



Fabian Reintjes von VeBoost über eine datenbasierte Analyse statt Bauchgefühl für objektivere Entscheidungen im Sponsoring

„VIELE
KÖNNTEN.
WIR
KÖNNEN.“

STEFANIE KOCH
LOCATION MANAGER
MESSE NÜRNBERG

„Als Servicepartner sind wir direkt vor Ort und wissen, wie Messe läuft. Wir kümmern uns zuverlässig um Hängepunkte, Veranstaltungstechnik und sorgen dafür, dass unsere Kund:innen sich auf uns verlassen können. Wir sind da, wenn ihr uns braucht.“



NEUMANN & MÜLLER
VERANSTALTUNGSTECHNIK

NEUMANNMUELLER.COM

KONTAKT



Bonitätsprüfung statt Bauchgefühl?



Die Veranstaltungswirtschaft lebt von Tempo, Vertrauen und präziser Abstimmung. Zugleich ist sie seit jeher ein Vorleistungsgeschäft. Technik wird bereitgestellt, Messebau vorfinanziert, Personal frühzeitig gebucht, Logistik lange vor dem Veranstaltungstag organisiert. Abgerechnet wird dagegen oft erst, wenn das Projekt längst umgesetzt ist. Genau in dieser Struktur entwickeln sich auch finanzielle Risiken

Eine aktuelle Analyse von Creditsafe Deutschland in Zusammenarbeit mit eventcompanies.de schärft den Blick für diese Realität. Zwar zeigt sich die Branche insgesamt als erstaunlich stabil: Viele Unternehmen sind seit mehr als 15 Jahren am Markt, die Struktur ist klar mittelständisch geprägt, und ein großer Teil bewegt sich in guten Bonitätsklassen. Das spricht für Erfahrung, belastbare Abläufe und gewachsene Netzwerke.

Doch die Untersuchung legt auch offen, wo es kritisch werden kann. Vor allem Eventlocations fallen überdurchschnittlich häufig in schwächere Score-Klassen. Zudem zeigen sich bei Locations und teilweise auch bei Servicedienstleistern auffällige Zahlungsverzüge. In einer Branche, in der viele Glieder der Projektkette auf pünktliche Zahlung angewiesen sind, ist das keine Randnotiz. Es kann direkte Folgen für Technikdienstleister, Messebauer und weitere Partner haben, die ihre Leistungen vorfinanzieren müssen.

Also gilt: Vertrauen ist wichtig, ersetzt aber keine Bonitätsprüfung, wie sie jetzt von eventcompanies.de (und schon länger von den verschiedenen Wirtschaftsauskunfteien) angeboten werden. Gerade langjährige Partnerschaften verleiten dazu, wirtschaftliche Veränderungen zu spät wahrzunehmen. Doch Stabilität ist kein Dauerzustand, sondern muss immer wieder überprüft werden.

Vor diesem Hintergrund wird deutlich, welchen praktischen Nutzen ein Service wie der von eventcompanies.de entfalten kann. Wer wirtschaftliche Kennzahlen und Bonitätsinformationen strukturiert zugänglich macht, hilft dabei, Risiken früher zu erkennen und Projekte besser abzusichern. Dass eventcompanies.de die erste Bonitätsprüfung kostenlos und weitere Abfragen zu einem Staffelpreis anbietet – immer in Kooperation mit Creditsafe –, senkt zudem die Hürde für den Einstieg in ein systematisches Risikomanagement. Das ist keine Misstrauenserklärung, sondern professionelles Handeln. Für eine Branche, die von Kreativität und reibungsloser Umsetzung lebt, ist wirtschaftliche Transparenz längst kein Nebenthema mehr. Sie ist eine Voraussetzung dafür, dass eindrucksvolle Projekte auch belastbar geplant werden können.

Herzlichst

Ihr Peter Blach

Inhalt

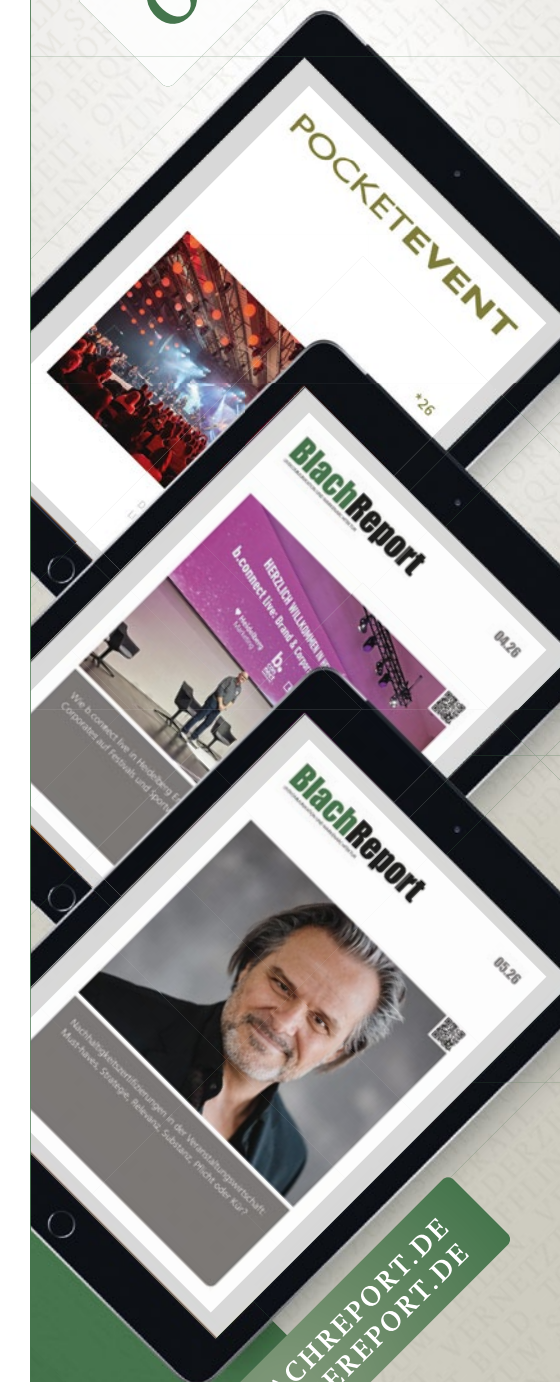
Titelfoto: Fabian Reintjes (Foto: VeBoost)

- 4 BUSINESS Amplify zur Förderung von Live-Musik
- 6 THEMA Eventbranche im Finanz-Check
- 8 BUSINESS imb troschke wird Teil der WUM Gruppe
- 10 DIGITAL VeBoost objektiviert Entscheidungen
- 12 KOMMUNIKATION IM RAUM EuroShop 2026

- 14 VENUES SPEZIAL Karlsruhe
- 16 PEOPLE Jobs + Karriere
- 17 MARKETING-SERVICES Lieferantenverzeichnis
- 26 BACKSTAGE Britta Wirtz
- 26 IMPRESSUM

MEDIA
BOARD

OUT NOW!



WWW.BLACHREPORT.DE
WWW.STAGEREPORT.DE



Marshall will mit Amplify die Livemusik fördern (Foto: Marshall)

Marshall startet Amplify zur Förderung von Live-Musik

Membership-Programm

Marshall hat mit Amplify ein neues Membership-Programm vorgestellt, das die Förderung von Live-Musik strukturell im Geschäftsmodell verankern soll. Das Unternehmen verpflichtet sich, einen Betrag in Höhe von einem Prozent aller qualifizierten Einkäufe von Mitgliedern auf marshall.com in die Unterstützung lokaler Musikcommunities zu investieren. Der Fokus liegt zunächst auf unabhängigen Venues weltweit.

Clubs und Spielstätten gelten als zentrale Orte für erste Auftritte, neue Szenen und den Aufbau musikalischer Karrieren. Gleichzeitig stehen viele dieser Häuser wirtschaftlich unter Druck. Mit Amplify will Marshall nach eigenen Angaben einen langfristig angelegten Beitrag zur Stabilisierung dieser Strukturen leisten.

Jeremy de Maillard, CEO von Marshall, weist auf die Historie der Marke im Live-Bereich.

Seit mehr als 60 Jahren begleitet man Konzerte von kleinen Clubs bis zu großen Bühnen. Kleine Venues seien der Ort, an dem aus Ersthörern langfristige Fans würden. Amplify solle ein Modell schaffen, bei dem das Unternehmenswachstum mit einer kontinuierlichen Förderung der Live-Kultur verbunden werde.

Auch aus Sicht beteiligter Spielstätten wird die Initiative als partnerschaftlicher Ansatz beschrieben. Cecilia Sparano, Communication Director des Pariser Clubs Supersonic, betont die vertrauensvolle Zusammenarbeit und sieht in dem Programm eine konkrete Unterstützung für die wirtschaftlich fragile Struktur kleiner Konzertsäle. Partnerschaften wie diese könnten dazu beitragen, Formate wie das Supersonic Block Party Festival langfristig zu sichern.

Die Mitgliedschaft bei Amplify ist kostenfrei. Zu den Vorteilen zählen unter anderem früher Zugang zu Produkten, kostenfreier Versand und priorisierter Support. Jeder qualifizierte Einkauf von Mitgliedern trägt zur Finanzierung der Initiative bei.

Nick Street, CMO von Marshall, bezeichnet unabhängige Venues als Orte, an denen die Zukunft der Musik entstehe. Mit Amplify wolle man die eigene Community enger mit dieser Entwicklung verbinden. Zum Start konzentriert sich das Programm auf ausgewählte Spielstätten, die Nachwuchskünstler fördern. Die Unterstützung kann Backline-Equipment, finanzierte Events oder längerfristige Kooperationen umfassen.

Der offizielle Start von Amplify erfolgte am 3. März 2026.

time change Pharma gestartet

Unit für Pharma-Events

Die Agentur time change baut ihr Engagement im Gesundheitsmarkt aus und führt mit „time change Pharma“ eine spezialisierte Unit ein. Unter dem Leitmotiv „Healthcare Experience by Design“ soll Experience Marketing für die Healthcare-Industrie neu definiert werden. Ziel ist es, regulatorische Anforderungen mit technologischen Lösungen und kreativer Livekommunikation zu verbinden. Mit zwölf Standorten in Europa deckt time change das gesamte Spektrum von der strategischen Konzeption bis zur Umsetzung und Erfolgsmessung ab.

Nach Angaben des Unternehmens steht dabei die Verbindung von Compliance, Innovation und operativer Eventumsetzung im Mittelpunkt. Veranstaltungen im Pharmabereich un-

terliegen strengen rechtlichen Rahmenbedingungen. time change Pharma will diese Vorgaben mit einem strukturierten Planungsansatz berücksichtigen und zugleich Formate entwickeln, die sowohl inhaltliche Relevanz als auch emotionale Wirkung entfalten. Geschäftsführer Marko Hafemann betont, dass Kunden damit Sicherheit in regulatorischen Fragen erhalten und zugleich auf eine qualitativ hochwertige Umsetzung vertrauen können.

Personell verstärkt sich die Agentur mit Heike Herold, die mehr als zehn Jahre Erfahrung in der Betreuung komplexer Pharma-Accounts bei American Express Meetings & Events mitbringt. Ihr Schwerpunkt lag unter anderem auf Product Launches, Advisory Boards, Investigator Mee-

tings und Medical Trainings. Ergänzt wird die strategische Ausrichtung durch Patric Weiler, der als Experte für den Einsatz von KI in der Livekommunikation gilt und zuvor ebenfalls bei American Express Meetings & Events tätig war.

Inhaltlich setzt time change Pharma auf datenbasierte Ansätze und technologische Infrastruktur. KI-gestützte Analysen sollen helfen, Teilnehmerbedürfnisse präziser zu erfassen und Programme entsprechend auszurichten. Automatisierte Reportingprozesse können den administrativen Aufwand reduzieren. Gleichzeitig verweist die Agentur auf die Einhaltung europäischer Standards wie DSGVO und EU AI Act. Der Betrieb der IT-Lösungen erfolgt in einer deutschen Cloud-Infrastruktur.

Hannover Messe wird eigener Geschäftsbereich bei Deutsche Messe AG

Neue Ordnung?

Die Deutsche Messe AG schafft die strukturellen Voraussetzungen für eine stärkere Positionierung ihres weltweit führenden Industrieevents: Zum 1. März 2026 wurde ein eigenständiger Geschäftsbereich eingerichtet, der sich ausschließlich der Hannover Messe sowie thematisch eng verbundenen Partnermessen widmet.

Mit dieser Fokussierung stärkt das Unternehmen gezielt die strategische Weiterentwicklung, die internationale Positionierung und die thematische Profilierung der Weltleitmesse der produzierenden Industrie. Gleichzeitig wird die Marktbearbeitung in zentralen Zukunftsfeldern wie Automatisierung, Digitalisierung, Energie und Innovation weiter intensiviert.

Die Leitung des neuen Geschäftsbereichs „Hannover Messe & Partnermessen“ übernimmt Christian Pfeiffer. Der langjährige Bereichsleiter Sales (Senior Vice President) verfügt über mehr als 20 Jahre internationale Messe- und Vertriebserfahrung. In seiner bisherigen Funktion verantwortete er sämtliche

nationalen und internationalen Verkaufsaktivitäten der Deutschen Messe AG, steuerte globale Vertriebsstrukturen in rund 150 Ländern und war in verschiedenen internationalen Beteiligungen und Tochtergesellschaften in Geschäftsführungs- und Board-Funktionen tätig.

Innerhalb des neuen Geschäftsbereichs werden die inhaltlichen Schwerpunkte der Hannover Messe in drei strategisch ausgerichteten Abteilungen gebündelt:

Die Abteilung „Automatisierung & Antriebstechnik“ wird von Carolin Illig geleitet. Sie verantwortet insbesondere die Ausstellungsbereiche rund um Robotik, industrielle Automation und Antriebstechnik. Illig verfügt über langjährige Erfahrung im Vertrieb und in der konzeptionellen Weiterentwicklung dieser Segmente und bringt umfassende Expertise in Business Development, Prozessoptimierung sowie im Aufbau strategischer Partnerschaften mit.

Verantwortlich für den Bereich „Digitalisierung & Energie“ ist Hubertus von Monschaw.

Inhaltlich stehen industrielle Digitalisierung, Industrial IT, KI-gestützte Anwendungen, Plattformlösungen, Datenökosysteme sowie Energieerzeugung, -management und nachhaltige Energiesysteme im Mittelpunkt. Von Monschaw ist seit über 20 Jahren in leitenden Funktionen im Umfeld der Hannover Messe tätig und verfügt über umfassende Erfahrung in der Konzeption, Entwicklung und Prozessoptimierung technologiegetriebener Messethemen.

Die Leitung der Abteilung „Innovation, Produktion & Investitionen“ übernimmt Kathrin Schmidt. Sie verantwortet unter anderem die Themen Forschung & Technologietransfer, Druckluft- und Vakuumtechnik, Start-ups, Außenhandel und Investitionen sowie industrielle Zuliefer- und Konstruktionslösungen. Schmidt bringt neben ihrer langjährigen Expertise ebenfalls umfassende Erfahrung im internationalen Vertriebsmanagement, in der Steuerung globaler Sales-Partner-Netzwerke sowie in der Verhandlung strategischer Partnerschaften mit.

Die Stadthalle verbindet:

Mittendrin, inspirierend, strahlend.

Drei Ebenen mit 6.000 m² Veranstaltungsfläche, ideal geeignet für 200 bis 2.000 Teilnehmende. Unendlich viele Möglichkeiten für Kongresse, Firmenevents oder klassische Konzerte.

Unser Raumwunder für jeden Anlass:
messe-karlsruhe.de/stadthalle

Buchbare
Termine
ab 2026

messe
— karlsruhe



Creditsafe liefert in Zusammenarbeit mit eventcompanies.de aktuelle Zahlen und Fakten zur Finanzstabilität der Eventbranche in Deutschland (Foto: KI-generiert)

Eventbranche im Finanz-Check von Creditsafe und eventcompanies.de

Solide Bonität, Risiken vorhanden

DIE VERANSTALTUNGSBRANCHE IST EIN VORLEISTUNGSGESCHÄFT: TECHNIK UND MESSEBAU LEISTEN ZUNÄCHST VOR, PERSONAL WIRD VORAB GEBUCHT, MATERIAL UND LOGISTIK MÜSSEN WOCHEN VORHER DISPONIERT WERDEN.

Abgerechnet wird jedoch oft erst nach dem letzten Applaus. Genau diese Vorleistungskette macht die Branche empfindlich für Bonität und Zahlungsverhalten einzelner Akteure. Eine aktuelle Analyse von Creditsafe Deutschland, der weltweit meistgenutzten Wirtschaftsauskunftei, erstellt in Zusammenarbeit mit dem Portal eventcompanies.de von kg-u, zeigt: Eventlocations rutschen überdurchschnittlich häufig in schwächere Score-Klassen und fallen beim Zahlungsverhalten auf. Das kann entlang der Projektkette schnell zum Problem für Technik, Messebau und weitere Dienstleister werden.

Klaus Grimmer, Inhaber von kg-u – Unternehmens- und Personalberatung der Eventbranche und seit über 20 Jahren Branchenberater, bringt es auf den Punkt: „Die Veranstaltungswirtschaft lebt von Vertrau-

en – aber Vertrauen ersetzt keine Bonitätsprüfung. Wer heute Projekte absichern will, braucht Transparenz über die wirtschaftliche Stabilität seiner Partner.“

Die Zahlen sprechen zunächst für eine Branche mit Substanz. 74,9 Prozent der Veranstaltungsunternehmen sind älter als 15 Jahre, der Anteil sehr junger Unternehmen (0–1 Jahr) liegt bei lediglich 0,3 Prozent. Grimmer ordnet ein: „Das ist typisch für Märkte, in denen Vertrauen, Referenzen und operative Routine entscheidend sind: Wer Veranstaltungen umsetzt, wächst selten über schnelle Neugründungen, sondern über gewachsene Kundenbeziehungen, eingespielte Abläufe und belastbare Partnernetzwerke.“ Besonders ausgeprägt ist diese Reife bei Servicedienstleistern (80,1 Prozent 15+ Jahre) und Messebauern (78,4 Prozent 15+ Jahre) – Segmente, in denen Erfahrung direkt in Effizienz, Prozesssicherheit und Kostendisziplin übersetzt werden kann. Gleichzeitig dämpft die geringe Gründungsdynamik die Erneuerungskraft: Innovation entsteht hier eher im Bestand über Professionalisierung, bessere Kapazitätssteuerung und konsequentes Forderungsmanagement.

Auch die Unternehmensgrößen bestätigen das Bild einer mittelständisch geprägten Branche: 92,5 Prozent sind „klein“, 4,4 Prozent mittelgroß und 3,1 Prozent groß. Auffällig ist das Segment der Servicedienstleister: Dort liegt der Anteil mittlerer und großer Unternehmen bei 15,9 Prozent. Das deutet auf stärkere Skalierung hin, etwa durch Bündelung von Personal, Logistik oder Infrastrukturleistungen. Skalierung ist jedoch nicht nur ein Wachstumsvorteil, sondern erhöht oft auch die Vorleistungs- und Liquiditätsanforderungen: Wer große Projekte parallel abwickelt, spürt verspätete Zahlungseingänge schneller und intensiver.

Grimmer: „Viele Unternehmen verlassen sich auf langjährige Partnerschaften. Doch wirtschaftliche Stabilität ist keine Garantie auf Dauer – auch nicht bei Partnern, mit denen man seit Jahren arbeitet.“ Branchenweit liegen 72,2 Prozent der Unternehmen in den guten Score-Klassen A und B (A: 28,1 Prozent, B: 44,1 Prozent). Besonders positiv fällt das Service-Segment auf: 36,7 Prozent der Servicedienstleister erreichen die Bestklasse A. Das kann ein Hinweis auf professionellere Strukturen, stabilere Kundenportfolios oder eine bessere Steuerung von Risiken sein. Gleichzeitig zeigt sich bei Eventlocations eine spürbare Schwachstelle: Sie weisen die höchste Konzentration in den schwächeren Klassen D und E auf (16,1 Prozent). Das ist wirtschaftlich plausibel – Locations tragen häufig hohe Fixkosten (Immobilie, Betrieb, Instandhaltung, Personal), während die Einnahmen stark von Auslastung, Saison und Buchungslage abhängen. Schwankungen – etwa durch kurzfristige Stornos oder Budgetstopps – schlagen hier schneller auf die Bonität durch als in flexibleren Segmenten.

Im Durchschnitt zahlen 45,2 Prozent der Unternehmen fristgerecht. Deutlich besser stehen Agenturen, Messebauer und Technikunternehmen da: Sie erreichen Werte von rund 57 bis 59 Prozent pünktlicher Zahlungen. Das spricht für vergleichsweise klare Abnahme- und Abrechnungslogiken sowie für eine höhere Planbarkeit der Cashflows. Umso relevanter ist der Befund bei den Knotenpunkten: Bei Eventlocations und Servicedienstleistern liegt der Anteil der Unternehmen mit Zahlungsverzügen von mehr als 16 Tagen jeweils bei über 23 Prozent. „Gerade wirtschaftlich starke Unternehmen sollten ihre eigene Existenz nicht gefährden, indem sie Risiken in der Lieferkette ignorieren. Eine einzige größere Zahlung kann ausreichen, um Projekte ins Wanken zu bringen“, betont Grimmer. In einer Branche, die auf Vorleistungen basiert, ist das mehr als eine statistische Auffälligkeit: Längere Verzögerungen können dazu führen, dass Zulieferer Projekte schlechter vorfinanzieren, Zahlungsziele straffen oder Risiken künftig höher bepreisen – ein Dominoeffekt, der die gesamte Projektkette verteuert. „Eine Bonitätsauskunft ist keine Misstrauenserklärung – sie ist professionelles Risikomanagement“, ordnet der Experte ein.

Die Kreditlimits spiegeln die mittelständische Struktur: 61,6 Prozent liegen unter 50.000 Euro. Gleichzeitig existiert eine substanzvoll große Gruppe mit höheren Rahmendaten: 13,1 Prozent verfügen über Kreditlimits oberhalb von 250.000 Euro, 3,2 Prozent sogar über 1 Mio. Euro. Gerade im Eventgeschäft ist das ein Indikator für größere Projektvolumina und höhere Vorleistungsfähigkeit – etwa bei überregionalen Dienstleistern oder Unternehmen, die mehrere Großprojekte parallel bedienen. Auch hier sticht der Service heraus: 22,1 Prozent der Servicedienstleister erreichen Kreditlimits über 250.000 Euro. Das kann die Resilienz in schwächeren Phasen erhöhen – setzt aber zugleich voraus, dass Zahlungseingänge verlässlich bleiben.



Klaus Grimmer (Foto: kg-u)

SCORE-ENTWICKLUNG SEIT JANUAR 2025: LEICHT POSITIV – ABER MIT HOHER BEWEGUNG

Seit Jahresbeginn 2025 zeigen die Daten eine leichte Tendenz ins Positive: 43,7 Prozent der Unternehmen verbessern sich, 39,4 Prozent verschlechtern sich, 16,9 Prozent bleiben unverändert. Diese Dynamik passt zu einer Branche, in der Budgets und Buchungslagen schnell drehen können – abhängig von Konjunktur, Konsumklima und der Investitionsbereitschaft von Unternehmen. Wer Kosten und Forderungen sauber steuert, kann die eigene Risikoposition spürbar verbessern; wer in Auslastungsdellen gerät oder mehrere Verzögerungen gleichzeitig verkraften muss, rutscht entsprechend schneller ab.

Nur 3,2 Prozent der Unternehmen werden „aus dem Ausland abgefragt“ – die Branche ist in dieser Betrachtung klar national ausgerichtet. Internationale Geschäftsbeziehungen konzentrieren sich vor allem auf europäische Nachbarländer sowie das Vereinigte Königreich und die USA. Für viele Akteure bedeutet das: Wachstum und Stabilität hängen stärker am deutschen Markt und seinen Budgetzyklen als an internationaler Diversifikation.

Die Creditsafe-Zahlen zeigen eine Veranstaltungswirtschaft mit stabilem Fundament: hoher Reifegrad, überwiegend gute Bonitätsklassen und eine klar mittelständische Struktur. Der Risikofokus liegt nicht in der Breite, sondern in konzentrierten Schwachstellen – besonders bei Eventlocations (Bonität) sowie bei Locations und Servicedienstleistern (Zahlungsverhalten). Für Auftraggeber und Partner ist das ein klares Signal: Wer in der Event-Lieferkette zuverlässig liefern will, muss nicht nur kreativ und operativ stark sein, sondern auch wirtschaftliche Risiken aktiv steuern. In einem Geschäft, das von Vorleistung, Termindruck und Vertrauen lebt, wird Transparenz über Bonität und Zahlendisziplin zunehmend zum entscheidenden Wettbewerbsfaktor.

Zum Schluss richtet Grimmer einen deutlichen Appell an die Branche: „In der Eventbranche geht es um Kreativität, Emotion und perfekte Umsetzung. Aber ohne wirtschaftliche Transparenz wird jedes Projekt zum Risiko. Deshalb mein klarer Appell an alle Leistungspartner – Agenturen, Messebau, Technik, Locations, Catering: Immer Informationen einholen. Immer prüfen. Immer absichern.“



Randolph Maurer, Marcel Maier, Andrea Walburg, Denis Beutler, Bastian Schmitte (v.l., Foto: imb troschke)

imb troschke wird Teil der WUM Gruppe

Nachfolge und Neuaufstellung

Das im Rhein-Main-Gebiet ansässige Unternehmen imb troschke hat seine Nachfolge geregelt und sich strategisch neu aufgestellt. Dafür wurde imb troschke an Denis Beutler übergeben und ist nun Teil der WUM Gruppe. Zur Gruppe gehören WUM Brand Spaces mit Sitz in Aschaffenburg sowie eine angeschlossene Werbeagentur in Köln.

Die WUM Gruppe ist inhabergeführt und im Bereich Marken- und Rauminszenierung tätig. Sie verfügt über eigene Fertigungskapazitäten und zusätzliche technische Kompetenz. Mit der Integration von imb troschke erweitert die Gruppe ihr Portfolio um weitere Expertise im Messe-, Ausstellungs- und Markenraum.

Die Nachfolgeregelung wurde frühzeitig vorbereitet. Ziel war es, Kontinuität für Kunden, Mitarbeitende und laufende Projekte zu gewährleisten und zugleich die strukturellen Voraussetzungen für eine stabile vierte Generation zu schaffen. Andrea Walburg, bisherige geschäftsführende Gesellschafterin, betont, dass bei der Suche nach einer Lösung insbesondere gemeinsame Werte, Qualitätsanspruch und partnerschaftliche Zusammenarbeit im Fokus standen.

Mit dem Beitritt zur WUM Gruppe erweitert imb troschke seine Möglichkeiten in den

Bereichen Fertigung, Technik, Umsetzung und Kapazitätsmanagement. Gleichzeitig bleiben operative Struktur, Standort, Ansprechpartner und Projektteams erhalten.

Andrea Walburg und Randolph Maurer werden den Übergang über einen Zeitraum von fünf Jahren begleiten. Damit soll sichergestellt werden, dass Know-how, Werteverständnis und Qualitätsmaßstäbe systematisch weitergegeben werden und komplexe Kundenprojekte kontinuierlich betreut bleiben.

Seit Anfang 2026 trägt Denis Beutler als neuer Eigentümer die unternehmerische Verantwortung. Für ihn ist die Übernahme Teil eines längerfristig angelegten Entwicklungsprozesses. Im Mittelpunkt steht die Verbindung von gewachsener Identität und struktureller Erweiterung. imb troschke ist aus einer Werkstattkultur entstanden und hat sich in der Messewelt einen Ruf für Qualität und partnerschaftliche Zusammenarbeit erarbeitet. Diese Grundlagen sollen erhalten und zugleich weiterentwickelt werden. Vor diesem Hintergrund versteht Beutler den Zusammenschluss als strategischen Schritt, um Produktionskompetenz, integrierte Planung und belastbares Kapazitätsmanagement stärker zu bündeln.

Neben der strukturellen Einbindung bringt Beutler seine Erfahrung in der Organisation komplexer Projektprozesse ein. Für imb troschke bedeutet dies eine Ergänzung der planerischen, handwerklichen und räumlichen Expertise um zusätzliche operative Systematik.

Der Zusammenschluss ist nach Unternehmensangaben keine Reaktion auf äußere Zwänge, sondern Ergebnis eines strukturierten Prozesses zur langfristigen Sicherung der Zukunftsfähigkeit. Die Partnerschaft verbindet Nachfolgeregelung und strategische Integration in einem Modell, das sowohl Kontinuität als auch Weiterentwicklung ermöglichen soll.

Parallel zur Eigentumsübergabe wird auch die operative Führungsstruktur angepasst. Mit Bastian Schmitte und Marcel Maier übernehmen zwei erfahrene Führungskräfte zusätzliche Verantwortung. Beide sind weiterhin bei WUM Brand Spaces tätig und wirken künftig auch an der Weiterentwicklung von imb troschke mit.

Marcel Maier wird insbesondere die operative Zusammenarbeit mit den bestehenden Projektteams stärken und die Projektabwicklung weiterentwickeln. Bastian Schmitte begleitet strategische Themen, Innovationsfragen und die Positionierung des Unternehmens innerhalb der Gruppe.



b.connect veranstaltet den Ownership Summit 2026 (Grafik: b.connect)

M&A, Nachfolge und Beteiligungskapital in der Veranstaltungswirtschaft

b.connect Ownership Summit 2026

Die Veranstaltungswirtschaft steht vor einem strukturellen Wandel. Während die Branche in den vergangenen Jahrzehnten stark gewachsen und internationaler geworden ist, rücken heute neue strategische Fragen in den Fokus: Unternehmensnachfolge, Beteiligungsmodelle, Kapitalbedarf und Kooperationen.

Insbesondere mittelständische Unternehmen der Branche sehen sich zunehmend mit komplexen Entscheidungen konfrontiert. Investitionen in Digitalisierung, Nachhaltigkeit und neue Leistungsfelder erfordern zusätzliche finanzielle Ressourcen. Gleichzeitig stehen viele Unternehmerinnen und Unternehmer vor der Herausforderung, die Zukunft ihres Unternehmens langfristig zu sichern.

Vor diesem Hintergrund veranstaltet der Business Club b.connect am 22. April 2026 um 15 Uhr in Frankfurt erstmals den Ownership

Summit. Unter dem Subhead „M&A, Nachfolge und Beteiligungskapital in der Veranstaltungswirtschaft“ bringt die Veranstaltung Branchenvertreter mit Investoren, Finanzierungspartnern und Juristen zusammen. Gastgeber ist die internationale Wirtschaftskanzlei Clifford Chance.

Im Mittelpunkt stehen praxisnahe Einblicke in Transaktionsprozesse, strategische Kooperationen und Finanzierungsmodelle. Ziel des Summits ist es, den Dialog über Eigentumsstrukturen, Wachstumsperspektiven und unternehmerische Zukunftsstrategien innerhalb der Veranstaltungswirtschaft zu stärken.

„Die Eventbranche ist erwachsen geworden. Wachstum, Internationalisierung und neue Geschäftsmodelle stellen viele Unternehmen vor strategische Entscheidungen – von Beteiligungen bis zur Unternehmensnachfolge. Der

Ownership Summit bringt erstmals Unternehmer, Investoren und Finanzierungspartner zusammen, um genau darüber zu sprechen“, so Markus Eisele, der den Business Club gemeinsam mit Peter Blach gegründet hat.

Zu den Sprechern zählen Dr. Moritz Petersen (Partner, M&A, Clifford Chance Frankfurt), Carsten Hagenbucher (Partner, Charterhouse Capital Partners, London), Alexander Geck (Bereichsdirektor Private Banking, Volksbank Darmstadt Mainz) sowie Otmar Debal (4P Capital mit vier Jahrzehnten globaler Transaktions- und Integrationserfahrung unter anderem als CFO bei Procter & Gamble). Ergänzt wird das Programm noch durch zwei aktuelle Fallbeispiele aus der Veranstaltungswirtschaft.

Das vollständige Programm soll in Kürze veröffentlicht werden. Anmeldungen sind bereits möglich. Die Teilnahme ist kostenlos.

Prose-Podcast über Event- und Healthcare-Kommunikation

Proscast – Event, Stories & Insights

Mit dem Podcast „Proscast – Event, Stories & Insights“, herausgegeben von der Agentur Prose, startet eine neue Gesprächsreihe rund um das Meeting- und Eventmanagement. In der ersten Episode steht ein persönlicher Rückblick von Bernd und René Prose, Vater und Sohn, auf 40 Jahre Eventbranche im Mittelpunkt, jenseits von Hochglanz-Case-Studies und reinen Erfolgserzählungen.

Bernd und René Prose sprechen über ihre gemeinsame Geschichte im Eventbusiness. Sie schildern den Aufbau ihres Eventunternehmens, sprechen offen über Fehlentscheidungen, Risiken und Lernprozesse und erläutern die Werte und Prinzipien, die das Unternehmen bis heute prägen. Ein besonderer

Fokus liegt auf der Entwicklung der Healthcare-Eventbranche sowie auf den Veränderungen in Führung, Organisation und der Skalierung internationaler Events. Die erste Proscast-Episode richtet sich an Event- und Marketingprofis, die verstehen möchten, wie Events tatsächlich entstehen, geführt und über Jahrzehnte weiterentwickelt werden.

Der Podcast erscheint anlässlich des 40-jährigen Bestehens der Prose GmbH. Das Unternehmen wurde 1986 von Hugo Prose unter dem Namen „Prose Reisen & Organisation“ gegründet und entwickelte sich zu einer international tätigen Eventagentur mit klarem Fokus auf Healthcare- und Pharma-Events. Über viele Jahre hinweg prägten Bernd Prose und

später René Prose die strategische Entwicklung und Internationalisierung des Familienunternehmens.

Seit 2021 wird Prose erstmals von einer Doppelspitze geführt: Larissa Steinbäcker und Markus Struppler leiten das Unternehmen als Co-CEOs. Heute beschäftigt Prose rund 140 Mitarbeitende weltweit mit Standorten in Deutschland, Europa, den USA und Asien. Seit der Gründung der Prose Inc. ist das Unternehmen auch auf dem US-Markt präsent.

Prose realisiert jährlich rund 600 Events – von Advisory Boards bis zu internationalen Großveranstaltungen – und positioniert sich als One-Stop-Shop für langfristige, strategische Kundenbeziehungen.

VeBoost objektiviert Entscheidungen für Sponsorings

Datenbasierte Analyse statt Bauchgefühl?

DER EVENTMARKT WÄCHST, SPONSO-RINGBUDGETS STEHEN UNTER RECHTFERTIGUNGSDRUCK UND MARKEN SUCHEN NACH BELASTBAREN ENTSCHEIDUNGS-GRUNDLAGEN.

Mit VeBoost ist ein KI-gestütztes Sponsorship-Matchmaker System angetreten, um Marken und Veranstalter datenbasiert zusammenzubringen. Im Interview erklären Fabian Reintjes, Gründer von VeBoost und Tim Krannich von der Agentur Spreefreunde, wie das System funktioniert, welche Rolle Daten spielen und warum sie das Bauchgefühl im Sponsoring beenden wollen.

BlachReport: Was war der konkrete Auslöser für die Entwicklung von VeBoost und wie funktioniert ein KI-gestütztes Sponsorship-Matchmaker System?
Fabian Reintjes: Ausgangspunkt waren zwei zentrale Beobachtungen. Zum einen wird es für Veranstalter zunehmend schwieriger, ihre Events allein über Ticketerlöse zu finanzieren. Die Einnahmen aus dem Ticketverkauf decken prozentual immer weniger der Gesamtkosten. Sponsoring und Brand Partnerships gewinnen daher stark an Bedeutung. Entsprechend hoch ist der Bedarf auf Seiten der Rechteinhaber, passende Markenpartner zu finden.

Auf der anderen Seite stehen die Marken. Der Eventmarkt ist unübersichtlich geworden, ständig kommen neue Formate hinzu. Für Marketer ist es kaum möglich, alle relevanten Angebote strukturiert zu vergleichen. Die Entscheidungskomplexität ist hoch.
Tim Krannich: VeBoost setzt genau hier an: Wir spiegeln beide Seiten in einem System und schaffen eine datenbasierte Entscheidungsgrundlage in Form des VeBoost Scores, die Marken und Events effizient zusammenbringt.

BlachReport: Warum engagieren sich die Spreefreunde bei VeBoost?
Tim Krannich: Wir wollen die Entwicklung im Marketing, insbesondere im Live-Entertainment, aktiv mitgestalten. Zukunft verstehen wir am besten, wenn wir im Maschinenraum mit dabei sind. Als Investor in ein Start-up wie VeBoost bekommen wir tiefe Einblicke in technologische Markt-Entwicklungen und können

gleichzeitig unsere Erfahrung einbringen. Für uns ist das eine strategische Beteiligung mit Blick auf das Innovieren des Marketingmarktes.

BlachReport: Wie funktioniert VeBoost konkret? Welche Datenbasis ist erforderlich?
Fabian Reintjes: Die Datenbasis speist sich aus beiden Richtungen. Auf Seiten der Veranstalter erfassen wir zunächst Marketing-Grunddaten: Art des Events, Termin, Teilnehmerzahlen, Zielgruppenprofile, Altersstrukturen, Interessen und Wertevorstellungen. Hinzu kommen Reichweiten über TV, Radio, Social Media und Onsite-Kanäle sowie Informationen zu Exklusivitäten bestimmter Branchen.

Darüber hinaus integrieren wir verschiedene externe Datenquellen. Dazu gehören Datenhäuser, Analysezentren und Partnerdienstleister, etwa Anbieter von Event-Apps oder Cashless-Payment-Systemen, die Besucherströme und Ausgaben analysieren. Diese Daten fließen anonymisiert in das System ein.



Fabian Reintjes (Foto: VeBoost)

Auf Markenseite denken wir in Kampagnen. Eine Marke hinterlegt bei uns nicht nur allgemeine Unternehmensdaten, sondern konkrete Kampagnenziele. Das kann ein Produktlaunch sein oder die Eröffnung eines Standorts in einer

bestimmten Stadt. Definiert werden Zielgruppen, Werte, Interessen sowie Anforderungen an Aktivierungsflächen oder Module. Diese Parameter legen wir mit den Eventdaten übereinander und berechnen daraus einen Score.
Tim Krannich: Ergänzt wird das durch sogenannte Learning Loops: Jede Entscheidung und jede Rückmeldung verbessern unseren Algorithmus. Daraus entsteht ein exklusives Data-Set und die größte Sponsoring-Datenbank der DACH-Region.

BlachReport: Wie sähe ein konkreter Anwendungsfall aus, etwa im Umfeld eines großen Festivals?
Fabian Reintjes: Wenn eine Marke bereits entschieden hat, bei einem bestimmten Festival präsent zu sein, setzt sie VeBoost eher zur Absicherung ein. Unser Kernansatz ist jedoch ein anderer: Eine Marke definiert, dass sie beispielsweise ein junges Publikum im Musik-Lifestyle-Umfeld ansprechen möchte. Wir analysieren daraufhin den Markt und schlagen Events automatisiert vor, die in Bezug auf Zielgruppe, Werte und Aktivierungsmöglichkeiten am besten passen. Selbst wenn eine strategische Vorentscheidung getroffen wurde, liefert unser Score zusätzliche Argumente. Ein Marketingverantwortlicher kann damit intern belegen, wie belastbar eine Entscheidung ist. Das hilft gegenüber CMO, CFO oder CEO, die unterschiedliche Perspektiven auf ein Investment haben.

BlachReport: Wie trägt der Matchmaker zu mehr Effizienz und Planungssicherheit bei?
Fabian Reintjes: Ohne ein solches Tool erhalten Marketer täglich zahlreiche Pitch-Decks, die manuell geprüft werden müssen. Hinzu kommt eigene Recherche über Suchmaschinen oder Agenturen. Das ist zeitaufwendig, nicht objektiv und oft nicht vergleichbar. Bei uns erhält eine Marke innerhalb weniger Minuten nach Eingabe ihrer Kampagnenparameter eine erste Auswertung mit priorisierten Eventvorschlägen. Wir liefern nicht nur eine Rangliste, sondern auch Argumentationsstränge, warum ein Event besser geeignet ist als ein anderes. Das schafft Effizienz und reduziert Unsicherheit. Große Engagements werden sonst über Monate hinweg diskutiert. Wir verkürzen diesen Prozess erheblich.

Tim Krannich: In a nutshell: Wir entwickeln eine Art Programmatic Sponsorship für die Sponsoringbranche.

BlachReport: Funktioniert VeBoost segmentübergreifend?
Tim Krannich: Ja. Der Schwerpunkt liegt aktuell im Eventbereich insgesamt: Festivals, Messen, B2B-Formate, Sportveranstaltungen, Ligen, Vereine oder Verbände. Perspektivisch planen wir eine Ausweitung auf einzelne Sportler, Künstler, Influencer oder auch Brand-2Brand. Auf Markenseite sind wir branchenübergreifend tätig, von Food und Beverage über Versicherungen und Banking bis hin zu Technologie und E-Commerce.

BlachReport: Welche Rolle spielen Veranstalter im System?
Fabian Reintjes: Veranstalter stellen das Angebot dar, Marken sind die Nachfrageseite. Für Rechteinhaber ist vor allem die erhöhte Sichtbarkeit relevant. Unser System macht Marken auf Events aufmerksam, die bislang nicht im Fokus standen. Wir selbst agieren nicht als Umsetzungsagentur, sondern konzentrieren uns auf die Analyse und Entscheidungsfindung. Wichtig ist dabei die Objektivität. Wir ranken keine Events aufgrund von Paid-Platzierungen



Tim Krannich (Foto: Spreefreunde)

höher. Die Bewertung erfolgt datenbasiert und branchenübergreifend.
BlachReport: Wie finanziert sich VeBoost?
Fabian Reintjes: Wir setzen im Entscheidungsprozess an. Für unsere Analyseleistungen erheben wir eine Gebühr, die sich am jeweiligen Sponsoringvolumen orientiert.

BlachReport: Gibt es schon konkrete Anwendungsfälle?
Fabian Reintjes: Wir haben bereits mit unterschiedlichen Marken gearbeitet. Dazu zählen unter anderem Cases aus dem Beverage-Bereich, Technologieunternehmen sowie Projekte mit Marken aus Automotive und Beauty. Wir haben beispielsweise Festivalstrategien entwickelt, Tourformate begleitet und konkrete Eventauswahlen getroffen. Die Bandbreite zeigt, dass unser Ansatz branchenübergreifend funktioniert.

BlachReport: Wie sieht die weitere Entwicklung aus?
Tim Krannich: Wir sind im DACH-Raum gestartet und wollen perspektivisch auch international skalieren. Unser Anspruch ist es, die standardisierte Entscheidungsinfrastruktur für Sponsoring aufzubauen. Unser Mission Statement lautet: VeBoost beendet das Bauchgefühl im Sponsoring und wird die objektive Entscheidungsinstanz, die sich als Standard im Markt etabliert. Damit Sponsoring strategisch relevant bleibt, braucht es transparente, vergleichbare und datenbasierte Prozesse – wie Media weitestgehend automatisiert buchbar. Genau daran arbeiten wir.

Imc.communication startet Full-Service Guest Management LMC.Guest startet eigene Plattform

Mit LMC.Guest bündelt Imc.communication ihr Leistungsangebot im Guest Management unter einer eigenständigen Marke. Über guest-star.de positioniert das Stuttgarter Unternehmen einen Full-Service-Ansatz, der strategische Beratung, operative Umsetzung und Betreuung vor Ort mit einer eigens entwickelten Technologieplattform verbindet.
Das Angebot umfasst die komplette Guest Journey – von der Einladung bis zur Feedback-Abfrage nach dem Event. Ein interdisziplinäres Team aus Event-Profis, Kommunikationsberatern und Technologie-Experten begleitet Projekte strategisch, operativ und onsite. Ziel ist ein konsistenter Markenauftritt an allen Kontaktpunkten.
LMC.Guest übernimmt für Agenturen und Unternehmen zeitintensive Prozesse wie Datenmanagement und Listenpflege, Einladungsverand und Nachfass-Kommunikation, Hotel- und Shuttle-Koordination sowie Akkreditierung und Check-in. Vor Ort stellt das Team Projektleitung,

Check-in-Personal, Hostessen und ein Support Center mit persönlich erreichbaren Guestmanagern. „Der Faktor Mensch steht bei uns im Zentrum. Technologie ist unser Werkzeug, nicht unser Produkt“, sagt Oliver Langjahr, Geschäftsführer der Imc.communication GmbH.
Technologische Basis ist die hauseigene Plattform Imc.gueststar 2.0. Sie wird projektbezogen konfiguriert und deckt unter anderem Registrierung, Hotel- und Shuttlemanagement, Seating, Event-Portal und App, QR-gestützten Check-in, Echtzeit-Datenmanagement sowie automatisierte Kommunikation ab. Für Fahrzeugpräsentationen steuert LMC.Guest den Testfahrt-Prozess über eine eigene Betreuer-App mit digitalem Fahrtenbuch.
Die Plattform ist multi-event-fähig angelegt. Stammdaten und Historien lassen sich dabei veranstaltungsübergreifend nutzen. Betrieb, Konfiguration und Weiterentwicklung verantwortet das Unternehmen selbst.

Neu ist ein KI-gestützter Assistent, der Gäste, Crew und Projektbeteiligte in Echtzeit unterstützt. Er greift auf Projektdokumente und Live-Daten zu und liefert rollenspezifische Informationen. Der Assistent versteht sich als Ergänzung zum persönlichen Support.
Beim Umgang mit personenbezogenen Daten verweist LMC auf hohe Sicherheitsstandards. Das Unternehmen ist Tisax-zertifiziert, hostet ausschließlich auf deutschen Servern und verarbeitet Daten DSGVO-konform ohne Transfer in Drittstaaten.
Imc.communication verbindet seit 2003 strategische Beratung, Livekommunikation und Technologieentwicklung. Mit LMC.Guest führt das Unternehmen seine Expertise im Guest Management unter einer eigenen Marke zusammen – versteht sich dabei aber nicht als Software-Anbieter, sondern als Partner für professionelles Guest Management aus einer Hand.



umdasch bei der EuroShop 2026 (Fotos: umdasch)

umdasch bei der EuroShop 2026

Colours of Retail

VOM 22. BIS 26. FEBRUAR 2026 MACHTE DIE EUROSHOP DÜSSELDORF ZUM ZENTRUM DES INTERNATIONALEN HANDELS – UND DIE UMDASCH STORE MAKERS LUDEN MIT IHREM AUFTRITT EIN ZU EINEM FESTIVAL DER FARBEN. UNTER DEM LEITMOTIV „COLOURS OF RETAIL – WHERE EXPERIENCE MEETS EFFICIENCY“ PRÄSENTIERTEN SIE EINE KURATIERTE ERLEBNISWELT, DIE RETAIL ALS LEBENDIGES ZUSAMMENSPIEL AUS EMOTION UND EFFIZIENZ INSZENIERTE.

Konzipiert von den hauseigenen Designern sowie den Experten des Store Consult & Digital Creation Teams, fungierte der Auftritt als begehrtes Referenzprojekt mit dem Thema eines Musikfestivals: Inspiration, Planung, Materialität, Umsetzungskompetenz sowie digitale Touchpoints verschmolzen zu einer holistischen Gesamtausstellung. Gezeigt werden sollte, wofür die Store Makers stehen und was der Handel heute braucht.

Schon in der Fassade formten über 20.000 bunte Logokacheln einen vier Meter hohen visuellen Vorhang. Der Eintritt gleichete einem Festival-Gate: synchronisierte LED-Animationen empfingen hier die Besucher. Im Inneren führte auf der einen Seite die Experience Route hinein in die Entstehung emotionaler Markenwelten. Auf der anderen Seite lenkte die Efficiency Route den Blick auf skalierbare, praxisnahe Lösungen für den modernen Einzelhandel wie auch Markenflächen. Beide Routen waren radial um den zentralen Ankunfts- und Informationsbereich gruppiert.

Insgesamt zehn Themenbereiche präsentierten das gesamte Lösungsspektrum von umdasch The Store Makers und machten die „Colours of

Retail“ als lebendige Reise erfahrbar. Der Bereich „Creation“ signalisierte wie ein Opening-Act auf einer Festivalbühne, dass jede Retail-Reise mit einer Idee beginnt. Auf einer LED-Wall, die sich über einen interaktiven Button im Zentrum des Raumes steuern ließ, wurde der Kreativprozess bei umdasch sichtbar gemacht. Weiter ging es auf eine interaktive rosa Blumenwiese, die das Prinzip „Erleben statt nur Beobachten“ spürbar machte. Marken- und Storekonzepte wurden hier zu überdimensionalen floralen Installationen, digitale Touchpoints und Augmented Reality inklusive.

Die Premium Gallery zeigte den Handel als Kunstform. Materialien, Designs und handwerkliche Präzision aus internationalen Premiumprojekten wurden wie in einer kuratierten Ausstellung präsentiert. Digitale Frames, ein haptischer Mustertisch und eine hochauflösende LED-Wall zeigten die Welt des hochwertigen Ladenbaus.

Der Kontrast zu den glanzvollen Erlebniswelten gab „General Contracting“. Inspiriert vom Roadie-Spirit gab es hier Einblicke in diesen Leistungsbereich – vom Rohbau bis zu Vorher-Nachher-Momenten. Direkt angrenzend drehte sich im „One-Stop-Shop“ alles um den Innenausbau – von der Planung über Design und Materialität bis hin zur fertigen Ausstattung und digitalen Integration. Dieser Bereich machte erlebbar, wie der umdasch 360-Grad-Ansatz funktioniert.

Die Hospitality Area machte mit Lounge, Bar und vielseitigen Sitzmöglichkeiten die Gastfreundschaft der Store Makers spürbar. Der Bereich war gleichzeitig Treffpunkt, Case Study und Mittelpunkt zwischen Experience und Efficiency. Der Market Place entfaltete sich dagegen zur Bühne für vielseitige Regallösungen, smarte Möbel und neue Store-Kon-

zepte. Von modularen Systemen über Obst- und Gemüsepräsentationen bis hin zu intelligenter Backbox und Self-Checkout-Zone präsentierte der Bereich, wie facettenreich moderner Retail sein kann.

In der Efficiency World drehte sich alles um Prozesse, die große Roll-outs zum Laufen bringen. Hier zeigte umdasch, wie eingespielte Projektteams, klare Abläufe und eine internationale Wertschöpfungskette verschmelzen. „Re...Think“ stand für einen Perspektivenwechsel im Laden- und Innenausbau: Flächen wiederverwenden statt neu bauen, Ressourcen zirkulär denken statt eindimensional, Räume transformieren statt abreißen. Hier präsentierten die umdasch Store Makers Konzepte rund ums Renovieren und Sanieren sowie Lösungen wie die ECOlib – die eigens kreierte, digitale Materialdatenbank.

Der Lifecycle-Ansatz der Umdasch Group, zu der neben den Store Makers auch das Schalungs- und Gerüstunternehmen Doka sowie der Anbieter für Industrielösungen umdasch Industrial Solutions gehören, spannte vom Eingang aus die strategische Klammer: In Zukunft will die Umdasch Group für ihre Kunden entlang des gesamten Lebenszyklus

ihres Objekts der beste Partner sein: von der Entwicklung, über Planung, Ausführung, Ausstattung und den laufenden Betrieb, die Sanierung bis letztendlich zum Rückbau und Recycling.

In der Lobby des Auftritts wurde schließlich das digitale Herzstück, die umdasch eXperience Platform (umdasch XP), zum interaktiven DJ-Pult: Vinyls aktivierten kurze Videos, Screens vermittelten das digitale Full-Service-Ökosystem der Store Makers. Hier wurde erlebbar, wie Strategie, Content, Betrieb und Support zusammenspielen.

Zahlreiche Kooperationspartner erweiterten den Messeauftritt von umdasch. Thorn und Zumtobel etwa setzten mit ihren Lichtlösungen Akzente, darunter eine Deckeninstallation, die die radiale Standstruktur aufgriff und wie eine Sonne auf das Festivalgelände der umdasch Store Makers schien. Das digitale Konzept wurde von LED-Screens des Partners Ledeca getragen, vom großformatigen Eingangs-Setup über den LED-Ring über dem Welcome Desk bis zum kreisförmigen Screen im Creation-Bereich. Digitale Expertise wurde zudem von Samsung, Grassfish und Navori eingebracht.

EuroShop RetailDesign Award 2026

GEMEINSAM MIT DER MESSE DÜSSELDORF HAT DAS EHI RETAIL INSTITUTE AUCH BEI DER DIE SJÄHRIGEN EUROSHOP WIEDER FÜNF STORE-KONZEPTE MIT DEM EUROSHOP RETAILDESIGN AWARD (ERDA) AUSGEZEICHNET.

Die Fachjury kürt die besten internationalen Store-Konzepte in insgesamt fünf verschiedenen Kategorien: „Food“, „Fashion & Lifestyle“, „Hospitality“, „Digital“ und „Sustainability“. Die Sieger kommen aus der Ukraine, Österreich, Peru und Deutschland.

In der Kategorie „Digital“ war das MediaMarkt Tech Village Hamburg siegreich. Das Retail Design stammt von der MediaMarktSaturn Retail Group. Das Village will neue Maßstäbe für den erlebnisorientierten Elektronikhandel setzen und vereint Retail, Gaming, Services und Community-Flächen zu einer interaktiven Destination. Digitale Inszenierungen, Erlebniszonen und Omnichannel-Services schaffen ein Einkaufserlebnis, das Technologie, Entertainment und Nachhaltigkeit verbindet.

Das House of Silhouette in Wien siegte in der Kategorie „Fashion & Lifestyle“. Das Retail Design: von Ippolito Fleitz Group – Identity Architects interpretiert den Brillenkauf neu und verbindet High-End-Retail mit Event- und Ausstellungsflächen. Flexible Raumstrukturen, innovative Materialien und digitale Anwendungen wollen hier ein personalisiertes

Kundenerlebnis ermöglichen und machen den Store zu einer wandelbaren Bühne für Design, Mode und Technologie, eingebettet in ein historisches Gebäude.

Die Kategorie „Food“ konnte der Cyberculture Supermarket in Lviv für sich entscheiden, mit Design von Ochs Schmidhuber Architekten. Der Markt verbindet mit seinem Storekonzept den Lebensmittelhandel mit Cyberkultur und E-Sports und schafft ein immersives Einkaufserlebnis, inspiriert vom ukrainischen E-Sports-Team Navi – mit futuristischem Design, interaktiven Installationen und moderner Technologie.

Casa Garbo in Lima gewann in der Kategorie „Hospitality“. Mit einem Design von Modulor vereint Casa Garbo ein hybrides Konzept aus Restaurant, Bar, Nachtclub und Kunstgalerie zu einem ganzheitlichen Erlebnisraum. Durch die Verbindung von historischer Architektur, zeitgenössischem Design und kulturellem Storytelling entstand hier ein vielseitiger Ort, der Gastronomie, Kunst und Entertainment verbindet.

Den Preis für „Sustainability“ bekam Intersport Fink aus Bielefeld. Das Storekonzept vom Planungsbüro Ulrich Bierwirth und Intersport Deutschland steht für einen zukunftsorientierten Sporthandel und setzt auf Kreislaufwirtschaft, Materialwiederverwendung und energieeffiziente Lösungen.



House of Silhouette in Wien (Foto: House of Silhouette/Philip Kottlorz)



Das MediaMarkt Tech Village in Hamburg (Foto: Mediamarkt TechVillage/Mick Vincenz)



Restaurant EXO
(Foto: Marche Int.)

Eventlocations in Karlsruhe

MICE-Veranstaltungen in der vielseitigen Fächerstadt

IN DER MICE-DESTINATION KARLSRUHE VEREINT SICH URBANES FLAIR MIT EINER NATURLANDSCHAFT.

Nur wenige Minuten vom Stadtzentrum der Fächerstadt entfernt laden die grünen Oasen der Stadt zum Spazieren und Verweilen ein. Der Stadtgarten Karlsruhe mit dem Zoologischen Garten ist eine der größten innerstädtischen Parkanlagen Deutschlands. Neben den großen Veranstaltungsorten wie Messehallen oder Kongresszentren hat sich in Karlsruhe auch eine Reihe weniger bekannter Eventlocations entwickelt. Viele dieser Orte befinden sich in ehemaligen Industriegebäuden, Co-Working-Umgebungen oder kulturell genutzten Räumen. Eine kleine Auswahl stellen wir nachfolgend vor.

KUNSTWERK DURLACH (EVENTFABRIK)

Eine Eventlocation befindet sich im Karlsruher Stadtteil Durlach in der sogenannten Raumfabrik. Auf dem Campus können Veranstaltungs-

räume sowohl für Business-Meetings als auch für kulturelle Anlässe gebucht werden. In der campuseigenen Event-Location EventFabrik Durlach stehen Raumgrößen in 240, 160, 120 oder 80 qm zur Verfügung.

Das KunstWerk wird für verschiedene Veranstaltungsformate genutzt. Die Räumlichkeiten können für Workshops, Präsentationen oder kulturelle Veranstaltungen gemietet werden. Charakteristisch ist der industrielle Hintergrund des Gebäudes, der auf die frühere Nutzung als Produktionsstandort zurückgeht. Die Flächen lassen sich flexibel aufteilen und



EventFabrik Durlach
(Foto: RaumFabrik Vermietungsgesellschaft/Nikolay Kazakov)

können sowohl kleinere Gruppen als auch Veranstaltungen mit bis zu rund 200 Personen aufnehmen.

STEAMWORK KARLSRUHE

SteamWork ist eine Kombination aus Co-Working-Space und Veranstaltungsort im südwestlichen Teil der Innenstadt. Das Konzept verbindet Arbeitsplätze für Start-ups und Freiberufler mit Räumen für Veranstaltungen und Seminare. Die 14 Meeting- und Veranstaltungsräume orientieren sich mit ihrem zukunftsweisenden Design an den Bedürfnissen der heutigen Arbeitswelt.

Die Eventflächen werden häufig für Workshops, Netzwerkveranstaltungen oder kleinere Konferenzen genutzt. Mehrere Räume können getrennt oder kombiniert verwendet werden, wodurch unterschiedliche Veranstaltungsgrößen möglich sind. Insgesamt stehen verschiedene Meeting- und Veranstaltungsräume zur Verfügung, die auch technisch für Präsentationen und digitale Veranstaltungen ausgestattet sind.

DICE WORK & EVENT LOCATION

Die dice Work & Event Location in direkter Nähe von Karlsruhe verbindet Büro- und Eventflächen und wird vor allem für Unternehmensveranstaltungen genutzt. Ob Meeting im kleinen Kreis, Seminar, Workshop, Tagung oder Kick-off – die Räumlichkeiten bieten Raum von 32 qm bis hin zu 319 qm Indoor Work- und Event-Fläche sowie 241 qm OpenAir Space auf der Dachterrasse.

Mit seinen 116 qm lädt der große, lichtdurchflutete Seminarraum No1 im dice zu Seminaren, Vorträgen, Auditorien und Business Events ein. Der Standort verfügt über mehrere Räume mit unterschiedlichen Größen. Insgesamt können Veranstaltungen mit etwa hundert Teilnehmern durchgeführt werden.

EVENTLOCATION SEEHAUS FORST

Die neu erbaute Eventlocation Seehaus Forst ist im Raum Heidelberg und Karlsruhe der ideale Ort für Hochzeiten, Firmenfeiern, Sommerfeste und Weihnachtsfeiern direkt am Wasser. Mit einer Fläche von über 200 qm verzaubert es mit einem faszinierenden Rundumblick über den See und die Natur. Der im Bauhausstil gebaute Veranstaltungssaal bietet eine wunderschöne Kulisse für Veranstaltungen mitten im Grünen.



Seehaus Forst
(Foto: Loma Group)

Der 20.000 qm große Außenbereich mit großer Wiese und Ausblick auf den See bietet Platz für Sektempfänge, Trauungen, Sommerfeste und vieles mehr. Die elegante und moderne Terrasse ist mit ihrer Pergola eines der vielen Highlights. Das absolute Highlight der Eventlocation ist der Beachbereich inklusive Zelt. Der Blick über den 100.000 qm großen See bietet eine spektakuläre Kulisse für jedes Event – ob Freie Trauung oder ein geselliges Get-together.

IDEENSPINNEREI KARLSRUHE

Die Ideenspinnerei bietet mehrere Veranstaltungsräume, die für Workshops, Seminare oder Präsentationen genutzt werden können.

Der Ort richtet sich insbesondere an kleinere Gruppen und Veranstaltungen mit bis zu etwa 150 Teilnehmern. Dank moderner Technik und einem flexiblen Raumkonzept kann die Location in kürzester Zeit mit dem Corporate Design eines Unternehmens bespielt werden



Ideenspinnerei
(Foto: Ideenspinnerei)

Neben den barrierefreien Räumlichkeiten, die eine Vielzahl an Aufbaumöglichkeiten zur Verfügung stellen und dem individuellen Lichtkonzept, steht auch der Außenbereich für Events zur Verfügung. Das Ideenspinnerei-Team unterstützt Kunden von Anfang an. Neben den klassischen Business Events bietet die Ideenspinnerei auch viele Möglichkeiten rund um Firmenfeiern wie Sommerfeste und Weihnachtsfeiern.

EVENTHALL KARLSRUHE

Die Eventhall befindet sich in einem Gewerbegebiet im Karlsruher Stadtgebiet und gehört zu den größeren Veranstaltungsorten außerhalb der Innenstadt. Die Eventhall ist als ehemalige Fabrikhalle bewusst im Industriecharme gehalten und bietet Platz für 800 Personen auf Stühlen. Ausgestattet mit aktueller Präsentations-, Licht und Soundtechnik inklusive LED-Leinwand.

In der Eventhall besteht die Möglichkeit, unterschiedliche Sitzanordnungen für individuelle Ideen zu verwirklichen. Die Halle ist für Konzerte, Tagungen, große Firmenevents geeignet. Die größten Räume bieten Platz für mehrere hundert Personen, während kleinere Räume für Workshops oder Meetings genutzt werden können. Der industrielle Hintergrund der Halle prägt die Gestaltung aller Räume.



Eventhall
(Foto: ICF Service GmbH)

EXO RESTAURANT IM ZOOLOGISCHEN STADTGARTEN

Im Zoologischen Stadtgarten Karlsruhe befindet sich mit dem Marché-Restaurant EXO eine Location, die ebenfalls für Veranstaltungen genutzt wird. Neben dem regulären Restaurantbetrieb können dort mehrere Räume für Events gemietet werden. Die Räume eignen sich vor allem für Firmenveranstaltungen mittlerer Größe. Insgesamt können mehrere hundert Gäste aufgenommen werden, abhängig von der genutzten Raumkonfiguration.

Der Standort innerhalb des Stadtgartens unterscheidet sich von vielen anderen Eventlocations, da Veranstaltungen hier in unmittelbarer Nähe zu Parkanlagen und Freizeitflächen stattfinden.

PETER-GROSS-BAU AREAL

Nach etwa einem Jahr Bauzeit wurde das Peter-Groß-Bau Areal der Messe Karlsruhe im Herbst 2025 feierlich eröffnet. Ob Outdoorveranstaltungen mit Ausstellungs- und Showflächen,



Peter-Groß-Bau Areal
(Foto: Messe Karlsruhe/Jürgen Rösner)

Open-Air-Events oder reine Parkierungsfläche: Das Freigelände soll, direkt an die Messehallen angeschlossen, ganzjährig witterungsunabhängig und multifunktional für verschiedenste Veranstaltungen nutzbar sein. Die gebotene Infrastruktur auf 82.000 Quadratmetern beinhaltet installierte Wasser-, Strom- und Technikanschlüsse. Der Messeplatz besitzt nun ein Freigelände mit insgesamt 105.000 Quadratmetern.

Die Belegung des Areals sieht auch Outdoor-Events vor, deren Besonderheit sich in der Demonstration von Maschinen und Fahrzeugen darstellt. Die versickerungsfähige Bodenbeschaffenheit sowie eine stabile Elektro- und Wasserversorgung, ein neues Verkehrsleitkonzept, die Umzäunung des gesamten Geländes inklusive Videoüberwachung und Ausleuchtung der gesamten Fläche sowie eine breite WLAN-Infrastruktur, sollen hier beste Voraussetzungen schaffen.

jobs + karriere

_ Die *K.I.T. Group* beruft **Delphine Baudouin** zur Managing Directorin. Baudouin ist seit 2000 für das Unternehmen tätig und übernimmt die Funktion am Standort Berlin. Sie verantwortet weiterhin die Aktivitäten der französischen Tochter in Paris. Delphine Baudouin verfügt über mehr als 25 Jahre Erfahrung in der Organisation internationaler Kongresse und soll die strategische Entwicklung der Gruppe mitgestalten.

_ *BDLI, der Bundesverband der Deutschen Luft- und Raumfahrtindustrie*, heißt **Florian von Hennet** als neuen Leiter Politik & Kommunikation willkommen. Der BDLI ist unter anderem Markeninhaber der ILA Berlin, die vom 10. bis 14 Juni in Berlin stattfindet. Florian von Hennet war zwölf Jahre lang an der Spitze der Kommunikation bei der *Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (INSM)* und hat auch Erfahrung bei der *Bundeskanzler-Helmut-Kohl-Stiftung* sowie zuletzt als Leiter Stab Kommunikation bei der *Friedrich-Naumann-Stiftung* gesammelt.

_ *JTI (Japan Tobacco International)* hat **Michal Bachan** zum Geschäftsführer für den deutschen Markt berufen. Mit über 25 Jahren Betriebszugehörigkeit bringt der neue Geschäftsführer viel Erfahrung für die Position mit. Zuvor hatte Bachan leitende Positionen im Marketing und Vertrieb in Polen, Tansania sowie der Genfer Zentrale inne und war zuletzt als Vice President Marketing & Sales für die Region Meneat (Naher Osten, Mittlerer Osten, Afrika, Türkei) tätig.



Christian Hoell und Oliver Fudickar
(v. l., Foto: inRostock)

INROSTOCK BÜNDELT MESSE UND VERANSTALTUNGSVERKAUF

inRostock stellt ihren Messe- und Veranstaltungsverkauf neu auf. Künftig werden die Messe- & Verkaufsaktivitäten der StadtHalle und HanseMesse Rostock in einem gemeinsamen Geschäftsbereich gebündelt. Im Rahmen der Weiterentwicklung des Messe- und Veranstaltungsverkaufs wird die Position „Leiter Messe & Veranstaltungsverkauf“ neu etabliert. Zum 1. März 2026 übernahm **Christian Hoell** diese Aufgabe. Christian Hoell war bisher stellvertretender Leiter des Veranstaltungsverkaufs der *StadtHalle Rostock* und kennt so bereits das Portfolio von inRostock und die Kundenstrukturen. Im Bereich Messe wird **Marco Haase**, in seiner Funktion als Stellv. Leiter Messe & Eigenveranstaltungen, den neuen Geschäftsbereich auch weiterhin mit seiner langjährigen Erfahrung bei inRostock unterstützen. Der neue Geschäftsbereich umfasst bis zu 25 Mitarbeitende, wozu auch die Dual-Studierenden und die Auszubildenden im Veranstaltungsmanagement gehören.



Tobias Gröber und Alexander Uebel
(v. l., Foto: GHM)

GESELLSCHAFT FÜR HANDWERKSMESSEN UNTER NEUER LEITUNG

Bei der *GHM Gesellschaft für Handwerksmessen* hat es zum Jahreswechsel einen Wechsel in der Geschäftsführung gegeben. Im Januar haben wie geplant **Tobias Gröber** (Vorsitzender der Geschäftsführung) und **Alexander Uebel** (Geschäftsführer) die operative Verantwortung übernommen und führen die GHM Gesellschaft für Handwerksmessen mbH gemeinsam weiter. Der Wechsel war im engen Schulterschluss mit **Dieter Dohr** vorbereitet worden, der nach knapp 19 Jahren an der Spitze des Unternehmens zum Jahresende 2025 in den Ruhestand getreten ist. **Tobias Gröber**: „Ich freue mich sehr auf die gemeinsame Aufgabe. 2026 möchten wir ein klares Zeichen für das Handwerk setzen und mit spannenden Messen und innovativen Ideen Menschen zusammenbringen und den Austausch stärken. Gerade jetzt, in Zeiten von Umbruch und KI, zeigt sich, dass das Handwerk ein kreativer, zukunfts-fähiger und verlässlicher Wirtschaftsfaktor ist und bleiben wird.“



Senger, Westphal, Mayr, Regiert, Dreeke,
Bohrer-Glas, Unterreiner und Lutz
(Foto: Messe München)

INTERFORST GEHT MIT NEUEM MESSETEAM AN DEN START

Für die Interforst, die vom 15. bis 18. Oktober 2026 auf dem Messegelände in München stattfindet, hat die *Messe München* das Team neu aufgestellt. **Petra Westphal** ist als erfahrener Exhibition Director zu der Messe zurückgekehrt, die sie bereits in der Vergangenheit fachlich begleitet hat. Die Projektgruppe der Interforst verfügt über viel Expertise. **Jasmin Regiert** gehört seit 2012 zum Team, ist in der Branche gut vernetzt und kennt daher bestens die Anforderungen der Aussteller und Fachbesucher. **Anita Mayr** und **Daniela Bohrer-Glas** vervollständigen das Team. Beide verfügen über viele Jahre Erfahrung im Messewesen. Um den Austausch mit Branchenvertretern zu intensivieren und die Position der Interforst am Markt weiter zu stärken, stehen **Ralf Dreeke** (Wahlers Forsttechnik) sowie **Gert Unterreiner** (Unterreiner Forstgeräte) in ihren Rollen als Vorsitzender und stellvertretender Vorsitzender des Fachbeirates der Messe zudem als fachliche Berater zur Seite.



Gregor Rummel
(Foto: Peter Wieler)

SALES IM CONGRESSFORUM FRANKENTHAL

Das *CongressForum Frankenthal* hat seinen Vertrieb strategisch neu ausgerichtet. Mit **Gregor Rummel** übernahm ein erfahrener Branchenexperte die Leitung Sales und Business Development. Ziel ist es, die Marktaktivitäten zu schärfen und die Position des Hauses im MICE-Segment weiter auszubauen. Rummel verantwortet den strukturierten Vertrieb sowie die Geschäftsentwicklung. Dazu zählen der Ausbau bestehender Kundenbeziehungen, die Erschließung neuer Zielgruppen und die Weiterentwicklung der Marktpresenz in enger Abstimmung mit der Geschäftsführung. Der studierte Betriebswirt verfügt über mehr als 25 Jahre Erfahrung im Tagungs- und Tourismusbereich. Zuletzt war er als Vertriebsleiter bei *Visit Mannheim* tätig und begleitete dort unter anderem die Vermarktung der BUGA 23 sowie die Positionierung Mannheims im Kongressgeschäft. Weitere Stationen führten ihn in leitende Funktionen in Hotels und Agenturen.

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	



Kreativagentur Live-Kommunikation Medienproduktion Eventlocation Live-Stream Anbieter	_ Natalie Driesnack _ Tobias Weber Neuer Weyerstraßerweg 135 50969 Köln	T 0221 168 475 77 info@formatc-live.com info@streconflex.de hello@schokoladen-fabrik.com www.formatc-live.com	Kreativagentur für Live-Kommunikation. Marken-Präsenz für internationale Kunden auf Messen, Events und Roadshows. Filme für Kino, TV, Online und Event. In Köln betreiben wir die Schokoladenfabrik als Event & Meeting Venue. Unsere Marke StreConFlex ist eine der besten Live-Streaming-Lösungen.
---	---	---	---



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



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

anbieter
_ansprechpartner

anschrift

telefon . fax . email . internet

angebot

EVENT-AGENTUREN

marbet
Marion & Bettina
Würth GmbH & Co. KG
Agentur für
Live-Kommunikation

Karl-Kurz-Straße 44
74523 Schwäbisch Hall
T +49 791 49380-100
info@marbet.com
marbet.com

Erleben Sie neue Servicestandards der Live-Kommunikation:
Wir machen Events, Live-Kampagnen und Markenerlebnisse,
die wirken und bleiben. Live. Digital. Hybrid.
Schwäbisch Hall . Düsseldorf . Frankfurt . Hamburg .
München . Barcelona

meplan GmbH
Am Messesee 2
81829 München

T +49 89 540267980
info@meplan.de
meplan.de

meplan ist die Agentur für Markenräume und Messebau. Wir schaffen nachhaltige, intelligente Touchpoints – physisch und digital. Mit Erfahrung aus jährlich 9000 Ständen und 150 Messen bieten wir Beratung, Konzeption und Realisation aus einer Hand.

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.

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.STAGEREPORT.DE

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

Seit über 40 Jahren gestalten wir Live-Kommunikation – real, virtuell und international. Wir entwickeln Konzepte, gestalten Events als Erlebnisse und setzen sie mit Leidenschaft um. Wir begleiten Unternehmen und Marken dabei, ihre Botschaften spürbar zu machen – strategisch fundiert, kreativ inszeniert und präzise umgesetzt. Unser Anspruch: Für jede Zielgruppe und jeden Anlass das Maximum an Wirkung und Relevanz herauszuholen!

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 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!

Digitale Ausgaben unter:
www.blachreport.de

anbieter _ansprechpartner	anschrift	telefon . fax . email . internet	angebot
EVENT-AGENTUREN			
	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	Dubai Studio City Commercial Office Building 3 Office 403, Dubai – UAE	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 – China	T +852 2757 9628 hello@uniplan.com

Uniplan. Eine Agentur für Markenerlebnisse. Uniplan wurde 1960 von Hans Brühe, Vater des heutigen CEO und Inhabers Christian Zimmermann, in Köln gegründet. Seither hat Uniplan sich 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.
-------------------	--	--	--

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.BLACHREPORT.DE

anbieter _ansprechpartner	anschrift	telefon . fax . email . internet	angebot
EVENT-FACHMESSEN			
			
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.
MEDIEN- / LED-TECHNIK			
			
Acetec GmbH Ihr Ansprechpartner: Michael Lenkeit	Rostocker Straße 17 65191 Wiesbaden	T +49 611 9879296 mail@acetec.de www.acetec.de	ACETEC vermietet Medientechnik und LED-Wände für Veranstaltungen und Messeauftritte in Deutschland und Europa. Unser Firmensitz ist in Wiesbaden, von wo aus das Frankfurter Messegelände, das RheinMain CongressCenter (RMCC) sowie das Kurhaus innerhalb weniger Minuten erreichbar sind.

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.

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.STAGEREPORT.DE

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

MESSE- / EVENTBAU



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 Marken- architektur wie Messen, Events, Roadshows, Bühnen- und Themen- Sets. Artlife ist nach DIN ISO 14001 Umweltmanagement zertifiziert
--	---------------------------------	---	--

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
---	--	---



Creative Gestaltung

Heininger Straße 70
73037 Göppingen
T: +49 71 61-606 89-0

MESSEBAU⁶⁹EVENTS⁶⁹WERBETECHNIK⁶⁹BRANDING⁶⁹DIGITAL DESIGN⁶⁹APPS & WEB⁶⁹

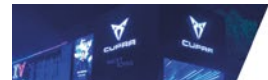
Seit über 30 Jahren bringt CG Kreativität und Kompetenz aus Göppingen in alle Welt. Wir gestalten und produzieren „Brand Spaces“ in der digitalen und analogen Welt. Dadurch machen wir Ihre Marke greif- und erlebbar - ob auf Messen, Veranstaltungen, im Laden oder Internet.

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

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.BLACHREPORT.DE

anbieter _ansprechpartner	anschrift	telefon . fax . email . internet	angebot
-------------------------------------	------------------	---	----------------

MESSE- / EVENTBAU



DEKO / **SERVICE**
BUILDING VISIONS

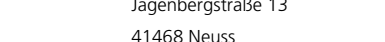



DEKO-Service Lenzen GmbH www.deko-service.net Event / Expo / Live Marketing	Standort Lohmar / Köln Im Rohnweiher 47 53797 Lohmar T +49 (0) 2205 9060 main@deko-service.net	Standort Berlin Zur Alten Börse 79 12681 Berlin T +49 (0) 30 5470 9770 nl-berlin@deko-service.net
--	--	---

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.

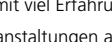
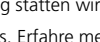
 STANDORTE LIMBURG BERLIN SARDINIEN PRAG	HEADQUARTERS: NA+1 Gunnar Zessel e. K. Jahnstraße 10 65549 Limburg	Limburg T +49 (0)6431 26290 20 M +49 (0)176 126290 22 info@na1.de www.NA1.de	   Wir sind national und international Ihr Partner für temporäres, stilsicheres und individuelles Design – mit 35 Jahren 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 stellen wir seit über 35 Jahren europaweit Veranstaltungen aus. Erfahre mehr über uns und unser Sortiment auf www.adexpo.de.

anbieter
_ansprechpartner

anschrift

telefon . fax . email . internet

angebot

TECHNISCHES PLANUNGSBÜRO



PRODUCTION OFFICE GbR
Ingenieurbüro für
Entertainment
_ Dipl. Ing. Joachim Koppe
_ Dipl. Ing. Ralf Schafstall

Schlesische Straße 28
10997 Berlin

T 030 616716-0
F 030 616716-29
www.production-office.de
info@production-office.de

Das Berliner Ingenieurbüro für Entertainment – unabhängig,
flexibel, budgetorientiert. Technische Planung und Leitung
sowie architektonische Ausarbeitung von Designs.
Ihr Partner für alle technischen, gestalterischen und
logistischen Themen.
Ausschreibungs- & Genehmigungsverfahren.
Hygiene- & Sicherheitskonzepte, Hygienebeauftragte.

VERANSTALTUNGSTECHNIK

Aventem

HÖREN · SEHEN · STAUNEN



Aventem GmbH
Audiovisuelle
Dienstleistungen

Düsseldorf
Herderstraße 70
40721 Hilden
Berlin
Rohrdamm 24b
13629 Berlin

T +49 2103 25230-0

T +49 30 367005-70
info@aventem.de
www.aventem.de

Aventem bietet neben den klassischen audiovisuellen Dienstleistungen wie Licht-, Ton-, Medien- und Bildtechnik auch hochwertige Set- und Dekorationsbauten aus eigener Produktion an und ist so der ideale Partner für die gesamtheitliche Umsetzung Ihrer Projekte in der Live-Kommunikation. Auch für digitale und hybride Eventformate stehen Ihnen unsere Mitarbeiter von der Planung bis zur Umsetzung Ihrer Events europaweit mit Expertise und Know-How zur Seite.



Live.Digital.On-site



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.

AKTUELLES IM INTERNET _ WWW.STAGEREPORT.DE

anbieter
_ansprechpartner

anschrift

telefon . fax . email . internet

angebot

VERANSTALTUNGSTECHNIK



epicto GmbH

Flößerstraße 4
68535 Edingen-
Neckarhausen

T +49 (0)6203 4046-0
info@epicto.de
www.epicto.de

Außergewöhnliche Erlebnisse entstehen erst durch eine durchgän-
gige Lösung, die bereits bei der Idee alle Facetten von Konzeption
über Planung bis zur Realisierung umfasst. Um das zu gewährleis-
ten, folgt die Technik der stimmigen Konzeption und der dahinter-
stehenden starken kreativen Idee. Das gilt für Live-, Online- und
Hybrid Events genauso wie für alle Medientechnikinstallationen.



NEUMANN & MÜLLER
VERANSTALTUNGSTECHNIK

EVENT DICH
DOCH AN UNS

45
YEARS
1981
2026

Neumann & Müller
GmbH & Co. KG

Unsere Standorte:
Augsburg | Barcelona |
Berlin | Bochum | Dresden |
Düsseldorf | Erfurt | Frank-
furt | 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 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

MEDIA
BOARD

Digitale Ausgaben unter:
www.blachreport.de



INSIDE

Britta Wirtz

BRITTA WIRTZ IST GESCHÄFTSFÜHRERIN
DER MESSE KARLSRUHE.



Britta Wirtz (Foto: Messe Karlsruhe)

Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?

Es sind die Begegnungen mit Menschen, die das Leben lebenswert machen, sagte Guy de Maupassant. Aus Begegnungen Emotionen und Werte zu generieren ist eine unglaublich bereichernde Aufgabe. Die unendliche Vielfalt an Themen kommt noch dazu: man lernt nie aus. Also: eine großartige Aufgabe in der Veranstaltungsbranche tätig sein zu dürfen.

Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?

An der Seite meines Mannes Brückenbauerwerke zu prüfen. Vom Bodensee bis Nordrhein-Westfalen.

Welchen Traum wollen Sie sich noch erfüllen?

Ich habe keine ‚Bucket-List‘. Ich bin sehr dankbar für das, was ich bisher erreichen, erfahren und erleben durfte und freue mich auf das, was noch kommt.

Was macht Sie glücklich?

Zu sehen, wie unsere Söhne sich zu eigenständigen Persönlichkeiten entwickeln und wenn wir alle Zeit miteinander verbringen dürfen.

Was war bisher Ihre größte Herausforderung?

Die allergrößte war sicher, die Messe Karlsruhe, die Beschäftigten und die Familie durch die Pandemie zu steuern. Aber zunehmend volatile Umfeldere bedeuten jeden Tag erneut Anpassungsfähigkeit und die Herausforderungen verdichten sich, sie werden zu einem täglichen Ding: Zwischen globaler Zollpolitik und lokaler Haushaltssperre hat vieles direkte Auswirkungen.

Welche Entscheidungen haben Sie bereut?

Manche Entscheidungen sind schwer, aber nichts zu entscheiden, ist dauerhaft schwerwiegender.

Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?

Ein Roman, der auf historischen Fakten beruht und sich mit der Entwicklung des Polio-Impfstoffes befasst. Dabei wird die Perspektive der bisher oft übersehenen Forscherin Dr. Dorothy Horstmann in den Fokus gerückt. Es heißt ‚Die Formel der Hoffnung‘, Autorin ist Lynn Cullen. Nur noch wenige Seiten trennen mich vom Ende des Buches, das die Kindheit in der DDR thematisiert und einen interessanten Schreibstil verfolgt: Anne Rabes ‚Die Möglichkeit von Glück‘ (2023).

Was sollen wir hören: Ihr aktueller Musiktipp?

Ich habe leider zu wenig Zeit zum Musikhören. Wenn, dann höre ich beispielsweise etwas von der norwegischen Jazz-Sängerin Silje Nergaard. Sie habe ich auch schon Live im Tollhaus gesehen.

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

Ich bewundere die Küche vom Il Teatro – Daniele di Serio ist ein Koch mit Leidenschaft. Und er zeigt auch eine soziale Seite. Jedes Jahr bekocht er die Schüler der Gutenberg-Schule, einer Brennpunkt-Werkrealschule, die der Rotary Club Karlsruhe-Baden im Unterrichtsfach soziales Lernen unterstützt und auch ein zeitgemäßes Angebot für ein Benimm-Training umfasst, welches mit dem gemeinsamen Restaurantbesuch seinen Höhepunkt findet.

STUDIO BLACH

Alles über Live-Kommunikation



REPORTAGEN UND TALKS FÜR INSIDER AUS DEM MICE BUSINESS



PODCAST LIVE // INTELLIGENCE: KI TRIFFT KOMMUNIKATION 06

RON SCHNEIDER, PATRIC WEILER UND
PETER BLACH ÜBER NEUE SPIELREGELN FÜR
DIE LIVEKOMMUNIKATION DURCH KI.

Impressum

28. Jahrgang _ VERLAG AktivMedia GmbH / Zum Bahnhof 10 / 31311 Uetze – Dedenhausen // Tel 05173 9827-0 / 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 Burdorf >> Der BlachReport ist eine Business-to-business-Publikation über Event-Marketing, Promotions und Sponsoring. Es erscheinen 26 Ausgaben jährlich, davon drei als Doppelausgaben. 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

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

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

BlachReport

Ownership Summit 2026

Wachstum, Beteiligung, Nachfolge – wer gestaltet die Eventbranche von morgen?

Die Veranstaltungswirtschaft steht vor einem strukturellen Wandel. Wachstum, Internationalisierung und neue Geschäftsmodelle stellen viele Unternehmen vor strategische Entscheidungen.

Der b.connect Business Club bringt erstmals Unternehmerinnen und Unternehmer der Eventbranche mit Investoren, Finanzierungspartnern und M&A-Experten zusammen.

• Wer übernimmt Unternehmen der Branche in Zukunft? • Welche Rolle spielen Investoren, Beteiligungen und Kooperationen? • Wie lassen sich Wachstum, Nachfolge und Finanzierung strategisch gestalten?

Beim Ownership Summit erhalten Teilnehmer praxisnahe Einblicke in Transaktionsprozesse, Finanzierungsmodelle und strategische Partnerschaften – ergänzt durch aktuelle Fallbeispiele aus der Branche.



Speaker (Auswahl):

Dr. Moritz Petersen (Partner M&A, Clifford Chance, Frankfurt) | Carsten Hagenbucher (Partner, Charterhouse Capital Partners, London) | Alexander Geck (Bereichsdirektor Private Banking, Volksbank Darmstadt Mainz) | Otmar Debald (Managing Partner 4P Capital, ehem. CFO Procter & Gamble)



22. April 2026
15:00 Uhr | Frankfurt
Teilnahme kostenlos.
Anmeldung erforderlich.

www.bconnect.one