



Expo 2025 in Osaka ging zu Ende: Welche Bilanz Aussteller und Dienstleister über die Weltausstellung in Japan ziehen können



CORINNA DI PIETRO
GENERAL MANAGER

„Wir liefern nicht nur Technik, wir betreuen Veranstaltungsorte partnerschaftlich, langfristig und ganzheitlich. Mit 100 % Verlässlichkeit, 100 % Herzblut und echtem Teamspirit tragen wir zur Attraktivität und Zukunftsfähigkeit von Eventlocations bei.“



NEUMANNMUELLER.COM

KONTAKT



Flucht nach vorn bei der PL&S?



Die Prolight + Sound (PL&S) erweitert ihr internationales Netzwerk – und das ausgerechnet zu einem Zeitpunkt, an dem es am Heimatstandort Frankfurt kriselt. Gemeinsam mit VNU

Exhibitions Asia Pacific kündigt die Messe Frankfurt eine neue Ausgabe in Bangkok für 2026 an. Der Fokus: Wachstumsmärkte, AV-Innovation und touristische Infrastruktur. Was als strategischer Schritt gefeiert wird, wirft zugleich Fragen zur Zukunft des Mutterformats auf.

Denn während sich in Südostasien neue Perspektiven eröffnen, verliert Frankfurt an Strahlkraft. Die nächste Ausgabe der Prolight + Sound wird nicht nur um einen Tag verkürzt – sie wirkt auch zunehmend wie ein Schatten ihrer selbst. 23.000 Besucher zur Jubiläumsausgabe 2024 markieren keinen echten Aufschwung. Die internationale Relevanz hat sichtbar gelitten.

Wettbewerber wie die Integrated Systems Europe (ISE) in Barcelona und die LEaT con in Hamburg nehmen der Prolight + Sound die Butter vom Brot – beziehungsweise haben es längst getan. Während sich diese Formate als agile Plattformen mit klarem Profil und starkem Community-Fokus etablieren, ringt Frankfurt um die Rückgewinnung seiner Rolle als europäisches Leitformat.

Die Expansion nach Bangkok mag wirtschaftlich sinnvoll sein. Doch sie lenkt auch vom eigentlichen Problem ab: der Erosion des eigenen Markenkerns in Frankfurt. Eine neue Messe in einem wachsenden Markt ersetzt nicht die verlorene Position im angestammten. Wenn die Prolight + Sound in Deutschland nicht wieder an Profil gewinnt, bleibt die internationale Expansion ein Signal der Flucht nach vorn – nicht der Stärke.

Herzlichst

Ihr Peter Blach

P.S.: Kurz vor Drucklegung erreichte uns noch die Mitteilung, dass die Prolight + Sound bereits im kommenden Jahr an die Light + Building, Weltleitmesse für Licht und Gebäudetechnik, ange-dockt wird, weil der Anmeldestand eine Stand-alone-Veranstaltung nicht mehr rechtfertigt. Das war es dann ja wohl.

inhalt		Titelfoto: Letzter Expo-Tag in Osaka (Foto: Japan Association for the 2025 World Exposition)	
4 BUSINESS Deutsche Messen bleiben Exportschlager	14 VENUES SPEZIAL Antwerpen		
6 EXPO OSAKA Bilanz zur Weltausstellung	16 PEOPLE Jobs + Karriere		
8 BUSINESS Seconds to WOW in Hannover	17 MARKETING-SERVICES Lieferantenverzeichnis		
10 BUSINESS Was geht beim BrandEx Award 2026?	26 BACKSTAGE Frank Türke		
11 VENUES Qatar im Fokus bei b.connect live in Frankfurt	26 IMPRESSUM		

MEDIA BOARD

OUT NOW!

BlachReport

BlachReport

BlachReport

StageReport

WWW.BLACHREPORT.DE
WWW.STAGEREPORT.DE



Deutschlands Messen bleiben Exportschlager (Grafik: AUMA)

AUMA-Erhebung

Deutschlands Messen bleiben Exportschlager

Im kommenden Jahr planen die deutschen Messegesellschaften 330 Veranstaltungen in fast 40 Ländern, zehn Prozent mehr als 2024. Das zeigt eine aktuelle Erhebung des Verbands der deutschen Messewirtschaft AUMA. Viele dieser Projekte sind Ableger etablierter Messen, die seit Jahren in Deutschland stattfinden. Mit ihren Messekonzepten und Netzwerken in vielen Regionen der Welt eröffnen die deutschen Messegesellschaften dem Mittelstand Chancen für den Export und die internationale Positionierung. Alle Auslandsmessen der AUMA-Mitglieder im Jahr 2026 sind jetzt in der Messedatenbank zu finden.

Wichtigster Auslandsmarkt deutscher Messeorganisatoren ist laut AUMA Süd-, Ost- und Zentral-Asien mit 202 Veranstaltungen. Darauf

folgen die Märkte Lateinamerikas (36), Europas (35), des Nahen und Mittleren Osten (20), Nordamerikas (19), Afrikas (14) sowie Australien/Ozeanien mit vier Messen. Insgesamt 16 Mitglieder aus dem Mitgliederkreis des AUMA und des Fachverbandes Messen und Ausstellungen (FAMA) organisieren im nächsten Jahr Auslandsmessen. Die Messen decken nahezu das gesamte Branchenspektrum ab – von Automatisierung über Bautechnik, Energiewirtschaft, Ernährung und Fahrzeuge bis zu Land- und Forstwirtschaft, Maschinenbau und Textilwirtschaft.

2025 wurden 325 Auslandsmessen geplant, 80 davon im vierten Quartal. Zwei Dutzend Messen sind neue Veranstaltungen. Mehr als die Hälfte basieren auf eigenen Neukonzeptionen, die übrigen auf dem Zukauf bestehen-

der Veranstaltungen oder auf Kooperationen. 2024 wurden von den AUMA- und FAMA-Mitgliedern rund 300 Messen im Ausland durchgeführt mit rund 135.000 ausstellenden Unternehmen, 8,9 Millionen Besucherinnen und Besuchern sowie einer gebuchten Standfläche von knapp 3,5 Millionen Quadratmetern. Die Zahl der Neuveranstaltungen lag bei knapp 30.

Weltweit plant mehr als die Hälfte der Veranstalter von Messen und Events, ihre Aktivitäten in neue Länder und Regionen auszuweiten. Dies geht aus einer Umfrage des Weltmesseverbandes UFI hervor, die im Juli 2025 veröffentlicht wurde. Deutschland liegt dabei an der Spitze: Für 87 Prozent der hiesigen Messeveranstalter hat die Expansion ins Ausland strategische Priorität.

Tempor Expo

Neue Fachmesse für mobile Infrastruktur in Fulda geplant

Am 5. und 6. November 2025 soll auf dem Messegelände Fulda erstmals die Tempor Expo stattfinden – als neue Fachmesse für mobile Infrastruktur. Gezeigt werden Zelte, Hallen, Energie- und Sanitärsysteme, Böden, Bühnenbau, Logistik, Technik und begleitende Dienstleistungen. Über 80 Aussteller aus acht Ländern haben sich zur Premiere angekündigt, was die internationale Relevanz des Themas unterstreicht.

Die Tempor Expo richtet sich an Entscheider und Fachkräfte aus der Event- und Festi-

valbranche sowie an Planer und Einkäufer aus Logistik und Bauwesen. Auch Beschaffer von Behörden, Hilfsorganisationen und Feuerwehren zählen zur Zielgruppe.

Begleitet wird die Fachaussstellung von einem Rahmenprogramm mit Kurzvorträgen, Outdoor-Demonstrationen und verschiedenen Networking-Formaten. Bereits am Vorabend der Messe, am 4. November 2025 um 18:00 Uhr, lädt ein Get-together der Zeltbranche in die Almhütte auf dem Messegelände ein.

Am ersten Messetag folgt um 17:30 Uhr eine After-Work-Party für Aussteller, Kunden und Supporter, ebenfalls in der Almhütte. Für beide Veranstaltungen ist die Teilnehmerzahl begrenzt, die Vergabe der Plätze erfolgt nach Verfügbarkeit.

Darüber hinaus sollen Expertentalks mit kompakten und praxisnahen Kurzvorträgen zusätzliche Einblicke in aktuelle Entwicklungen der Branche bieten. Das genaue Programm wird kurz vor Messebeginn veröffentlicht.

DRPGroup wurde „Global Agency of the Year“

C&IT Awards 2025 verliehen

Die DRPGroup ist bei den C&IT Awards 2025 als Global Agency of the Year ausgezeichnet worden. Die renommierte Auszeichnung würdigt die beeindruckende Entwicklung des Unternehmens von einer britischen Filmagentur zu einer weltweit agierenden Kommunikationsgruppe mit Standorten in Großbritannien, Deutschland und Nordamerika.

Für die DRPGroup markiert die Auszeichnung gleich zwei Jubiläen: 45 Jahre Agenturgeschichte und 45 gewonnene Preise allein in diesem Jahr – ein Symbol für kontinuierliche Kreativität, Innovationskraft und Teamleistung über fast fünf Jahrzehnte hinweg.

In Europa stärkte die Gründung von DRP Germany im Jahr 2018 die Präsenz der Gruppe auf dem Kontinent. Von hier aus werden zahlreiche Projekte und Filmproduktionen umgesetzt, darunter das deutschsprachige Branchenformat RheinTalk, das den Austausch von

Wissen und Ideen in der Kommunikations- und Eventwirtschaft fördert.

Auch in Nordamerika wächst die Agentur dynamisch: Mit den Übernahmen von A-Vision in 2021 und The Special Event Company (TSEC) in 2024 etablierte sich die DRPGroup als Full-Service-Agentur für Kunden wie Lenovo, Pepsi und GSK. Die Integration von TSEC hat den nordamerikanischen Umsatz verdoppelt und das EBITDA um 94 Prozent gesteigert.

Darüber hinaus erweitert eine Partnerschaft mit Maritz Global Events unter dem Dach der „More Than Experience Alliance“ die globale Leistungsfähigkeit der Gruppe – eine Kombination aus kreativer Umsetzung und operativer Stärke für internationale Kundenprojekte.

„45 Jahre, 45 Awards und nun der Titel Global Agency of the Year – symbolischer könnte es kaum sein“, sagt dazu Dale Parmenter, CEO und Gründer der DRPGroup. „Dieser Erfolg gehört unseren weltweiten Teams. Ihr Talent, ihre

Leidenschaft und ihr Engagement machen die DRPGroup zu dem, was wir heute sind – eine Agentur, die im Detail zusammenarbeitet, lokal denkt und global liefert.“

Mit einem internationalen Umsatzanteil von derzeit 28 Prozent, der 2026 auf über 35 Prozent steigen soll, verfolgt die Unternehmensgruppe konsequent ihren globalen Wachstumskurs. Matt Franks, Global Director of Events und CEO von TSEC: „Unsere Kunden schätzen uns als ein integriertes Netzwerk, das kreative Exzellenz weltweit liefert – effizient, konsistent und partnerschaftlich.“

Dagmar Mackett, Global Development Director und Managing Director von DRP Germany, schließt sich an: „Unsere Stärke liegt in der integrierten Kommunikation – ob Live-Event, Film oder Digitalprojekt. Entscheidend ist der gemeinsame Ansatz: Zusammenarbeit, geteiltes Wissen und messbarer Mehrwert für unsere Auftraggeber.“



Dale Parmenter (Foto: DRPGroup)

LETZTE CHANCE FÜR BRANDEX FRESH UND NAWUMO

Die Nachwuchswettbewerbe BrandEx Fresh und Nawumo gehen in die finale Runde. Bis zum 11. November 2025 haben junge Talente bis 30 Jahre noch die Möglichkeit, sich mit einem Video oder Konzept zu bewerben und damit den Grundstein für eine Karriere in der Event- und Kommunikationsbranche zu legen.

Beim Wettbewerb Nawumo – kurz für Nachwuchsmoderator – wird das beste Moderationstalent gesucht. Voraussetzung ist ein einminütiges Bewerbungsvideo, das die eigene Bühnenpräsenz und Persönlichkeit zeigt. Wer

die Jury überzeugt, qualifiziert sich für das Live-Casting am 16. Dezember 2025 in Düsseldorf. Dort wird entschieden, wer die Verleihung der BrandEx Fresh Awards am 14. Januar 2026 in Dortmund moderiert.

Parallel läuft der Kreativwettbewerb BrandEx Fresh. Gesucht wird ein kanalübergreifendes Kommunikationskonzept für die Restaurantmarke L'Osteria. Das Ziel: das Lebensgefühl „Dolce Vita“ neu interpretieren und physische mit digitalen Erlebnissen verknüpfen. Die Teilnahme ist allein oder im Team von bis

zu fünf Personen möglich. Eingereicht werden ein Konzept sowie ein kurzes Vorstellungsvideo per E-Mail.

Die Teilnahme an beiden Wettbewerben ist kostenfrei. Detaillierte Informationen und Briefings finden sich auf den jeweiligen Webseiten von Nawumo und BrandEx Fresh.

Michael Hosang vom Studieninstitut für Kommunikation und Mit-Initiator der Wettbewerbe, betont: „Mit Nawumo und BrandEx Fresh bieten wir jungen Talenten eine Bühne für Kreativität, Persönlichkeit und Karrierechancen.“

Expo 2025 in Osaka zu Ende gegangen

Aussteller und Dienstleister ziehen Bilanz zur Weltausstellung

AM 13. OKTOBER IST IN JAPAN DIE EXPO 2025 NACH 184 TAGEN ZU ENDE GEGANGEN. SEIT DEM 13. APRIL HATTEN SICH BESUCHER UND AUSSTELLER UNTER DEM MOTTO „DESIGNING FUTURE SOCIETY FOR OUR LIVES“ AUF DEM GELÄNDE IN OSAKA GETROFFEN. INSGESAMT KONNTE DIE WELTAUSSTELLUNG MEHR ALS 28 MILLIONEN BESUCHER VERZEICHNEN – 28 MILLIONEN WAREN VON DEN VERANSTALTERN IM VORFELD ERWARTET WORDEN.

Neben ihren Länderpavillons feierten die 165 offiziellen Teilnehmer und das Gastgeberland auch ihre jeweiligen Nationalfeiertage und brachten so ihre Kulturen und Anliegen zum Ausdruck. Die Expo 2025 in Osaka wollte Menschen aus aller Welt zusammenbringen und in der Post-Covid-Ära den persönlichen Austausch fördern.

Das Eventgelände wurde mit dem Ökosystem „Forest of Tranquility“ im Zentrum angelegt, umgeben von den Signature Pavilions, den Pavillons der offiziellen Teilnehmer und denen der nationalen Teilnehmer.

Die Abschlusszeremonie am 13. Oktober bildete das offizielle Ende der Expo unter dem Motto „For the Future“. Zudem wurde hier auch die Flagge des Veranstalters Bureau International des Expositions (BIE) an das Gastgeberland der nächsten Expo übergeben: Die Expo 2030 Riyadh findet in Saudi-Arabien statt. Nachfolgend haben wir eine Auswahl von Bilanzen und Rückblicken von deutschsprachigen Ausstellern und Dienstleistern zusammengestellt.



Impressionen vom letzten Expo-Tag in Osaka
(Foto: Japan Association for the 2025 World Exposition)

DREI MILLIONEN GÄSTE IM DEUTSCHEN PAVILLON
Mehr als drei Millionen Menschen aus aller Welt haben den Deutschen Pavillon „Wa! Germany“ bei der Expo besucht. Dazu wurde er mit zwei Auszeichnungen des BIE geehrt – dem Sustainability Award und dem Silber Award für Themenentwicklung. Die Koelnmesse, die im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWE) für die Organisation und den Betrieb des Deutschen Pavillons verantwortlich war, zieht eine rundum positive Bilanz. „Der Deutsche Pavillon hat eindrucksvoll gezeigt, dass internationale Großprojekte made in Germany weltweit begeistern“, erklärt Gerald Böse, CEO der Koelnmesse.

Unter dem Leitmotiv „Gemeinsam eine zirkuläre Welt gestalten“ verband der Deutsche Pavillon Architektur, Technologie und Emotion zu einem immersiven Erlebnis. Die Besuchenden erlebten, wie Ansätze der Kreislaufwirtschaft, urbane Landwirtschaft, Wasserstofftechnologien und nachhaltiges Design den Weg in eine verantwortungsvolle Zukunft



Der Deutsche Pavillon in Osaka
(Foto: Jakob Studnar/Koelnmesse GmbH)

weisen können. Mehr als 90 Prozent der Gäste im Deutschen Pavillon gaben in Befragungen an, ihre Erwartungen seien übertroffen worden. Viele bezeichneten den deutschen Beitrag als einen der besten der Expo. Besonders beliebt war das Pavillon-Maskottchen Circular, das von den Expo-Besuchenden zum beliebtesten Maskottchen der gesamten Weltausstellung gewählt wurde.

„Dieser Erfolg zeigt, was möglich ist, wenn Kreativität, Ingenieurskunst und Projektmanagement Hand in Hand gehen“, sagt Koelnmesse-Chef Böse. „Die Expo 2025 hat Deutschland als offenen, innovativen und nachhaltigen Partner in der Weltgemeinschaft präsentiert – und wir sind stolz, unseren Beitrag dazu geleistet zu haben.“ Die Koelnmesse verantwortete im Auftrag des BMWE bereits zum wiederholten Mal die Organisation und den Betrieb des Deutschen Pavillons – zuletzt in Dubai 2021, Shanghai 2010 und Aichi 2005. Konzept, Planung und Umsetzung lagen in diesem Jahr bei der Arbeitsgemeinschaft Deutscher Pavillon Expo 2025 Osaka, bestehend aus facts and fiction (inhaltliches Konzept und Mediengestaltung) und GL events Live (bauliche Realisierung) mit Unterstützung der japanischen Niederlassung. Die architektonische Gestaltung stammt von LAVA Architects (Berlin). Für das Kulturprogramm zeichneten Voss + Fischer und Mike P. Heisel verantwortlich. Gastronomie und Shop betrieb 78degrees.

FACTS AND FICTION

facts and fiction war auf der Expo 2025 maßgeblich an der Gestaltung der Pavillons für Deutschland, Österreich und die Europäische Union (EU) beteiligt. Die Agentur freut sich über 18 Auszeichnungen für die Pavillons von Deutschland und Österreich. Der Österreich-Pavillon konnte schon



Österreich Pavillon
(Fotos: Stefan Schilling)

Mitte September, einen Monat vor Finale der Expo, die Marke von einer Million Besuchern knacken. Das entsprach einem Tagesdurchschnitt von rund 6.500 Gästen, oder rund 540 pro Stunde.

facts and fiction konnte neben den BIE-Preisen für den deutschen Expo-Auftritt auch mit dem österreichischen Pavillon punkten. Dieser erhielt Bronze für das Ausstellungsdesign. „Die Auszeichnungen am Ende dieser intensiven Monate sind eine wertvolle Anerkennung für das gesamte Team – und spiegeln wider, was wir in Osaka täglich erleben durften: echte Begeisterung und internationale Verbundenheit“, sagt Christopher Hecker, im Auftrag der Koelnmesse Direktor des Deutschen Pavillons.

Beim Exhibitor Magazine's World Expo Award war facts and fiction ebenfalls erfolgreich: Deutschland wurde in den Kategorien „Best Exterior Design“ (Winner) und „Best Large Pavilion“ (Honorable Mention)



ausgezeichnet, Österreich erhielt Auszeichnungen in den Kategorien „Best Exterior Design“ und „Best Presentation“ (Honorable Mention). Außerdem hat der Deutsche Pavillon Gold in der Kategorie „Best Sustainable Pavilion“ und der österreichische Pavillon Silber in der Kategorie „Best Small Pavilion“ sowie Bronze in der Kategorie „Best Activation or Engagement“ beim World Expolympics Award gewonnen, der die außergewöhnlichsten Beispiele für Experiential Design auf der Expo 2025 Osaka auszeichnet.

„Die Expo 2025 in Osaka war für uns weit mehr als ein Projekt – sie war eine Herzensangelegenheit. In den Pavillons von Deutschland, Österreich und der Europäischen Union durften wir Geschichten erzählen, die von Haltung, Innovationskraft und Zuversicht handeln. Wir wollten

zeigen, dass Zukunft nicht nur gedacht, sondern erlebt und gefühlt werden kann“, sagt Marco Hückel, geschäftsführender Gesellschafter bei facts and fiction.

NÜSSLI

Bei der Expo zeichnete das Thurgauer Unternehmen Nüssli für den Bau von gleich fünf Länderpavillons verantwortlich. Neben dem Schweizer Pavillon realisierte Nüssli auch die Auftritte von Österreich, Usbekistan, Brasilien und Kuwait. Und vier der fünf Pavillons haben bei den BIE Awards in unterschiedlichen Kategorien einen Award bekommen.

Die fünf Nationen interpretierten das Expo-Motto auf ihre eigene Weise und setzten ihre Visionen mit Unterstützung von Nüssli architektonisch um. Bei der Verleihung der BIE-Awards wurde die Leistung von Nüssli gleich mehrfach gewürdigt: vier Pavillons, an deren Umsetzung das Thurgauer Unternehmen beteiligt war, erhielten Auszeichnungen.



Usbekistan Pavillon
(Foto: Stefan Schilling)

Besonders hervorzuheben ist der usbekische Pavillon, der mit Gold für Thematische Entwicklung prämiert wurde. Auch der brasilianische Pavillon überzeugte die Jury und wurde in der Kategorie Thematische Entwicklung (Modulpavillons) mit Silber geehrt.

Der Schweizer Pavillon wurde in der Kategorie Architektur & Landschaft mit Bronze ausgezeichnet, der österreichische Pavillon erhielt Bronze für Ausstellungsdesign. „Mit den Projekten in Osaka konnten wir einmal mehr zeigen, dass temporäre Bauten bleibende Wirkung haben – technisch, architektonisch und emotional. Diese Erfahrung nehmen wir mit großer Motivation in die nächsten Expos“, sagt Andy Böckli, CEO von Nüssli.



Usbekistan Pavillon
(Foto: Josef Sindelka)



Location Award 2025 (Foto: fiylo)

Location Award kürt die besten Locations 2025

Seconds to WOW in Hannover

Am 13. Oktober 2025 wurde im Karriere-Campus Hannover der Location Award 2025 verliehen. Vor rund 300 Gästen aus der Eventbranche zeichnete eine unabhängige Fachjury Deutschlands beste Veranstaltungsorte in vier Kategorien aus.

In der Kategorie „Tagungs- & Eventhotel“ überzeugte das Scandic Hamburg Emporio und sicherte sich den ersten Platz, gefolgt vom Dolce Bad Nauheim. Als beste „Tagungslocation“ wurde das Haus der Technik in Essen prämiert. Platz zwei ging an das Rhein-Sieg-Forum in Siegburg.

Gleich drei Locations teilten sich die Spitzenplätze in der Kategorie „Eventlocation“: Die Eventscheune Gut Ludwigsruhe in Langenburg wurde Sieger, während der Seepavil-

lon in Köln und der WDL Luftschiffhangar in Mülheim an der Ruhr gemeinsam den zweiten Rang belegten.

Die Kategorie „Newcomer“ entschied Port des Lumières in Hamburg für sich. Auf dem zweiten Platz landete das Juniper in Lübeck. Einen Sonderpreis von fiylo erhielt das Bergson Kunstkraftwerk in München für die Initiative „Die Stuhlpatschaft“, die soziales Engagement mit Veranstaltungsbetrieb verbindet. „Alle Nominierten des Location Award 2025 überzeugten mit hervorragendem Service und durchdachten Konzepten, die kreative Raumlösungen mit einem hohen Maß an Gastfreundschaft vereinen“, so Jurypräsidentin Manuela Thomsen vom Deutschen Sparkassen- und Giroverband. Frank Liefert, Initiator des Awards, ergänzte: „Ganz

gleich, auf welchem Platz sie gelandet sind – die Auszeichnung würdigt ihr Engagement für besondere Orte der Livekommunikation.“

Die Preisverleihung bildete den Abschluss des Veranstaltungstags „Seconds to WOW“, moderiert von Franca Leheldt. Auf dem Programm standen Vorträge von Speakern wie Smudo, Sven Göth, Dr. Steffi Burkhart und Christian Wehner. Workshops mit Franziska Becker, Tanja Schramm und weiteren Sprechern boten praxisnahe Impulse.

„Seconds to WOW & Location Award“ wurde von fiylo mit Partnern wie Karriere-Campus Hannover, Swiss Life, Premium Speakers, Rent.Group, Schweiz Tourismus, vomfeinsten Catering & Service sowie Cart Care – Club Car realisiert.

Lucky Shareman veröffentlicht Whitepaper „The Power of YouTube“

Analyse belegt Potenzial

YouTube feiert 20 Jahre und bleibt dennoch einer der meistunterschätzten Kanäle für Markenkommunikation. Die Hamburger Agentur Lucky Shareman hat mit dem neuen Whitepaper „The Power of YouTube“ eine fundierte Analyse vorgelegt, die das Potenzial der Plattform im Zusammenspiel mit Influencer-Marketing und Community-Building beleuchtet.

Grundlage des Whitepapers ist die YouTube-Studie 2025. Sie liefert aktuelle Zahlen zur Nutzung der Plattform in Deutschland und gibt Einblick in das Verhalten der Zielgruppen – insbesondere der Generation Z. So nutzen 92

Prozent der Befragten YouTube mindestens einmal pro Woche, 47 Prozent sogar täglich. 70 Prozent nehmen Werbung auf YouTube bewusst wahr, 78 Prozent haben bereits ein Produkt aufgrund eines Creator-Spots gekauft.

Für Marken liegt hier eine zentrale Chance: Vertrauen, Unterhaltung und passgenaue Anreize wirken auf YouTube besonders effektiv. „Kaufentscheidungen auf YouTube entstehen nicht zufällig, sondern durch das richtige Zusammenspiel von Vertrauen, Inspiration und handfesten Anreizen“, sagt Katharina Backen-berg, Geschäftsführerin von Lucky Shareman.

Christian Lutterbeck, Head of YouTube Sales DACH, ergänzt: „YouTube ist längst mehr als eine Videoplattform. Sie ist ein relevanter Marketingkanal, dessen Stärke in der authentischen Beziehung zwischen Creator und Community liegt.“

Neben klassischen Videoformaten – bevorzugt von 74 Prozent der Befragten – hebt das Whitepaper das Potenzial von Long-form-Content hervor. Auch der strategische Einsatz im Marketing-Funnel wird behandelt: von nachhaltiger Awareness durch Evergreen-Content bis hin zur Conversion.

Das Whitepaper gibt es auf der Website.



news aktuell und P.E.R. Agency haben sich in ihrem Trendmonitor mit der internen Kommunikation in Unternehmen beschäftigt (Grafik: news aktuell)

PR-Trendmonitor von news aktuell und der P.E.R. Agency vorgestellt

Interne Kommunikation leidet unter Ressourcenmangel

Die interne Kommunikation in Unternehmen steht vor vielfältigen Herausforderungen – das zeigt der aktuelle PR-Trendmonitor von news aktuell, einer Tochtergesellschaft der dpa, und der P.E.R. Agency. Für die Erhebung wurden 276 Kommunikationsverantwortliche aus Deutschland und der Schweiz befragt. Als größte Hürden identifizieren die Teilnehmenden fehlende Ressourcen, eine Überflutung mit Informationen sowie unklare Prozesse und Zuständigkeiten.

Rund ein Drittel der Befragten (31 Prozent) nennt fehlende personelle, zeitliche oder finanzielle Mittel als zentrales Problem in der internen Kommunikation. Damit steht der Ressourcenmangel deutlich an der Spitze der Herausforderungen. Auf Platz zwei folgt mit 21 Prozent die Informationsflut – ein Zuviel an Maßnahmen oder Kanälen erschwere die effektive interne Kommunikation. Für 20 Prozent der Teilnehmenden stellen unklare Prozesse oder nicht klar definierte Zuständigkeiten ein Hindernis dar.

Auch strategische Mängel wirken sich negativ aus: 18 Prozent sehen die fehlende strate-

gische Ausrichtung und unklare Zielsetzungen als zentrales Problem. 17 Prozent beklagen die unzureichende Beteiligung der Mitarbeitenden. 16 Prozent kritisieren eine einseitige Kommunikation, die ausschließlich von oben nach unten erfolgt.

Der zunehmend hybride Arbeitsalltag bringt zusätzliche Komplexität mit sich: 14 Prozent der Befragten empfinden die dezentrale Organisation ihrer Teams als Herausforderung. Jeweils 13 Prozent geben an, dass Botschaften nicht bei den Mitarbeitenden ankommen oder geeignete Tools zur Messung der internen Kommunikation fehlen. Auch fehlende Unterstützung durch das Management wird von zwölf Prozent der Teilnehmenden als hinderlich empfunden.

Weniger problematisch erscheinen hingegen technische oder infrastrukturelle Themen. Lediglich neun Prozent der Kommunikationsverantwortlichen sehen eine geringe Akzeptanz interner Tools oder fehlendes Know-how als relevant an. Ebenso selten werden unzureichende Kommunikationskanäle genannt. Tech-

nische Barrieren bei der Einführung digitaler Lösungen beschäftigen nur sieben Prozent. Sprachliche und kulturelle Unterschiede innerhalb internationaler Teams spielen mit fünf Prozent eine eher untergeordnete Rolle.

Die Ergebnisse unterstreichen die Notwendigkeit, interne Kommunikation als strategische Führungsaufgabe zu begreifen und entsprechend mit Ressourcen auszustatten. Nur so kann sie ihre Funktion als verbindendes Element im Unternehmen erfüllen – gerade in Zeiten flexibler Arbeitsmodelle und zunehmender Informationsdichte.

Der PR-Trendmonitor wird regelmäßig von news aktuell und der P.E.R. Agency durchgeführt. Ziel ist es, Einblicke in aktuelle Entwicklungen, Herausforderungen und Perspektiven der Kommunikationsbranche zu geben. Befragt werden Fach- und Führungskräfte aus Unternehmen, Organisationen und Agenturen in Deutschland und der Schweiz. Die Studienreihe erscheint seit über 20 Jahren und gilt als relevanter Gradmesser für die Kommunikationspraxis.



Larissa Klegraf



Martina Ernsting-Elsner
(Fotos: fwd: Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft)

Sechs Fragen an die Projektleitung

Was geht beim BrandEx Award 2026?

WIR HABEN LARISSA KLEGRAF UND MARTINA ERNSTING-ELSNER, PROJEKTLEITERINNEN BEIM BRANDEX AWARD, ZUM AKTUELLEN STAND BEIM WETTBEWERB BEFRAGT.

BlachReport: Wie verlief die erste digitale Jurysitzung im Oktober und was war der erste Eindruck der Jurymitglieder?

Larissa Klegraf: Die digitale Jurysitzung am 2. Oktober 2025 verlief ausgesprochen fokussiert und inspirierend. Schon in der ersten Runde war spürbar, mit welcher Leidenschaft und fachlichen Tiefe sich die elf Architecture Jurymitglieder den Einreichungen widmeten.

Besonders beeindruckend war die Vielfalt der Projekte – von architektonisch komplexen Messebauten bis hin zu emotional inszenierten Markenerlebnissen. Die Diskussionen waren intensiv, aber stets wertschätzend und geprägt von Neugier auf neue Ansätze.

Martina Ernsting-Elsner: Im Event-Bereich war die Jury begeistert von den vielen qualitativ hochwertigen Einreichungen. Deshalb sind auch mehr Projekte als im Vorjahr in die 2. Phase gekommen. Besonders hervorheben möchte die Jury, dass nicht immer ein hohes Budget ausschlaggebend ist für den Erfolg. Es gab viele tolle Projekte mit kleinerem Budget.

Darum der Appell der Jury: Traut euch, auch die kleinen, smarten Projekte einzureichen.

BlachReport: Welche Trends lassen sich in den Kategorien Architecture und Event anhand der diesjährigen Projekte erkennen?

Larissa Klegraf: Bei den Architektureinreichungen liegt der Fokus zunehmend auf modularen, ressourcenschonenden Konzepten und auf einer klaren, funktionalen Ästhetik. Auffällig ist auch, dass Emotionalität und Storytelling wieder stärker in den Mittelpunkt rücken.

Martina Ernsting-Elsner: Im Bereich Event fiel die große Zahl an Influencer- und Creator-Events in der Kategorie Best Live PR deutlich auf. Für die Zukunft können sich die Veranstalter hierfür sogar eine eigene Kategorie vorstellen.

BlachReport: Welche Rolle spielt die öffentliche Jurysitzung für Einreicher und Besucher?

Martina Ernsting-Elsner: Die öffentliche Jurysitzung – welche zum dritten Mal am 14. Januar 2026 stattfindet – schafft Transparenz und Nähe. Sie bietet sowohl Einreichern als auch Nicht-Einreichern die Möglichkeit, intensivere Hintergrundinformationen zu den Projekten zu erhalten, welche es ins Finale geschafft haben. Ein einzigartiger Einblick, denn die Zuschauer erleben live, wie über Qualität, Wirkung und Innovation diskutiert wird. Das macht die

BrandEx Live-Jurysitzung zu einem Ort echter Begegnung und Inspiration.

BlachReport: Preisverleihung im Rahmen der boe international: Mit welchen Akzenten werden die Gewinnerprojekte 2026 in Szene gesetzt?

Larissa Klegraf: Die Gewinnerprojekte werden auf der boe international 2026 mit einer klaren Dramaturgie präsentiert – fokussiert, emotional und visuell stark. Ziel ist es, die Projekte sichtbar zu machen und die Vielfalt der kreativen Leistungen auf eine Bühne zu bringen. Dabei steht nicht nur die Auszeichnung selbst, sondern auch der Austausch zwischen den Disziplinen im Mittelpunkt.

BlachReport: Wie geht es bis zur achten BrandEx 2026 Award-Verleihung weiter?

Larissa Klegraf: Ende November ist die zweite von drei Jurysitzungen. Am 14. Januar folgt die finale Entscheidung, welches Projekt in der dritten Runde Gold, Silber oder Bronze gewinnt. Dabei erfolgt das Voting nicht nach dem olympischen Prinzip.

Martina Ernsting-Elsner: Parallel wird an der Awardshow gearbeitet – mit dem Ziel, den BrandEx 2026 zum achten Mal als Plattform für Kreativität, Dialog und Inspiration zu positionieren.

Qatar im Fokus bei b.connect live in Frankfurt

Zukunft gestalten mit Vision

Mit einem After-Work-Event ist der neue Business Club b.connect auch in Frankfurt offiziell gestartet – mit Qatar als engagiertem Veranstaltungspartner. Die Netzwerkinitiative von Markus Eisele und Peter Blach will Entscheider aus Livekommunikation, Wirtschaft und angrenzenden Branchen zusammenbringen und zukunftsorientierte Themen diskutieren.

Rund 60 geladene Gäste trafen sich dazu in der Eventlocation OutOfOffice im Frankfurter Westend. Das OutOfOffice Westend ist eine von zwei Locations der Gruppe in Frankfurt und wurde vom nahegelegenen Palmengarten inspiriert. Während hier helle Räume und natürliche Elemente für kreative Leichtigkeit sorgen, präsentiert sich die zweite Location in Sachsenhausen im rustikalen Werkstyle – perfekt für Meetings und Networking-Events in offener Atmosphäre, die neue Perspektiven und echte Verbindungen ermöglichen.



b.connect live in Frankfurt
(Fotos: b.connect)

Im Fokus des Abends stand insbesondere der internationale Blick auf die Veranstaltungsbranche – mit Qatar als wachsender MICE-Destination und Impulsgeber für digitale Transformation. Visit Qatar präsentierte die strategischen Entwicklungen des Landes, mit denen es sich als globale Plattform für Meetings, Incentives, Kongresse und Events positioniert. Exzellente Erreichbarkeit via Qatar Airways, visafreier Zugang für mehr als 100 Nationen sowie eine hochmoderne Infrastruktur mit dem Qatar National Convention Centre (QNCC) und dem Doha Exhibition and Convention Center (DECC) bilden die Grundlage. Ergänzt wird das Angebot durch 190 Hotels, davon 79 im Fünf-Sterne-Segment.

Mit der „Qatar National Vision 2030“ verfolgt das Land eine ambitionierte Digital- und Innovationsstrategie. Dazu gehören Investitionen in KI-Technologie, der Aufbau von Forschungszentren und internationale Ko-



Skyline-Blick von der Dachterasse der Eventlocation OutOfOffice im Frankfurter Westend
(Foto: OutOfOffice)

operationen – etwa mit Microsoft oder der Technischen Universität Berlin. Ein Beispiel ist das ZEKI-Zentrum für künstliche Intelligenz, das sich mit zukunftsrelevanten Themen wie Cybersicherheit und der Zukunft der Arbeit befasst. Beim World AI Summit in Doha wurden bereits erste KI-Anwendungen für Mobilität, Gesundheit und Smart Cities präsentiert.

Trotz aller Technologiefokussierung bleibt Qatar kulturell verwurzelt. Incentive-Angebote wie Wüstentouren, Fahrten mit traditionellen Dhow-Booten oder Besuche auf dem Souq Waqif ermöglichen emotionale und authentische Erlebnisse – und unterstreichen das Potenzial für kreative Veranstaltungsformate mit regionaler Verankerung.



Auch die inhaltliche Weiterentwicklung der Branche spielte beim Frankfurter Auftakt eine zentrale Rolle. Alessio Zachariades gab in seiner Keynote Einblicke in das Potenzial von AI Agents in der Livekommunikation. Sein Fazit: KI wird Events künftig nicht nur effizienter,

sondern auch intelligenter machen – von der Planung über die Durchführung bis zur Auswertung. In diesem Kontext wurde auch die b.connect MatchBox vorgestellt, ein KI-gestütztes Tool für gezieltes Networking innerhalb der Branche.



Neben den digitalen und internationalen Impulsen wurde beim b.connect-Event auch soziales Engagement sichtbar: Sänger Rolf Stahlhofen, Mitgründer der Söhne Mannheims, stellte seine Water Is Right Foundation (WIR) vor. Die Stiftung setzt sich seit 2011 für den Zugang zu sauberem Trinkwasser und sanitären Einrichtungen ein und hat weltweit bereits mehr als fünf Millionen Menschen unterstützt.

b.connect wird seine Veranstaltungsreihe weiter fortsetzen. Termine fanden bereits in der Motorworld München und bei der Agentur George P. Johnson in Stuttgart statt – erneut mit Vertretern aus allen Bereichen der Veranstaltungswirtschaft. Ziel bleibt es, Inspiration, Austausch und Kooperationen zu fördern – regional wie international.



Fantastic Four Filmpremierfeier
(Foto: Smith Berlin)

Wie das ehemalige Sony Center in Berlin die Markeninszenierung neu definieren will

Von Tokyo bis Berlin

FRAGEN AN ANNEKE SCHEPER, ASSET MANAGERIN IM CENTER AM POTSDAMER PLATZ IN BERLIN VON OXFORD PROPERTIES (EHEMALS SONY CENTER BERLIN) UND VERANTWORTET DIE STRATEGISCHE NEU-POSITIONIERUNG DES AREALS. SEIT 2020 BEGLEITET SIE DAS PROJEKT, ZUNÄCHST IN MARKETING UND KOMMUNIKATION, SEIT 2023 IM ASSET MANAGEMENT. SIE WAR MASSGEBLICH AN DER ENTWICKLUNG DES 3D-DISPLAY-KONZEPTS BETEILIGT – VON DER IDEE BIS ZUR UMSETZUNG.

BlachReport: Gerade erst wurde Deutschlands größtes 3D Display im ehemaligen Sony Center gelauncht. Frau Scheper, wie kann man sich das vorstellen?

Anneke Scheper: Wir reden hier von einem digitalen Erlebnis, das es in Deutschland bislang so nicht gab. Marken können mitten im Herzen Berlins nicht nur sichtbar, sondern tat-

sächlich erlebbar werden – und das auf einer Fläche von circa 243 Quadratmetern und ganz ohne 3D Brille. Wenn man heute an ikonische Orte für eindrucksvolle digitale Erlebnisse denkt, fallen schnell Tokyo oder New York ein. Das Center am Potsdamer Platz setzt aber einen markanten Unterschied. Denn über den Screen hinaus kann das gesamte Areal in die Inszenierung einbezogen werden – ein wirklich ganzheitliches Erlebnis.

BlachReport: Digitale Experiences sind also das große neue Ding. Gleichzeitig bleibt doch die Frage: Wo liegt der Mehrwert des physischen Raums?

Anneke Scheper: Genau in der Verbindung. Das Digitale verschmilzt mit der Umgebung und macht Erlebnisse emotionaler und nachhaltiger. Technologien wie 3D-DOOH, interaktive Stelen oder sogar das berühmte Dach, das farblich verändert werden kann, sind nur Tools –

sie leben erst durch den physischen Kontext. Hier entstehen Begegnungen, die online nicht reproduzierbar sind und die sich auch nachhaltig in der Erinnerung abspeichern.

BlachReport: Können Sie ein Beispiel nennen, wie Marken das bereits umgesetzt haben?

Anneke Scheper: Sehr gerne. Biotherm von L’Oréal gehörte mit zu den ersten, die den 3D Screen für ihr Branding genutzt haben. Die Beauty-Marke startete ihre erste Kampagne mit einem spektakulären 3D-Spot in Kombination mit einem Pop-Up-Erlebnis, bei dem die Besucher das gerade virtuell erlebte Produkt mit allen Sinnen erfahren konnten. Die Kombination aus digitalem Wow-Effekt und physischer Interaktion hat eine enorme Resonanz erzeugt. Das zeigt, was möglich ist, wenn beide Welten ineinandergreifen. Und die Möglichkeiten sind noch lange nicht ausgeschöpft.



Inflatables im Center am Potsdamer Platz
(Foto: ceececreative)



Anneke Scheper
(Foto: Stefan Hobmaier/Oxford Properties)

BlachReport: Das Center ist ja vor allem bekannt für große Filmpremieren. Nun gibt es keine Kinos mehr. Wie knüpfen Sie heute an diese Tradition der spektakulären Auftritte an?

Anneke Scheper: Das Center hat sich weiterentwickelt. Im Rahmen der Neukonzeption und Neugestaltung haben wir mehr Flexibilität ins Forum gebracht. So wurde zum Beispiel der zentrale Brunnen im knapp 880 Quadratmeter großen Forum durch ein Wasserspiel ersetzt, das für große Events per Knopfdruck stillgelegt werden kann. Mobile Baum- und Pflanztröge bringen mehr Grün ins Center – und können aber auch in wenigen Momenten den Bereich wieder öffnen. So eignet sich das Forum des Centers weiterhin für große Auftritte wie gerade erst letztes die Premierenfeier zum Disney Film ‚The Fantastic Four: First Steps‘. Gleichzeitig bieten kleinere Flächen oder unsere neu gestalteten Lobbies vielseitige Möglichkeiten für punktgenaue Inszenierungen wie Promotions, Fotoshootings oder Filmproduktionen. Und spannend wird es nächstes Jahr im Untergeschoss, wo immersive Erlebnisräume entstehen – auch das ein Zukunftsfeld für Markeninszenierungen.

BlachReport: Wenn wir über Möglichkeiten sprechen: Welche Flächen stehen Marken im Center konkret zur Verfügung?

Anneke Scheper: Wir haben sieben verschiedene Bereiche, die sehr flexibel nutzbar sind: das Forum mit 880 qm, den Fitness Experience Hub mit 365 qm und weitere Flächen von circa 20 bis 167 qm. Dazu kommen noch die digitalen Flächen wie der 3D Screen und fünf Stelen mit je 75 Zoll Screens. Diese Vielfalt ermöglicht Kampagnen in ganz unterschiedlichen Dimensionen – von großformatigen Inszenierungen bis hin zu exklusiven Markenmomenten.

BlachReport: Und wie sieht es mit klassischen Eventräumen aus – zum Beispiel Konferenzsäle oder Cateringküchen?

Anneke Scheper: Solche klassischen Räume bieten wir in Kooperation mit unseren Gastromomen an. So hat beispielsweise das Restaurant Frederick’s bei uns im Center verschiedene Eventräume für kleinere Empfänge und Tagungen zur Verfügung. Im Gegenzug setzen wir vom Center-Eigentümer rein auf moderne Begegnungsflächen. Angefangen bei unserem markanten Forum unter dem berühmten Dach des Centers bis hin zu unseren Lobbies.

Diese sind neugestaltet, lichtdurchflutet und eignen sich nicht nur als Co-Working-Spaces, sondern auch hervorragend für markenstarke Inszenierungen.

BlachReport: Bieten Sie darüberhinausgehende Services wie Technik, Shuttles, Inszenierungshilfen an?

Anneke Scheper: Wir stellen die Infrastruktur wie Strom- und Wasseranschlüsse bereit. Shuttles oder Technik vermieten wir nicht direkt. Aber wir ermöglichen eine 360°-Markendarstellung – von der Bespielung der digitalen Stelen, des Dachs, der Wasserfontänen über den 3D-Screen bis zu überdimensionalen Bannern unter dem Dach oder an der Fassade.

BlachReport: Das klingt nach einer Transformation von der klassischen Eventlocation hin zu einem neuartigen Markenerlebnis-Ort.

Anneke Scheper: Ganz genau. Wir sind keine Messehalle, sondern eine moderne Bühne für Inszenierungen mit Strahlkraft – im Herzen Berlins. Bei uns können Marken neue Dimensionen der Kommunikation wählen – und so Erlebnisse schaffen, die nicht nur für Aufmerksamkeit sorgen, sondern im Gedächtnis bleiben.

Meetinglocation

Drivers Lounge in der Motorworld Mallorca

Mit der Drivers Lounge erweitert die Motorworld Mallorca ihr Angebot um eine neue Business- und Lifestylefläche. Die Lounge ist auf die Bedürfnisse internationaler Geschäftsreisender und Unternehmer zugeschnitten und bietet auf rund 300 Quadratmetern eine Kombination aus Coworking-Spaces, voll ausgestatteten Meetingräumen und eleganten Rückzugsorten. Die Drivers Lounge ist an 365 Tagen im Jahr und 24 Stunden täglich geöffnet.

Die Lage der Motorworld Mallorca direkt an der MA-19, nur wenige Minuten vom Flughafen entfernt, macht die Drivers Lounge besonders attraktiv für Nutzer mit engem Zeitplan oder häufigen Reisetätigkeiten. Ausreichend Parkmöglichkeiten auf dem Areal ergänzen das Angebot.

Das Interior Design stammt von Mathes in Zusammenarbeit mit Vitra. Hochwertige Möbel, schnelles WLAN, Drucker sowie Ladepunkte für Laptop und Smartphone sorgen für eine funktionale Ausstattung. Für das leibliche Wohl ist ebenfalls gesorgt: Das Motorworld Inn serviert Speisen und Getränke. Eine eige-

ne Cigars Lounge mit Humidor richtet sich an Liebhaber exklusiver Genussskultur.

Die Motorworld Mallorca hat im April 2025 auf dem Gelände eines ehemaligen Coca-Cola-Werks eröffnet. Die 80.000 Quadratmeter große Erlebniswelt rund um Mobilität vereint Oldtimer, Supercars, Motorräder, Boote und E-Fahrzeuge mit Gastronomie, Veranstaltungen und gläsernen Einstellboxen für Sammlerfahrzeuge. Die Motorworld ist ganzjährig geöffnet.

MICE-Locations in Antwerpen

Meetings und Konferenzen in der Stadt der Diamanten



Der Grote Markt in Antwerpen
(Foto: Antwerpen Convention Bureau)

ANTWERPEN, SEIT JAHRHUNDERTEN EIN WICHTIGER HANDELSPLATZ, BEHERBERGT DEN ZWEITGRÖSSTEN HAFEN EUROPAS, IST DIE WELTHAUPTSTADT DES DIAMANTEN-HANDELS UND BEHERBERGT DEN ZWEITGRÖSSTEN PETROCHEMIE-CLUSTER DER WELT. DIE TRENDIGE METROPOLE SPIELT AUCH SEIT JEHER IN DEN BEREICHEN BILDENDE KUNST, DESIGN, ZEITGENÖSSISCHE ARCHITEKTUR UND MODE EINE VORREITERROLLE UND WAR EINST DIE HEIMAT BERÜHMTER MALER WIE DES BAROCKKÜNSTLERS PETER PAUL RUBENS UND SIR ANTHONY VAN DIJK. MICE-BESUCHER KÖNNEN IHRE WERKE IN MUSEEN UND KIRCHEN IN DER GANZEN STADT ERLEBEN.

Erst kürzlich brachte etwa die Europäische Konferenz für psychische Gesundheit 300 Delegierte aus über 30 Ländern in Antwerpen zusammen. „Antwerpen hat uns genau das geboten, was ein Kongress für psychische Gesundheit braucht“, sagte Liisa Kallio vom ECMH-Organisationskomitee. „Eine zentrale und einladende Stadt, ein engagiertes Veranstaltungsteam und ein Umfeld, das Menschen dazu einlädt, sich zu treffen, zu lernen und sich gegenseitig zu unterstützen.“ Das Mercure Antwerp City South

diente als Hauptsitz und Veranstaltungsort der Tagung. Diese Location und eine Auswahl weiterer Venues in Antwerpen stellen wir nachfolgend vor.

MERCURE ANTWERP CITY SOUTH

Das Mercure Antwerp City South zeigt sich seit einer Renovierung in einem sportlichen Design: Die Innenausstattung ist eine Hommage an den 100. Jahrestag der Olympischen Spiele. Das Vier-Sterne-Haus liegt im Antwerpener Geschäftsviertel. Direkt außerhalb der Umweltzone positioniert, sind die Messehallen von Antwerpen und das internationale Kunstzentrum



ECMH-Konferenz im Mercure Antwerp City South
(Foto: Antwerpen Convention Bureau)

Desingel nicht weit entfernt. Veranstaltungen, Kunst und Musik.

Das Hotel bietet 17 vielseitige Veranstaltungsräume mit einer Gesamtfläche von 1.380 qm, die sich für Besprechungen, Seminare, Workshops oder eben Konferenzen wie die ECMH eignet. Die Räume lassen sich variabel aufteilen und bieten Platz für maximal 450 Teilnehmer. Für den Aufenthalt der Gäste stehen 214 Zimmer bereit. Das Hotel ist dabei ein Green Key-zertifiziertes Unternehmen, das die Umwelt- und Nachhaltigkeitsstandards des Umweltzeichens einhält.

SKY LOUNGE

Um ein optimales Umfeld für Business Meetings und Events zu bieten, wurde in 2019 die 12. Hotel-Etage im Lindner WTC Hotel & City Lounge Antwerp neugestaltet. Jetzt stehen dort drei verschiedene Räume sowie eine großzügige Kaffee-Lounge für bis zu 160 Personen mit Weitblick über die Diamantenstadt zur Verfügung. Das Design greift dabei für Antwer-



Sky Lounge
(Foto: Lindner Hotels)

pen Typisches auf. So finden die Gäste in der Kaffee-Lounge, die für Pausen aller drei Räume genutzt werden kann, Elemente des Antwerpener Hafens: Die rustikale Kaffeebar erinnert an einen Übersee-Container, ebenso mutet die blaue lamellenartige Verkleidung der Wände an.

Die mit 165 Quadratmetern größte der drei WTC Antwerp Sky Lounges bietet Platz für bis zu 180 Personen und verfügt über eine große Dachterrasse, die sich über die gesamte Gebäudebreite erstreckt. Ihr Design ist am Diamantenviertel in Antwerpen orientiert, das das Hotel umgibt.

Für Meetings mit bis zu zwölf Personen ist die kleinste WTC Antwerp Sky Lounge mit 30 Quadratmetern als Sitzungssaal mit einem Tisch in V-Form geeignet. Ihr Design erinnert an den berühmten Antwerpener Barockmaler Peter Paul Rubens: Die Wände vermitteln den Eindruck einer ausgefeilten Maltechnik, während auf dem Teppich warme Farben und vor allem runde Formen dominieren. Die dritte WTC Antwerp Sky Lounge bietet mit 48 oder kombiniert zu 68 Quadratmetern einen modernen Boardroom für bis zu 22 Personen.



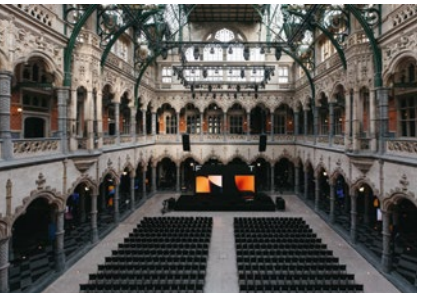
Sky Lounge
(Foto: Lindner Hotels)

Alle drei WTC Antwerp Sky Lounges verfügen über neueste, drahtlose Tagungstechnik mit Beamer, Leinwand, Bose-Soundanlage, Alexa-Sprachsteuerung wie Schallschutz-Panoramafenster, Terrasse, Klimaanlage und Co-Working-Ecken. Zusammen mit den elf bisherigen Tagungsräumen auf der zweiten und dritten Etage bietet das Lindner WTC Hotel & City Lounge Antwerp nun über 14 multifunktionale Veranstaltungsorte.

HANDELSBEURS ANTWERPEN

Die Börse Antwerpen war die erste reine Börse der Welt. Sie wurde in den 1520er Jahren erbaut und diente als Vorbild für ähnliche Gebäude in London, Amsterdam und anderen europäischen Städten. Nach einer turbulenten Geschichte wurde zu einem außergewöhnlichen Kongress- und Veranstaltungsort umgebaut und 2019 neu eröffnet.

Die historische Location arbeitet mit den Dienstleistern J&M Catering und PRG zusammen.



Events in der Börse Antwerpen
(Foto: Handelsbeurs Antwerpen)



Events in der Börse Antwerpen
(Foto: Handelsbeurs Antwerpen)

men und bietet Platz für Veranstaltungen wie Galadinner, Konferenzen, Tagungen, Produkteinführungen und kleinere Messen für zehn bis 1.200 Gäste. Ein versteckter Durchgang führt Gäste der Börse direkt ins Zentrum des Sapphire House Antwerp, dem ersten Autograph Collection Hotel von Marriott International in Belgien.

Gäste haben direkten Zugang von der Tiefgarage QPark Handelsbeurs sowohl zum Veranstaltungsort als auch zur Lobby des Sapphire House Antwerp. Die angrenzende Schippersbeurs beherbergt das Restaurant Fiera, das seine Gäste mit Küche mit Einflüssen aus aller Welt empfängt. Die Handelsbeurs Antwerpen bereichert Events mit ihrer neugotischen Kulisse, ihrem imposanten Innenhof als Blickfang und zehn multifunktionalen Räumen für Break-out-Sessions und kleinere Veranstaltungen.

CHOCOLATE NATION

Belgische Schokolade will seit 2019 die Belgian Chocolate Experience (TBCE) erlebbar machen, ein 360-Grad-Projekt in einem 4.000 qm großen Gebäude direkt gegenüber dem Bahnhof Antwerpen-Centraal. Das Projekt besteht aus mehreren Komponenten: Dem Schokoladenmuseum Chocolate Nation, einem Erlebnisschokoladenmuseum, einem Schokoladenproduktionswerkstatt mit neun Chocolatiers sowie diversen Tagungs- und Veranstaltungsräumen.



Chocolate Nation
(Foto: TBCE)

In 14 Themenräumen werden Besucher im Museum mit auf eine 60- bis 90-minütige Reise genommen, welche die Geschichte der bel-

gischen Schokolade erzählt. Als Eventlocation ist Chocolate Nation ideal für die Planung mehrtägiger Tagungen, Mitarbeiterfeiern, Teambuildings, Kundenveranstaltungen oder Seminare.

Tagungs- und Veranstaltungsräume gibt es hier für 20 bis 350 Gäste. Das angebotene Begleitprogramm ist dabei umfangreich und beinhaltet Schokoladen-Workshops für Gruppen und Einzelpersonen, Schokoladenverkostungen oder das Erleben von Speisenkombinationen wie Schokolade mit Bier oder Wein. Audioguides gibt es im Museum auf Niederländisch, Französisch, Englisch, Deutsch und Spanisch.

BRAUEREI DE KONINCK

Die Stadsbrouwerij De Koninck ist mehr als nur die Brauerei der Marken Bolleke und Tripel d'Anvers. Als kulinarischer Hotspot Antwerpens gibt es außer Bier auch andere Handwerksbetriebe wie Kaasaffineurs Van Tricht, die



Eventräume in der Brauerei
(Foto: Stadsbrouwerij De Koninck)

Metzgerei De Laet & Van Haver, den Chocolatier Jitsk, The Bakery, das Hotel Yust und nicht weniger als vier Restaurants.

Die Brauerei bietet fünf verschiedene Eventräume mit jeweils eigenem Charakter. Die Duvel Bar und die De Koninck Bar eignen sich – einzeln oder kombiniert – ideal für einen Drink, ein Dinner oder eine Party mit bis zu 200 Personen. Die Tagungsräume wie das Brouwershuis und ihr Brauereiambiente geben Meetings, Konferenzen oder Präsentation einen besonderen Touch. Tische, Stühle und audiovisuelle Ausstattung sind vorhanden und in der Raummiete enthalten.

Quasi ein Pflichttermin bei einem Aufenthalt in der Brauerei ist die interaktive Brauereiführung. Eine Stunde lang werden Gruppen durch die verschiedenen Räume geführt und erleben die Geschichte des Hauses. Oder Eventteilnehmer werden zu einem „Meet The Crafts“ geladen, bei dem ein Biersommelier alle Aromen (Bier, Käse, Fleisch, Schokolade) des Standorts in einer Verkostung vereint.

jobs + karriere

_ Zum 1. Januar 2026 übernimmt **Daniel Sennheiser** den Vorsitz des Verwaltungsrats der *Sennheiser-Gruppe*. Nach über zehn Jahren gemeinsamer Führung als Co-CEOs übernimmt er künftig eine strategische Rolle, während **Dr. Andreas Sennheiser** das operative Geschäft weiterhin als CEO verantwortet.

_ *Yext*, Plattform für Marken-Sichtbarkeit, beruft **Wendi Sturgis** als Senior Vice President International. Sie übernimmt damit die Strategie und das Wachstum des Unternehmens außerhalb Nordamerikas. Ein besonderer Schwerpunkt soll dabei auf der EMEA-Region liegen. Sturgis bringt jahrzehntelange Führungserfahrung in den Bereichen Technologie, E-Commerce und digitale Innovation mit – unter anderem bei *Yahoo!*, *Oracle* und *Gartner*.

_ Der Aufsichtsrat der *Porsche AG* ernennt **Dr. Michael Leiters** zum 1. Januar 2026 zum Vorstandsvorsitzenden der Porsche AG. **Dr. Oliver Blume**, der die Porsche AG seit zehn Jahren als CEO leitet, führt weiterhin als Vorstandsvorsitzender den *Volkswagen* Konzern. Seit Juli 2022 ist Michael Leiters CEO von *McLaren Automotive*, zuvor war er mehr als acht Jahre lang als CTO für *Ferrari* verantwortlich.



Neue Inhaber und Co-CEOs von Adcom, Ellenberger und Blaser (v.l., Foto: Adcom/Patric Spahni)



Johannes Molderings und Stephanie Forstner (Foto: lemonpie)



Michael Rambach und Christopher Boss (v.l., Foto: trendfairs)



Soner Avci (Foto: Entra AG)

EVENTAGENTUR ADCOM STELLT FÜHRUNG NEU AUF

Rückwirkend zum 1. Juli hat die Eventagentur *Adcom Switzerland* ihre Nachfolge geregelt: Die bisherigen Geschäftsleitungsmitglieder **Alain Blaser** [33] und **Dominik Ellenberger** [41] haben Adcom vom Gründer **Michael Fischer** übernommen und führen die Agentur künftig als Inhaber und Co-CEOs.

Mit diesem Schritt soll die Kontinuität des Unternehmens langfristig gesichert werden. **Daniel Dysli**, bisher CEO, wechselt in den Verwaltungsrat und wird das neue Führungsteam weiterhin begleiten. Gründer Michael Fischer tritt nach über drei Jahrzehnten vollständig aus dem Verwaltungsrat zurück.

Unter der neuen Führung will die Agentur ihre Rolle als Full-Service-Dienstleister im Live-Marketing weiter ausbauen. Dazu gehören die Erweiterung der Kompetenzen in Konzeption und Eventorganisation, die Stärkung der Bereiche Eventlogistik und Promotionspersonal sowie die Weiterentwicklung des Angebotsportfolios.

STEPHANIE FORSTNER BEKAM PROKURA BEI LEMONPIE

lemonpie Eventcatering stärkt seine Führungsstruktur und bestätigt offiziell die Prokura für **Stephanie Forstner**, die diese Funktion bereits seit Juni 2025 ausübt. Mit der erweiterten Verantwortung setzt das Unternehmen auf ihr langjähriges Engagement und ihre prägende Rolle in der strategischen Ausrichtung von lemonpie.

Stephanie Forstner gehört seit 2010 zum Unternehmen und ist heute eine der zentralen Gestalterinnen hinter den Themen systemische Organisationsentwicklung, Prozessoptimierung und Nachhaltigkeit. Mit ihrer umfassenden Branchenerfahrung und einem tiefen Verständnis für die Identität und Dynamik des Unternehmens ist sie eine tragende Säule im Führungsteam von lemonpie.

„Die Prokura für Stephanie Forstner ist ein klares Zeichen für Vertrauen und Kontinuität“, betont Geschäftsführer **Johannes Molderings**. „Sie denkt unternehmerisch, agiert mit Weitblick und steht für eine Haltung, die unsere Kultur entscheidend prägt.“

CHRISTOPHER BOSS WIRD TRENDFAIRS-GESCHÄFTSFÜHRER

Die NürnbergMesse-Tochtergesellschaft *trendfairs* überträgt zum 1. Januar 2026 die Geschäftsführung an **Christopher Boss** [40]. Beim Veranstalter für Spezialmessen folgt Boss auf Gründer **Michael Rambach**, der sich nach über 15 Jahren an der trendfairs-Spitze neuen persönlichen Projekten widmen und seine Anteile an den Gesellschafter NürnbergMesse übertragen wird.

Christopher Boss bringt viel Erfahrung in der Messebranche und innerhalb der NürnbergMesse Group mit: Nach zehn Jahren bei der *Messe Karlsruhe* war er ebenso lange in leitender Funktion bei der *NürnbergMesse* tätig – zuletzt als Executive Director der Euroguss und als Geschäftsführer von MedtecLive.

Bis zu seinem Wechsel hat der Messemanager wie gewohnt die Leitung der Euroguss inne. Über seine Nachfolgeregelung wollen sowohl Euroguss als auch MedtecLive zu gegebener Zeit informieren. Die Nachfolge als Mitglied des Aufsichtsrats der NürnbergMesse übernimmt **Marcel Mönkemöller**.

NEUER GESCHÄFTSFÜHRER FÜR DAS ENTRA RAPPERSWIL

Der Verwaltungsrat der *Entra AG* hat **Soner Avci** zum neuen Geschäftsführer gewählt. Zum 1. Januar 2026 soll der Eventexperte seine Rolle als Leiter des Entra Rapperswil antreten. Die Location bietet auf rund 2.000 qm in fünf Raum-Modulen Eventflächen für Veranstaltungen mit bis zu 1.000 Gästen.

Mit über 25 Jahren Erfahrung in der Kultur- und MICE-Branche bringt Avci viel Know-how in den Bereichen Kulturveranstaltungen, Kongresswesen und Evententwicklung mit. Zu seinen bisherigen Stationen zählen unter anderem das *KKL Luzern* – Kultur- und Kongresszentrum, das *Würth Haus* Rorschach, die *Stiftung Umwelt Arena* Schweiz in Spreitenbach sowie zuletzt das *KKThun*, wo er als Geschäftsführer tätig war.

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

Hagen Invent GmbH & Co. KG _ Catherine Hoffmann	Schirmerstraße 76 40211 Düsseldorf	T 0211 67935-0 F 0211 67935-19 info@hagen-invent.de www.hagen-invent.de	Hagen Invent schafft Marken- und Produkt-Erlebnisse, die Menschen berühren und auf Dauer wirken. Als Berater kreativ vorausdenkend und technologisch am Puls der Zeit. Immer wieder neu. Konsequenter innovativ und visionär. Das ist unser Anspruch. Damit Events, Incentives und Messen ihre Ziele erreichen. Mit Ideen und Technologien, die Zukunft erlebbar machen, strategisch eingebettet und souverän bis ins Detail umgesetzt.
---	---------------------------------------	--	---



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
TOP
EVENT AGENTUR
15




WINNER
2023
galaxy
AWARDS




EVENTEX
AWARDS
GOLD 2023




2024
EVENT
AWARD
WINNER



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

Connecting people, brands and markets.




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 22/25

SERVICELISTEN _19


anbieter
_ansprechpartner

anschrift


Telefon . Fax . email . internet

angebot

EVENT-AGENTUREN




PP Frankfurt



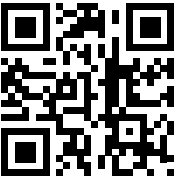
PP Köln

Christoph Symeonidis
M 0175 723 43 64
c.symeonidis@pp-live.com
www.pp-live.com
Patrick Birkenfeld
M 0173 919 80 85
p.birkenfeld@pp-live.com

PP LIVE GmbH steht für Live Kommunikation, strategische - und 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 22/25

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 Guanghai Lu SOHO2 No. 9 Guanghai 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 mit kreativer Vorstellungskraft verbunden. Die Agentur begleitet ihre Kunden von der ersten Idee bis zum letzten Handgriff: 400 Uniplaner an acht Standorten in Europa und Asien erwecken visionäre Ideen mit hohem Anspruch an die Machbarkeit zum Leben – alles für den einen Moment, der das Markenerlebnis einzigartig macht.

Uniplan GmbH & Co. KG

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



Digitale Ausgaben unter:
www.blachreport.de



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



boe international 2026

14 - 15 January 2026, Messe Dortmund, Germany

People. Events. Innovations.

International trade fair for innovative event solutions



boe international – International trade fair for innovative event solution 14. – 15. Januar 2026 Messe 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	Mit über 550 Ausstellern aus mehr als 15 Ländern und rund 10.000 Fachbesuchern ist die boe international der zentrale Treffpunkt für Entscheider, Kreative und Visionäre der Branche. Hier werden innovative Technologien, nachhaltige Konzepte und zukunftsweisende Formate erlebbar – von KI-gestützten Tools über immersive Experiences bis zu neuen Networking-Formaten wie der Founders Fight Night. Als Impulsgeber, Trendradar und Business-Hub markiert die boe den Start ins Veranstaltungsjahr und bietet praxisnahe Einblicke, Inspiration und internationale Perspektiven für die Eventindustrie der Zukunft.
---	---	---	---

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.		

MEDIATECHNIK / LED-WÄNDE

 			
Acetec GmbH	Rostocker Straße 17	T +49 611 9879296	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.
Ihr Ansprechpartner:	65191 Wiesbaden	mail@acetec.de	
Michael Lenkeit		www.acetec.de	

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



intertek




fwd:
Bundesvereinigung
Veranstaltungswirtschaft

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.



BLICKFANG^{DE}

MESSEBAU

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^{DE} EVENTS^{DE} WERBETECHNIK^{DE} BRANDING^{DE} DIGITAL DESIGN^{DE} APPS & WEB^{DE}

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.



f

@

in

u

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



Der Mittelstand.
BVMW
Bundesverband der Mittelständischen
Unternehmen in Deutschland
Mitgliedsunternehmen im BVMW



PARTNER
DER
MESSE
BERLIN




fwd:
Bundesvereinigung
Veranstaltungswirtschaft

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.



ADEXPO⁺

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.




IG
MESSEWESSEN
Zusammen für mehr
Wissen und dabei!




koelnmesse
Partner



fwd:
Bundesvereinigung
Veranstaltungswirtschaft




m
Messe Düsseldorf
Service Partner



WISAG

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 22/25

BLACHREPORT 22/25

anbieter anschrift telefon . fax . email . internet angebot
_ ansprechpartner

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

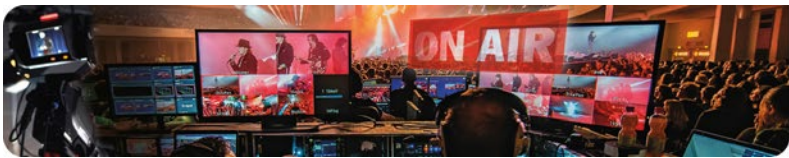
Live.Digital.On-site



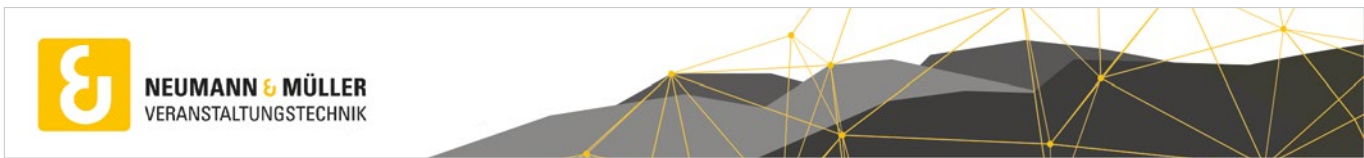
AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.AUTOMOBIL-EVENTS.DE

anbieter anschrift telefon . fax . email . internet angebot
_ ansprechpartner

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	Neumann & Müller Veranstaltungstechnik Massig Erfahrung, geballtes Know-how, ganz viel Herzblut und hochwertiges Equipment – gemeinsam ergibt das Qualität, die Maßstäbe definiert. Jedes Event ist einzigartig – das wissen wir seit fast 45 Jahren. Mit einem Team aus mehr als 900 Mitarbeitenden planen, betreuen und realisieren wir mit voller Leidenschaft und Kompetenz Events und Messen jeder Art.
-----------------------------------	--	---	---

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.STAGEREPORT.DE

Digitale Ausgaben unter:
www.blachreport.de

INSIDE

Frank Türke

FRANK TÜRKE IST GESCHÄFTSFÜHRER BEI ATELIER TÜRKE MESSEDESIGN UND ATELIER TÜRKE WERBEAGENTUR IN BALINGEN.



Frank Türke (Foto: Atelier Türke)

Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?
Die Vielfältigkeit der Aufgaben, Projekte und Kunden. Die ständigen Herausforderungen, „auf dem neuesten Stand“ zu sein.

Was wäre die Alternative zur Veranstaltungsbranche?
Eine Aufgabe im Sportmanagement.

Welchen Traum wollen Sie sich noch erfüllen?
Bei einer Olympiade oder Weltmeisterschaft das „Deutsche Haus“ zu gestalten.

Was macht Sie glücklich?
Vom Berg im Tiefschnee abzufahren.

Was war bisher Ihre größte Herausforderung?
Das Unternehmen durch die Corona-Zeit zu führen.

Welche Entscheidungen haben Sie bereut?
Keine, denn wenn man zum jeweiligen Zeitpunkt Entscheidungen bewusst trifft, waren sie dann auch richtig.

Was machen Sie gegen Stress?
Sport.

Wen möchten Sie gern einmal kennenlernen?
Ich bin glücklich über die Menschen, die ich kennengelernt habe und bin gespannt darauf, wer noch kommt.

Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?
„Dezember 41“ von William Martin.

Was sollen wir hören: Ihr aktueller Musiktipp?
„The Emptiness Machine“ von Linkin Park.

Welches Live-Ereignis hat Sie bisher am meisten beeindruckt?
Das Spiel um Platz 3 im letzten Handball Final4 in der Lanxess arena. Das im Übrigen der HBW Balingen-Weilstetten gewonnen hat.

Auf die Gefahr hin, dass Sie dort nie wieder allein sind: Nennen Sie uns Ihr Lieblingsrestaurant?
Die Krone in Lautlingen (Albstadt).

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

BLACHREPORT 22/25

14 January 2026
Messe Dortmund
Germany

Networking.
Entertainment.
Emotions.

Secure
ticket now!



www.boe-international.com
www.brand-ex.org



UNENDLICHE MÖGLICHKEITEN IM H45.UNIVERSE



HALLE 45

NEUGIERIG?
WIR SIND'S AUCH.
JETZT UNVERBINDLICH ANFRAGEN!



KONGRESS

SPECIAL EVENT

MESSE

GALA

halle45.de

H45.UNIVERSE

HALLE 45




TURBINENHALLE

**WERK
ZENTRALE**