



Fragen an Chris Boehm-Tettelbach: Wie läuft es in der Surftown München und welche Möglichkeiten bietet sie für Events?

RAUM & FORMATE

Der Ort für erfolgreiche Tage

Ihre Veranstaltung im TurmQuartier Pforzheim



Ob Kongresse, Business-Meetings, hybride Events, Galadinner oder private Feiern – wir bieten den perfekten Raum für Ihr Event. Das TurmQuartier in Pforzheim: Die Mischung macht's!

Mehr Informationen unter
www.turmquartier.de

 **Turm
Quartier**

München bleibt Zentrum der „Mobility“



Die IAA Mobility hat sich als Gradmesser der globalen Mobilitätsbranche etabliert – und 2025 diesen Anspruch erneut untermauert. Über 750 Aussteller aus 37 Ländern, mehr als

500.000 Besucher und ein neuer Rekord an Fachbesuchern auf dem IAA Summit sprechen eine deutliche Sprache: Die IAA Mobility ist der internationale Treffpunkt für Innovation, Austausch und Zukunftsvisionen geworden. Mit über 350 Weltpremieren, tausenden Probefahrten und starkem Publikumsinteresse hat die Messe erneut gezeigt, wie groß der Bedarf an Plattformen für Dialog und Technologie ist.

Zugleich ist die IAA Mobility ein Spiegelbild der Kräfteverhältnisse in der Automobilindustrie. Besonders sichtbar: die massive Präsenz chinesischer Hersteller, die mit ihren Innovationen, Preisstrategien und wachsender Lokalisierung den Markteintritt in Europa forcieren. Marken wie Xpeng, Changan, Deepal oder BYD positionieren sich nicht nur mit Reichweite und Technologie, sondern auch mit einem klaren Bekenntnis zum europäischen Markt – strategisch, kommunikativ und produktionstechnisch.

Die deutsche Automobilindustrie antwortet mit Nachdruck. BMW setzt mit der „Neuen Klasse“ einen Meilenstein, Mercedes-Benz verbindet ikonisches Design mit digitaler User-Experience und VW greift mit der Urban Electric Family das Segment der kompakten Elektrofahrzeuge an. Es ist ein offener Wettbewerb um Technologien, Marktanteile und letztlich: Vertrauen. Wer als Gewinner hervorgeht, entscheidet sich nicht allein auf Messen – sondern auf den Straßen von morgen.

Klar ist jedoch: Die IAA Mobility bleibt das Schaufenster dieser Entwicklung und in München – mindestens bis 2031. Das ist nicht nur ein organisatorisches Signal, sondern ein strategischer Standortvorteil für die deutsche Mobilitätswirtschaft. Denn Zukunft braucht Räume – und München bleibt dieser Raum.

Herzlichst



Ihr Peter Blach

inhalt

- 4 BUSINESS Berlin Event Board startet Initiative
- 8 BUSINESS CMO Insights 2025 von cherrypicker
- 9 WORK facts and fiction unterstützt beim Bürgerdialog
- 10 IAA MOBILITY 2025 Dagobert Hartmann
- 12 VENUES Messe München

Titelfoto: Chris Boehm-Tettelbach (Foto: O₂ Surftown Muc)

- 14 VENUES O₂ Surftown Muc
- 16 PEOPLE Jobs + Karriere
- 17 MARKETING-SERVICES Lieferantenverzeichnis
- 26 BACKSTAGE Jonas Koriath
- 26 IMPRESSUM

MEDIA
BOARD

OUT NOW!

POCKETEVENT

StageReport

BlachReport

WWW.BLACHREPORT.DE
WWW.STAGEREPORT.DE



Berlin hat das Berlin Event Board gestartet
(Foto: visitberlin/marcoarmborst)

Berlin Event Board startet Initiative für Großveranstaltungen

Eventmetropole Berlin

Mit dem neu gegründeten „Berlin Event Board“ soll die deutsche Hauptstadt als internationale Eventmetropole gestärkt und weiterentwickelt werden. Die gemeinsame Initiative von Wirtschaft, Stadtgesellschaft und Verwaltung verfolgt das Ziel, Großveranstaltungen in Berlin effizienter zu organisieren und deren internationale Wettbewerbsfähigkeit auszubauen.

Dem Board gehören zentrale Akteure der Berliner Veranstaltungs-, Tourismus- und Kreativwirtschaft an: BEN Berlin Event Network, Berlin Partner, Clubcommission, Dehoga Berlin, Intoura Berlin, Messe Berlin sowie visitBerlin und die visitBerlin Partnerhotels.

Franziska Giffey, Bürgermeisterin und Senatorin für Wirtschaft, Energie und Betriebe, sieht in der neuen Struktur ein starkes Signal: „Mit der Gründung des Berlin Event Boards vereint sich die Branche, um sich gegenüber internationalen Wettbewerbern zukunftsfähig aufzustellen. Ich unterstütze diesen Schritt hin zur ‚Coopetition‘ ausdrücklich.“

Das „Berlin Event Board“ übernimmt eine koordinierende Funktion für Großveranstaltungen in der Stadt. Es versteht sich als Schnittstelle zwischen Veranstaltern, Behörden und anderen relevanten Akteuren. Aufgabenbereiche sind unter anderem Genehmigungsprozesse, Sicherheitskonzepte, Verkehrslösungen, Hotelkontingente, City Dressing sowie die strategische Weiterentwicklung von Veranstaltungsangeboten.

Darüber hinaus fungiert das Board als Think Tank zur langfristigen Positionierung Berlins im internationalen Wettbewerb um Großevents, Kongresse und Messen. Es koordiniert Bewerbungen um stadtweite Veranstaltungen und identifiziert Potenziale im Rahmen der Berliner Clusterstrategie.

„Berlin steht bei Bewerbungen um Großveranstaltungen in ständiger Konkurrenz mit anderen Metropolen der Welt. Das neue Event Board lässt uns schneller und flexibler auf Anfragen reagieren“, sagt Burkhard Kie-

ker, Sprecher der Geschäftsführung von visitBerlin. Seine Kollegin Sabine Wendt ergänzt: „Großevents bringen nicht nur Gäste, sondern auch wirtschaftliche, gesellschaftliche und kulturelle Impulse. Um diesen Erfolg auszubauen, brauchen wir das Board und sein Netzwerk.“

Zahlen zur Entwicklung der Visitor Economy unterstreichen die Relevanz: Laut DIW Econ trug der Tourismus 2023 mit 4,6 Prozent zur gesamten Berliner Wirtschaftsleistung bei. Im Veranstaltungsbereich sicherten sich 2024 über 27.000 Beschäftigte ihren Arbeitsplatz.

Mit rund 12,9 Millionen Teilnehmenden verzeichnete Berlin 2023 ein Plus von 29 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Besonders deutlich fällt das Wachstum bei internationalen Gästen und Großveranstaltungen aus: 21 Prozent der Gäste reisten aus dem Ausland an – doppelt so viele wie im Bundesdurchschnitt. Der Anteil von Events mit über 1.000 Teilnehmenden liegt mit 6,2 Prozent ebenfalls weit über dem deutschen Durchschnitt von 1,8 Prozent.

DEGEFEST PRÄSENTIERT SICH MIT NEUEM WEBAUFTRITT

Der degefest hat seinen Internetauftritt überarbeitet und präsentiert sich ab sofort mit einer neuen Webseite. Damit setzt der Verband einen weiteren Meilenstein auf dem Weg, den er sich 2017 mit einem 8-Jahres-Plan bis 2025 selbst gesteckt hatte. In diesem Zeitraum konnte der degefest nicht nur 89 neue Mitglieder gewinnen, sondern auch seinen Wissenschaftlichen Beirat erweitern sowie neue Vorstandsmitglieder mit fundierter Expertise integrieren.

Seit 2009 ist die Zahl der Mitgliedsorganisationen kontinuierlich gewachsen. Parallel da-

zu wurde das Leistungsangebot des Verbands stetig ausgebaut – zuletzt durch die Einrichtung eines eigenen Fachbereichs für Nachhaltigkeitsmanagement. Mit dem Relaunch der Website findet der Zielkatalog von 2017 nun seinen formalen Abschluss.

„Mit der Neuauflage unserer Webseite bieten wir einen fachlich fundierten und zugleich relevanten Überblick über die vielfältigen Leistungen des degefest“, erklärt Vorstandsmitglied Anna Griep. Ziel sei es gewesen, einen transparenten Zugang zur Verbandsstruktur zu

schaffen, ergänzt durch eine klare Gestaltung und benutzerfreundliche Navigation.

Auch für die Geschäftsstelle bringt die neue Seite Vorteile. Jutta Schneider-Raith, langjährige Leiterin der Geschäftsstelle, spricht von einem wichtigen Schritt in Richtung Serviceorientierung. Die neue Plattform erleichtere den Zugang zu aktuellen Informationen über Veranstaltungen, Mitglieder und Partner und stärke den Austausch innerhalb der Branche.

Gestaltet wurde der Webaufttritt von der Agentur Leitfaden Design.



BrandEx Juroren 2026
(Foto: BrandEx Award)

Erste Jurysitzung findet am 2. Oktober statt

BrandEx Award 2026 verzeichnet 147 Einreichungen

Die Einreichungsfrist für die achte BrandEx Awardverleihung ist am 31. August 2025 zu Ende gegangen. Der Kreativwettbewerb würdigt herausragende Leistungen in der Livekommunikation und verzeichnete in diesem Jahr insgesamt 147 Einreichungen von 72 Unternehmen.

Im „Event“-Segment müssen die Juroren insgesamt 71 Einreichungen bewerten. Diese verteilen sich auf die Unterkategorien „Best Brand Activation“, „Best Live PR“, „Best Motivation/Employee Event“, „Best Corporate

Event“, „Best Conference“, „Best Execution“ und „Best Formats“.

Die Kategorie „Architecture“ verzeichnete 76 Bewerbungen, die in den Unterkategorien „Best Stand S-L“, „Best Brand Architecture“, „Best Thematic Exhibition“, „Best Store Concept“, „Best Execution“ und „Best Stand Smart“ eingereicht wurden.

Welche Projekte es in die nächste Runde schaffen, entscheidet die Jury am 2. Oktober 2025 in der ersten von drei Sitzungen. Infor-

mationen zu den diesjährigen Jurymitgliedern gibt es auf der BrandEx-Website.

Die Einreicherphase für die Nachwuchskategorie „Fresh“ endet erst am 11. November 2025. Bis dahin können Projekte für dieses Segment per E-Mail (fresh@brand-ex.org) eingereicht werden.

Die Gewinner des BrandEx Award 2026 werden in der Award-Night am 14. Januar 2026 auf der BOE International in Dortmund verkündet.

Montblanc und Mutabor starten Zusammenarbeit

Global Project Drafting

Die internationale Luxusmarke Montblanc vertraut im Bereich Global Project Drafting ab sofort auf Mutabor. Entstehen soll ein neues Set-up für die Gestaltung weltweiter Retailflächen. Die ersten Projekte laufen bereits – unter anderem in Japan, den USA, im Mittleren

Osten und in Südamerika. Zum Einsatz kommen dabei auch neue Tools wie Realtime Visualisations, die Prozesse nicht nur beschleunigen, sondern für alle Beteiligten greifbarer machen. Dazu Oliver Dering, Creative Director Architecture bei Mutabor: „Mit Retail-Pro-

jekten für internationale Kunden in China und den USA konnten wir viel Expertise aufbauen. Davon profitiert jetzt auch Montblanc. Wir freuen uns darauf, einen Beitrag zum globalen Brand Building im Luxussegment zu leisten.“



Neue Jobs für das Kesch-Team: Thomas Kenyeri, Mario Flieger, Christian Koch (hinten v.l.), Rene Leist-Nemeth, Lukas Schütz, Daniel Hilf (vorn v.l., Foto: Martin Steiger)

Kesch meldet elf Etatgewinne

Events und Aktivierungen

Die Brand-Experience-Agentur Kesch meldet mehrere Etatgewinne und setzte sich dabei in bedeutenden Ausschreibungen im DACH-Raum durch. Gleich elf Neukunden vertrauen seit Jahresbeginn auf die Expertise von Kesch und haben die Brand Experience Agentur mit der Umsetzung prestigeträchtiger Events und Aktivierungen beauftragt.

Langjährige Kunden wie Coca-Cola nutzen die Synergien für internationale Projekte wie die Coca-Cola Weihnachtstruck-Tour im vergangenen Winter. Nach einem Ausschreibungsverfahren bestätigte Coca-Cola HBC Österreich kürzlich Kesch für den österreichischen Markt als Leadagentur für Live-Marketing und Brand Experience. Für den Neukunden Frauscher Sensortechnik ist im Oktober eine Gala geplant.

Auch im internationalen Marken-Umfeld feiert Kesch neue Mandate: Für den österreichischen Importeur der Automarke BYD, der CCI

Car Austria GmbH, wurde im Mai ein zweitägiger Launch-Event organisiert. Zudem sind für den kommenden Herbst eine Roadshow und ein weiterer Event in Graz geplant.

Für das dänische Privatjet-Unternehmen AirSeven konzipiert Kesch einen exklusiven Kundenevent, darüber hinaus vertraut Philip Morris Austria auf Kesch als Brand Experience Agentur für den B2B-Bereich. „Die Vielzahl an Etatgewinnen zeigt nicht nur das Vertrauen, das Marken in unsere Arbeit setzen – sondern auch, dass unser Anspruch, emotionale Markenerlebnisse mit strategischem Impact zu verbinden, am Puls der Zeit ist“, freut sich Lukas Schütz, Kesch Gründer und CEO über den Zuspruch der Neukunden.

Die neuen Etats stärken die Marktpräsenz in Österreich, der Schweiz und Deutschland. Die strategische Positionierung im gesamten deutschsprachigen Raum ermöglichte Kesch in den vergangenen Monaten den Zuschlag für

weitere länderübergreifende Projekte: Kesch ist nach dem Gewinn der Ausschreibung neue Leadagentur für Livekommunikation in Österreich und Deutschland für den Dentspezialisten Curaden. In Deutschland sicherte sich Kesch den Etat von Aston Martin Nürnberg für die Umsetzung von Promotion Roadshows und Luxury Experiences.

Mit dem größten Schweizer Snackhersteller Zweifel Chips & Snacks AG wurden bereits zwei Projekte erfolgreich umgesetzt. Das Schweizer Kesch-Team zeichnete auch für einen großen Launch-Event am Zürcher Hauptbahnhof für Flora Food verantwortlich.

„Ob Produkterlebnis oder B2B-Kommunikation: Wir verstehen Brand Experience als emotionales Herzstück der Markenführung und freuen uns, dies gemeinsam mit dem gesamten Team für immer mehr Kunden auch in der Schweiz und in Deutschland unter Beweis stellen zu dürfen“, so Kesch-CVO Thomas Kenyeri.

PURE PERFECTION BEKOMMT TISAX- UND ECOVADIS-ZERTIFIZIERUNGEN

Mit der erfolgreichen TISAX-Rezertifizierung sowie einer Top-Platzierung im EcoVadis-Rating positioniert sich die Agentur im oberen Drittel der weltweit nachhaltigsten und verantwortungsbewusstesten Unternehmen.

„Wer heute Events macht, muss mehr können als laut, bunt und spektakulär – er muss Haltung zeigen“, sagt Operations Manager Florian Bucher. „Wir feiern nicht nur Marken – wir setzen auf geprüfte Standards und nachvoll-

ziehbare Prozesse. Das belegen erneut zwei offizielle Siegel.“ Pure Perfection gehört demnach zu den besten 35 Prozent der Unternehmen weltweit, die im vergangenen Jahr von EcoVadis bewertet wurden. Im Fokus der unabhängigen Analyse stehen Umwelt, Arbeits- und Menschenrechte, Ethik sowie nachhaltige Beschaffung. Das erreichte Bronze-Siegel steht für nachweislich geprüfte Standards und einen ganzheitlichen Qualitätsanspruch – nach innen wie nach außen.

Auch im Bereich Informationssicherheit bekam Pure Perfection eine Bestätigung: Die Rezertifizierung nach Tisax (Trusted Information Security Assessment Exchange) für die kommenden drei Jahre zeigt, dass Datenschutz und Informationsschutz als strategische Grundpfeiler fest in der Unternehmenskultur verankert sind. Sie ist ein Nachweis insbesondere bei Projekten mit sensiblen Kundendaten – etwa im Automobilsektor bei Weltpremieren.



Retail NXT in Bad Vilbel (Foto: Retail NXT)

Retail NXT 2025 thematisiert die digitale Handelstransformation

Plattform für strategischen Austausch

Am 30. September und 1. Oktober 2025 findet in Bad Vilbel die Retail NXT 2025 statt – eine Konferenz, die sich als Plattform für strategischen Austausch und praxisnahe Einblicke zur digitalen Transformation im Handel versteht. Mit über 100 Sprechern, dem „Shop of the Future“ und einer neuen Studie zur digitalen Umsetzung im Retail-Sektor soll der Event neue Maßstäbe setzen.

Im Mittelpunkt steht die Vorstellung des „Retail Tech Radar 2025“, einer qualitativen Untersuchung, die in Zusammenarbeit mit der Universität Münster und der Case Western Re-

serve University entstanden ist. Ziel der Studie ist es, die Wahrnehmung und Umsetzung digitaler Technologien entlang aller Ebenen großer Handelsunternehmen zu analysieren – vom Vorstand bis zur Fläche.

„Die Ergebnisse zeigen deutliche Diskrepanzen zwischen strategischer Planung und operativer Realität“, sagt Dr. Jürgen Brock, Mitinitiator der Retail NXT und Co-Autor der Studie. Neben der Analyse wird auch ein praxisorientiertes Modell vorgestellt, das beschreibt, unter welchen Bedingungen Digitalisierung erfolgreich implementiert werden kann.

Ein weiteres zentrales Element der Retail NXT ist der „Shop of the Future“, eine begehbare Ausstellungsfläche mit Lösungen aus Bereichen wie Smart Shelf, Self-Checkout, Visual Merchandising, Connected Commerce und In-Store Analytics.

Zu den Referenten zählen Tim Engler (OBI), Martina Novotny (ANWR Group), Henny Steiniger (MediaMarktSaturn), Marc Opelt (OTTO) und Severin Canisius (Deichmann). Die Themen reichen von Unified Commerce und Customer Experience über Retail Media und Data Analytics bis zu AI-Lösungen.

XR Expo ab 2026 bei der Messe Stuttgart

Fachveranstaltung für eXtended Reality

Die XR Expo, eine der führenden Fachveranstaltungen für eXtended Reality (XR), schlägt ein neues Kapitel auf: Ab 2026 wird sie erstmals auf dem Gelände der Messe Stuttgart ausgerichtet. Am 28. und 29. April 2026 will die Messe dort ihre Premiere feiern, organisiert in Zusammenarbeit mit dem Virtual Dimension Center (VDC).

Die XR Expo verbindet Ausstellung, Fachkongress und praxisnahe Workshops. Unter dem Sammelbegriff eXtended Reality werden immersive Technologien wie Virtual Reality (VR), Augmented Reality (AR), Mixed Reality (MR) und Metaverse zusammengefasst. Im Mittel-

punkt der XR Expo stehen konkrete Anwendungsfälle: Aussteller zeigen neueste Entwicklungen, Fachleute diskutieren Einsatzmöglichkeiten und Zukunftsszenarien.

„Mit der XR Expo erweitern wir unser Portfolio im Bereich der Zukunftstechnologien um ein stark wachsendes Segment“, erklärt Guido von Vacano, Mitglied der Geschäftsleitung der Messe Stuttgart. „Unser Ziel ist es, gemeinsam mit dem VDC eine führende Plattform für den professionellen Einsatz von XR-Technologien zu etablieren und die Internationalisierung voranzutreiben.“

Das VDC, führendes Kompetenznetzwerk für Virtual Reality, begleitet die Messe bereits seit

ihrer Gründung. Nach Stationen im Haus der Wirtschaft, später in der Schleyerhalle zusammen mit der Veranstaltung „Virtuelle Welten“, markiert der Umzug auf das Stuttgarter Messegelände nun einen strategischen Schritt. Ziel ist es, die Reichweite zu erhöhen, internationale Besucher anzusprechen und neue Wachstumspotenziale zu erschließen.

Für 2026 wird die Messehalle erstmals klar nach Branchen gegliedert. Diese Struktur soll gezielte Vernetzung ermöglichen und den Wissenstransfer zwischen Fachleuten erleichtern. Das begleitende Kongressprogramm deckt verschiedene Themenfelder ab.

CMO Insights 2025 von cherrypicker

Was Marketingchefs erwarten

Das cherrypicker Branchenbarometer CMO Insights 2025 liefert ein detailliertes Bild davon, wie Marketingverantwortliche aktuell arbeiten, welche Erwartungen sie an Agenturen haben und welche Herausforderungen sie in ihrer Rolle sehen. Die Studie macht deutlich: CMOs bewegen sich heute in einem Spannungsfeld aus Innovationsdruck, steigendem Tempo, wachsender Komplexität und dem Bedarf nach langfristiger Markenstrategie.

Die Befragung zeigt, dass CMOs zunehmend nach Agenturpartnern suchen, die weit mehr leisten als reine Kampagnenarbeit. Sie sollen strategisch beraten, neue Technologien beherrschen und sich in die Zielsetzungen ihrer Auftraggeber vertiefen. Oliver Klein, Gründer und CEO von cherrypicker, beschreibt die Situation so: „Wir erleben immer wieder, wie herausfordernd es CMOs empfinden, den Überblick über Tools und Trends zu behalten. Das Bedürfnis nach verlässlichen Partnern steigt.“

AGENTUREN ALS INNOVATOREN – MIT LUFT NACH OBEN
69 Prozent der CMOs halten ihre Agentur für innovativ, 79 Prozent sehen sie als Partner auf Augenhöhe. Ebenso viele attestieren ihr eine wichtige Rolle als Berater. 78 Prozent sind überzeugt, dass ihre Agentur Trends und Entwicklungen im Blick behält. Gleichzeitig wünschen sich viele Marketingverantwortliche, dass die Agenturen ihre Arbeit stärker mit den Zielen und KPIs des Unternehmens verknüpfen. Denn nur wenn beide Seiten gemeinsam an der Wertschöpfung arbeiten, entsteht eine nachhaltige Partnerschaft.

KI ALS DRÄNGENDES THEMA
Besonders deutlich wird der Stellenwert der Künstlichen Intelligenz. 81 Prozent der CMOs geben an, dass KI aktuell eine große Rolle in ihrem Alltag spielt. Doch nur 16 Prozent sehen ihr Unternehmen beim Thema KI gut aufgestellt, 52 Prozent immerhin befriedigend. Rund ein Drittel bewertet die eigene Positionierung in diesem Feld als ausbaufähig oder schwach.



CMO Insights 2025 (Illustration: cherrypicker)

Auch bei den Agenturen sehen die Befragten Defizite: Nur 49 Prozent halten sie für fortschrittlicher im Umgang mit KI, und nur 26 Prozent betrachten ihre Agentur als wichtigen KI-Berater. 38 Prozent wünschen sich explizit tiefere Expertise in diesem Bereich. Gleichzeitig verändert KI nach Ansicht von 82 Prozent der CMOs bereits die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Agenturen. Mehr als die Hälfte glaubt, künftig Aufgaben intern umsetzen zu können, die bislang ausgelagert wurden. 38 Prozent rechnen mit sinkenden Preisen für Agenturleistungen infolge von KI, während niemand steigende Preise erwartet.

AMBIVALENTE ROLLE DER CMOS
Die Studie beleuchtet auch die Selbstwahrnehmung der Marketingchefs. 60 Prozent beklagen, dass ihnen der Raum für langfristige Markenführung zunehmend fehlt, da kurzfristige Ziele dominieren. 51 Prozent erleben ihre Position als geschwächt, während 86 Prozent die Komplexität und Erwartungshaltung an ihre Rolle als zunehmend belastend beschreiben.

Trotz dieser Herausforderungen sehen CMOs die Agenturen als unverzichtbare Partner. 100 Prozent sind der Meinung, dass Agenturen auch künftig eine zentrale Rolle als Sparringspartner spielen sollten. 83 Prozent erwarten von ihnen Innovationskraft, 54 Prozent sehen sie in einer wachsenden Rolle als Markenexperten.

PARTNERSCHAFT ALS SCHLÜSSEL
Von einem „Ende der Agenturen“ kann keine Rede sein. Im Gegenteil: Marketers suchen gezielt nach Partnern auf Augenhöhe, die mit ihnen gemeinsam Marken weiterentwickeln und langfristig erfolgreich machen. Damit diese Partnerschaft gelingt, müssen Agenturen jedoch ihr eigenes Geschäftsmodell kritisch prüfen, sich stärker an den Zielen ihrer Kunden orientieren und verstärkt in KI sowie neue Technologien investieren.
Das Fazit des Branchenbarometers: Die Zeiten für Marketingverantwortliche wie für Agenturen bleiben herausfordernd. Doch in einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit liegt die Chance, Innovationen voranzutreiben, Marken zukunftsfähig zu positionieren und trotz hoher Dynamik erfolgreich zu sein.



Neben Hausführungen erwartete die Gäste im BMUKN Bundesumweltministerium eine interaktive Ausstellung mit Mitmachangeboten für alle Altersgruppen (Foto: BMUKN/Christophe Gateau)

facts and fiction unterstützt Ministerien beim Bürgerdialog

Bundesregierung lädt ein

Unter dem Motto „Die neue Bundesregierung lädt ein“ haben Bundeskanzler Friedrich Merz und die Bundesminister am 23. und 24. August 2025 zum Tag der offenen Tür eingeladen. Die Agentur facts and fiction verantwortete Konzeption, Organisation und Umsetzung der Veranstaltungen in gleich drei Bundesministerien: dem Bundesumweltministerium (BMUKN), dem Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) sowie dem Bundeswirtschaftsministerium (BMWE).

Im Bundesumweltministerium öffnete der Berliner Dienstsitz seine Türen für die Öffentlichkeit. Die Besucher konnten sich bei Hausführungen ein Bild von der Arbeit vor Ort machen und in einer interaktiven Ausstellung erfahren, wie Umwelt- und Klimaschutz den Alltag prägen – vom Zähneputzen am Morgen bis zur Freizeit am Abend. Im Erlebnisraum Arten-

vielfalt wurden seltene Tierarten präsentiert, ergänzt durch Informationen zu Klimaanpassung und nachhaltigem Konsum.

Auch das Bundeswirtschaftsministerium beteiligte sich mit einem vielfältigen Programm. Die Besucher erhielten Einblicke in energie- und europapolitische Themen und konnten sich mit Fachleuten austauschen. Historische Hausführungen, ein Energiequiz, Aktionen für Kinder, Musikbeiträge und Bühnentalks trugen dazu bei, politische Inhalte anschaulich zu vermitteln.

Im Bundesarbeitsministerium standen Themen wie Fachkräftesicherung, Teilhabe und der Einsatz von Künstlicher Intelligenz am Arbeitsplatz im Mittelpunkt. Die Besucher hatten Gelegenheit, mit der neuen Hausleitung ins Gespräch zu kommen und sich an Ständen über die Arbeit des Europäischen Sozialfonds sowie der Beauftragten der Bundesregierung

für Migration und Inklusion zu informieren. Ein Sommergarten mit Bühnenprogramm und kulinarischen Angeboten ergänzte das Veranstaltungsformat.

Für Sven Wolgram, geschäftsführender Gesellschafter bei facts and fiction, sind Tage der offenen Tür ein zentrales Instrument politischer Kommunikation: „Sie schaffen Vertrauen, ermöglichen direkte Begegnung und machen politische Prozesse transparent. Gerade in Zeiten komplexer gesellschaftlicher Herausforderungen bieten sie eine Möglichkeit, Themen greifbar und verständlich zu präsentieren.“

facts and fiction wurde 1992 in Köln gegründet und betreibt seit 2009 ein Büro in Berlin. Mit rund 30 Mitarbeitenden entwickelt die Agentur dort Formate im Kontext politischer Kommunikation für Ministerien, Institutionen und Verbände.

EUROSHOP EXPANDIERT NACH DUBAI: EUROSHOP MIDDLE EAST STARTET 2026

Die EuroShop, The World's No.1 Retail Trade Fair, setzt ihre internationale Expansion fort: Vom 26. bis 28. Oktober 2026 wird erstmals die EuroShop Middle East in Dubai stattfinden. Als zentrale Handelsplattform für den Nahen Osten bietet die neue Messe Unternehmen aus den Bereichen Ladenbau, Beleuchtung, Retail Technology sowie Marketing, Food Service Equipment, Energy Management und Expo eine Bühne für Innovationen und Geschäftsanbahnung.

Die EuroShop Tochtermesse wird von einer eigens für den Ausbau des Geschäfts in der

Golfregion gegründeten Durchführungsgesellschaft namens „Messe Düsseldorf Connex Gulf Exhibition Organizing LLC“ (kurz: Messe Düsseldorf Gulf Office) organisiert. „Mit der erfolgreichen Platzierung der EuroShop Middle East 2026 im Dubai World Trade Centre haben wir einen wichtigen Meilenstein unserer Strategie in der Golfregion erreicht. Das ist erst der Anfang – unser Ziel ist es, in naher Zukunft weitere weltweit führende Messen in die Region zu bringen“, verrät Tarek Sibai, Managing Director des Messe Düsseldorf Gulf Office.

Mit Dubai als strategischem Standort können Ausstellende wie auch Besuchende der EuroShop Middle East von einem der dynamischsten Wirtschaftszentren der Welt profitieren. Die Stadt gilt als globaler Hub für Handel und Innovation – mit einer gut ausgebauten Infrastruktur, einem florierenden Einzelhandelssektor und passenden Rahmenbedingungen für Geschäftserfolge. Dem Marktforschungsunternehmen MBB zufolge werden die Emirate bis 2026 ein durchschnittliches Wachstum von 5,7 Prozent und ein Marktvolumen von rund 370 Milliarden US-Dollar aufweisen.

Neues Eventformat von Volkswagen Nutzfahrzeuge und Pure Perfection

Content-Creator-Event

Volkswagen Nutzfahrzeuge (VWN) hat gemeinsam mit Pure Perfection ein neues Eventformat entwickelt. Der „VW Bus Trio“ Content-Creator-Event markierte eine Weiterentwicklung der klassischen Fahrveranstaltung. Als Sonderformat rückte es die drei Modelle – Multivan, ID. Buzz und Transporter – in den Mittelpunkt. Ziel der Veranstaltung war es, die charakteristischen Stärken jedes Fahrzeugs in maßgeschneiderten Erlebniswelten erlebbar zu machen und so die Story des Bus-Trios eindrucksvoll zu erzählen.

Der Multivan wurde dort inszeniert, wo Menschen gern Urlaub machen oder entspannt den Alltag genießen. Im Basecamp Amsterdam konnte er mit seiner Flexibilität überzeugen und war dafür in einer passenden Umgebung platziert.

Der ID. Buzz, urbaner Lifestyle-Begleiter und Liebling der Trendsetter, präsentierte sich in einem stylischen Beachclub am Meer – als Synonym für sein modernes, elektrisches und nachhaltiges Lebensgefühl.

Der Transporter wiederum zeigte seine Stärken als echtes Arbeitstier in einer Holzfabrik. Hier wurde er mit Europaletten und Gitterboxen per Gabelstapler beladen, um Ladevolumen, Zuladung und seine robuste Funktionalität zu demonstrieren.

Jedes Modell erhielt seine eigene authentische Bühne – mit dem jeweiligen Fahrzeug als klarem „Hero“ der Szenerie. Der „VW Bus Trio“-Event konnte so belegen, wie Inszenierung und strategisches Storytelling Hand in Hand gehen können.



Dagobert Hartmann
(Foto: privat)

IAA Mobility 2025

Rekorde und klare Botschaft

DIE IAA MOBILITY 2025 SENDET EIN KLARES SIGNAL: MOBILITÄT IST ZUKUNFTSTHEMA UND ZIEHT WELTWEIT AUFMERKSAMKEIT AUF SICH. MIT ÜBER 750 AUSSTELLERN AUS 37 LÄNDERN, MEHR ALS 500.000 BESUCHERN UND EINEM NEUEN FACHBESUCHERREKORD AUF DEM IAA SUMMIT HAT DIE VERANSTALTUNG IHRE ROLLE ALS FÜHRENDE PLATTFORM EINDRUCKSVOLL UNTERMAUERT.

Das Konzept aus IAA Summit und kostenlosem Open Space hat sich bewährt und begeistert Branchenexperten ebenso wie das breite Publikum. Über 350 Weltpremieren, 12.000 Probefahrten und zahlreiche Innovationen unterstreichen die Dynamik der Branche. Die deutsche Automobilindustrie präsentierte sich leistungsstark, zukunftsorientiert und dialogbereit. München bleibt bis 2031 Heimat der IAA Mobility – ein klares Bekenntnis zur Weiterentwicklung und Internationalität. Die Veranstalter ziehen eine rundum positive Bilanz und sehen die IAA als Impulsgeber für nachhaltige, digitale Mobilität weltweit.

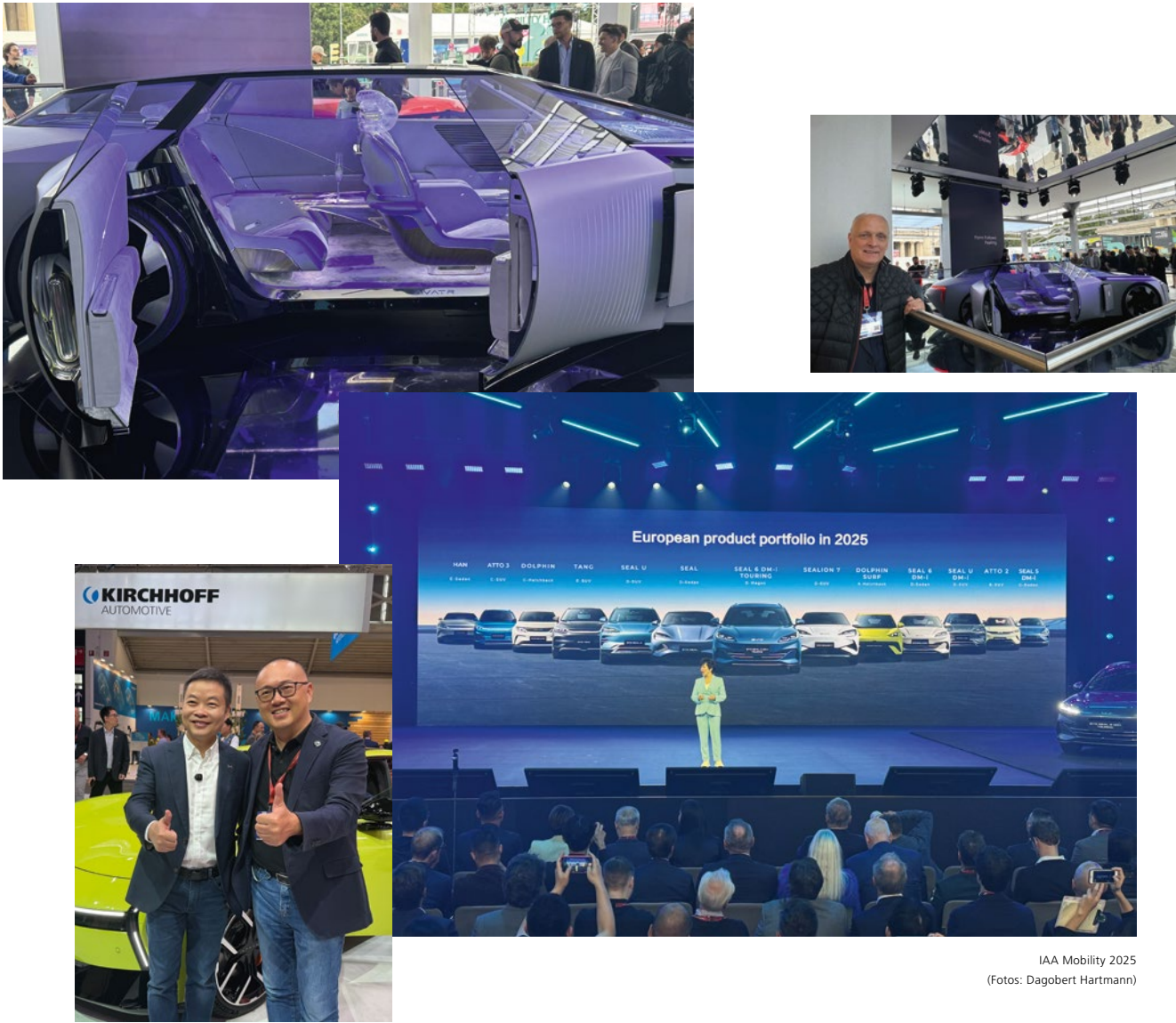
Dagobert Hartmann über die IAA Mobility 2025

ANGREIFER UND VERTEIDIGER

Mit 117 Ausstellern, 40 Prozent mehr als noch vor zwei Jahren, war China auf der IAA Mobilty präsenr denn je. Angesichts des Preisdruckes auf dem Heimatmarkt versuchen die Chinesen, in Europa Fuß zu fassen. Die deutschen Autobauer, die im Reich der Mitte Federn lassen mussten, zeigen Kampfgeist und holen bei Elektromobilität und Software auf.

DIE ANGREIFER

Der visionäre Gründer He Xiaopeng legt eine große Show hin. Er präsentiert Xpeng nicht als klassischen Autobauer, sondern als Tech-Player mit einem KI-getriebenen Ökosystem: von Elektroautos über humanoide Roboter bis hin zu fliegenden Fahrzeugen. In China wird er als das Pendant zu Elon Musk gesehen.



IAA Mobility 2025
(Fotos: Dagobert Hartmann)

Changan feiert sein Debut auf der IAA. Unter dem Motto „In Europa für Europa“ setzt der Konzern auf lokal entwickelte Produkte. Die neue Marke Deepal trifft mit dem S05 den hiesigen Geschmack. Zur Gruppe gehört auch Avatr, die mit dem Xpectra ihr erstes Konzeptfahrzeug vorstellen, das in München entwickelt wurde.

Der Elektro-Gigant BYD tritt in diesem Jahr mit dreizehn neuen Modellen an – doppelt so viele wie noch in 2023, darunter der Super Hybrid BYD Seal 6 DM i-Touring mit einer Reichweite von 1350 km. Die Produktion in Ungarn soll schon gegen Jahresende anlaufen, mit dem Dolphin Surf als erstem Model.

Die chinesischen Hersteller kommen, um zu bleiben. Sie passen ihre Produkte dem europäischen Geschmack an. Doch trotz führender Technologie und attraktiven Preisen, kommt der Erfolg nicht über Nacht. Die neuen Herausforderer müssen im Autoland Deutschland vor allem das Vertrauen in die Marke stärken.

DIE VERTEIDIGER

Die VW-Gruppe adressiert das boomende Segment der kompakten Elektrofahrzeuge. Mit der neuen Urban Electric Family – einer Plattform für VW, Skoda und Cupra – sollen Premium-Features zu wettbewerbsfähigen Preisen realisiert werden. Mit dem ID.Polo kehrt VW dabei wieder zur bekannten Namensgebung zurück.

Mit dem iX3 präsentiert BMW das erste Serienmodell der „Neuen Klasse“ – ein „One in a Lifetime“-Moment für den Vorstands-Chef Oliver Zipse. Das Jahrhundertprojekt des Konzerns setzt neue Maßstäbe bei Elektrifizierung und Digitalisierung. Wie in den 60er Jahren soll es die Marke neu definieren und wieder aus der Krise führen.

Auch Mercedes-Benz startet mit dem GLC in eine neue Ära. Das elektrische Model wird durch sein ikonisches Design zum neuen Gesicht der Marke. In der Front führt ein beleuchteter Retrogrill das Erbe der Verbrenner-Reihe fort, während im Cockpit ein durchgängiger Hyperscreen für eine intelligente User-Experience sorgt.

Die Deutschen beschwören die Vergangenheit, um in die Zukunft zu gehen. Die Konzepte klingen vielversprechend. Doch der entscheidende Markt bleibt China. Ob die Preisstrategien aufgehen und die chinesischen Konsumenten die Innovationen annehmen, wird sich erst zeigen, wenn die neuen Modelle dort eingeführt werden.

Dagobert Hartmann ist freier Strategie-Berater und als „China-Bridge“ für Agenturen und Kunden tätig. Er ist Gastdozent an der Brand University in Ningbo.



Messe­gelände in München
(Fotos: Messe München)

Messe München Venues

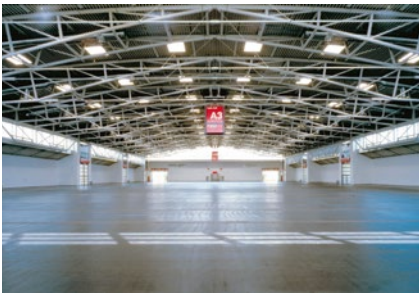
Tagungen und Events am Hightech-Standort im Herzen Europas

MIT IHREN HALLEN, FLÄCHEN UND OUT-DOOR-LOCATIONS IST DIE MESSE MÜNCHEN EINES DER GRÖSSTEN MESSE- UND VERANSTALTUNGSZENTREN DEUTSCHLANDS. DER STANDORT MÜNCHEN, MITTEN IM HERZEN VON EUROPA GELEGEN, POSITIONIERT SICH MIT ZWEI ELITE-UNIVERSITÄTEN UND UNZÄHLIGEN HIGHTECH-UNTERNEHMEN ALS ZENTRUM DER INNOVATION, WILL DABEI AUCH STETS EIN ORT DER LEBENSFREUDE, GEMÜTLICHKEIT UND WELTOFFENHEIT BLEIBEN.

Eventplaner, Messeveranstalter und Kongressverantwortliche unterstützt die Messe München und ihr Team mit ihren vier Locations und bietet die passende Kulisse für Firmenevents, Konferenzen und Messen. Wie das genau aussieht, haben wir nachfolgend zusammengestellt.

DAS TRADE FAIR CENTER MESSE MÜNCHEN

Mit 18 Messehallen und rund 200.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche ist das Trade Fair Center das Herzstück am Messeplatz München und eignet sich als Location für Messen, XXL-Produktpräsentationen sowie Veran-



Das Trade Fair Center
Messe München

staltungen mit Plenen bis zu 6.000 Personen. Die 18 ebenerdigen Hallen bieten dank säulenfreier Bauweise und Höhen zwischen elf und 16 Metern ein umfassendes Raumangebot. Alle Hallen auf dem Messegelände sind dabei durchgängig befahrbar und verfügen über jeweils eigene Anlieferzonen – für einen flexiblen Auf- und Abbau. Die großzügigen und lichtdurchfluteten Eingänge können als repräsentative Empfangsfläche für Aussteller und Besucher oder gleich als moderne Event- und Präsentationsfläche dienen.

Neben den 18 Hallen stehen auf dem Trade Fair Center Messe München mehr als 400.000 Quadratmeter Freigelände zur Verfügung. Dies kann als Parkfläche, zusätzliches Ausstellungsareal oder eigene Eventfläche genutzt werden. Eine moderne technische Infrastruktur ermöglicht hier die Umsetzung individueller Präsentations- und Veranstaltungsformate.

Im Obergeschoss der Messehallen steht eine Vielzahl an Konferenz- und Besprechungsräumen unterschiedlicher Größen zur Verfügung. Hier gibt es die passende Räumlichkeit für separate Meetings, Präsentationen und Workshops. Zudem erhalten Aussteller und Besucher das geeignete Umfeld für exklusive Termine und vertrauliche Gespräche.

DAS ICM – INTERNATIONAL CONGRESS CENTER MESSE MÜNCHEN

Mit einer Gesamtkapazität von 6.000 Personen und einer nutzbaren Ausstellungsfläche von 7.000 Quadratmetern ist das ICM eine weitere Location für Firmenevents sowie Konferenzen und Kongresse. Durch den direkten Anschluss an die Messehallen des Trade Fair Centers eröffnen sich weitere flexible Möglichkeiten.

Viel Tageslicht, flexible Raumlösungen und Raumgrößen für jeden Bedarf charakterisieren die 20 Säle im Münchner Kongresszentrum: Vom kleinen, beinahe familiären Saal mit 60



Das ICM – International Congress Center, Saal 41b
Messe München

Quadratmetern über den Saal 1 mit Auditorium und Orchestergraben auf 1.300 Quadratmetern bis hin zum größten Saal 14 mit 2.730 Quadratmetern ist für quasi jede Veranstaltung etwas Passendes dabei. Alle Säle verfügen, unabhängig vom Raumangebot, über die passende Veranstaltungstechnik.

Die 27 Tagungsbüros im ICM können als ergänzende Back Offices, Seminar- oder Break-out Räume gemietet werden. Für Tagungen mit bis zu 80 Teilnehmern bieten sie eine helle Atmosphäre und verfügen über technische Anschlüsse für alle modernen Kommunikationsmittel.

Das Hauptfoyer im Erdgeschoss ist das zentrale, lichtdurchflutete und kommunikative Herzstück des ICM – International Congress Center Messe München. Von hier aus erreichen die Gäste alle übrigen Räume und Flächen. Es ist ein idealer Empfangs- oder Registrierungsbereich für Events. Eine Einzelbuchung ist ebenfalls möglich.

Ein verglaster Expressway ermöglicht den direkten Übergang vom ICM – International Con-



Das ICM – International Congress Center, Büroraum
Messe München

gress Center Messe München zur Halle C1 mit ihren 10.000 Quadratmetern Fläche ohne Zwischensäulen, einem Fassungsvermögen von bis zu 9.000 Personen sowie drei Szenenflächen zur Bühnengestaltung.

DAS MOC – EVENT CENTER MESSE MÜNCHEN

Das MOC Event Center München verfügt über vier barrierefreie Messehallen und eine Veranstaltungsfläche von insgesamt 30.000 Quadratmetern für Messen, Kongresse und Firmenevents.

Die vier großzügigen Messe- und Veranstaltungshallen kommen zusammen auf mehr als 13.000 Quadratmeter Fläche. Bis zu 1.800 Personen finden so pro Halle in klassischer Kongressbestuhlung einen Platz. Alle MOC-Veranstaltungshallen sind direkt über das Foyer erreichbar und verfügen über eine eigene überdachte Anlieferzone. In drei der vier Hallen sorgen Fensterfronten an den Raumseiten für Tageslicht.

Auch die Atrien im MOC können als großzügige und lichtdurchflutete Location dienen, sei es für einen Networking Event oder eine Produktpräsentation, als Ausstellungs- oder Cateringfläche: Die Atrien lassen sich individuell an Vorstellungen und Bedürfnisse der Kunden anpassen. Das Ambiente ist geprägt von einem hellen Marmorboden. Sie verfügen zudem über direkten Zugang zum Lastenaufzug und zur Anlieferzone.

Ein professionelles Ambiente und die passende Ausstattung für Tagungen, Ausstellungen oder Schulungen findet sich in den sechs Konferenzräumen des MOC. Mit einer Fläche von 73 bis 377 Quadratmetern bieten die Räumlichkeiten jeweils Platz für 50 bis 380



Das MOC – Event Center
Messe München

Personen. Dank flexibler Wandsysteme lassen sich die Räume auch kombinieren oder teilen. Die Konferenzräume können bei Events problemlos mit dazu gebucht werden. Eine exklusive Anmietung ist ab einer Veranstaltungsgröße von 200 Personen möglich.

Eine echte Besonderheit sind die insgesamt 140 verglasten Show- und Break-out Rooms im direkten Anschluss an die Atrien des MOC Event Center Messe München. Sie verfügen jeweils über eine Fläche zwischen 50 und 470 Quadratmetern und sind direkt bezugsfertig. Die Ausstattung umfasst einen Teppichboden, die komplette Raumbelichtung sowie Telefon- und Steckdosen. Sie bieten das passende Setting für kleine und intime Veranstaltungen oder für eine dauerhafte Marken- und Produktpräsentation im professionellen Umfeld.

DAS CCN – CONFERENCE CENTER NORTH MESSE MÜNCHEN

Eine Gesamtkapazität von 1.000 Personen in seinen acht Konferenz- und Besprechungsräumen auf einer Fläche von über 1.200 Quadratmetern offeriert das CCN. Durch den direkten Anschluss an die flexibel teilbare Messehalle C6 des Trade Fair Centers sind Großveranstaltungen mit bis zu 5.000 Personen möglich.



Das CCN – Conference Center North
Messe München

Im CCN lassen sich Events vom vertraulichen Meeting bis zur Tagung mit mehr als 500 Teilnehmern realisieren. Mittels intelligenter Wandlösungen lassen sich bestimmte Räume, auch spontan dem jeweiligen Eventprogramm folgend, teilen oder kombinieren. Das zeitlose, funktionale Design des Gebäudes sowie die professionelle technische Ausstattung sorgen für einen professionellen Rahmen. Die Halle C6 ist als Ergänzung zu den Räumlichkeiten im CCN – Conference Center North Messe München nutzbar und von dort aus direkt zugänglich. Flexible Trennwände ermöglichen die individuelle Unterteilung in mehrere Säle. Insgesamt umfasst das Raumangebot der Halle in stützenfreier Bauweise uneingeschränkt 10.000 Quadratmeter Fläche.

Fragen an Chris Boehm-Tettelbach

Was geht in der O₂ Surftown Muc?

DIE O₂ SURFTOWN MUC IN HALLBERG-MOOS NAHE DEM FLUGHAFEN MÜNCHEN IST DEUTSCHLANDS ERSTER UND EUROPAS GRÖSSTER SURFPARK. DIE WASSEROBERFLÄCHE BETRÄGT 10.000 QUADRATMETER BEI EINER LÄNGE VON 180 METERN UND EINER MAXIMALEN WASSERTIEFE VON 2,65 METERN, DIE ZUM BECKENRAND HIN ABNIMMT. DIE ENTWICKLUNG UND DER BAU DER O₂ SURFTOWN MUC SOLLEN RUND 45 MILLIONEN EURO GEKOSTET HABEN – DAFÜR WIRD DIE ANLAGE KLIMANEUTRAL BETRIEBEN UND GILT ALS TECHNISCHES MEISTERWERK.

Mit dem Projekt hat Initiator und CEO Chris Boehm-Tettelbach Wassersportgeschichte geschrieben. Chris Boehm-Tettelbach ist wohl bekannt in der Livekommunikationsbranche: unter anderem durch die Praterinsel und die Agentur planworx. In diesem Bereich bleibt er weiterhin aktiv: mittlerweile als Consultant bei The Storytelling Company. Wir haben ihn zur Surftown und den Möglichkeiten der Anlage zur Durchführung von Veranstaltungen befragt.

BlachReport. Was war die Idee oder gab den Anlass zur Gründung von O₂ Surftown Muc?

Chris Boehm-Tettelbach: Ich hatte schon immer die Vision einen Ort zu schaffen, an dem sich jeder – von klein bis groß – wohlfühlt und die Seele baumeln lassen kann. Wie in einem Urlaub am Meer, wenn man barfuß den Sand spürt und auf rollende Wellen hinausblickt. Wasser, Wind und Wellen haben mich schon immer fasziniert und Sportarten wie Wind- und



Kitesurfen und nicht zuletzt das Surfen am Eisbach geprägt. So entstand mit der technischen Entwicklung von künstlichen – surfbaren – Wellen vor gut zehn Jahren aus einer Idee ein Konzept, diesen Ort mitten in Deutschland zu schaffen. Aber ‚Surfen in Deutschland‘ –

ohne Meer? Das klang für viele anfangs wie Science-Fiction, aber ich habe daran geglaubt und mit meinen Erfahrungen aus unzähligen Events und dem Betrieb der Praterinsel in München das Projekt ‚Surfpark‘ gestartet. Es wurden Standorte geprüft, Konzepte ausge-

das muss es sein. Viele hielten mich damals für verrückt, doch dann ging es in großen Schritten voran: Bebauungsplan in Rekordzeit geändert, die Baugenehmigung in einem weiteren Jahr durchbekommen und nicht zuletzt die Finanzierung von 45 Millionen Euro gesichert,



Chris Boehm-Tettelbach
(Fotos: O₂ Surftown Muc)

arbeitet und die Vision in einem Businessplan formuliert, wie ein Surfpark mit hoher Qualität und nachhaltiger Technik als Freizeit- und Event-Location funktionieren kann.

Der Durchbruch kam Ende 2018, als die Gemeinde Hallbergmoos mir das Filetgrundstück im Munich Airport Business Park für ein attraktives, freizeitorientiertes und nachhaltiges Konzept angeboten hatte. Ich erinnere mich, wie ich es gesehen habe und dachte,

so dass im Juli 2022 Spatenstich und im August 2024 die große Eröffnung war. So wurde aus der Idee eine eigene Firma und mit der unglaublichen Unterstützung eines großartigen Teams aus Vision Realität.

Wir hatten keine Blaupause, keine etablierten Standards, aber die Überzeugung, dass Surfen mehr ist als ein Sport – dass es ein verbindendes Lebensgefühl sein kann, das alle erleben sollten. Damit war klar: Wir wollten

einen Ort schaffen, an dem man perfekte, künstliche Wellen erleben kann – für Anfänger genauso wie für Professionals. Mit Event-Flächen, Gastronomie und Chill-Areas. Ein Raum, der die Faszination Surf unbedingt ins Inland bringt und zugleich nachhaltig, technisch und emotional überzeugt.

BlachReport: Du bist jetzt im Vorstand von The Storytelling Company. Wie vertragen sich diese beiden Engagements?

Chris Boehm-Tettelbach: Nach meinem Ausscheiden als Vorstand bei planworx und der gleichzeitigen strategischen Erweiterung in The Storytelling Company ergänzen sich meine Rollen als jetziger ‚Consultant‘ der Gruppe und aktiver Geschäftsführer der Surftown sehr gut. The Storytelling Company lehrt und lebt, wie man Geschichten baut, wie man Emotionen aktiviert – und bei Surftown geht es genau darum: eine Marke, ein Erlebnis, eine Geschichte, die Gäste mitnehmen. Wir nutzen im Aufbau der O₂ Surftown Muc viel von dem, was wir im Team über Markenkommunikation und Erlebnisgestaltung verstehen: wie man Atmosphären schafft, wie man Menschen verbindet.



BlachReport: Für welche Veranstaltungsformate empfiehlt sich die O₂ Surftown Muc?

Chris Boehm-Tettelbach: Wir sind bewusst so strukturiert, dass wir sehr verschiedenartige Formate ermöglichen. Natürlich große Festivals – bei unserem Opening hatten wir etwa 15.000 Gäste an zwei Tagen, die den Park voll genutzt haben. Aber ebenso Produktlaunches, Marken-Events in kleinerem Rahmen – wir haben gläserne Studios, Rooftop-Bereiche mit Alpenpanorama, exklusive Empfangsflächen. Firmenveranstaltungen und Teamevents sind ein besonderes Steckpferd – denn Surfen verbindet die Menschen. Ob Weihnachts- oder Sommerfeste, Medien-Events, Mitarbeiterincentives – alles ist bei uns möglich.

BlachReport: Ist die O₂ Surftown eine reine Gut-Wetter-Location?

Chris Boehm-Tettelbach: Nein, das sind wir nicht. Natürlich liebt man schöne Tage – Sonne, gute Sicht, angenehme Temperaturen.

Aber bei uns wird bei jedem Wetter gesurft, das ganze Jahr über. Und für Events haben wir viele Indoor- und teilüberdachte Flächen, gläserne Studios, Restaurant mit Ausblick, und



O₂ Surftown Muc

die Infrastruktur ist so ausgelegt, dass sie unabhängig vom Wetter funktioniert. Uns geht es nicht darum, nur bei ‚Sonnenschein ideal zu sein‘ – wir wollen Erlebnisse schaffen, die jederzeit möglich sind. Auch bei weniger Sonne oder kühleren Tagen bieten wir Angebote und Ambiente, so dass Gäste kommen, genießen und Events stattfinden können.

BlachReport: Wie ist die O₂ Surftown Muc für Veranstaltungen ausgestattet?

Chris Boehm-Tettelbach: Unsere Ausstattung ist recht umfassend und sehr flexibel. Wir haben eine Gesamtfläche von etwa 20.000 qm, verschiedene Eventflächen – indoor wie outdoor –, gläserne Studios, Rooftop mit Alpenblick, Sonnenterrassen, unser Restaurant ‚Lookout‘, Bühnenflächen für Shows und Präsentationen, hochwertige Licht- und Tontechnik. Für Events können wir Räume exklusiv buchen oder modulieren, je nach Größe und Anlass. Von 50 bis mehrere tausend Personen. Auch Präsentationstechnik, DJ-Setups, Break-outs sind möglich – ganz gleich, ob eine Produktpräsentation im kleinen Rahmen oder eine Veranstaltung mit Branding und großen Besucherzahlen.

BlachReport: Welche Möglichkeiten gibt es für das Catering?

Chris Boehm-Tettelbach: Wir bieten ein sehr breites Spektrum: angefangen mit lokalen, hochwertigen Frühstücks- und Mittagsoptionen über veredelte Abendessen bis hin zu Fine



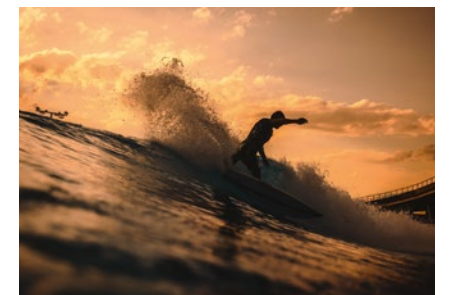
Dining oder legerem BBQ. Unser Restaurant ‚Lookout‘ kann Großes leisten, wir arbeiten mit regionalen Partnern, Food Trucks sind möglich, ebenso individuell gestaltete Buffets. Wichtig ist uns: Qualität, Nachhaltigkeit und dass sich das Catering dem Format anpasst – Event-Catering für Marken, Firmen oder private Feiern bekommt bei uns Charakter und Atmosphäre und sind nicht einfach Catering ‚von der Stange‘.

BlachReport: Wo befindet sich die O₂ Surftown Muc und wie kommt man dahin?

Chris Boehm-Tettelbach: Wir sind in Hallbergmoos, nahe dem Munich Airport Business Park und nur gut 30 Minuten von der Münchner Innenstadt entfernt. Praktisch: vom Flughafen München aus sind es nur etwa sechs Minuten mit dem Auto. Man erreicht uns gut mit Pkw, aber auch mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Für größere Events bieten wir auch Shuttle-Services mit Bussen an.

BlachReport: Gibt es schon Referenzveranstaltungen, die in der O₂ Surftown Muc stattgefunden haben?

Chris Boehm-Tettelbach: Ja, wir haben inzwischen eine ganze Reihe von starken Referenzen und setzen nun jedes Jahr über 100 Veranstaltungen um – das ist ein fester Bestandteil unseres Businessplans. Dabei sind wir sowohl als Event-Partner für Marken und Privatleute aktiv als auch Host für eigene Formate.



Zu unseren Kunden zählen unter anderem Red Bull, Rip Curl, O₂ Telefónica, Tudor und viele weitere Brands. Dieses Vertrauen zeigt uns, dass die O₂ Surftown Muc nicht nur für Surfer, sondern auch für Unternehmen ein attraktiver Ort ist, um Produkte, Kampagnen oder Mitarbeiter-Events erlebbar zu machen.

Unser Spektrum reicht von Sommerfesten, Weihnachtsfeiern und Corporate Retreats bis hin zu internationalen Contest-Formaten und Familienfesten für die lokale Community. Die Location ist so flexibel, dass wir sowohl exklusive Gruppen von zehn Personen als auch Großevents mit über 4.000 Gästen realisieren können.

_ **Teyfik Karakücükoglu** ist jetzt Leiter der neu geschaffenen Abteilung Politik & Kommunikation im *Bundesverband der Deutschen Luft- und Raumfahrtindustrie (BDLI)*. In dieser Position übernimmt er die Funktion als Pressesprecher sowie die Planung der politischen Interessensvertretung des Verbands. Außerdem koordiniert er die Aktivitäten des Verbands in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit, Messen und Ausstellungen.

_ *dimedis* begrüßt **Michael Volland** neu im Team. Ab sofort unterstützt er den Digital Signage-Experten als Sales Director. Mit seiner langjährigen Erfahrung im Retail bringt er viel Know-how mit, um künftig Projekte für die *dimedis*-Kunden umzusetzen.

_ **Franziska Erdle** [53] wird zum 1. Januar 2026 auf Dr. Sebastian Schmitz in der Position als Hauptgeschäftsführerin der *ABDA – Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände* folgen. Mit der Position der Hauptgeschäftsführung der ABDA ist auch die Geschäftsführung der *Bundesapothekerkammer* und des *Deutschen Apothekerverbandes* verbunden. Bereits zum 1. Oktober 2025 wird Franziska Erdle als Mitglied der Geschäftsführung ihre Arbeit bei der ABDA aufnehmen.



Nils Jakoby
(Foto: Fellbach Event & Location)

NEUER CHEF FÜR FELLBACH
EVENT & LOCATION

Nils Jakoby [57] wurde neuer Geschäftsführer bei *Fellbach Event & Location (feel)*. Er bringt 16 Jahre Erfahrung aus seiner Tätigkeit bei der *Stadtmarketing* und *Filderhalle Leinfelden-Echterdingen* mit, bei der er unter anderem die Locations Filderhalle und *bertha's place* leitete und weiterentwickelte. Darüber hinaus baute er den Catering-Bereich der Filderhalle auf und bringt so auch Erfahrung in der gastronomischen Betreuung von Veranstaltungen mit.

feel vereint vier Veranstaltungslocations unter einem Dach – die *Schwabenlandhalle Fellbach*, die *Alte Kelter*, das *Waldschlössle* sowie die *Festhalle Schmiden* – ebenso wie den Geschäftsbereich Feste & Märkte, der unter anderem Fellbachs traditionsreichste Veranstaltung, den Fellbacher Herbst, organisiert. Seit Januar 2025 verantwortet das Unternehmen zudem die Gastronomie in der Schwabenlandhalle.



Stefano Solfaroli Camillocci
(Foto: Lancia)

LANCIA HOLT STEFANO
SOLFAROLI CAMILLOCCI ZURÜCK

Stefano Solfaroli Camillocci ist neuer Marketing- und Communication-Direktor der Marke *Lancia* und berichtet direkt an CEO **Luca Napolitano**. Der erfahrene Manager blickt auf über 30 Jahre in der Automobilbranche zurück – unter anderem bei *Stellantis* und der *Fiat Chrysler Automobiles Group* – und bringt umfassende Kenntnisse in den Bereichen Vertrieb, Marketing, Aftersales und Netzwerkentwicklung mit.

Zuletzt verantwortete er unter anderem das Aftersales- und Vertriebsmarketing in Europa sowie den Ausbau des B2B-Geschäfts in Italien. Seine internationale Erfahrung und strategische Kompetenz in einem multibrand-orientierten Umfeld gelten als wertvoll für die geplante Neuausrichtung der Marke Lancia in Italien und Europa.

„Lancia ist Teil meiner DNA – meine erste Fahrt war mit einem Lancia“, sagt Solfaroli Camillocci. „Ich kehre mit großer Begeisterung zurück, um die Wiederbelebung der Marke mitzugestalten, etwa beim Launch des neuen Lancia Gamma oder im Rallyebereich.“



Maraike Schichold
(Foto: MVGM)

MARAIKE SCHICHOLD VER-
STÄRKT DIE MESSE MAGDEBURG

Die *Messe Magdeburg* hat personelle Verstärkung erhalten: **Maraike Schichold** ist neue Ansprechpartnerin für Gastveranstaltungen in den Messehallen der Landeshauptstadt. Die 29-Jährige bringt umfangreiche Erfahrung aus verschiedenen Bereichen der Veranstaltungsorganisation mit und übernimmt bei der Messe- und Veranstaltungsgesellschaft Magdeburg (MVGM) die Betreuung von Messen, Tagungen, Kongressen und Publikumsevents.

Nach dem Studium des Tourismusmanagements an der *Hochschule Harz* sammelte Schichold erste Praxiserfahrung bei der *Landesgartenschau* in Burg. Es folgte ein mehrjähriges Engagement bei der *Stadt Burg*, wo sie als Veranstaltungsmanagerin und später als Sachgebietsleiterin für Kultur unter anderem Stadtfeste, Park-events und den Weihnachtsmarkt organisierte. Auch die operative Leitung der Burger Stadthalle zählte zu ihren Aufgaben.

Zuletzt war sie für eine Magdeburger Eventagentur tätig und betreute dort bundesweit Veranstaltungen.



Holger Ewald
(Foto: Messe Friedrichshafen)

KLASSIKWELT BODENSEE 2026
MIT NEUER PROJEKTL EITUNG

Im Januar 2026 übernimmt **Holger Ewald** die Projektleitung der *Klassikwelt Bodensee* in Friedrichshafen und tritt damit die Nachfolge von **Roland Bosch** an, der die Veranstaltung seit ihrer Geburtsstunde im Jahr 2008 maßgeblich geprägt hat. „Holger Ewald kennt die Branche, unsere ausstellenden Unternehmen und Partner und die Besonderheiten der Klassikwelt Bodensee. Ich bin überzeugt, dass er die Messe mit viel Gespür und Engagement weiterentwickeln wird“, sagt Roland Bosch, der das Projektteam weiterhin als Senior Consultant beratend begleiten wird.

Holger Ewald ist seit über drei Jahren als Sales Manager bei der *Messe Friedrichshafen* tätig und bringt umfassende Erfahrung aus der Hotellerie und dem Eventbereich mit.

Bereits ab November wird er als designierter Projektleiter der Klassikwelt Bodensee in die Messeplanung einsteigen und diese gemeinsam mit Roland Bosch vorbereiten.

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	Wir schaffen einzigartige Markenerlebnisse. Innovativ, interaktiv und immersiv. Ob singuläres Event oder holistische Brand Experience – als Spezialist:innen für Experience Marketing kreieren wir Begegnungsräume, die Menschen emotional involvieren. Strategisch fundiert, kreativ inszeniert und begeistertnd 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	

Digitale Ausgaben unter:
www.blachreport.de


anbieter
_ansprechpartner

anschrift

Telefon . Fax . email . internet

angebot

EVENT-AGENTUREN



BlachReport
EVENT-CREATING AGENCY 2023
TOP
EVENT AGENTUR
15

WINNER
galaxy
AWARDS
2023

EVENTEX
AWARDS
GOLD 2023

2024
STYLT
2023
WINNER
EUROPEAN
LIVE AWARDS

blachreport
event.award

reddot design award


GERMAN
DESIGN
AWARD
WINNER
2018


livewelt GmbH & Co. KG
_ Ole Ternes
Geschäftsführer

Berliner Str. 133
33330 Gütersloh

T +49 (0) 5241 21090-0
info@livewelt.de
www.livewelt.de

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







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

Wir bei ottomisu sind Event-Enthusiasten: Wir setzen auf die transformative Kraft von Events – weil wir daran glauben, dass Begegnungen neue Perspektiven eröffnen, Inszenierungen mehr als nur beeindrucken und ein einzelner Moment zum neuen Ausgangspunkt nachhaltiger Veränderung werden kann. Dafür schaffen wir Räume, die berühren, verbinden und Marken lebendig machen. Und das seit über 30 Jahren.
Ein gutes Event begeistert. Ein starkes Event schafft Bedeutung – das ist es, was wir tun.



Digitale Ausgaben unter:
www.blachreport.de



BLACHREPORT 19/25

SERVICELISTEN _19


anbieter
_ansprechpartner

anschrift

Telefon . Fax . email . internet

angebot

EVENT-AGENTUREN




PP Frankfurt

Christoph Symeonidis
M 0175 723 43 64
c.symeonidis@pp-live.com
www.pp-live.com


PP Köln

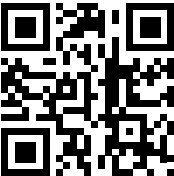
Patrick Birkenfeld
M 0173 919 80 85
p.birkenfeld@pp-live.com

PP LIVE GmbH steht für Live Kommunikation, strategische - und Personallösungen 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 verbinden wir strategische Beratung und Konzeption mit einem effizienten Projekt- und Personalmanagement.



LIVE
SPACE
CONTENT







Pure Perfection GmbH

T +49 611 172 19 60
wiesbaden@pureperfection.com
www.pureperfection.com

Seit 15 Jahren begeistert Pure seine Kund:innen. Mehr als 80 Mitarbeitende 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.



trendhouse
event marketing



trendhouse
event marketing GmbH

Innsbrucker Ring 15
81673 in München

T 089 368498-0
hello@trendhouse.de
www.trendhouse.de

Seit 1994 bringen wir Geschichten auf die große Bühne. Live, digital und hybrid, in Deutschland und im internationalen Ausland. Neben der professionellen Umsetzung anspruchsvoller Events sind wir besonders stark in der Inszenierung und Emotionalisierung Ihrer Botschaften. Wir sehen uns als strategischer Berater auf Augenhöhe und tauchen tief mit in Ihre Welt ein. Für unsere kreativen, innovativen und wirkungsstarken Events wurden wir bereits mehrfach ausgezeichnet.
Unser Vision Statement: We create lifetime memories by moving the new. We bring your stories to life by breaking the impossible. No matter what!

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.BLACHREPORT.DE

BLACHREPORT 19/25

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

uniplan	Uniplan Köln	Schanzenstraße 39 a/b 51063 Köln	T +49 221 845 69 0 hello@uniplan.com uniplan.com
	Uniplan Frankfurt/Main	Speicherstraße 59 60327 Frankfurt/Main	T +49 69 478 625 59 600 frankfurt@uniplan.com
	Uniplan Kerpen	Zeißstraße 12-14 50171 Kerpen	T +49 22 37 50 90 hello@uniplan.com
	Uniplan Basel	Signalstraße 37 4058 Basel - Schweiz	T +41 61 7269 555 basel@uniplan.com
	Uniplan Dubai	1907, The Regal Tower Business Bay, Dubai United Arab Emirates	T +971 4 577 0848 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	22nd Floor, Plaza 228 228 Wan Chai Road Wan Chai, Hong Kong	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 immer wieder neu erfunden und mit einem Gespür für zukünftige Entwicklungen den handwerklichen Ursprung mir kreativer Vorstellungskraft verbunden. Die Agentur begleitet ihre Kunden von der ersten Idee bis zum letzten Handgriff: 400 Uniplaner an acht Standorten in Europa und Asien erwecken visionäre Ideen mit hohem Anspruch an die Machbarkeit zum Leben – alles für den einen Moment, der das Markenerlebnis einzigartig macht.

Uniplan GmbH & Co. KG

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.
-------------------	----------------------------------------	----------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

MEDIA
BOARD

Digitale Ausgaben unter:
www.blachreport.de

anbieter _ ansprechpartner	anschrift	Telefon . Fax . email . internet	angebot
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 900 m² in Design-Räumen, zwei Außenbereiche mit 1000 m², ein weißes Hohlkehlen-Studio. Top Veranstaltungstechnik, hochwertiges Catering und perfekte Begleitung garantieren reibungslose Events. Kostenfreie Parkplätze. ÖPNV-, Autobahn-, Flughafennähe.	

MEDIENTECHNIK / LED-WÄNDE			
---------------------------	--	--	--

ACETEC
EVENT- & MEDIENTECHNIK

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 Messegelände, das RheinMain CongressCenter (RMCC) sowie das Kurhaus innerhalb weniger Minuten erreichbar sind.
--------------------------------------------------------	----------------------------------------	------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.STAGEREPORT.DE

anbieter
_ansprechpartner

anschrift

Telefon . Fax . email . internet


angebot

MESSE- / EVENTBAU

AMECKO

MESSEN
KONGRESSE
AUSSTELLUNGEN
EVENTS
INNENAUSBAU

THE INSPIRING PEOPLE




AMECKO GmbH

Zum Steigerhaus 1
46117 Oberhausen

T +49 (0)208 810959-0
F +49 (0)208 810959-59
info@amecko.com
www.amecko.com
instagram.com/
amecko_theinspiringpeople



Wir konzipieren, realisieren und betreuen kreative Erlebnisräume auf Messen, auf Kongressen, im Innenausbau und für Events. Bei uns erhalten Sie das Komplettpaket für Ihren Markenauftritt unkompliziert aus einer Hand. Ob Ihre Produkte oder Dienstleistungen für sich sprechen sollen, ob interaktives Infotainment, eine spannende Architektur oder eine hochkomplexe, bauliche Umsetzung im Fokus ihrer Aufgabenstellung stehen – AMECKO schafft Erlebnisse mit dem Netzwerk der Besten, national und international.



WE ARE
artlife

messe events specials

MIT PROFIS ARTLIFEN




Artlife GmbH

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.



Wir schaffen Räume, die wirken.

BLICKFANG
Messebau GmbH

T +49 (0) 221 / 96 97 91 0
beratung@blickfang.de
www.blickfang.de
Waltherstraße 78
51069 Köln


München
Markus Galle
muenchen@blickfang.de

Hamburg
Stephan Sluyter
hamburg@blickfang.de

Stuttgart
Leo von Caprivi
stuttgart@blickfang.de

Köln
Patrick Esser
koeln@blickfang.de

BLICKFANG Messebau ist Ihr Full-Service Partner für einzigartige Markenauftritte. Von der kreativen Konzeption über präzises Design bis hin zu Fertigung, Logistik und Montage bieten wir alles aus einer Hand. Mit Leidenschaft und Erfahrung gestalten wir Räume, die wirken und Ihre Botschaft erlebbar machen.



Creative Gestaltung.

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


Creative Gestaltung GmbH




Heininger Straße 70
73037 Göppingen
T: +49 71 61–606 89-0
info@creative-gestaltung.de
www.creative-gestaltung.de

T: +49 71 61–606 89-0
info@creative-gestaltung.de
www.creative-gestaltung.de

Seit über 30 Jahren bringt CG Kreativität und Kompetenz aus Göppingen in alle Welt. Wir gestalten und produzieren „Brand Spaces“ in der digitalen und analogen Welt. Dadurch machen wir Ihre Marke greif- und erlebbar - ob auf Messen, Veranstaltungen, im Laden oder Internet.

Bei uns trifft hochwertiges Design und Werbetechnik auf makellose Ausführung und professionelles Projekt- und Logistikmanagement.





BLACHREPORT 19/25

SERVICELISTEN _23


anbieter
_ansprechpartner

anschrift

Telefon . Fax . email . internet

angebot

MESSE- / EVENTBAU



DEKO / SERVICE

BUILDING VISIONS

DEKO-Service Lenzen GmbH

www.deko-service.net
Event / Expo / Live Marketing

Standort Lohmar / Köln
Im Rohnweiher 47
53797 Lohmar
T +49 (0) 2205 9060
main@deko-service.net

Standort Berlin
Zur Alten Börse 79
12681 Berlin
T +49 (0) 30 5470 9770
nl-berlin@deko-service.net

Ob Bühnenbild, Großveranstaltung, Messe oder individuelle Markenerlebnisse – wir realisieren Ihre Visionen in jedem Bereich der Live-Kommunikation. Von der Planung bis zur Einlagerung bieten wir maximale Flexibilität durch vielfältige Inhouse Abteilungen der Bereiche Design & Digitaldruck, Holz- & Metallverarbeitung sowie Textil- & Elektrowerkstätten. Große Lagerflächen und eine Vielfalt an Mietartikeln bieten die individuell passende Lösung für jeden Bedarf.



NA+1
DER PLUS-FAKTOR

STANDORTE


LIMBURG
BERLIN
SARDINIEN
PRAG

HEADQUARTERS:

NA+1
Gunnar Zessel e. K.
Jahnstraße 10
65549 Limburg

Limburg


T +49 (0)6431 26290 20
M +49 (0)176 126290 22
info@na1.de
www.NA1.de



Wir sind national und international Ihr Partner für temporäres, stilsicheres und individuelles Design – mit 35 Jahren Erfahrung in den Bereichen Messe, Event, Retail, Großdekorationen, Möbel und Exponatbau. Rein und ehrlich bis ins Detail.






Add high-end
design furniture



Adexpo GmbH

Jagenbergstraße 13
41468 Neuss
Deutschland


T +49 2131 206 336 0
info@adexpo.de



Adexpo ist dein Spezialist für die Vermietung von Event- und Messemöbeln. Verlässlich, flexibel und mit viel Erfahrung statten wir seit über 35 Jahren europaweit Veranstaltungen aus. Erfahre mehr über uns und unser Sortiment auf www.adexpo.de.



LET'S END THE IMPOSSIBLE!



BlachReport

Ranking Non-Food-Catering

2. Platz

WISAG Event Service
GmbH & Co. KG

Isarstrasse 1
65451 Kelsterbach

T +49 (0)6142 83555-0
F +49 (0)6142 83555-199
wes.kelsterbach@wisag.de
www.wisag.de
www.event-services.shop

Wir machen Events!
Eventausstattung – Eventlogistik – Sonderbau – Eventcatering: Repräsentatives Mobiliar, ausgesuchte Zeltsysteme, vielfältiges Zubehör und Sonderbau für Messe und Event aus der eigenen Schreinerei. Ein professionelles Eventcatering für alle Anlässe und in jeder Größenordnung, sowie die hauseigene Eventlogistik runden das Portfolio ab.

BLACHREPORT 19/25

INSIDE

Jonas Korieth

JONAS KORIOETH IST MITGLIED DER GESCHÄFTSLEITUNG DER GRÜNEBAUM GESELLSCHAFT FÜR EVENT LOGISTIK IN BERLIN.



Jonas Korieth (Foto: Grünebaum)

Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?
Mich begeistert, dass man in dieser Branche Ideen, Emotionen und Botschaften in erlebbare Welten übersetzen kann. Aus einem Gedanken entsteht ein Bühnenbild, aus einer Emotion eine Lichtstimmung, aus einer Vision ein gesamtes Erlebnis. Technik wird hier zum Medium, das Geschichten erzählt.

Wen möchten Sie gern einmal kennenlernen?
Bruce Springsteen.

Welchen Traum wollen Sie sich noch erfüllen?
Den Kibo, den höchsten Berg Afrikas, besteigen.

Was macht Sie glücklich?
Die Natur. Sie zeigt, dass wir im großen Ganzen nur eine kleine Rolle spielen – und das macht vieles leichter.

Was war bisher Ihre größte Herausforderung?
Allen gerecht zu werden – im Job wie im Privatleben. Balance zu halten, ist oft schwieriger als jeder Gipfel.

Was machen Sie gegen Stress?
Bei Akutem: Atmen. Klingt simpel, wirkt aber.

Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?
Wahrscheinlich Maschinenbauingenieur in der Automobilbranche.

Welche Entscheidungen haben Sie bereut?
Bereut? Eigentlich nichts. Manchmal denke ich nur: Schade, dass ich nicht alle Leben leben kann, die ich spannend fände.

Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?
Die Kunst des Krieges von Sun Tzu.

Was sollen wir hören: Ihr aktueller Musiktipp?
It's All Right von Blue Ribbon – Blues aus Berlin.

Welches Live-Ereignis hat Sie bisher am meisten beeindruckt?
Der Aufstieg vom HSV dieses Jahr.

Auf die Gefahr hin, dass Sie dort nie wieder allein sind: Nennen Sie uns Ihr Lieblingsrestaurant?
Da Giorgio in Berlin, super Italiener.

Impressum

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

ISSN 1611-8308

b. connect business club

BE PART OF IT

LET'S DO SOMETHING REALLY GOOD TOGETHER!

www.bconnect.one

Bist du bereit, gemeinsam mit Gleichgesinnten und uns die Zukunft der Branche zu gestalten?

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 02

DATEN STATT BAUCHGEFÜHL? RON SCHNEIDER, PETER BLACH
UND PATRIC WEILER DISKUTIEREN ÜBER KI IN DER DATEN-
GETRIEBENEN EVENTPLANUNG UND -ANALYSE

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