



MICE-Locations in der Dommetropole am Rhein: Welche Venues die Koelnmesse für Messen, Meetings und Events bieten kann

„VIELE
KÖNNTEN.
WIR
KÖNNEN.“

PHILIPP HOFF
TEAM MANAGER | PROJECT
BUSINESS MANAGEMENT

„Egal ob kleiner Stand oder ganze Halle – Messestände technisch in Szene zu setzen ist unser Daily Business. Wenn alle Gewerke perfekt zusammenspielen und wir aus der Idee unserer Kund:innen ein Erlebnis machen, schlägt mein Herz höher.“



NEUMANN & MÜLLER
VERANSTALTUNGSTECHNIK

NEUMANNMUELLER.COM

KONTAKT



Deep Dives



Exklusive Einblicke in die Wettbewerbsbeiträge zum BrandEx Award 2026 liefern die Deep Dives, die jetzt und in den folgenden Wochen auf YouTube erscheinen (unter anderem auf dem Kanal Studio Blach). Dabei werden ausgewählte Einreichungen in exklusiven Interviews

näher beleuchtet – mit dem Ziel, Briefings, Konzepte, Erwartungen und Umsetzungen von Live- und Markenkommunikation transparent und nachvollziehbar darzustellen.

Den Auftakt bildete das Projekt „Der Superbag“ der Agentur Brandsoul aus Zürich. Geschäftsführerin Carole Ramuz erläutert im Gespräch, wie für das Landquart Fashion Outlet in der Schweiz eine 360°-Markeninszenierung geschaffen wurde: Eine begehbare Rieseneinkaufstasche entführte Besucher in eine farbenfrohe Erlebniswelt, gepaart mit pflanzbaren Give-aways, einem Flashmob in der Zürcher Innenstadt sowie einer CGI-gestützten Social-Media-Aktion inklusive der virtuellen Verwandlung eines Zuges in überdimensionale Superbags. Begleitend fand ein exklusiver Presse- und Influencer-Event am Zürcher See statt. Eingereicht wurde der Beitrag in der Kategorie Best Brand Activation.

In der nächsten Folge haben wir uns einem Beitrag von satis&fy gewidmet: Für die fünfte Ausgabe der Konferenz Money20/20 Europe 2025 in Amsterdam kreierte die Production Company eine ganzheitliche Erlebniswelt für über 7.000 Teilnehmende aus mehr als 100 Ländern. Individuell gestaltete Bühnen wie die naturverbundene „Na.I.ture Stage“, die geheimnisvolle „Off-the-Record Stage“ oder der quirlige „MoneyPot“-Bereich erzählten eigene Geschichten, integrierten Technik bewusst als Teil des Designs – etwa echte Pflanzen kombiniert mit Veranstaltungstechnik und einer Künstlichen Intelligenz als Co-Moderatorin. Ein eigens entwickeltes CMS sorgte für reibungslose Abläufe im Hintergrund, während Nachhaltigkeit durch wiederverwendbare Materialien, Mietpflanzen und faire Arbeitsbedingungen zentral war. Der Beitrag wurde beim BrandEx Award in den Kategorien Best Execution Event und Best Conference eingereicht.

Bei der dritten Veröffentlichung steht ein Projekt von BMW auf der CES 2025 im Fokus, eingereicht von Elastique. In der Kategorie Best Brand Activation: Statt einer herkömmlichen Präsentation wurde ein immersives Bühnenerlebnis präsentiert – inklusive 19 Meter-Cockpit, einer „Schrumpf“-Inszenierung, einer Late-Night-Show mit Humor und Emotionen. Unterstützung leistete eine erfolgreiche globale Social Media-Kampagne.

Interessant, oder? Weitere Deep Dives folgen kurzfristig.

Herzlichst

Ihr Peter Blach

inhalt

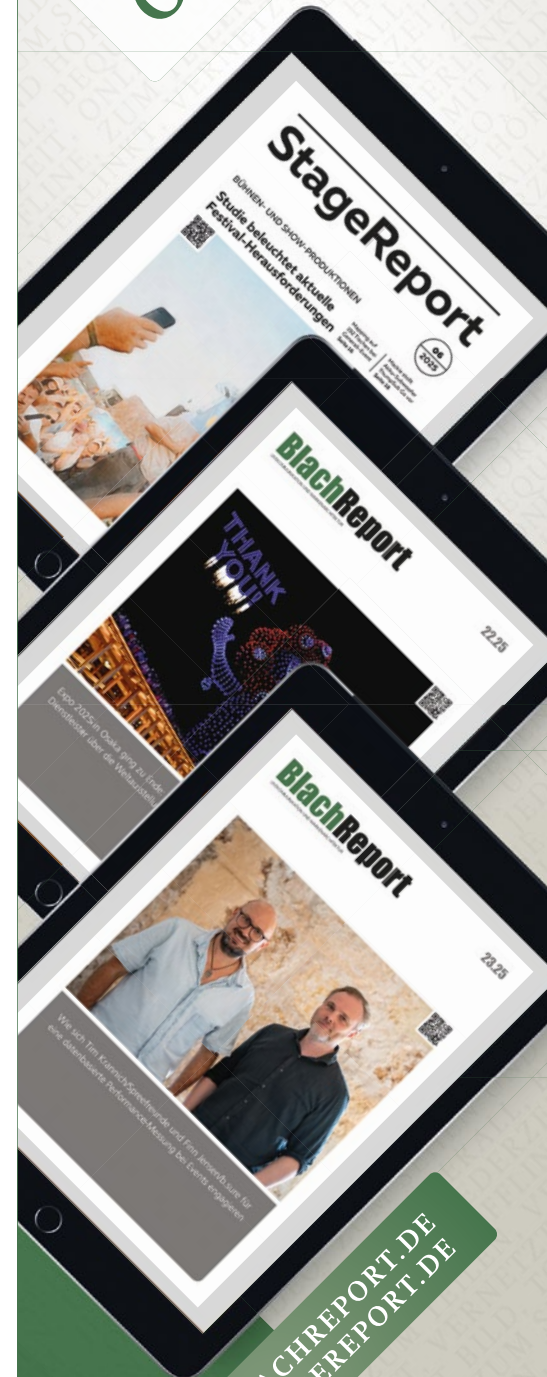
- 4 BUSINESS GWA-Umfrage
- 6 BUSINESS micelab:experts
- 8 BUSINESS dmg events und Deutsche Messe
- 10 WORK ESA-Ausstellung
- 12 SERVICES ILDA Awards

Titelfoto: Congress-Centrum Ost (Foto: Koelnmesse)

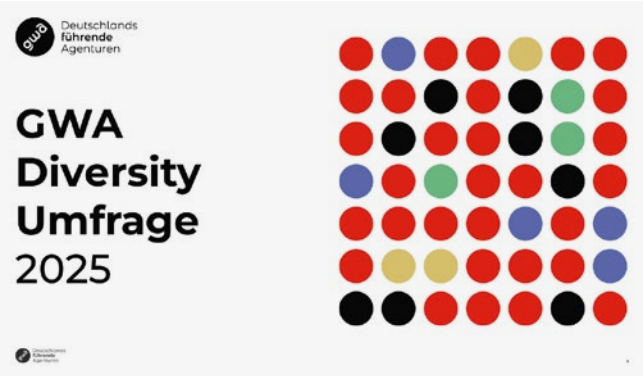
- 14 VENUES SPEZIAL Köln Messe
- 16 PEOPLE Jobs + Karriere
- 17 MARKETING-SERVICES Lieferantenverzeichnis
- 26 BACKSTAGE Thomas Hornung
- 26 IMPRESSUM

MEDIA
BOARD

OUT NOW!



WWW.BLACHREPORT.DE
WWW.STAGEREPORT.DE



GWA Diversity Umfrage 2025 (Grafik: GWA)



Laura Schlotthauer (Foto: GWA)

GWA-Umfrage

Agenturmitarbeiter fühlen sich wertgeschätzt

Der Agenturverband GWA hat die Ergebnisse seiner Diversity Umfrage 2025 vorgelegt. Dabei wurden erstmals auch Vielfaltsmerkmale wie Ethnie, Migrationshintergrund und Religion ermittelt.

Die Umfrage zeigt laut dem GWA: Die Mitarbeitenden in Deutschlands führenden Kommunikationsagenturen erleben ihren Berufsalltag überwiegend als wertschätzend, zugehörig und psychologisch sicher. Gleichzeitig weist die Branche keine große ethnische, internationale und altersbezogene Vielfalt auf. Ein weiteres Ergebnis: Knapp ein Drittel der Beschäftigten sind Eltern.

Eine deutliche Mehrheit der Befragten fühlt sich in ihrer Agentur wertgeschätzt (67 Prozent/Top 2-Antworten) und erlebt im Arbeitsalltag ein starkes Zugehörigkeitsgefühl (74 Prozent/Top 2-Antworten). Diese positive Wahrnehmung spiegelt sich noch stärker in der Teamwahrnehmung wider: 89 Prozent (Top 2-Antworten) fühlen sich in ihren Teams wertgeschätzt und respektiert.

Trotz dieser insgesamt positiven Tendenz bleibt Diskriminierung auch in der Agenturbranche ein Thema. 22 Prozent der Befragten berichten von entsprechenden Erfahrungen. Als Diskriminierungsgrund am häufigsten genannt werden Geschlecht und Alter: Rund 13 Prozent der Mitarbeitenden geben an, aufgrund ihres Geschlechts Benachteiligungen erlebt zu haben – überwiegend Frauen.

Laura Schlotthauer, Sprecherin des GWA-Forum DEI&B und Autorin der Diversity Umfrage, erklärt: „Dass sich die Mehrheit der Mitarbeitenden in ihren Agenturen und Teams sicher

und respektiert fühlt, ist gerade in herausfordernden Zeiten wie diesen eine sehr positive Nachricht. Zumal sich angesichts von Wirtschaftskrise und Transformationsdruck in vielen Agenturen die Prioritäten derzeit verschieben und Diversität leider oftmals nicht mehr den gleichen Stellenwert hat, wie noch vor ein paar Jahren. Umso wichtiger ist es, dass Agenturen Diversität als strukturelles Asset erkennen. Nicht akzeptabel ist, dass 22 Prozent der Befragten Diskriminierungserfahrungen am Arbeitsplatz gemacht haben. Der GWA setzt sich deshalb dafür ein, gemeinsam mit seinen Mitgliedsagenturen weitere Verbesserungen zu erreichen und betroffene Mitarbeitende aktiv im Umgang mit Diskriminierung zu unterstützen.“

Die strukturelle Zusammensetzung der Branche bleibt zudem bemerkenswert homogen. Rund 68 Prozent der Mitarbeitenden sind zwischen 25 und 44 Jahren alt. Jüngere Beschäftigte unter 24 Jahren sind mit nur fünf Prozent kaum vertreten, ebenso ältere Kollegen über 55 Jahre mit rund sieben Prozent. Frauen stellen mit 63 Prozent die Mehrheit, 31 Prozent der Befragten sind Männer, knapp vier Prozent identifizieren sich als divers. Über 80 Prozent der Mitarbeitenden sind heterosexuell, nur rund fünf Prozent bezeichnen sich als homosexuell.

In Bezug auf ethnische Vielfalt zeigt sich ein sehr eindeutiges Bild: 90,5 Prozent der Beschäftigten sind weiß, lediglich 4,6 Prozent bezeichnen sich als People of Color, 1,2 Prozent als Schwarz. Rund 23 Prozent haben einen Migrationshintergrund, davon besitzen knapp zehn Prozent keinen deutschen Pass. Immerhin

wird die Branche etwas internationaler: Haben aktuell knapp 87 Prozent die deutsche Staatsbürgerschaft, waren es 2023 noch rund 89 Prozent und 2021 rund 92 Prozent. Drei Viertel der Befragten sind religionslos, Christen bilden unter den Gläubigen die Mehrheit, andere Religionen sind kaum vertreten.

Auch im Bildungsniveau zeigt sich ein klares Muster: Knapp 70 Prozent der Mitarbeitenden haben studiert, mehr als ein Drittel verfügt über einen Masterabschluss oder ein Diplom. Alternative Bildungswege sind selten. Ein Drittel der Mitarbeitenden ist Elternteil oder erziehungsberechtigt, darunter 59 Prozent Frauen und 34 Prozent Männer.

Schlotthauer: „Die Agenturbranche ist seit vielen Jahren durch eine relativ homogene Mitarbeitendenstruktur geprägt. Ich würde mir wünschen, dass sich dies in Zukunft ändert und dass sich unsere Branche weiter öffnet – für Menschen verschiedenen Alters, verschiedener Herkunft und auch mit verschiedenen Bildungsabschlüssen. Vielfalt ist kein Selbstzweck, sondern Innovationsmotor. Unterschiedliche Perspektiven fördern kreatives Denken und stärken die Arbeitgeberattraktivität.“

An der Online-Erhebung (in deutscher und englischer Sprache) für die GWA Diversity Umfrage 2025 nahmen 1.027 Personen aus 90 GWA Mitgliedsagenturen teil. Der Erhebungszeitraum war vom 30. Juni bis 1. August 2025. Erstmals konnten Beschäftigte freiwillig Selbstauskünfte zu Identität, Religion, Neurodiversität und weiteren Diversitätsdimensionen geben. Die Umfrage wurde in Kooperation mit Appinio durchgeführt.

Bundeskonzferenz 2025 setzt Signale für die Branche

Debatten und Erwartungen

Mit intensiven Debatten und klar formulierten Erwartungen fand die diesjährige Bundeskonferenz Veranstaltungswirtschaft im Allianz Forum in Berlin statt. Vertreter aus Politik, Wirtschaft und der Veranstaltungsbranche nutzten das Treffen, um die wichtigen Themen des Jahres zu bündeln und politische Prioritäten für die Zukunft zu definieren.

Nach der Eröffnung und einem Impuls von Sebastian Krauß vom BVMW zog die Konferenz Bilanz über ein Jahr vertiefter Gespräche mit politischen Entscheidungsträgern. Tanja Alemany Sanchez de Leon aus dem BMWK richtete den Blick auf die bevorstehende 21. Wahlperiode. Sie betonte die Bedeutung verlässlicher Rahmenbedingungen und einer stabilen Zusammenarbeit zwischen Politik und Veranstaltungswirtschaft.

Zentraler Bestandteil war das Forderungsmemorandum 2025, das in vier Masterclasses

erarbeitet und anschließend von den Teilnehmenden priorisiert wurde. Die Ergebnisse bilden die Grundlage des Memorandums, das nun an die Politik übergeben wird. Zu den priorisierten Punkten gehören ein regelmäßiger Austausch auf Ressortebene unter Einbindung der Branche, die Einführung einer Wochenarbeitszeit statt einer täglichen Arbeitszeitgrenze, ein umfassendes Branchenmonitoring zur besseren Erfassung von Entwicklungen sowie eine Anpassung der Gewerbesteuer zugunsten zirkulärer Geschäftsmodelle. Damit sendet die Konferenz ein klares Signal: Die Branche möchte den Wandel aktiv gestalten und erwartet politische Unterstützung für Innovation, Nachhaltigkeit und Wettbewerbsfähigkeit.

In mehreren Diskussionsrunden wurden zentrale Themen vertieft. Tom Koch (Rytech AG) und MdB Michael Thews (SPD) sprachen über neue Ansätze in der öffentlichen Beschaffung

und die Rolle von Miet- und Sharingmodellen. Dr. Norbert Reuter (ver.di) diskutierte mit Thorsten Hörner (Heilmaier Messedesign) über zeitgemäße Arbeitszeitregelungen und deren Bedeutung für die Praxis der Veranstaltungsbranche. Abschließend diskutierten Jan Grohmann-Falke (Groh-P.A. Veranstaltungstechnik) und MdB Holger Mann (SPD) über das Verhältnis von Rechtssicherheit und unternehmerischer Flexibilität, ein Punkt, der bei den Teilnehmenden auf großes Interesse stieß.

Ein weiterer Höhepunkt war die Wahl des Rats der Vertreter für die Jahre 2025 und 2026. Das Gremium begleitet künftig die Arbeit der Bundeskonferenz und stärkt die Position der Branche im politischen Dialog. Dem neuen Rat gehören Alexander Ostermaier, Christian Eichenberger, Ellen Kamrad, Jens Langner, Justus Benedikt Brand, Marcel Fery und Mike P. Heisel an.



Rat der Vertreter: J. Langner, A. Ostermaier, M. Fery, E. Kamrad, J. B. Brand, M. P. Heisel, C. Eichenberger (v.l., Foto: Kwie)

Career Hub 2026 bringt Impulse für die Eventkarriere

Fachforum für Aus- und Weiterbildung

Am 14. und 15. Januar 2026 findet in Dortmund die boe international statt. Unter dem Motto „People. Events. Innovations.“ soll die Fachmesse erneut zum Treffpunkt für Entscheider, Kreative und Experten der Eventbranche werden. Zum zehnten Mal in Folge richtet das Studieninstitut für Kommunikation in diesem Rahmen am 14. Januar den Career Hub aus. Das Fachforum bietet praxisnahe Einblicke in Trends, Herausforderungen und Karriereperspektiven der Livekommunikation.

Fünf Vorträge beleuchten zentrale Themen der Branche. Den Auftakt macht um 11 Uhr Astrid Pieper, Geschäftsführerin bei KPP Event,

mit einem Impuls zur Nutzung von Künstlicher Intelligenz im Eventmanagement. Sie zeigt, wie KI-Tools die Planung effizienter machen und kreative Prozesse unterstützen – ohne die persönliche Note zu verlieren.

Um 11:45 Uhr gibt ein IHK-Experte Tipps zur Finanzierung von Weiterbildungen. Dabei geht es um Fördermittel für Unternehmen und Einzelpersonen – praxisnah erklärt. Weiter geht es um 12:30 Uhr mit dem Vortrag von Lukas Zimmermeyer (Winkels Interior Design Exhibition), der neue Wege im nachhaltigen Messebau aufzeigen will. Seine Ansätze kombinieren modulare Systeme mit kreativem Storytelling.

Kai Janssen, Creative Director bei Joke Event, zeigt um 13:15 Uhr, wie starke Ideen auch bei geringem Budget große Wirkung entfalten können. Sein Vortrag widmet sich der Kunst, Events dramaturgisch und emotional aufzuladen – mit einfachen Mitteln und viel Kreativität.

Zum Abschluss gibt Bela Königes um 14 Uhr einen Überblick über aktuelle Anforderungen im Sicherheitsmanagement, insbesondere beim Zufahrtsschutz. Der Fachplaner für Besuchersicherheit informiert über neue Standards und Handlungsempfehlungen. Der Career Hub findet in Halle 5, Stand 5.SU statt. Kostenfreie Messtickets gibt es beim Studieninstitut.



micelab:experts 2025 (Fotos: Bodenseeforum Konstanz/Lea Joos)

micelab:bodensee erkundet zukunftsfähige Veranstaltungen

micelab:experts

Zum ersten Mal in der Geschichte des micelab:-bodensee fand das Lernmodul micelab:experts in zwei Locations statt: Auf der Insel Mainau und im Bodenseeforum Konstanz trafen sich rund 60 Teilnehmende aus der MICE-Branche zum gemeinsamen Lernen, Austausch und Perspektivwechsel. Nach dem Impuls von Bertram Strolz, Experte für Positive Psychologie, und in unterschiedlichen Formaten vertieften sie ihr Know-how rund um die Frage „Wo beginnt Zukunft?“. Das Format „micelab:experts“ basiert laut den Veranstaltern auf der Überzeugung, dass alle Mitarbeitenden der MICE-Branche Experten auf ihrem Gebiet sind – und ihren individuellen Erfahrungsschatz mitbringen, der im Austausch wächst. Die Mitglieder des micelab:bodensee – elf Veranstaltungshäuser und Convention Bureaus rund um den Bodensee – stehen dazu im Dialog.

Der Auftakt auf der Insel Mainau am Montag, dem 20. Oktober, führte die Teilnehmenden zunächst in die Natur. Nach der Begrüßung durch Graf Björn Bernadotte und das

Mainau-Team folgten eine symbolische Aufstellung, eine Tour über die Insel und persönliche Reflexionsgespräche unter der Leitfrage „Wo beginnt für mich Zukunft?“. Am Nachmittag vertieften die Gruppen ihre Erkenntnisse bei interaktiven Formaten wie „Gehspräch“ und Triolog – einem Austausch in Dreiergruppen. Mit Übungen aus der Positiven Psychologie und Neurowissenschaft regte der Psychologe Bertram Strolz in seinem Impulsvortrag zum Nachdenken über Haltung, Emotionen und Dankbarkeit an.

Am Abend verlagerte sich der Lernort in die moderne Architektur des Bodenseeforums Konstanz. Nach einer Verkostung von Weinen der Insel Mainau folgte ein „Grazing-Table“-Dinner – ein gemeinsames Essen an einer großen, geteilten Tafel. Das offene Setting fördert Begegnung, Austausch und Gemeinschaft und passt zum Lerncharakter des micelab:experts. Musik, Candybar und Hausführung rundeten den Abend ab und boten Raum, Gespräche jenseits des Programms zu vertiefen.

Für alle frühauftretenden Teilnehmenden startete der zweite Tag mit Yoga. Anschließend standen Impulse und Workshops für die gesamte Gruppe auf dem Programm, die von „Zukunftsküche“ über „KI in Events“ bis „Stärken stärken“ reichten. Die Teilnehmenden reflektierten, welche Faktoren Veranstaltungen zukunftsfähig machen, und entwickelten gemeinsam neue Ideen für die eigene Praxis.

Der zweitägige Event verdeutlichte nach Ansicht des Trägervereins BodenseeMeeting, welches Potenzial in der Veranstaltungsbranche rund um den Bodensee steckt. Zukunft beginne dort, wo Menschen in einen Dialog kommen, ihre Haltung öffnen, Kooperation über Grenzen hinweg pflegen und Veranstaltungsformate bewusst und sinnstiftend gestalten. „Genau das ist das Anliegen der elf micelab-Mitglieder, die mit ihren Orten und Häusern Räume bieten, die Begegnungen und Veranstaltungen mit Wirkung in die Zukunft ermöglichen“, so BodenseeMeeting-Präsident Reinhold Maier.

BRANDEX DEEP DIVE: „MONEY20/20 EUROPE 2025“ VON SATIS&FY

Der BrandEx Award 2026 begleitet ausgewählte Wettbewerbsbeiträge mit einem Deep Dive Interview und ermöglicht exklusive Einblicke in Projekte, die sich für die zweite Bewertungsrunde qualifiziert haben. Diesmal im Fokus: das von satis&fy AG eingereichte Projekt „Money20/20 Europe 2025“.

Zum fünften Mal in Folge verwandelte satis&fy die FinTech-Konferenz Money20/20 Europe in Amsterdam in ein ganzheitliches Erlebnis. Mehr als 7.000 Teilnehmende aus über 100 Ländern erlebten eine Veranstaltung, bei der Technik, Design und Inhalte nahtlos ineinandergriffen.

Zentraler Bestandteil waren individuell gestaltete Bühnenwelten, die jeweils eigene Narrative entwickelten. Die naturverbundene Na.I.ture Stage kombinierte echte Pflanzen mit Veranstaltungstechnik und wurde durch eine KI-Co-Moderatorin ergänzt, die über Sound-to-Light-Programmierung interagierte. Weitere Bereiche wie die Off-the-Record Stage oder der trubelige MoneyPot-Bereich boten Raum für Austausch, Inspiration und Markenkommunikation.

Technisch unterstützt durch ein eigenes entwickeltes CMS, sorgte das satis&fy Team für

reibungslose Abläufe und stressfreie Präsentationen auf allen Bühnen.

Nachhaltigkeit spielte ebenfalls eine zentrale Rolle: Wiederverwendbare Materialien, Mietpflanzen, lokale Partner und faire Arbeitsbedingungen prägten die Umsetzung. Sonderbauten wie ein überdimensionaler Honiglöffel oder individuell gefärbte Gerüstteile wurden für zukünftige Einsätze eingelagert.

Der Deep Dive Beitrag ist auf YouTube verfügbar. Der BrandEx Award 2026 wird am 14. Januar in Dortmund verliehen. Eintrittskarten für die Awardzeremonie sind im Ticketshop erhältlich.



Messestand von SEW-Eurodrive (Foto: ET Global)

Auszeichnung für ET Global und SEW-Eurodrive

Galaxy Award

ET Global ist mit dem Galaxy Award 2025 in der Kategorie Design – Trade Show Booth ausgezeichnet worden. Gewürdigt wurde der Messeauftritt von SEW-Eurodrive auf der Hannover Messe, der unter dem Leitmotiv „Sustainable Thinking. Digital Acting.“ zukunftsweisende Perspektiven für vernetzte und nachhaltige Industrieproduktion präsentierte.

Der Galaxy Award wird von der International Academy of Communications Arts and Sciences und MerComm verliehen und zählt zu den weltweit wichtigsten Auszeichnungen für Marketing- und Kommunikationsprojekte. Jähr-

lich werden Arbeiten aus aller Welt hinsichtlich Kreativität, Wirkung und gestalterischer Exzellenz bewertet.

Für den SEW-Eurodrive-Stand ist es nach dem German Design Award 2026 bereits die zweite Auszeichnung.

Der 1.600 Quadratmeter große Messestand wurde als Erlebnisraum für digitale Transformation inszeniert. Zentrales Element war die Lichtskulptur Orion, die Datenströme zwischen Maschinen, digitalen Zwillingen und Remote-Systemen visualisierte. Thematisch gegliederte „Planeten“ zeigten Anwendungen

von KI-gesteuerter Automation. Im Tech Cage konnten Besucher etwa AGVs und Drohnen per Gesten oder Sprache steuern.

Ein weiteres Element war der Campus Marketplace mit Forschungskooperationen deutscher und kanadischer Universitäten. Eine täglich inszenierte Show mit Licht, Sound und Motion Graphics rundete das multisensorische Erlebnis ab.

ET Global CEO Dr. Magnus Ekerot: „Dieser Award bestätigt unsere Leidenschaft für ganzheitliche Markenerlebnisse, die Technologie, Design und Storytelling verbinden.“

Frankfurter Buchmesse

Scholz & Friends ist neue Leadagentur

Die Frankfurter Buchmesse stellt ihre Markenkommunikation neu auf. Nach einem mehrstufigen Pitch hat sich Scholz & Friends durchgesetzt und im November über das Berliner Büro der Agenturgruppe die kreative Kommunikation der Buchmesse übernommen. Dabei steht die Weiterentwicklung ihrer internationalen Marketingstrategie im Fokus. Die Zusammenarbeit mit dem langjährigen Partner Vier für Texas aus Frankfurt wird damit beendet.

Mit diesem Schritt will die Frankfurter Buchmesse ihren Expansionskurs in drei Richtungen fortsetzen: Eine stärkere Präsenz in neuen Märkten, insbesondere in Südostasien und Osteuropa, soll etabliert werden. Zudem wird der

Ausbau des Adaptionsgeschäfts mit Book-to-Screen, Book-to-Streaming und Book-to-Game angestrebt. Auch die Weiterentwicklung aller digitalen Services auf der Branchenplattform Frankfurt Connect sowie ihrer Präsenzen in den Sozialen Medien ist das erklärte Ziel.

„Scholz & Friends bringt internationale Erfahrung, kreative Exzellenz und ein starkes Netzwerk mit. Gemeinsam können wir die Reichweite der Buchmesse vergrößern – und unsere Marke in neuen Märkten und Kreativwirtschaften positionieren“, so Dr. Christian Ebert, Geschäftsleitung Marketing und Vertrieb der Frankfurter Buchmesse. „Wir danken Vier für Texas für 13 Jahre erfolgreiche Zusammenarbeit. Zusammen haben wir beachtliche

Milestones umgesetzt: vom Fokus auf digitales Marketing, über kreative Jahreskampagnen bis zur Markenerweiterung in Social Media. Dieser gemeinsame Weg schuf die Basis für die nächsten Schritte“, sagt Ann-Kristin Oestreich, Abteilungsleitung Marketing der Frankfurter Buchmesse.

„Die Frankfurter Buchmesse ist eine der stärksten Kulturmärkte aus Deutschland mit globaler Strahlkraft. Sie steht für eine Branche mit Tradition mitten in der Transformation. Diese Marke strategisch und kreativ weiterzuentwickeln, ist eine spannende Herausforderung“, kommentiert Stefan Wegner, Partner und Geschäftsführer von Scholz & Friends, den Pitchgewinn.



Dr. Jochen Köckler und Christopher Hudson (v.l., Foto: Deutsche Messe AG)

dmg events und Deutsche Messe planen Kooperation

Energie-Event

dmg events und die Deutsche Messe AG (DMAG) haben eine Kooperation zur Entwicklung eines neuen europäischen Energie-Events angekündigt, der 2027 erstmals in Deutschland stattfinden soll. Die entsprechende Absichtserklärung wurde während des UFI Global Congresses in Hongkong unterzeichnet. Beide Partner bringen dabei ihre Kompetenzen ein: dmg events organisiert mit Veranstaltungen wie Adipece, Gastech und India Energy Week international beachtete Formate im Energiebereich. Die Deutsche Messe steht mit der Hannover Messe für breite Industrie- und Politiknetzwerke. Der neue Event soll sich an Fachleute aus Energierzeugung, Technologie, Industrie, Infra-

struktur, Finanzwesen und Politik richten. Ziel ist es, zentrale Herausforderungen der europäischen Energieversorgung zu adressieren und den Austausch über innovative Lösungen und Strategien für ein nachhaltiges Energiesystem zu fördern. Im Mittelpunkt stehen Themen entlang der gesamten Wertschöpfungskette der Energiewirtschaft – von Gas und LNG über erneuerbare Energien, CO₂-arme Technologien wie Kernenergie bis hin zu Digitalisierung und KI. Berücksichtigt werden außerdem zentrale Industriesektoren wie Fertigung, Transport, Chemie und Schwerindustrie. Besondere Schwerpunkte sind die Dekarbonisie-

rung der Industrie, die Modernisierung von Netzinfrastrukturen und die Sicherung der Energieversorgung. Das Veranstaltungsformat soll eine Fachmesse mit Konferenzprogramm kombinieren – darunter Panels, technische Foren, Roundtables, Technologie-Showcases und Plattformen für sektorübergreifende Zusammenarbeit. Dr. Jochen Köckler, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Messe, betont den Anspruch, praxisnahe Lösungen und Orientierung zu bieten. Christopher Hudson, Präsident von dmg events, sieht in der Partnerschaft eine Chance, Know-how und Perspektiven zusammenzubringen.

meplan bekam Bayerischen Ressourceneffizienzpreis für „woodi“

Nachhaltig bauen auf Messen

Die Münchner Messeagentur meplan ist mit dem Bayerischen Ressourceneffizienzpreis ausgezeichnet worden. Mit dem Preis würdigt das Bayerische Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz innovative Lösungen, die einen verantwortungsvollen Umgang mit natürlichen Ressourcen fördern. Die Auszeichnung ist mit 10.000 Euro dotiert und wurde am 30. Oktober 2025 von Umweltminister Thorsten Glauber in Nürnberg überreicht. Das ausgezeichnete Konzept „woodi“ steht für ein flexibles, modulares Messedesignsystem, das vollständig nach den Prinzipien der Kreislaufwirtschaft entwickelt wurde. Es be-

steht aus wiederverwendbaren Bauteilen, die individuell nach Kundenwunsch gefertigt und modular kombiniert werden können. Neben klassischen Messeauftritten eignet sich das System auch für Sonderflächen wie Lounges, Foren oder modulare Raumkonzepte. woodi ist mietbar und kann auch zur Erweiterung bestehender Stände genutzt werden. Zu den zentralen Zielen des Projekts zählen Ressourcenschonung, CO₂-Transparenz und eine möglichst vollständige Kreislaufführung aller eingesetzten Materialien bis 2028. Dafür setzt meplan auf innovative Recycling-Werkstoffe sowie ein begleitendes Monitoring-Tool

namens „woodi.decarb“. Damit lässt sich der CO₂-Fußabdruck jedes Projekts dokumentieren und optimieren. Mit inzwischen über hundert realisierten Projekten positioniert sich meplan als Vorreiter für nachhaltige Messeraumgestaltung. Der Bayerische Ressourceneffizienzpreis würdigt insbesondere den Beitrag des woodi-Systems zur Reduzierung von Abfall, zur Digitalisierung von Stoffströmen und zur Entwicklung zukunftsfähiger Geschäftsmodelle. Eine eigene Webseite mit umfassenden Informationen zum woodi-Konzept befindet sich derzeit im Aufbau.



Neue Markenidentität der ceramitec



Rebranding der f.re.e



Red Dot Awards für ceramitec und f.re.e (Fotos: Messe München)

Red Dot Awards für ceramitec und f.re.e

Messe München

Die Messe München wurde beim Red Dot Design Award: Brands & Communication Design 2025 dieses Jahr gleich zweimal in der Kategorie „Brand Design & Identity“ ausgezeichnet. Die Auszeichnungen gehen an die neu gestalteten Markenauftritte der Eigenveranstaltungen „ceramitec“ und „f.re.e“, die in enger Zusammenarbeit mit der Agentur Serviceplan Group entwickelt wurden. Nicole Hagenbring, Executive Director Product Marketing & Communications: „Wir freuen uns sehr über die beiden Auszeichnungen, die unsere Arbeit und unser strategisches Ziel, einzigartige Markenerlebnisse zu schaffen, bestätigen. Sowohl bei der f.re.e als auch bei der ceramitec ist es uns gelungen, die Markenerlebnisse neu zu definieren und unsere Veran-

staltungsmarken zukunftsorientiert sowie nah am Kunden zu positionieren.“ Für die Freizeit- und Reisemesse f.re.e wurde die Neupositionierung im Frühjahr 2025 definiert. Die Neuausrichtung sollte durch ein entsprechendes Rebranding visualisiert werden. Inspiriert von der Idee eines Sammelalbums setzt das neue Design auf fünf Themenwelten, jeweils mit einer eigenen Farbe. Sie führen Messebesucher durch Erlebnisse von Outdoor-Ausflügen über Wassersport bis hin zum Camping, Reisen und Fahrrad fahren. Ein zweifarbiges Bildkonzept – Sepia für Menschen, Duoton für Objekte – soll Tiefe und Wärme verleihen. Die nächste f.re.e findet vom 18. bis 22. Februar 2026 auf dem Münchner Messegelände statt.

Die Markenidentität der Veranstaltungsmarke ceramitec wurde 2024 strategisch überarbeitet. Die Messe macht den Werkstoff Keramik in seiner gesamten Bandbreite erlebbar und will eine Brücke zwischen der traditionellen keramischen Industrie und neuen Anwenderindustrien schaffen. Die neue visuelle Identität der ceramitec verkörpert diese strategische Positionierung. Die zentralen Motive spielen mit der Neugierde der Betrachter und rücken Keramik in den Mittelpunkt des Markenauftritts. KI-generierte Bilder zeigen Keramik in unerwarteten, hybriden Kontexten und sollen die Vielseitigkeit des Materials unterstreichen. Eine aktualisierte Farbpalette sorgt für einen modernen Look. Die nächste ceramitec findet vom 24. bis 26. März 2026 statt.

MCI veröffentlicht Future Playbook für Markenerlebnisse

Brand Experiences 2030

MCI Deutschland hat mit dem Future Playbook „Brand Experiences 2030 – Intelligent. Immersiv. Menschlich.“ ein strategisches Rahmenwerk veröffentlicht, das Marken Orientierung für die kommenden Jahre bieten soll. Der Leitgedanke: Markenerlebnisse entwickeln sich zum Betriebssystem für Relevanz. Angesichts technologischer Entwicklungen, sich wandelnder öffentlicher Räume und veränderter Erwartungen stellt das Playbook zentrale Fragen zur Zukunftsfähigkeit von Marken. Es richtet sich an Verantwortliche aus Marketing, Kommunikation und Markenführung, die Erlebnisse nicht dem Zufall überlassen, sondern gezielt Wirkung erzeugen wollen. Im Zentrum steht die These, dass markenprägende Erlebnisse künftig durch vier Prinzipien bestimmt werden: emotionale Resonanz, kul-

turelle Anschlussfähigkeit, Echtzeitbezug und die Integration physischer und digitaler Räume („phygital“). Marken müssen sich dabei zu Plattformen für Beteiligung, Bedeutung und Beziehung entwickeln. Laut Andreas Laube, Geschäftsführer von MCI Deutschland, ist das Playbook „ein strategischer Weckruf“. Wer die Entwicklung verschläft, verliere Relevanz. Der Weg dorthin verlange keine radikale Neuausrichtung, sondern entschlossenes und kontinuierliches Handeln. Mike Jaeger, Director Strategy & Creation bei MCI Deutschland, betont: „Marken müssen jetzt die Grundlage für ein Experience-Betriebssystem schaffen – in Plattformen, Prozessen und partizipativen Beziehungen.“ Das Playbook definiert acht strategische Entwicklungsfelder, auf die Marken heute setzen

sollten: 1. Intelligente Erlebniswelten (Phygital, Hyper-Relevanz, Immersion), 2. Emotion Engineering (Emotion als Erlebnisfaktor), 3. Intelligente Kreativität (Zusammenspiel von Mensch und KI), 4. Daten- und KI-Strategie (verantwortungsvolle Wertschöpfung), 5. Agentische Zukunft (autonome KI-Systeme), 6. Menschliche Kompetenz 2030 (neue Fähigkeiten und Kultur), 7. Community Building (Erlebnisse als Beziehungsanker), 8. Nachhaltige Erlebnisse (Verantwortung durch Technologie). MCI Deutschland will Marken bei der Umsetzung begleiten – mit Impulsen an der Schnittstelle von Strategie, Kreation und Technologie. Ziel ist es, Markenerlebnisse zu schaffen, die langfristig wirken und skalieren. Das Playbook steht auf der MCI-Website zum kostenlosen Download zur Verfügung.



ESA-Ausstellung in Prag (Fotos: Planetum)

Ars Electronica Solutions realisiert ESA-Ausstellung

Earth from Space

Am 12. November 2025 – am Jahrestag des ESA-Beitritts Tschechiens im Jahr 2008 – wurde im Planetarium Prag die Ausstellung Earth from Space eröffnet, die sich der Faszination der Erdbeobachtung widmet. Zu sehen sind vier interaktive Installationen und immersive Datenvisualisierungen, konzipiert und umgesetzt von Ars Electronica Solutions im Auftrag der Europäischen Weltraumorganisation (ESA). Kooperationspartner war das Deutsche Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR).

Mit spielerischen Designs und Anwendungen setzt Ars Electronica Solutions im Ausstellungsdesign – inklusive Licht- und Soundgestaltung – einmal mehr auf „Science Experience“. Besucher sollen so niederschwellig erfahren, welche Aufgaben Satelliten übernehmen, wie Daten über Klima, Umwelt und Geografie gewonnen werden und inwiefern diese Informationen zum Verständnis glo-

baler Veränderungen beitragen. Mit dem Konzept knüpft das Team an die „Φ-Experience“ der ESA an – eine Bildungsinitiative, die mit dem Besucherzentrum am Earth Observation Site (ESRIN) in Frascati erstmals umgesetzt und von Ars Electronica Solutions mitentwickelt wurde.

An einem Touchtable erkunden Besucher mittels Daten der ESA und des Copernicus-Programms dynamische Satellitenbilder von Land, Ozeanen, Eis und Atmosphäre, um langfristige Umweltveränderungen zu verfolgen. Durch Zoomen, Verschieben und Umschalten zwischen Karten und Animationen lassen sich außerdem Satelliten, Trägerraketen sowie Kontroll- und Forschungszentren per Touch-Modul entdecken. Geographische Daten der Tschechischen Republik werden auf einem dreidimensionalen Höhenmodell als dynamische Datenvisualisierungen dargestellt. Besucher können

über eine Touch-Oberfläche verschiedene Datenebenen und Videoinhalte auswählen und per Lupe oder Schieberegler topografische und klimatische Veränderungen erkunden.

Mit dem Globe realisierte Ars Electronica Solutions eine Darstellung der Erde, auf die atmosphärische Satellitendaten der ESA projiziert werden. Durch eine interaktive Steuerung können Besucher global relevante Inhalte auswählen und messbare Phänomene der Klima- und Erderwärmung in Beziehung setzen. Um die Informationen zu den einzelnen Stationen besser zu kontextualisieren, befindet sich im Zentrum der Ausstellung ein interaktiver Infoscreen. Dieser vermittelt Hintergrundwissen zur ESA und zu den drei Hauptinstallationen – zugleich dient er als Orientierungshilfe in der neueröffneten Ausstellung. In Zukunft plant das Planetarium Prag, sein Angebot mit weiteren Ausstellungen zu erweitern.

TELEKOM VERBINDET IN DÜSSELDORF KUNST UND MARKENINSZENIERUNG

In Düsseldorf ist die Telekom Partner der Ausstellung „Die geheime Macht der Düfte“. Im Kunstpalast Düsseldorf präsentiert sich das Unternehmen dabei mit dem „Love Magenta-Raumduft“. Die Ausstellung widmet sich umfassend der Geschichte des Duftes in Kunst und Kultur. Sie bietet Besuchern noch bis zum 8. März 2026 eine multisensorische Erfahrung.

Im Themenraum „Marketing & Duft“ präsentiert die Telekom den Love Magenta-Raum-

duft als Beispiel für Scent Branding. Der Duft soll die Persönlichkeit der Marke Telekom widerspiegeln und sie über ein weiteres Sinnesorgan erlebbar machen.

Die Ausstellung „Die geheime Macht der Düfte“ präsentiert auf einer Fläche von 5.000 qm einen chronologischen Rundgang durch über 1.000 Jahre Kunst- und Kulturgeschichte von der Antike bis in die Gegenwart. Duftstelen, Zerstäuber und Diffusoren schaffen dabei eine

enge Verbindung von Kunst und Geruchserlebnis. Der Markenduft Love Magenta erweitert den multi-sensorischen Marketingansatz der Telekom. Er kommt aktuell in ausgewählten europäischen Flagship-Stores zum Einsatz. Allen Interessierten steht der Raumduft während der Ausstellung im Museumsshop des Kunstpalasts zur Verfügung und kann dort erworben werden. Zudem ist der Markenduft online im Love Magenta-Shop der Telekom erhältlich.



Promotion für die Hitster Rock Radio BOB! Edition auf der SPIEL in Essen – von links nach rechts: Tobias Weber/format:c, Marcus Carleson/Erfinder Hitster, Celine Knödl/Jumbo Spiele, Natalie Driesnack/format:c (v.l., Foto: format:c)

Messeinszenierungen mit format:c

Hitster Rock Radio BOB! Edition

Die Kölner Agentur format:c live communication hat für die Jumbo Group eine aufmerksamkeitstarke Promotion der Hitster Rock Radio BOB! Edition umgesetzt. Nach einem Pre-Launch im Berliner Olympiastadion war das Musikquiz-Game nacheinander auf der „Gamescom“ in Köln und auf der „Spiel2 in Essen präsent – zwei der weltweit wichtigsten Messen für digitales und analoges Gaming.

In Köln lud ein eigens konzipierter Promotion-Stand in Halle 10 der Entertainment Area über fünf Tage hinweg zum Mitspielen und Erleben ein. Zentrales Element war eine überdimensionale Spielebox, die als visuelles Erkennungsmerkmal diente. Besucher konnten exklusive Promo-Packs mitnehmen und wurden Teil eines individuell inszenierten Show-Formats: dem „Rock Fame Moment“. Dabei wurde ein vorher gewählter Song auf Knopfdruck mit Licht- und Nebel-effekten sowie Sound-In-

senierung kombiniert. Die Besucher erhielten ein personalisiertes Video als Erinnerung – produziert vor Ort und direkt teilbar über soziale Medien.

Nach der Sommer-Roadshow des Musikquizspiels beauftragte die Jumbo Group die Agentur erneut mit der Entwicklung eines Promotionskonzepts für die neue Rock-Edition. In Essen auf der „Spiel“, die mit 220.000 Besuchern einen neuen Rekord verzeichnete, sorgte das Konzept für große Aufmerksamkeit. Der Hitster-Messestand war stark frequentiert, viele Editionen schnell vergriffen. Neben der Rock-Edition konnten Besucherinnen und Besucher auch andere Versionen des Spiels sowie das Format Hitster Bingo ausprobieren. Das flexible Promotion-Team von format:c übernahm die Betreuung der Spielrunden vor Ort.

Für zusätzlichen Andrang sorgte der Besuch des Hitster-Erfinders Marcus Carleson,

der täglich für Autogrammstunden zur Verfügung stand. In Gesprächen berichtete Carleson über die Entstehungsgeschichte des Spiels, das ursprünglich als Unterhaltungselement für eine private Dinnerparty entwickelt wurde – mit dem Anspruch, möglichst einfache, inklusive Spielmechaniken mit Musik zu verbinden.

Auch Kooperationspartner Radio BOB!, das sich täglich mit einem Glücksrad am Stand präsentierte, zog viele Besucher an. Tobias Weber, Kreativdirektor bei format:c, zeigte sich zufrieden: „Die Kombination aus Spielidee, Musikthema und Markeninszenierung hat gut funktioniert – das zeigte sich nicht nur in der Besucherresonanz, sondern auch im großen Interesse an der Marke Hitster.“

Die Promotion geht nun in eine weitere Phase: Geplant sind deutschlandweite Aktionen in Kinolobbys, bei denen das Spiel einem breiten Publikum vorgestellt wird.

Weinfestival Basel

USP Partner realisierte Lavazza-Auftritt

Beim diesjährigen Weinfestival Basel wollte Lavazza mit seinem Auftritt für einen Kontrast sorgen: Neben edlen Weinen präsentierte sich die italienische Traditionsmarke mit einer stillvollen Kaffeebar, die zum Erleben der Kaffee-kreationen aus dem Hause Lavazza einlud. Konzeption, Planung und Umsetzung des Auftritts stammen von USP.

USP entwickelte für Lavazza ein einladendes Kaffeebar-Konzept, das italienisches Lebensgefühl mit dem Ambiente des Weinfestivals verbinden wollte. Die Kaffeebar bot Raum für Kaffeeerlebnisse und Begegnungen – und für den Duft frisch gebrühten Kaffees, der über das Messegelände zog. USP war auch für die Organisation und Schulung professioneller Ba-

ristas zuständig, die während des Festivals für authentische Kaffee-kreationen sorgten. Serviert wurden klassische Lavazza-Spezialitäten.

Mit dem Auftritt am Weinfestival Basel wollte Lavazza ein Zeichen für Marken- und Kaffeeerlebnisse im direkten Kontakt mit der Zielgruppe setzen. USP Partner begleitete das Projekt von der Idee bis zur Umsetzung vor Ort.

Lobo erzielt dreifachen Erfolg bei Lasershow-Awards

ILDA Awards

Lobo aus Aalen hat bei den ILDA Awards 2025 erneut seine Position in der internationalen Lasershowbranche bestätigt. Bei der jährlichen Konferenz der International Laser Display Association, die vom 3. bis 5. November in Huntsville, Alabama, stattfand, setzte sich das Unternehmen unter nahezu 200 Einreichungen durch und erhielt drei Auszeichnungen. Damit erhöht sich die Zahl der insgesamt gewonnenen Preise auf 190, was Lobo in der historischen Rangliste deutlich an der Spitze hält.

Die ILDA Awards gelten in Fachkreisen als bedeutendste Auszeichnung der Branche. Als

Verband vereint ILDA seit 1986 mehr als 250 Unternehmen und Einzelpersonen aus dem Bereich Laser- und Multimediashows weltweit. Die Jury setzt sich aus Branchenvertretern zusammen, wodurch die Bewertungen als besonders objektiv gelten.

In der Kategorie „Planetarium Show“ belegte Lobo mit „Queen of the Night“ den ersten Platz. Die Produktion entstand für das Planetarium Hamburg und kombiniert Laserstrahlen mit einer Arie aus Mozarts „Die Zauberflöte“. Da bei klassischen Opern der für Lasershows typische Bassrhythmus fehlt, wurden die visuellen Effekte präzise auf die Stimme der



Lasershow bei der Verleihung des Innovationspreises Baden-Württemberg (Foto: Reiner Pfisterer)

Sängerin abgestimmt. Diese Herangehensweise überzeugte die Jury und wurde ausgezeichnet. Das Werk ist Teil der Produktion Cosmic Opera im Planetarium Hamburg.

Ebenfalls den ersten Platz erreichte eine Show in der Kategorie „Live TV Show“. Sie wurde anlässlich der Verleihung des Innovationspreises Baden-Württemberg umgesetzt und brachte zugleich eine Premiere: Erstmals kamen Lobos neue, stark miniaturisierte Satelite-Projektoren zum Einsatz.

Eine weitere Auszeichnung erhielt Lobo in der Kategorie „Laser Photography“ für die Aufnahme „NetWorld“.

NFL SETZTE BEIM BERLIN GAME AUF SONY

Sony hat rund um das NFL Berlin Game 2025 Fotografen-Teams eine 5G-fähige Kameralösung bereitgestellt. Beim Aufeinandertreffen der Indianapolis Colts und Atlanta Falcons am 9. November 2025 vor 70.000 Zuschauern im Berliner Olympiastadion waren die offiziellen Foto-Teams mit dem tragbaren Datensender PDT-FP1 von Sony ausgestattet. So sollten Reaktionen und Emotionen aus der Nähe und in Echtzeit aus dem Stadion und den Fanzonen eingefangen und mit Hilfe der 5G-Funktionen der verbundenen Kamera in Echtzeit in die Redaktionssysteme der NFL eingespeist werden.

In Live-Situationen wie dem NFL-Spiel ermöglicht der PDT-FP1 die Übertragung direkt von einer Kamera zu einem Cloud- oder Serverziel. Bei den Foto-Teams kam der mobile Datentransmitter zum Einsatz. Er wurde für Foto- und Videoproduktionen entwickelt und verfügt über Dual-SIM-Funktionalität, einen Touchscreen, aktive Kühlung und vielseitige Anschlussmöglichkeiten. Dabei soll er automatisch das stärkste Netzwerk auswählen und gegebenenfalls die SIM-Karten für die Datenübertragung wechseln. Das Antennendesign ist laut Sony für maximale Empfangs-

empfindlichkeit optimiert und soll eine schnelle Kommunikation mit geringer Latenz über 5G-Netze ermöglichen.

„Wir sind sehr stolz darauf gemeinsam mit der NFL die Arbeit von Fotografen rund um das NFL Berlin Game 2025 erleichtert zu haben“, sagt Luca Sabio, Head Connected Business Sony Europe. „5G ist ein wichtiger Bestandteil in Live-Event-Umgebungen. Mit unserem mobilen Datentransmitter PDT-FP1 und 5G-Kameratechnologie zeigen wir, wie effizientes Arbeiten für Fotografen bei Großveranstaltungen aussehen und funktionieren kann.“

NEUE CANON PTZ-KAMERAS FÜR EVENT-PRODUKTIONEN

Canon erweitert sein PTZ-Kamera-Portfolio um zwei Modelle für Remote-Produktionen. Die CR-N400 und CR-N350 sollen eine Kombination aus Vielseitigkeit, Präzision und cineastischer Darstellung in einem kompakten, ferngesteuerten System bieten.

Die CR-N400 wird vom neuen Digid DV7 Prozessor angetrieben und liefert laut Canon 4K UHD mit 60p, HDR-Bildverarbeitung und einen 40-fachen Advanced Zoom in Full HD (20-fach

optisch in 4K). Mit Schnittstellen wie 12G-SDI, Time Code, Genlock und Dual XLR-Audioeingängen lässt sich die CR-N400 in Multikamera-Umgebungen, Live-Studios und Außenproduktionen integrieren.

Aufbauend auf der CR-N300 ist die CR-N350 eine Weiterentwicklung für Anwender, die eine höhere Bildleistung und Streaming-Workflows wünschen. Mit dem Digid DV7 Prozessor und gleichem Sensorformat soll sie 4K UHD

mit 60p, HDR-Bildverarbeitung, 40-fachen Advanced Zoom in Full HD (20-fach optisch in 4K) sowie eine Auto-Tracking-Funktion liefern – für Einsätze bei Vorlesungsaufzeichnungen, Unternehmenskommunikation und hybriden Events.

Dank erweiterter Steuerungs- und Streaming-Optionen über IP fügt sie sich in moderne Produktionsumgebungen ein und erlaubt den Einsatz für hybride Veranstaltungen, Social Media und Live-Commerce.



Villa Stokkum mit neuem Tagungszentrum (Foto: BWH Hotels)

BWH Hotels

Villa Stokkum neues Tagungszentrum

Das Best Western Premier Hotel Villa Stokkum in Hanau-Steinheim hat in nur vier Wochen sein Tagungszentrum von Grund auf instandgesetzt, modernisiert, erweitert und neu gestaltet. Mit offener Industriedecke, viel Tageslicht und natürlichen Designakzenten präsentiert das Haus nun einen flexibel nutzbaren Raumverbund auf annähernd 200 Quadratmetern, mit zweiseitiger bodentiefer Glasfront. Das neue Tagungszentrum lässt dabei die Natur des Tagungsgartens davor zum Teil der Räume werden.

Die Gestaltung der Eventflächen umfasst neue mobile Trennwände, eine optimierte Raumplanung und ein intelligentes Stauraumkonzept für eine moderne Meeting-Kultur zwischen Industrie-Design und Naturbezug. Herzstück der Umgestaltung ist der zusätzlich ge-

wonnene Raum „Cronberg“ mit 26 Quadratmetern, der durch drei Glasfronten Licht, Transparenz und flexible Nutzungsmöglichkeiten vereint. Insgesamt wurden in Sanierung, Technik und Ausstattung 500.000 Euro investiert: „Der MICE-Bereich ist ein zentraler Bestandteil unseres Hotels. Mit der Neugestaltung zeigen wir, wie Design, Funktionalität und Wohlfühlatmosphäre im Tagungssegment zusammenfinden können“, kommentiert Christoph Krieger, CEO Best Western Premier Hotel Villa Stokkum.

Innenarchitekt Thomas Wenzel aus Wiesbaden zeichnet verantwortlich für das neue Gestaltungskonzept, das industriellen Charme und Naturbezug vereint. Eine offene Industriedecke legt bewusst technische Elemente frei und schafft deutlich höhere Räume, die bei

Gästen unbewusst das Gefühl von Freiheit und Weite steigern soll. Farblich setzt das Interieur auf eine grüne Designphilosophie, die Wachstum, Ruhe und Erneuerung symbolisiert. Teppich und Möbel greifen das Thema auf: Der Boden erinnert an gepflasterte Wege mit Moos, während grün gepolsterte Stühle und Tische in Anthrazit die Verbindung fortführen.

Maßgefertigte Türen, neue Wandoberflächen und ein dimmbares Beleuchtungssystem mit variablen Szenarien sowie eine integrierte Beschallungsanlage sorgen für Atmosphäre und Flexibilität. Große Fensterflächen öffnen den Blick ins Grüne: auf den hoteleigenen Tagungs- und Eventgarten sowie die historische Stadtmauer mit dem alten Wehrturm: Teile der Steinheimer Altstadt.

MVGM-Locations als barrierefrei zertifiziert

Hyparschale und AMO

Magdeburg baut sein Engagement als inklusive Tagungs- und Eventdestination weiter aus: Die Hyparschale und das AMO Kulturhaus wurden jetzt von der bundesweiten Initiative „Reisen für Alle“ offiziell für ihre Barrierefreiheit zertifiziert. Beide Häuser, betrieben von der Messe- und Veranstaltungsgesellschaft Magdeburg (MVGM), erfüllen damit die erforderlichen Standards in den Bereichen Bewegungsfreiheit, Mobilität und uneingeschränkte Aufenthaltsqualität.

Mit der Zertifizierung wird Gästen auf einen Blick erkennbar, in welchem Umfang die beiden Veranstaltungsorte barrierefrei zugänglich und nutzbar sind. Die unabhängige Prüfung umfasst bundesweit einheitliche Kriterien, die in enger Zusammenarbeit mit Betroffenenverbänden und touristischen Fachleuten entwickelt wurden. Die Auszeichnung würdigt das Engagement der MVGM, Veranstaltungen für alle Menschen zugänglich zu machen: Während bei der umfassenden Sa-

nierung der Hyparschale Barrierefreiheit von Anfang an eingeplant wurde, konnte auch das AMO Kulturhaus als Bestandsgebäude erfolgreich zertifiziert werden. Damit zählen nun sieben MVGM-Standorte in Magdeburg zu den offiziell barrierefreien Einrichtungen.

Mit den Zertifizierungen sieht Magdeburg die Position als barrierefreie Destination für Kultur-, Freizeit- und Geschäftsreisende bestätigt und will ein Zeichen für mehr Inklusion und Teilhabe im Veranstaltungswesen setzen.



Gelände der Koelnmesse bei Nacht
(alle Fotos: Koelnmesse)

Die Locations der Koelnmesse

MICE-Events bei der Citymesse am Rhein

ALS CITYMESSE MIT EINEM ZENTRAL IN DER KÖLNER STADT GELEGENEN GELÄNDE POSITIONIERT SICH DIE KOELNMESSE ALS PARTNER IN ALLEN MESSE- UND VERANSTALTUNGSFRAGEN IN DER METROPOLE AM RHEIN.

Jährlich rund 80 Messen, Ausstellungen, Gastveranstaltungen und Corporate Events in Köln und den wichtigsten Märkten weltweit veranstaltet das Unternehmen. Das Gelände der Koelnmesse befindet sich rechtsrheinisch im Stadtteil Deutz, also in der Kölner Innenstadt, verkehrsgünstig gelegen zwischen Autobahnanschlüssen und dem ICE-Bahnhof „Köln Messe/Deutz“.

Das Locationangebot, das über die Messtochter Koelncongress vermarktet wird, beinhaltet dabei unter anderem elf Messehallen, das neue Conference- und Exhibition Center Confex, zwei weitere Congress-Centren sowie annähernd 400.000 qm Hallen- und Außenfläche. Nachfolgend stellen wir das Location-Portfolio am Kölner Messeplatz vor.

MESSEHALLEN UND -GELÄNDE

Die Messehallen der Koelnmesse liegen zentral in der Kölner City, mitten im größten Wirtschaftsraum Europas und sind nach Angaben des Unternehmens von 180 Millionen Europäern in nur einer Flugstunde erreichbar. Zwei hochmoderne Kongress-Zentren, das neue Conference- und Exhibition-Center Confex sowie ein Freigelände von 100.000 qm machen die Messe in Köln auch zum passenden Veranstaltungsort für Kongresse und Tagungen.

Eine Fläche von rund 285.000 qm nehmen die elf zusammenhängenden Messehallen ein. Modernisierungen gab es hier in den vergangenen Jahren in Sachen 5G-Technologie, Indoor-Navigation und Smart Venue – das digitale Leit- und Kommunikationssystem „Digital Signage“ etwa macht ein Orientierungs- und Informationsmanagement in Echtzeit möglich.

Mit 10.000 qm Ausstellungsfläche und einer optimalen Anbindung im Messegelände bietet die neue Halle 1 viel Flexibilität in der Funktionalität und Bespielbarkeit. Sie ist ideal für Mes-

sen, Ausstellungen und Sonderschauen mit bis zu 4.000 Teilnehmern. Ihre Flexibilität macht zeitgleich mehrere Veranstaltungen möglich, begünstigt durch die variable Verbindung mit anderen Messehallen.

CONFEX

Das erst 2024 eröffnete Kongresszentrum Confex ist im Südwesten in das Gelände der Koelnmesse eingebettet und liegt unmittelbar am ICE-Bahnhof Köln Messe/Deutz. Zwei Konfe-



Confex

renzlevel-Ebenen mit 22 Konferenzräumen von 27 bis 205 qm, eine repräsentative Außen-terrasse und die dreifach teilbare Confexhall mit einer Gesamtkapazität von 4.300 Personen stehen hier zur Verfügung.



Confex

Die umlaufenden Zu- und Eingänge der Confexhall schließen direkt an das lichtdurchflutete Foyer an, das ausreichend Platz für Empfänge, entspannte Pausen und inszenierte Side-Events bietet und direkt auf die Open-Air Plaza führt. Darüber hinaus punktet das Gebäude durch die Lage auf dem Messegelände mit seiner skalierbaren Größe. Für eine maximal flexible Veranstaltungsplanung kann das Confex somit jederzeit um zusätzliche Räume, Hallen und Flächen erweitert werden.

Die teilbare Halle 1 und die Halle 2.2, die in unmittelbarer Nähe zum Confex liegen, sind durch eine überdachte Fußgängerbrücke direkt mit dem Confex verbunden.

CONGRESS-CENTRUM KOELNMESSE

Ebenfalls auf dem Gelände der Koelnmesse befindet sich das Congress-Centrum Koelnmesse. Aufgeteilt in die drei Bereiche Congress-Centrum Nord, Congress-Centrum Ost und Säle West bietet es mehr als 40 Veranstaltungsräume mit rund 19.500 Sitzplätzen.



Congress-Centrum Nord

Das Congress-Centrum erfüllt dabei professionelle Tagungsanforderungen hinsichtlich Ausstattung, Technik und Gastronomie.

Im Congress-Centrum Nord stehen 14 moderne Vortragsräume und ein großzügiger Foyerbereich zur Verfügung. Bei schönem Wetter kann sogar eine windgeschützte Dachterrasse mit genutzt werden. Im größten Raum finden hier 704 Personen Platz. Im Congress-Centrum Ost befinden sich zwölf Eventflächen- und säle, der größte Saal bietet Platz für bis zu 1.224 Personen. Von den drei Räumen im Bereich West können im Kristallsaal Events mit bis zu 1.489 Teilnehmern durchgeführt werden.

GÜRZENICH

Die von der Koelnmesse betriebene Location Gürzenich liegt zentral in der Kölner Innenstadt, in unmittelbarer Nähe zum Kölner Dom und dem Hauptbahnhof. Der Repräsentationsbau mit seiner spätgotischen Fassade datiert zurück ins Jahr 1447. Ob Tagungen, Konzerte, Bälle oder gehobene, gesellschaftliche Ereignisse, der Gürzenich Köln bildet den passenden Rahmen für stilvolle Feierlichkeiten.



Gürzenich

Für bis zu 3.000 Personen stehen hier sechs verschieden große Säle und Tagungsräume sowie zwei weitläufige Foyers für Kongresse, Tagungen, Konzerte und andere Ereignisse zur Verfügung.

Aktuelle Veranstaltungstechnik und professionelles Catering runden die Services der Location ab.

FLORA KÖLN

Die Flora in Köln liegt im Stadtteil Köln-Riehl, genauer gesagt im Botanischen Garten direkt am Kölner Zoo. Das Palais im Park gilt als erste Adresse für gesellschaftliche Ereignisse.

Mit ihren fünf Räumen, darunter dem prunkvollen Festsaal und dem eleganten Dachsalon, bietet die Location genug Raum für Jubiläumsfeiern oder Tagungen, aber auch für größere gesellschaftliche Ereignisse wie Gala-Events, Partys, Konzerte bis hin zu Banketten. Der Festsaal bietet mit seinen rund 800 qm Platz für Events mit bis zu 840 Personen.

TANZBRUNNEN KÖLN

Das Veranstaltungsgelände des Tanzbrunnens liegt direkt am Deutzer Rheinufer am Rande des Rheinparks und in unmittelbarer Nähe zum Gelände der Koelnmesse. Der Erlebnisreich ist eine bekannte Bühne für Open-Air-Veranstaltungen in Köln. Die direkte Lage am Rheinufer bietet einen Blick auf den Dom und das Kölner Stadtpanorama.



Theater am Tanzbrunnen

Das Theater am Tanzbrunnen, die angeschlossenen Rheinterrassen mit Restaurant und Biergarten und der Beach Club km 689 Cologne können dabei einzeln oder in Kombination gebucht werden. Der Tanzbrunnen bietet als Outdoor-Location Raum für Veranstaltungen mit bis zu 12.500 Personen. 1950 errichtete der Architekt Josef Op Gen Orth in der Anlage einen Brunnen mit einem begehbaren Rondell in der Mitte, das auch als Tanzfläche dient. Mit einem Durchmesser von fast 55 m umfasst der Brunnen eine Wasserfläche von etwa 2.000 qm. Die Rheinterrassen umfassen die Locations Restaurant, Parksaal und Biergarten, während Stadtstrand km 689 Cologne Beach Club sich für eine Beachparty direkt am Ufer des Rheins eignet.

DESIGN POST

Im Jahr 2025 haben die Koelnmesse und Design Post, eine denkmalgeschützte Location für internationale Designmarken in Deutz, eine dauerhafte Kooperation beschlossen. Die Messegesellschaft nutzt die Räumlichkeiten der Design Post seitdem für Messen, Veranstaltungen und abendliche Events. Die Messtochter Koelncongress vermittelt die Flächen in der Venue auch an externe Interessenten.


Derzeit präsentieren in der Design Post 35 Unternehmen ihre Installationen auf mehr als 3.500 Quadratmetern Ausstellungsfläche. Seit der Gründung im Jahr 2006 ist die Institution in einer denkmalgeschützten Industriehalle untergebracht, deren offene Architektur eine Präsentationsfläche für modernes Design schafft.

jobs + karriere


_ *Maserati* hat mit sofortiger Wirkung **Simonetta Cerruti** zur neuen globalen Vertriebsleiterin ernannt. Sie tritt die Nachfolge von **Maurizio Zuares** an, der künftig bei *Stellantis* als Chief Commercial Operations Officer für das erweiterte Europa tätig sein wird. Cerruti verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung bei *Fiat Chrysler Automobiles* und später *Stellantis*, wo sie sich eine umfassende Expertise im Automobilsektor und im Vertrieb erwarb.

_ Im Jubiläumsjahr seines 25-jährigen Bestehens und zum zehnten Geburtstag des *Matsuhisa Munich* stellt das *Mandarin Oriental* in München die Weichen für die Zukunft: Mit **Jürgen Haberle** als Director of Matsuhisa and *Munich Sushi Club Operations* setzt das Luxushotel ein Statement für kulinarische Innovation und Exzellenz. Im Matsuhisa Munich, einem der international gefeierten Restaurants von Starkoch **Nobu Matsuhisa**, sowie im neu kuratierten Munich Sushi Club soll Haberle künftig die kulinarische Handschrift des Hauses weiterentwickeln.


_ *Škoda Auto Deutschland* kündigt eine Veränderung in der Geschäftsführung an: Ab dem 1. Januar 2026 wird **Frank Barwasser** neuer Geschäftsführer und Sprecher der Geschäftsführung. Er folgt auf **Jan-Hendrik Hülsmann**, der künftig als Leiter Vertrieb Europa bei *Volkswagen Pkw* tätig sein wird.




Oliver Schrott
(Foto: Oliver Schrott Kommunikation)



Sandra Bühring und Botho Bär
(Foto: Artlife)



Nasim Sehat
(Foto: Liganova)



Thomas Waldner
(Foto: Tom Peschat)

SCHROTT VERLÄSST OLIVER SCHROTT KOMMUNIKATION

Nach über drei Jahrzehnten hat **Oliver Schrott** die von ihm gegründete Agentur *Oliver Schrott Kommunikation (OSK)* verlassen. Zum 31. Oktober hat der Chairman OSK wie geplant verlassen und widmet sich nach seiner Karriere nun neuen privaten Projekten. Bereits im Juli 2024 hatte Schrott die Führung der Agentur an **Christoph Horn** übergeben.

„Ohne Oliver wäre OSK nicht das, was es heute ist. Mit Herzblut, Weitblick und viel Menschlichkeit hat er OSK gegründet, geprägt und zu einer der führenden PR- und Kommunikationsagenturen in Deutschland gemacht“, kommentiert die Agentur in einem Statement.

„Die Geschichte von OSK geht nun weiter – mit neuen Impulsen, vertrauten Werten und großem Teamspirit“, heißt es weiter.

FÜHRUNGSTEAM MIT ZWEI SENIOR-PROJEKTMANAGERN

Artlife aus Hofheim hat seine Senior-Ebene im Projektmanagement erweitert und zwei erfahrene Fachkräfte an Bord geholt. Mit **Sandra Bühring** und **Botho Bär** verstärkt das Unternehmen seine Kompetenzen im Messe- und Eventbau und reagiert auf die anhaltend starke Nachfrage nach individuellen Hausmessen und unternehmensspezifischen Messeformaten.

Sandra Bühring unterstützt das Führungsteam als Senior-Projektmanagerin. Mit mehr als 30 Jahren Berufserfahrung verfügt sie über umfassendes Know-how in der Steuerung nationaler und internationaler Messe- und Eventprojekte. Ihre Schwerpunkte liegen in der Prozessoptimierung, im Teamaufbau sowie in der Leitung komplexer Projektstrukturen.

Stationen ihrer Laufbahn waren unter anderem die *Uniplan Group* und *lemonpie* in Köln. Zuletzt war sie als Director Project Management beim Messebauunternehmen *Schnaitt* tätig.

Parallel dazu verstärkt **Botho Bär** das Team als Senior-Projektmanager.

LIGANOVA HOLT NASIM SEHAT INS BERLINER KREATIVTEAM

Die Brand Experience Agentur *Liganova* erweitert ihr Kreativteam und holt die mehrfach ausgezeichnete Creative Directorin **Nasim Sehat** an den Berliner Standort. Mit ihrem interdisziplinären Hintergrund in Architektur, Design und digitaler Innovation bringt Sehat mehr als ein Jahrzehnt internationaler Erfahrung in die Agentur ein.

In ihrer neuen Rolle verantwortet Sehat die Entwicklung innovativer Konzepte – von interaktiven Installationen und Pop-up-Stores bis hin zu hybriden Erlebnissen, die physische und digitale Dimensionen nahtlos vereinen. Am Berliner Standort soll sie das interdisziplinäre Team leiten und weiter ausbauen. Sie reportet direkt an die Standortleiterin der Gruppe in Berlin, **Greta Thaysen**.

Sehats Arbeiten wurden unter anderem in Archdaily, Designboom, Harper’s Bazaar und Elle Decor veröffentlicht und mit zahlreichen Preisen ausgezeichnet, zuletzt mit dem German Design Award (2023) und dem Green Product Award (2022).

EVENTPROFI IN DER GESCHÄFTSFÜHRUNG

Thomas Waldner leitet seit dem 1. November gemeinsam mit dem bisherigen Geschäftsführer **Matthäus Zelenka** die *Wiener Stadthalle*. Waldner zeichnet bei der Location für die Bereiche externe + interne Kommunikation (Corporate Communication), Veranstaltungsmanagement & Veranstaltungskalkulation, Betrieb, Technik, Sicherheit & Publikumsdienst, Gastronomie, Ticketmanagement sowie Personal verantwortlich und trägt die Gesamtverantwortung für den Eurovision Song Contest 2026.

Matthäus Zelenka wird künftig für die Bereiche Finanzen & Rechnungswesen, Controlling, Beschaffung, Recht, EDV und IT, Sonderprojekte im Kaufmännischen Bereich sowie den Bereich Nachnutzung der Wiener Stadthalle die Verantwortung tragen.

Thomas Waldner wurde am 1. September 1984 in Villach geboren. Der erfahrene Eventmanager war zuletzt als Geschäftsführer des Ticketinganbieters *Wien Ticket* tätig.

MARKETING SERVICES

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

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 24/25

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

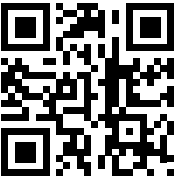
PP Köln

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
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 24/25

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



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



Secure your ticket now!

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



Artlife GmbH

_ Stephan Haida
_ Manfred Pütz

Hessenstraße 6
65719 Hofheim

T +49 (0)6122 504-0
info@artlife.eu
www.artlife.eu

Konzeption und Konstruktion, Planung und Produktion individueller Ausstattungen und Spezialbauten für alle Arten räumlicher Markenarchitektur wie Messen, Events, Roadshows, Bühnen- und Themen-Sets. Artlife ist nach DIN ISO 14001 Umweltmanagement zertifiziert.



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.





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.

MIETMÖBEL / EVENTLOGISTIK / SONDERBAU / EVENTCATERING



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.



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 24/25

BLACHREPORT 24/25

INSIDE

Thomas Hornung

THOMAS HORNUNG IST CEO UND CO-FOUNDER VON
0711 LIVECOM IN STUTTGART.



Thomas Hornung (Foto: 0711 Livecom)

Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?
Weil wir Menschen dort herkommen: Rudel, Lagerfeuer, Geschichten und echte Erlebnisse und Emotionen. Und weil der Job nie zweimal derselbe ist.

Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?
Snowboard- oder Golfprofi wäre schön, oder von Musik leben zu können.

Welchen Traum wollen Sie sich noch erfüllen?
Beim Notting Hill Carnival auf einem großen Dub Sound-system auflegen.

Was macht Sie glücklich?
In der Lage zu sein, mit meiner Partnerin und Freunden die Welt bereisen zu können – mein größtes Hobby.

Was war bisher Ihre größte Herausforderung?
Ein großes Projekt 2011 für die Koreaner:innen von LG zeitgleich zu einem persönlichen Schicksalsschlag. Das war weit über der Grenze.

Welche Entscheidungen haben Sie bereut?
Nicht noch früher an die bahnbrechende Erfindung Bitcoin geglaubt zu haben.

Was machen Sie gegen Stress?
Lachen, mich mit Kolleg:innen künstlich aufregen, Sport, Natur oder Musik mit viel Bass unverhältnismäßig viel zu laut hören.

Wen möchten Sie gern einmal kennenlernen?
Quentin Tarantino. Ich denke, mit ihm könnte ich lange über Filme und Serien quatschen.

Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?
,Ancient Egypt‘ von Nigel Fletcher Jones (passend zur kürzlichen Kulturreise an den Nil – sehr zu empfehlen).

Was sollen wir hören: Ihr aktueller Musiktipp?
Meine monatliche Roots & Dub Radioshow, die ,Rootikal Radiosho‘“ auf Soundcloud. Einfach googeln, aktuell ist Folge 125.

Welches Live-Ereignis hat Sie bisher am meisten beeindruckt?
Die British Open – einmal mit Tiger Woods mitzulaufen war verrückt.

Auf die Gefahr hin, dass Sie dort nie wieder allein sind: Nennen Sie uns Ihr Lieblingsrestaurant?
Das Intense in Wachenheim – quasi das Äquivalent zum Frantzén, statt in Stockholm bei uns in Deutschland und näher an Stuttgart.

Wir können
es nicht lassen
und suchen
wieder die
Besten!

VOTEN BIS
1. DEZEMBER
2025

BLACHREPORT STARTET DIE RANKINGS 2025/26

Der BlachReport will es wieder wissen und ruft zur Abstimmung für die jährlichen Rankings der Eventdienstleister und Service-Anbieter in der Veranstaltungswirtschaft auf.

**Gesucht werden die Top-10-Anbieter in den Kategorien
Eventbeleuchtung, Eventbeschallung, Bühnen- und Eventbau,
Messebau, Video-/Medientechnik, Gesamtdurchführung, Eventlocation,
Eventdestination, Eventcaterer, Non-Food-Eventcaterer, Music-
oder Show-Production.**

Das Voting ist eröffnet.
Die Umfrage endet am 1. Dezember 2025 um 23.59 Uhr.

Die Umfrageergebnisse werden
in BlachReport, StageReport und
PocketEvent veröffentlicht.

BlachReport
www.blachreport.de

StageReport
www.stagereport.de

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 1611-9308

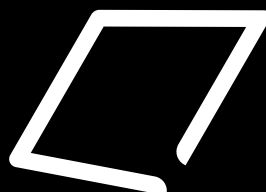
**14 January 2026
Messe Dortmund
Germany**

Networking. Entertainment. Emotions.

**Secure
ticket now!**



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



**BRAND
EX**

