHENEREIGNISSE ZUSAMMEN: DEUTSCHES EVENT-KREATIVRANKING 2025, RANKINGS EVENT-DIENSTLEISTER, EVENT-LOCATIONS, EVENT-DESTINATIONEN, EVENT-ENTERTAINMENT, EVENT-CATERING, NON-FOOD-CATERING UND MESSEBAU SOWIE BRANDEX AWARD, BEAWORLD AWARD, GOLDEN AWARD MONTREUX UND MEHR.

PocketEvent \*25 gibt es auf [www.blachreport.de](http://www.blachreport.de)



**AktivMedia**  
Marketing- und  
Medienkommunikation GmbH



# STUDIO BLACH

Alles über Live-Kommunikation



## REPORTAGEN UND TALKS FÜR INSIDER AUS DEM MICE BUSINESS



**STUDIO BLACH**  
ALLES ÜBER LIVE-  
KOMMUNIKATION  
GIBT ES AUF  
**YOUTUBE**



## PODCAST LIVE // INTELLIGENCE: KI TRIFFT KOMMUNIKATION

RON SCHNEIDER UND PATRIC WEILER  
IM GESPRÄCH MIT PETER BLACH

**STUDIO BLACH – ALLES ÜBER LIVE-KOMMUNIKATION**  
IST EIN BROADCAST-FORMAT VOM **BLACHREPORT**.

DEN WEBCAST GIBT ES AUCH ALS AUDIOFORMAT  
**RADIO BLACH** AUF ALLEN PODCAST-PLATTFORMEN.

**BlachReport**