



Wie Automobilmarken das 24-Stunden-Rennen von Le Mans strategisch für Markenbindung und Kommunikation nutzen

# 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.

**b.**  
**connect**  
business club

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

## Motorsport-Erlebnisse



Das 24-Stunden-Rennen von Le Mans ist weit mehr als ein traditionsreiches Motorsportereignis. Es ist ein strategisches Labor für Markenführung unter Extrembedingungen. Seit 1923 steht das Rennen für technologische Innovation, Präzision und Ausdauer – Eigenschaften, die insbesondere Performance- und Premium-Automobilmarken fest in ihrer Identität verankern.

Für die Kommunikationsbranche bietet Le Mans ein Lehrstück in ganzheitlicher Livekommunikation. Innerhalb eines 24/7-Formats treffen Hospitality, temporäre Architektur, Contentproduktion, Social Media, Medienarbeit und internationale Gästebetreuung aufeinander. Unterschiedliche Zielgruppen – von VIP-Kunden über Handelspartner bis hin zu Fans und Influencern – erwarten maßgeschneiderte Erlebnisse. Die Herausforderung liegt darin, diese Komplexität strategisch zu orchestrieren und dennoch ein konsistentes Markenerlebnis zu schaffen.

Gleichzeitig zeigt sich hier, wie Technologiekommunikation glaubwürdig funktioniert. Innovationen in Elektrifizierung, eFuels, Aerodynamik oder Leichtbau werden nicht abstrakt präsentiert, sondern unter realen Wettbewerbsbedingungen erlebbar. Der Technologietransfer vom Prototyp in die Serie wird zur erzählbaren Geschichte. Für Marken entsteht so eine Verbindung aus emotionaler Aufladung und technischer Substanz.

Auch Themen wie Nachhaltigkeit und KPI-Orientierung gewinnen an Bedeutung. Temporäre Bauten, Materialwahl, Energieeinsatz und CO<sub>2</sub>-Kompensation stehen ebenso im Fokus wie Reichweite, PR-Wert und Markenimage. Motorsport-Engagements müssen heute nicht nur begeistern, sondern auch messbar wirken und gesellschaftlichen Anforderungen standhalten.

Le Mans steht damit exemplarisch für eine Disziplin, die im Zentrum moderner Markenarbeit steht: die Verbindung von Technologie, Storytelling, Nachhaltigkeit und datenbasierter Steuerung in einem hoch emotionalen Umfeld.

Welche strategische Rolle Le Mans innerhalb der Markenführung einnimmt und wie sich ein derart komplexes Format operativ und dramaturgisch steuern lässt, erläutern Mahesh Iyer und Johnny Klein von Brandscape im Interview auf den Seiten 6 und 7 dieser Ausgabe. Ihre Einblicke machen auch deutlich, welche Impulse sich aus Motorsport-Events für andere Liveformate ableiten lassen.

Herzlichst

Ihr Peter Blach

### inhalt

- 4 BUSINESS IFES verlegt World Summit 2026
- 6 THEMA Motorsport-Events
- 8 BUSINESS Brand IQ Studie
- 10 WORK Volvo „Volt and Vision“
- 12 WORK mld Experience-Design auf der EuroShop

Titelfoto: Motorsport-Event Le Mans (Foto: Brandscape)

- 14 VENUES SPEZIAL Kärnten
- 16 PEOPLE Jobs + Karriere
- 17 MARKETING-SERVICES Lieferantenverzeichnis
- 26 BACKSTAGE Christoph Küppers und Markus Dresen
- 26 IMPRESSUM

MEDIA  
BOARD

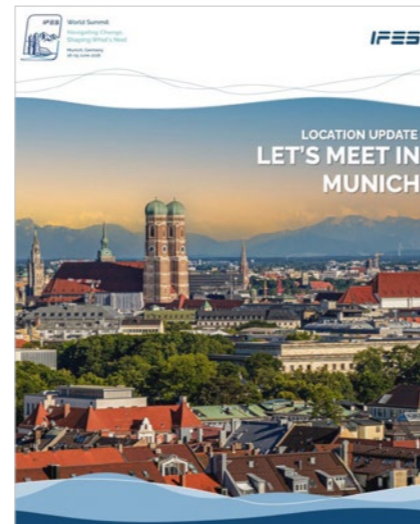
OUT NOW!

POCKETEVENT

StageReport

BlachReport

WWW.BLACHREPORT.DE  
WWW.STAGEREPORT.DE



IFES verlegt World Summit 2026 von Dubai nach München (Grafik: IFES)

## IFES verlegt World Summit 2026

# Von Dubai nach München

Die International Federation of Exhibition and Event Services (IFES) führt ihren IFES World Summit 2026 nicht wie ursprünglich geplant in Dubai durch. Die für den Zeitraum vom 16. bis 19. Juni 2026 angesetzte Veranstaltung soll dafür in München stattfinden. Die Entscheidung habe man nach sorgfältiger Bewertung der aktuellen geopolitischen Lage sowie in enger Abstimmung mit Branchenvertretern und lokalen Behörden getroffen.

Der ursprünglich für Dubai geplante World Summit wurde vorerst auf Juni 2028 verschoben.

„Unsere Priorität ist es, sicherzustellen, dass sich unsere Mitglieder 2026 in einem sicheren Umfeld treffen können und gleichzeitig der persönliche Austausch als wesentlicher Bestandteil

unserer globalen Gemeinschaft erhalten bleibt“, erklärt Jörg Zeissig, Präsident von IFES.

Unter dem Leitthema „Navigating Change, Shaping What's Next“ will sich der World Summit 2026 auf Dialog, strategischen Austausch und aktive Einbindung der Mitglieder konzentrieren. München zählt laut IFES zu den führenden internationalen Messe- und Wirtschaftsstandorten Europas und bietet eine leistungsfähige Infrastruktur, globale Erreichbarkeit sowie ein verlässliches Umfeld für Großveranstaltungen. „Gerade in Zeiten des Wandels ist es entscheidend, als Gemeinschaft verbunden und abgestimmt zu bleiben“, so Zeissig weiter. „Die Anpassung unseres Treffens 2026 spiegelt unsere Verantwortung gegenüber unseren Mitgliedern wider

und unser Bestreben, eine relevante Plattform für Austausch zu schaffen. München bietet uns die Möglichkeit, gemeinsam zuzuhören, zu diskutieren und die Zukunft aktiv mitzugestalten.“

Abschließend betont Jörg Zeissig: „Wir möchten unseren Partnern und Mitgliedern im Nahen Osten ausdrücklich danken und bedauern sehr, dass wir unsere globale Gemeinschaft in diesem Jahr nicht wie geplant in Dubai zusammenbringen können. Unser Respekt gilt allen, die von der aktuellen Situation betroffen sind. Gleichzeitig danken wir unseren Mitgliedern für ihr Verständnis, ihre Flexibilität und ihre anhaltende Unterstützung.“ Der IFES World Summit soll ein zentraler Bestandteil des Veranstaltungskalenders der Organisation bleiben.

## BRANCHENTREFF IN FRANKFURT – WTF26 FINDET AM 25. UND 26. JUNI STATT

Am 25. und 26. Juni 2026 lädt die fwd: Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft zum Branchenevent „wtf26 – we transform future“ in das Palais Frankfurt am Main ein. Die Veranstaltung findet bereits zum dritten Mal statt und versteht sich als Plattform für Austausch, Innovation und strategische Weiterentwicklung der Veranstaltungswirtschaft.

Ziel des Formats ist es, aktuelle Technologien, neue Formate und relevante Zukunftstrends sichtbar zu machen. Unter dem Leitgedanken „miteinander und voneinander lernen“ bringt wtf26 Fachleute, Entscheider und kreative Köpfe der Branche zusammen. Im Fokus stehen kollaborative Ansätze, praxisnahe Lösungen und der Aufbau nachhaltiger Netzwerke,

die die zukünftige Entwicklung des Wirtschaftszweigs unterstützen.

Das zweitägige Programm umfasst über 40 Speaker sowie zahlreiche Programmpunkte auf drei Etagen. Inhaltlich gliedert sich die Veranstaltung in fünf zentrale Themenfelder: People, Sustainability, Politics, Business und Forward. Diese Struktur ermöglicht eine ganzheitliche Betrachtung der Transformation in der Veranstaltungswirtschaft und fördert den interdisziplinären Dialog.

Panels, Impulsvorträge und interaktive Formate bieten Orientierung und konkrete Lösungsansätze für aktuelle Herausforderungen. Ergänzt wird das Programm durch vielfältige Networking-Möglichkeiten, die den persönlichen Aus-

tausch fördern. Weitere Details zu Speakern und Inhalten werden fortlaufend auf der offiziellen Website veröffentlicht.

Die Teilnahme richtet sich an Fachbesucher aus allen Bereichen der Veranstaltungswirtschaft. Für Nachwuchskräfte und Studierende stehen vergünstigte Tickets zur Verfügung. Beim Kauf von zehn Tickets ist ein elftes kostenfrei enthalten. Zudem kann jedes Ticket um ein Green Upgrade ergänzt werden, um eine klimafreundlichere Teilnahme zu unterstützen. Ergänzend wird ein Kombi-Ticket für den vergünstigten Besuch der immersiven Ausstellung „City of WOW!“ am 25. Juni angeboten.

Bis zum 17. April 2026 sind Early-Bird-Tickets zu reduzierten Konditionen erhältlich.

## Schachzug gestaltete Identität der Erlanger Erklärung

# Wertebekenntnis

Mit der „Erlanger Erklärung für Vielfalt, Respekt und Toleranz“ haben sich seit 2025 zahlreiche Akteure aus Stadtgesellschaft, Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur zu einem gemeinsamen Wertebekenntnis zusammengeschlossen. Initiator ist die Stadt Erlangen, vertreten durch das Büro für Chancengleichheit und Vielfalt/Internationale Beziehungen. Zu den mehr als 40 Gründungsmitgliedern zählt auch die Kommunikationsagentur Schachzug. Inzwischen wurde die Erklärung mehr als 70-mal unterzeichnet.

Wie die Stadt mitteilt, entwickelte Schachzug das Logo sowie das visuelle Erscheinungsbild der Initiative. Damit prägt die Agentur

die öffentliche Wahrnehmung der Erlanger Erklärung maßgeblich mit. Die visuelle Identität dient als gestalterische Klammer und sorgt für einen konsistenten Auftritt in Pressearbeit, Online-Kommunikation und bei offiziellen Veranstaltungen. Ziel war eine klare, wiedererkennbare Gestaltung, die die inhaltlichen Werte der Erklärung transportiert.

Die Erlanger Erklärung entstand in einem breit angelegten Beteiligungsprozess und wurde im Oktober 2025 im Rathaus offiziell unterzeichnet. Sie versteht sich als Netzwerkplattform, die den Austausch zwischen unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen fördert und Kooperationen unterstützt. Im Mittelpunkt steht das

gemeinsame Bekenntnis zu Vielfalt, Respekt und Toleranz als Grundlage des gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Miteinanders.

Für Schachzug, mit Schwerpunkt auf Livekommunikation und Brand Experience, ist die Mitwirkung Teil eines umfassenden Engagements. Die Agentur arbeitet aktuell an einer Zertifizierung nach ISO 20121 für nachhaltiges Eventmanagement. Die Unterstützung der Erlanger Erklärung ordnet das Unternehmen in diesen strategischen Nachhaltigkeitsprozess ein. Damit verbindet Schachzug kommunikative Kompetenz mit einem klar formulierten Anspruch an verantwortungsvolles und nachhaltiges Handeln im regionalen Kontext.



Logo der Erlanger Erklärung (Grafik: Schachzug)

Foto: Technische Universität München  
Absolventenfeier  
Überdachte Fläche: 1.450 m²

# skyliner®

## DIE EVENTÜBERDACHUNG

**NUR BEI SKYLINER!**

Das 360° Banner Advanced System mit 1 Meter Brandinghöhe -> präzise, umlaufende Präsentationsflächen für maximale Werbewirkung!

skyliner.tv



24-Stunden-Rennen in Le Mans  
(Fotos: Brandscape)

Motorsport als Plattform für Marken und Erlebnisse

## 24-Stunden-Rennen von Le Mans

DAS 24-STUNDEN-RENNEN VON LE MANS ZÄHLT ZU DEN TRADITIONSREICHSTEN UND RENOMMIERTESTEN MOTORSPORT-VERANSTALTUNGEN WELTWEIT. SEIT 1923 FINDET ES JÄHRLICH NAHE DER FRANZÖSISCHEN STADT LE MANS STATT, IN DIESEM JAHR VOM 10. BIS 14. JUNI. AUF DEM 13,6 KILOMETER LANGEN CIRCUIT DES 24 HEURES STELLT DER WETTBEWERB MENSCH UND MASCHINE GLEICHERMASSEN AUF DIE PROBE.

Welche Bedeutung der Event für Markenkommunikation und Live-Erlebnisse hat, erläutern Mahesh Iyer und Johnny Klein von der Agentur Brandscape, die seit vielen Jahren Auftritte internationaler Performance- und Premium-Automobilmarken in Le Mans verantwortet.

**BlachReport:** Welche strategische Rolle spielen die Auftritte in Le Mans innerhalb der gesamten Livekommunikation der Automobilmarken?

**Mahesh Iyer:** Strategisch spielen Motorsportengagements – und insbesondere Le Mans – eine zentrale Rolle für viele Performance- und Premium-Automobilmarken. Hersteller wie BMW, Porsche oder Ferrari bauen ihre Markenidentität stark auf Motorsport auf. Die Glaubwürdigkeit im Rennsport ist entscheidend, um Innovationen und Performance später authentisch in die Serienfahrzeuge zu übertragen. Das gilt nicht nur für Le Mans, sondern auch für Formate wie die Formel 1, Formel E oder andere Rennserien. Für die Marken ist Motorsport daher weit mehr als Sponsoring oder Event –

er ist ein Kernbestandteil der Markenstrategie und oft wirkungsvoller für die Wahrnehmung als klassische Produkteinführungen.

**Johnny Klein:** Besonders für Fans, Partner und Sponsoren ist Le Mans ein einzigartiges Erlebnis. Hier wird Storytelling nicht nur erzählt, sondern live erlebbar gemacht. Besucher sehen unmittelbar, wie Motorsport funktioniert und wie Hightech unter Extrembedingungen eingesetzt wird. Diese direkte Erfahrung erzeugt eine besondere emotionale Energie. Es ist etwas völlig anderes, ob man einen Imagefilm sieht oder live an der Strecke steht und erlebt, wie sich Technologie und Markenversprechen in Echtzeit beweisen.

**BlachReport:** Das 24-Stunden-Format stellt besondere Anforderungen an Dramaturgie und Betrieb. Wie entwickelt ihr ein Markenerlebnis, das über einen so langen Zeitraum hinweg relevant und aktivierend bleibt?

**Johnny Klein:** Genau darin liegt der Zauber dieses Formats. Über 24 Stunden hinweg entstehen ständig neue Situationen – Erfolge, Rückschläge, Überraschungen. Diese Unvorhersehbarkeit erzeugt einen intensiven Spannungsbogen. Für die Marken bedeutet das, flexibel zu bleiben und das Erlebnis dynamisch zu gestalten. Die emotionale Bandbreite reicht von Euphorie bis Enttäuschung, und genau das macht die Intensität aus.

**Mahesh Iyer:** Ergänzend dazu schaffen wir zahlreiche Touchpoints entlang der Rennstrecke – in Hospitality-Bereichen, Markenwelten und Fan-Zonen. Dort bieten wir unterschiedliche Erlebnisse, von Produktpräsentationen

über Merchandising bis hin zu interaktiven Formaten. Ziel ist es, sowohl eingefleischten Fans als auch markenoffenen Motorsportbegeisterten kontinuierlich ein Gefühl von Nähe zur Marke zu vermitteln. Im Gegensatz zu stationären Orten wie Museen oder Autohäusern kommen die Marken hier direkt zu den Menschen – mitten ins Herz des Motorsports.

**Johnny Klein:** Dramaturgisch bietet vor allem die Nachtphase einzigartige Möglichkeiten. Während es tagsüber sehr lebhaft ist, entstehen nachts intime Momente – etwa bei Talks mit Experten oder Zeitzeugen. Diese Formate haben eine besondere Tiefe und Atmosphäre, fast wie Gespräche am Lagerfeuer. Solche intensiven Erlebnisse sind in kurzen Eventformaten kaum realisierbar.

**BlachReport:** Technologie ist ein zentrales Thema in Le Mans. Wie übersetzt ihr technische Innovation in erlebbare Formate für Fachbesucher und ein breites Publikum?

**Mahesh Iyer:** Das Renngeschehen selbst ist die stärkste Demonstration von Innovation. Prototypenklassen zeigen Entwicklungen in Aerodynamik, Leichtbau und Antriebstechnologien, die später in Serienfahrzeuge einfließen. In unseren Markenwelten machen wir diesen Technologietransfer sichtbar – etwa durch Fahrzeugausstellungen, historische Exponate und anschauliche Darstellungen technischer Entwicklungen. Auch Partnerunternehmen präsentieren ihre Beiträge, etwa in den Bereichen Elektrifizierung, eFuels oder Elektronik.

**Johnny Klein:** Der große Unterschied zu Messen ist, dass das Publikum in Le Mans bereits



Mahesh Iyer



Johnny Klein



hochinteressiert und informiert ist. Die Besucher sind bereits Fans und kommen gezielt, um mehr über Technik und Innovation zu erfahren. Marken müssen also nicht um Aufmerksamkeit kämpfen, sondern können direkt in die Tiefe gehen – etwa anhand historischer Meilensteine und technologischer Durchbrüche. Das schafft eine sehr intensive Form der Wissensvermittlung.

**BlachReport:** Die Zielgruppen reichen von internationalen VIP-Gästen bis zu klassischen Motorsportfans. Was bedeutet das für die Bespielung von Flächen, Räumen und Touchpoints?

**Mahesh Iyer:** Die Bandbreite der Gäste ist enorm: VIPs, Top-Kunden, Händler, Importeure, Sponsoren, Medien, Influencer und Fans. Deshalb strukturieren wir die Erlebnisse in klar abgestuften Ebenen. Es gibt exklusive VIP-Bereiche mit Zugang zu Top-Management und Fahrern, Media- und Team-Hospitalities sowie offene Markenwelten für Fans. Bei großen Engagements wie Le Mans entstehen bis zu sieben unterschiedliche Touchpoints mit jeweils spezifischen Inhalten und Services.

**Johnny Klein:** Gleichzeitig gibt es Orte an der Strecke, an denen sich alle begegnen – etwa an besonders beliebten Streckenabschnitten. Das schafft eine intensive Mischung aus Exklusivität und Gemeinschaft. Zusätzlich bietet das Eventprogramm mit Konzerten und Rahmenveranstaltungen rund um die Uhr emotionale Unterhaltung.

**Mahesh Iyer:** Auch die Gästereisen sind individuell gestaltet – von hochpreisigen VIP-Programmen mit exklusiven Erlebnissen wie Gridwalks oder Helikopterflügen bis hin zu frei zugänglichen Markenerlebnissen für Fans. So entsteht ein differenziertes, aber zusammenhängendes Markenerlebnis.

**BlachReport:** Welche Rolle spielen temporäre Architektur und der 24/7-Betrieb bei der Realisierung der Markenauftritte?

**Johnny Klein:** Operativ ist die größte Herausforderung, auf alle möglichen Rennverläufe vorbereitet zu sein – vom Triumph bis zur Enttäuschung. Das betrifft Inszenierung, Moderation, Medienproduktion und Personal gleichermaßen. Alles muss flexibel anpassbar sein.

**Mahesh Iyer:** Die Planung beginnt etwa neun bis zwölf Monate im Voraus. Jede Fläche und jede Installation werden mit dem Veranstalter abgestimmt. Selbst Details wie die Nutzung historischer Grafiken oder Key Visuals müssen geprüft werden, etwa wegen Werbebeschränkungen für frühere Sponsoren aus den Bereichen Alkohol oder Tabak. Gleichzeitig spielt Nachhaltigkeit eine immer größere Rolle – durch zertifizierte Partner, nachhaltige Materialien und CO<sub>2</sub>-Kompensation.

**BlachReport:** Die Nacht ist ein emotionaler Höhepunkt in Le Mans. Wie nutzt ihr Inszenierungselemente wie Licht, Medien und Atmosphäre in dieser Phase?

**Johnny Klein:** Entlang der Strecke sind Inszenierungen aus Sicherheitsgründen stark eingeschränkt, um Fahrer nicht abzulenken. In kontrollierten Bereichen wie Hospitality-Zonen nutzen wir jedoch gezielt eine passende Beleuchtung und Medien, um eine besondere Atmosphäre zu schaffen.

**Mahesh Iyer:** Der Fokus liegt dabei stark auf Information und Einordnung. Viele Besucher verlieren im komplexen Rennverlauf leicht den Überblick. Durch Live-Kommentare, Interviews und Analysen halten wir unsere Gäste auf dem aktuellen Stand. Gerade nachts entstehen dabei intensive Gespräche mit Fahrern, Teammitgliedern und Experten – ein inhaltlicher Mehrwert, der das Erlebnis prägt.

**BlachReport:** Wie integriert ihr Contentproduktion, Publishing, Social Media und Medienarbeit in die Gesamtinszenierung?

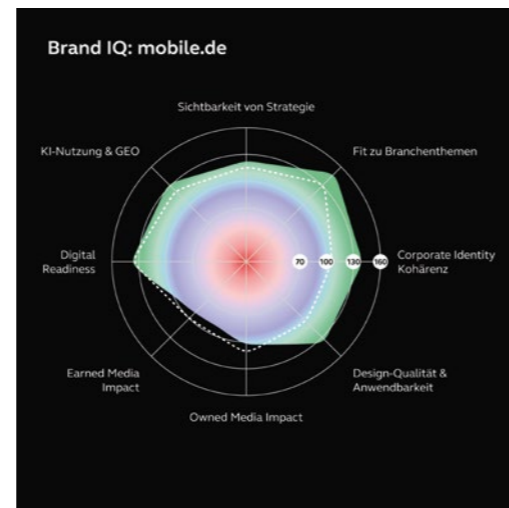
**Mahesh Iyer:** Die Contentstrategie beginnt lange vor dem Rennen und begleitet die gesamte Saison. Vor Ort werden Shows, Interviews und Hintergrundberichte produziert, gestreamt und über digitale Kanäle verbreitet. Influencer und Medien durchlaufen eigene Programme, um authentische Einblicke zu erhalten und darüber zu berichten. Ziel ist maximale Reichweite und Sichtbarkeit – ein zentraler KPI für die Marken.

**BlachReport:** Nach welchen KPIs wird der Erfolg eines Engagements in Le Mans bewertet, und welche Learnings lassen sich für andere Live-Formate ableiten?

**Mahesh Iyer:** Im Fokus stehen Markenimage, Reichweite, PR-Wert und die Wahrnehmung durch Fans, Kunden, Partner und Medien. Sportliche Erfolge verstärken die Wirkung, sind aber nicht planbar. Ein wichtiges Learning für andere Formate ist die Kraft emotionaler Erlebnisse, die über reine Verkaufsziele hinausgehen und langfristige Markenbindung schaffen.

**BlachReport:** Hospitality über 24 Stunden ist eine besondere Herausforderung. Was sind die spezifischen Anforderungen in Le Mans?

**Mahesh Iyer:** Gäste investieren oft mehrere tausend Euro und erwarten ein Erlebnis auf höchstem Niveau – trotz temporärer Infrastruktur wie Pop-up-Hotels oder Glamping. Die Herausforderung besteht darin, unter diesen Bedingungen exklusive, einzigartige Erlebnisse zu schaffen. Entscheidend ist das Gefühl, Teil von etwas Außergewöhnlichem zu sein, das man so nicht kaufen kann – ein Erlebnis, das nachhaltig in Erinnerung bleibt.



Mutabor und The Relevance Group haben die zweite Ausgabe ihrer Brand IQ Studie veröffentlicht (Illustration: Mutabor)

Brand IQ Studie von Mutabor und The Relevance Group

## Deutsche E-Commerce-Marken überraschend stark

Mutabor und The Relevance Group haben die zweite Ausgabe ihrer Brand IQ Studie veröffentlicht. Die Untersuchung analysiert die Markenführung der umsatzstärksten deutschen E-Commerce-Unternehmen und kommt zu dem Ergebnis, dass diese strategisch und kommunikativ auf einem bemerkenswert hohen Niveau agieren – und damit wettbewerbsfähiger sind, als reine Traffic-Zahlen vermuten lassen.

Untersucht wurden die zehn umsatzstärksten deutschen E-Commerce-Marken sowie fünf internationale Benchmark-Player. Im Fokus standen nicht finanzielle Kennzahlen, sondern die Qualität der Markenführung in den Bereichen Strategie, Kommunikation, Design, Innovation sowie digitale und KI-bezogene Leistungsfähigkeit. Ziel der Studie ist es, Markenverantwortlichen eine datenbasierte Grundlage für gezielte Markenentwicklung zu bieten.

Der deutsche E-Commerce-Markt gilt als besonders wettbewerbsintensiv. Internationale Plattformen wie Amazon oder Temu verfügen über erhebliche Ressourcen und hohe Reichweiten. Die Studie stellt jedoch die These auf, dass nicht allein Reichweite, Preis oder Sortimentsbreite über Markenstärke entscheiden, sondern die strategische Intelligenz, mit der eine Marke gesteuert wird. Heinrich Paravicini, CCO und Co-Gründer von Mutabor, bezeichnet E-Commerce als eine der anspruchsvollsten Disziplinen im Markenmanagement, da Leistungsversprechen unmittelbar vergleichbar seien.

Der Brand IQ wird auf einer Skala von 0 bis 160 ausgewiesen. Werte über 100 stehen für eine strategisch, kommunikativ und digital gut aufgestellte Marke, Werte unter 70 für akuten Handlungsbedarf. In der aktuellen Untersuchung erreichte keine der analysierten Marken einen kritischen Wert. Amazon führt das Gesamtranking mit einem Brand IQ von 140 an, gefolgt von eBay mit 138. Das stärkste deutsche Ergebnis erzielt mobile.de mit 128. Auch das Schlusslicht Check24 liegt mit 102 Punkten über der Marke von 100. Im internationalen Vergleich zeigen sich bei Temu und AliExpress hohe Reichweiten, jedoch geringere Werte in der Markenintelligenz.

Eine zentrale Erkenntnis der Studie lautet: Digital-First schlägt Transformation. Marken, die von Beginn an digital positioniert wurden, schneiden besonders gut ab. Neben mobile.de mit 128 Punkten erreicht Kleinanzeigen 127. Otto folgt mit 123 Punkten und gilt als Beispiel für eine gelungene digitale Transformation. Zalando erzielt 119 Punkte, MediaMarkt 117 und idealo 116. Kaufland kommt auf 107, Shop Apotheke auf 108, ImmoScout24 auf 105 und Check24 auf 102.

Neben positiven Ergebnissen identifiziert die Studie auch strukturelle Risiken. Am Beispiel Zalando wird deutlich, dass negative Unternehmensmeldungen, etwa zu Logistik oder Übernahmen, den Earned Media Impact beeinflussen können. Trotz eines Brand IQ von 119

liegt dieser Teilwert bei 94 und wirkt sich auf die Gesamtleistung aus. Markenwerte können demnach durch einzelne Entscheidungen schneller geschwächt werden, als kommunikative Maßnahmen sie stärken.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der KI-Sichtbarkeit. ImmoScout24 erreicht im Bereich AI Readiness und GEO einen Wert von 90, Kaufland 96. Amazon setzt hier mit 150 den Referenzrahmen. Laut Aaron Herbst, Managing Partner Interactive Marketing Group und Teil von The Relevance Group, sei KI-Readiness im E-Commerce inzwischen ein wettbewerbsrelevanter Faktor, da Marken ohne Präsenz in KI-Systemen langfristig an Sichtbarkeit verlieren.

Methodisch basiert der Brand IQ auf acht Dimensionen, darunter Sichtbarkeit der Strategie, strategischer Fit zu Branchenthemen, Corporate Identity Kohärenz, Designqualität, Owned und Earned Media Impact sowie Digital und AI Readiness. Die Analyse kombiniert quantitative Daten, KI-gestützte Auswertungen und Designexpertise. Bewertet wird ausschließlich auf Grundlage externer Wahrnehmung und öffentlich zugänglicher Informationen.

Die Studienreihe erscheint vierteljährlich mit wechselndem Branchenfokus. Nach der Energiebranche in der ersten Ausgabe steht nun der deutsche E-Commerce im Mittelpunkt. Die Ergebnisse sollen Unternehmen eine Orientierung im Wettbewerbsumfeld bieten und Ansatzpunkte für die Weiterentwicklung ihrer Marken liefern.



Andreas Laube (Foto: MCI Deutschland)



Alexander El-Meligi (Foto: MCI Deutschland)

MCI Deutschland übernimmt Demodern

## Kompetenzgewinn

MCI Deutschland übernimmt Demodern und erweitert damit das Leistungsportfolio um Kompetenzen in den Bereichen Creative Technology, Künstliche Intelligenz, immersive Experiences und digitale Plattformen. Mit dem Schritt reagiert das Unternehmen auf veränderte Anforderungen im Marktumfeld.

Nach Angaben von MCI erwarten Kunden zunehmend integrierte Lösungen, bei denen Livekommunikation, digitale Touchpoints und technologische Systeme nahtlos ineinandergreifen. Ziel der Übernahme ist es, Auftraggeber künftig entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu begleiten – von der strategischen Konzeption über die kreative Umsetzung bis hin zur technologischen Implementierung.

„Mit Demodern gewinnen wir Kompetenzen hinzu, die von unseren Kunden verstärkt nachgefragt werden. Wir erweitern unser Portfolio gezielt in Feldern mit hohem Zukunftspotenzial und verzahnen strategische, kreative, technolo-

gische und operative Leistungen noch enger“, sagt Andreas Laube, Geschäftsführer von MCI Deutschland.

Für MCI stellt der Erwerb einen strategischen Wachstumsschritt dar. Neben der Erweiterung des Angebots sieht das Unternehmen Potenzial in der Erschließung zusätzlicher Kundensegmente sowie in der Gewinnung neuer Etats. Gleichzeitig sollen bestehende Kompetenzen gebündelt und integrierte Lösungen aus einer Hand angeboten werden.

Auch Demodern sieht im Zusammenschluss neue Perspektiven. Die Agentur erhält Zugang zu weiteren Kunden und einem erweiterten Marktumfeld. „Für uns ist dieser Schritt eine Chance, unsere Expertise in einem größeren Kontext weiterzuentwickeln und zusätzliche Wachstumspotenziale zu erschließen. Zugleich bleiben wir als eigenständige Marke bestehen und bewahren unsere Identität“, sagt Alexander El-Meligi, Geschäftsführer von Demodern.

Im Zuge der Transaktion scheidet der bisherige Co-Geschäftsführer Kristian Kerkhoff aus der Geschäftsführung aus. Künftig führen Alexander El-Meligi und Andreas Laube die Agentur gemeinsam. Die Weiterentwicklung von Demodern innerhalb der MCI Group wird zudem von Mike Jaeger, Chief Creative Officer von MCI Deutschland, begleitet. Er verantwortet die kreativen Leistungen von MCI in Deutschland und soll die Einbindung von Demodern in das Leistungsportfolio steuern.

Demodern bleibt als Marke am Markt bestehen. Mit dem Zusammenschluss bündeln beide Unternehmen ihre jeweiligen Stärken: MCI bringt langjährige Erfahrung in der Livekommunikation und Markeninszenierung ein, Demodern technologische Expertise in interaktiven und digitalen Anwendungen. Gemeinsam entsteht ein erweitertes Angebot, das den steigenden Anforderungen an vernetzte Kommunikationslösungen Rechnung tragen soll.

what when why schärft B2B-Positionierung

## Anker integrierter Kommunikationsprozesse

Unternehmen stehen vor der Aufgabe, komplexe Strategien, Transformationen und Veränderungen verständlich zu vermitteln und Mitarbeiter sowie Partner mitzunehmen. Die Agentur what when why leitet daraus eine klare Positionierung ab: Events werden nicht als isolierte Maßnahme verstanden, sondern als strategischer Wirkungshebel in der B2B-Kommunikation.

Im Zentrum des Ansatzes steht der Gedanke, dass ein Event der entscheidende Moment ist, in dem Inhalte, Strategie und Menschen zusammenkommen. Kommunikation soll hier nicht nur gesendet, sondern wirksam werden. Entsprechend

begreift what when why Veranstaltungen als Anker integrierter Kommunikationsprozesse – von der strategischen Klärung über die Inszenierung bis zur nachhaltigen Verankerung im Unternehmen. „Ein Event ist der Moment, in dem sich entscheidet, ob Kommunikation trägt – oder verpufft“, meint dazu Geschäftsführer Carsten Knieriem.

Das Leistungsportfolio der Ludwigsburger Agentur umfasst dafür vier Bereiche: Event, Campaigning, Consulting und Coaching. Unternehmen werden entlang der gesamten Wirkungskette begleitet – von der Entwicklung

klarer Botschaften über deren dramaturgische Umsetzung bis zur Aktivierung vor, während und nach dem Event.

Ein Schwerpunkt liegt auf dem Coaching von Führungskräften, Speakern und Moderatoren. Ziel ist es, sie in ihrer Rolle auf der Bühne zu stärken.

Zentraler Bestandteil bei what when why ist das Konzept Emotion Engineering. Es verbindet inhaltliche Präzision mit emotionaler Ansprache und soll dazu beitragen, integrierte, eventzentrierte Kommunikation nachvollziehbar und einprägsam zu machen.



Volvo „Volt and Vision“ auf dem Hofgut von Hünersdorff  
(Fotos: FR Catering)

Volvo „Volt and Vision“

## Autopräsentation auf dem Hofgut von Hünersdorff

MIT DEM VERANSTALTUNGSFORMAT „VOLT AND VISION“ HAT VOLVO DEN NEUEN VOLLELEKTRISCHEN ES90 IN EINEM INTERAKTIVEN TRAININGSFORMAT FÜR VERKÄUFER, TECHNIKER UND SERVICEBERATER ERLEBBAR GEMACHT. GLEICHZEITIG ERHIELTEN DIE TEILNEHMER EINEN EXKLUSIVEN ERSTEN EINBLICK IN DEN KOMMENDEN VOLVO EX60. AUSTRAGUNGSSORT WAR DAS HOFGUT VON HÜNERSDORFF IN WÖRTH AM MAIN, DAS MIT SEINEM HISTORISCHEN AMBIENTE UND MODERNER INFRASTRUKTUR DEN PASSENDEN RAHMEN FÜR DEN MEHRTÄGIGEN EVENT BOT.

Unter hohen Sicherheitsvorkehrungen wurde die interne Vorab-Premiere des EX60 inszeniert. Pro Veranstaltungstag nahmen bis zu 90 Fachkräfte aus Deutschland und Österreich teil. Ziel war es, Produktwissen zu vertiefen, den Dialog zwischen Vertrieb und Technik zu stärken und die strategische Ausrichtung von Volvo im Bereich nachhaltiger Mobilität zu vermitteln. „Bei unserer Veranstaltungsreihe haben wir nicht nur zwei neue Fahrzeuge vorgestellt, sondern auch unsere Vision einer nachhaltigen und sicheren Mobilität vermittelt. Erstmals fand ein Training gemeinsam

für Verkäufer und Techniker statt – und das in dieser besonderen Umgebung“, erklärt Kerstin Ehrenberg, Managerin Competence Development bei Volvo Car Germany.

Das inhaltliche Konzept umfasste vier Workshops zu Produktmerkmalen und Technologien des ES90, ergänzt durch dynamische Fahrelemente mit Vergleichsfahrzeugen aus dem Wettbewerbsumfeld. Präsentationen fanden unter anderem in zwei befahrbaren Stallungen des Hofguts statt, die temporär zu Ausstellungsflächen umgestaltet wurden. Ein zentrales Highlight bildete die Virtual-Reality-Inszenierung des neuen EX60: In einem eigens errichteten VR-Kino auf dem Heuboden konnten die Teilnehmer das Fahrzeug bereits vor der offiziellen Weltpremiere virtuell erleben.

Konzipiert und umgesetzt wurde die Veranstaltungsreihe gemeinsam mit dem Volvo Trainings-Team unter der Leitung von Stefan Hoy sowie dessen Unternehmen SAM Motion, einer Full-Service-Beratungsagentur für Schulungen, Trainings und Events. Neben der Auswahl einer passenden Location nahe eines internationalen Flughafens lag der Fokus auf einem reibungslosen Ablauf mit rotierenden Programmpunkten aus Workshops, Fahrertrainings, Social Events und VR-Präsentationen. Eine besondere logis-



tische Herausforderung stellte der tägliche Wechsel der Teilnehmer dar – einschließlich der nächtlichen Reinigung und vollständigen Aufladung von mehr als 20 Elektrofahrzeugen bei winterlichen Bedingungen. „Die gesamte Veranstaltung war von einem außergewöhnlichen Teamgeist geprägt. Alle Gewerke arbeiteten partnerschaftlich zusammen, um den Gästen ein nachhaltiges Erlebnis zu bieten“, so Stefan Hoy.

Das Hofgut von Hünersdorff überzeugte als Eventlocation durch die Verbindung von historischem Charme und moderner Ausstattung. Der restaurierte fränkische Vierseithof mit seinen Sandsteinmauern und dreizehn vielseitig nutzbaren Stallungen bietet großzügige Flächen für unterschiedliche Veranstaltungsformate. „Die Verbindung unserer historischen Anlage mit modernster Fahrzeugtechnologie spiegelt unsere Philosophie wider: besondere Erlebnisse an einem besonderen Ort“, sagt Daniel Morhard vom Hofgut von Hünersdorff.

Für die szenografische Umsetzung zeichnete Fuchs Messebau verantwortlich. Das Team um Matthias Fuchs inszenierte den Kontrast zwischen traditioneller Architektur und moderner Elektromobilität im Stil des skandinavisch geprägten Volvo Brandings. Zu den zentralen Elementen zählten ein modernes Bühnenbild sowie die Integration des Virtual-Reality-Kinos in die historische Bausubstanz.

Die technische Gesamtumsetzung übernahm Inventhaus unter der Leitung von Michael Fäth, das neben der Veranstaltungstechnik auch die Betreuung der Referenten sicherstellte und flexibel auf kurzfristige Anforderungen reagierte.

Das Catering verantwortete FR Catering aus Würzburg. Das Familienunternehmen, im aktuellen Blach Report Ranking auf Platz zwei der besten Eventcaterer Deutschlands geführt, entwickelte ein kulinarisches Konzept, das regionale Produkte mit skandinavischen Einflüssen verband. Neben abwechslungsreichen Mittagsbuffets, Kaffeepausen und Abendveranstaltungen setzte das Unternehmen auf nachhaltige Maßnahmen wie regionale Lieferketten, die Reduktion von Lebensmittelabfällen und den Einsatz eigener Mehrweg-Ausstattung. Schwedische Spezialitäten wie Chokladbollar mit Fair-Trade-Schokolade und Kokos sorgten für einen thematischen Bezug zur Marke Volvo. „Unser Anspruch ist es, die Story eines Events kulinarisch erlebbar zu machen“, erklärt Tobias Radjeh von FR Catering.

Auch organisatorisch wurde großer Wert auf ein stimmiges Teilnehmererlebnis gelegt. Der Einladungs- und Check-in-Prozess wurde von V-Service unter der Leitung von Ute Powiton betreut. Das Gesamtkonzept verband Fachtraining, Produkterlebnis und Networking in einer Umgebung, die Tradition und Innovation vereinte.

Mit „Volt and Vision“ realisierte Volvo einen Automotive-Event, der Weiterbildung, Markeninszenierung und Erlebnisorientierung miteinander verknüpfte. Die Kombination aus realen Fahrerlebnissen, interaktiven Lernformaten und immersiver VR-Technologie unterstrich den Anspruch der Marke, Elektromobilität nicht nur technisch, sondern auch kommunikativ erlebbar zu machen.



mld präsentierte sich auf der EuroShop 2026 mit einem interaktiven Messestand (Foto: mld)

mld inszenierte Experience-Design auf der EuroShop

## Immersiver Erlebnisraum

Mit einem komplett inhouse realisierten Messeauftritt konnte music & light design (mld) auf der EuroShop 2026 in Düsseldorf für Aufmerksamkeit sorgen. Statt klassischer Produktpräsentation zeigte das Unternehmen einen immersiven Erlebnisraum.

Zentraler Bestandteil des rundum begehbaren Standkonzepts war eine LED-Architektur mit über 60 Quadratmetern Fläche. Zum Einsatz kamen Module von LEDitgo sowie ROE Topaz mit Pixelpitches von 1,5 mm und 2,56 mm. Die visuelle Bühne bildete den Rahmen für eine vernetzte Medienarchitektur auf Basis von Pandoras Box und twoloox. Sämtliche Inhalte sowie Licht- und Soundsteuerung liefen synchron über dieses System.

Über dem Stand installierte mld mehrere motorisch verfahrbare LED-Würfel, die sich dynamisch über den Köpfen der Besucher bewegten. Entwicklung, statische Berechnungen, Prüfungen und sicherheitstechnische Freigaben erfolgten vollständig im eigenen Haus. Auch Konzeption, Sonderbau, Mechanik, Contentproduktion sowie Licht- und Audiodesign wurden inhouse umgesetzt.

Interaktiver Mittelpunkt war ein lediglich zehn Zentimeter großer „Weltenwürfel“ auf einer Stele. Jede Seite stand für eine eigene Themenwelt. Drehte ein Besucher den Würfel, erkannte ein integriertes RFID-System die jeweilige Position und startete eine abgestimmte Animationssequenz. Ausgangspunkt war ein 1,5 Meter gro-

ßer, auf der Spitze stehender LED-Würfel. Von dort aus setzte sich die visuelle Transformation über die bewegten Medienelemente bis in die gesamte Standarchitektur fort. Parallel veränderten sich Lichtstimmung und Klangbild.

In der „Dschungelwelt“ wuchsen beispielsweise virtuelle Pflanzen über die LED-Flächen, das Licht wechselte in Grüntöne, Tiergeräusche verdichteten die Atmosphäre. Innerhalb weniger Sekunden entstand ein vollständig transformierter Raum. Der Messestand wurde so selbst zum Exponat.

Der Auftritt entwickelte sich zu einem stark frequentierten Anlaufpunkt der EuroShop. Nach Unternehmensangaben gingen bereits während der Messe konkrete Projektanfragen ein.

Nespresso Professional verlost Pop-up Kaffee-Experiences

## Ultimate Coffee Break

Unter dem Motto „Ultimate Coffee Break“ verlost Nespresso Professional fünf Kaffeepausen, die für Unternehmen mit Sitz in Österreich Teamgeist und positive Arbeitskultur fördern sollen. Für die Gewinner verwandeln professionelle Baristas Büros für einen Tag in Pop-up Kaffeebars und bereiten Kaffeekreationen für das ganze Team zu. Für die „Ultimate Coffee Break“-Sieger kreiert Nespresso Professional eine exklu-

sive Kaffeecoase direkt in ihren Räumlichkeiten – mit Pop-up Kaffeebars, an denen erfahrene Baristas frische Kaffeespezialitäten servieren. „Die gemeinsame Kaffeepause ist weit mehr als nur eine kurze Unterbrechung des Arbeitstages“, erklärt Alexander Priester, B2B Commercial Director bei Nespresso Österreich. „Sie schafft Raum für kreativen Austausch, fördert die Teamdynamik und sorgt für neue Energie.

Mit der Ultimate Coffee Break möchten wir die Möglichkeit bieten, diesen wertvollen Moment zu zelebrieren.“

Nespresso Professional verfolgt als B Corp-zertifiziertes Unternehmen einen ganzheitlichen Ansatz vom verantwortungsvollen Kaffeeanbau über ressourcenschonende Produktionsprozesse bis hin zum vollständigen Recycling der Aluminiumkapseln in Österreich.



Service Pioneers Summit in der Motorworld (Fotos: Madlen Medvedovsky/PartsCloud)



Pre-Heat

Service Pioneers Summit erneut mit eventuality

## Networking und Konferenz

Zum zweiten Mal war die Motorworld Village Metzingen am 25. und 26. Februar 2026 Gastgeber des Service Pioneers Summit. Die Esslinger Eventagentur eventuality verantwortete erneut die Umsetzung der Veranstaltung im Auftrag von PartsCloud und ServiceLobby. Rund 150 Vertreter aus Industrie, Mittelstand und Tech-Start-ups diskutierten aktuelle Entwicklungen rund um Transformation, digitale Organisation und die Zukunft des Service.

Der erste Veranstaltungstag war als Pre-Heat konzipiert. Statt klassischer Reihenbestuhlung prägten Lounge-Atmosphäre, Stehtische und kurze Wege zwischen Catering und Ausstellungsfläche das Setting. Der industrielle Cha-

rakter der Location unterstrich den informellen Auftakt. Moderatorin Claudia Bechstein führte durch das Programm. Einen inhaltlichen Akzent setzte Extrembergsteiger Benedikt Böhm mit seiner Keynote. Er sprach über Entscheidungsfähigkeit unter Druck, Geschwindigkeit durch Vorbereitung und die Bedeutung von Vertrauen im Team.

Über Nacht erfolgte der Wechsel vom Networking-Format zum Konferenzbetrieb. Die Fläche wurde in einen vollwertigen Kongressraum transformiert. Aufbau, Technik, Catering, Facility Management und die Koordination aller Gewerke griffen dabei ineinander. Gemeinsam mit dem Technikpartner iLux Veranstaltungs-

technik stellte eventuality einen reibungslosen Ablauf sicher. Nahtlose Übergänge zwischen den Programmpunkten, aktuelle Präsentationstechnik und präzise gesteuerte Fragerunden prägten den zweiten Tag.

Inhaltlich deckte das Programm zentrale Themen der Servicebranche ab. Diskutiert wurden unter anderem Device Connectivity als Grundlage digitaler Geschäftsmodelle, der Einsatz von KI in Serviceorganisationen sowie Strategien zur Gewinnung und Entwicklung von Fachkräften vor dem Hintergrund des demografischen Wandels. Unternehmen wie Enercon, Carrier, Deutsche Telekom und Trumpf brachten Praxisbeispiele und Erfahrungswerte ein.

Atelier Türke präsentierte Markeninszenierung mit Perspektivwechsel

## „The Inverted Mountain“

Auf der EuroShop 2026 in Düsseldorf präsentierte sich Atelier Türke mit dem Standkonzept „The Inverted Mountain“. Auf 50 qm machte die Rauminstallation den Charakter der Marke und die Arbeitsweise erlebbar und veranschaulichte, wie Atelier Türke Markenräume ganzheitlich denkt, gestaltet und realisiert. Das Konzept zählte zu den zehn Finalisten des „Exhibitor Magazine EuroShop Award“ in der Kategorie Standgröße M.

Prägendes Element auf dem Stand war der „The Inverted Mountain“: ein auf der Spitze stehender Berg, der Perspektivwechsel, räumliche Tiefe und neue Erfahrungen symbolisieren sollte. 32 Konturen aus Voile-Stoff zeichneten die Silhouette nach und schwebten bis zu sechs Meter hoch über der Fläche. Die Spitze des Bergs mündete im „digitalen See“.

Hier verdichtete sich die Inszenierung. Sie nahm Wetterstimmungen auf und kombinierte Licht, Klang und Animation. Zog ein „Gewitter“ auf, verdunkelte sich das Licht, und die Seefläche färbte sich schwarz. Donner grollte, Wellen entstanden, das Regengeräusch setzte ein, Tropfen zeichneten sich auf der digitalen Oberfläche ab. Anschließend kehrte Ruhe ein, und die Szenerie präsentierte sich wieder in hellem, freundlichem Licht. Der „See“ wurde so zum Rastpunkt für Gespräche und einen Drink.

Für Orientierung sorgte eine klare Wegeführung. Sie eröffnete unterschiedliche Zugänge, die dann zum gemeinsamen Markenerlebnis führten. Schwarze Podeste, wie Landschaftselemente im Raum verteilt, leiteten Besucher eigenständig oder gemeinsam mit einem Atelier-Türke-Guide durch die Stationen.

Wie in einem Schallplattenladen konnten Besucher durch Projektbilder blättern. In thematisch sortierten Schubladen lagen Best-Practice-Beispiele aus den Bereichen Messedesign, Innenarchitektur und Branding, die mit Bildern und Materialproben veranschaulicht wurden. Am Steinmännchen-Podest installierten Besucher ihr eigenes Steinmännchen als Sinnbild für Orientierung auf dem Weg.

„Im Mittelpunkt stand die Positionierung als Messedesigner und Innenarchitekten sowie die Idee, dass gute Markenarbeit nicht an der Oberfläche beginnt, sondern in der Tiefe. Dafür haben wir die Besucher eingeladen, in eine Marke einzutauchen, Orientierung zu finden und Klarheit zu erleben – begleitet von Atelier Türke als Guide“, sagt dazu Frank Türke.



Kärnten-Impression  
(Foto: Kärnten Werbung/Franz Gerdl)

Moderne MICE-Destination mit Alpen-Flair

## Locations in Kärnten

IM SÜDEN ÖSTERREICHS BIETET KÄRNTEN VIELFÄLTIGE RAHMENBEDINGUNGEN FÜR VERANSTALTUNGEN IM MICE-BEREICH. DIE REGION VERBINDET LANDSCHAFTLICHE BESONDERHEITEN WIE ALPEN- UND SEENLANDSCHAFTEN MIT MODERNER INFRASTRUKTUR UND SCHAFFT DAMIT GUTE VORAUSSETZUNGEN FÜR KONGRESSE, TAGUNGEN UND FIRMENEVENTS.

Durch die Lage im Alpe-Adria-Raum sowie die Nähe zu Italien und Slowenien ergeben sich zudem internationale Anknüpfungspunkte und Kooperationsmöglichkeiten. Nachhaltigkeit spielt eine zentrale Rolle, sowohl in der regional geprägten Kulinarik als auch in der Organisation von Veranstaltungen und der Zusammenar-

beit mit lokalen Partnern. Seit Dezember 2025 ist Österreichs südlichstes Bundesland mit der Eröffnung der Koralmbahn übrigens einfacher und schneller zu erreichen. Nachfolgend stellen wir eine kleine Auswahl an MICE-Locations in der Region vor.

### BLUMENHALLE ST. VEIT

Die Blumenhalle St. Veit an der Glan ist eine vielseitig nutzbare Eventlocation im mittleren Größenbereich und Teil des örtlichen Veranstaltungsgeländes. Mit einer Fläche von rund 1.000 bis 1.200 qm bietet sie flexible Nutzungsmöglichkeiten für unterschiedliche Veranstaltungsformate wie Messen, Ausstellungen, Corporate Events

oder größere Präsentationen. Je nach Bestuhlung und Konzept liegt die Kapazität bei etwa 600 bis 800 Personen, bei offenen Formaten auch darüber.

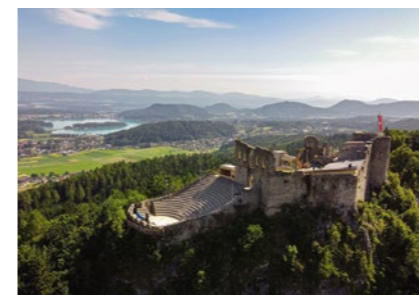
Die offene Hallenstruktur ermöglicht eine individuelle Raumgestaltung, wodurch sowohl klassische Bestuhlungen als auch freie Aufbauten realisierbar sind. Eine grundlegende technische Infrastruktur ist vorhanden und kann bei Bedarf erweitert werden. Ergänzend stehen Foyer- und Außenbereiche für Empfang, Catering oder zusätzliche Nutzung zur Verfügung.

Insgesamt zeichnet sich die Blumenhalle durch ihre funktionale Ausstattung und hohe Anpassungsfähigkeit aus und ergänzt das Angebot an Eventlocations in Kärnten insbesondere für flexible, größere Veranstaltungsformate.

### BURGRUINE FINKENSTEIN

Die Burgruine Finkenstein nimmt als Open-Air-Veranstaltungsort eine Sonderstellung ein. Die Anlage bietet eine historische Kulisse und wurde in den letzten Jahren schrittweise modernisiert und infrastrukturell aufgewertet.

Die Kapazität liegt je nach Aufbau und Veranstaltungstyp bei etwa 1.000 bis 1.200 Personen. Zentrale Elemente sind die große Freiluftbühne sowie die terrassenförmig angelegten Zuschauerbereiche, die sich besonders für Konzerte und kulturelle Events eignen. Ergänzend stehen Gastronomieflächen und weitläufige Außenbereiche zur Verfügung, die auch für private Veranstaltungen genutzt werden können.



Burgruine Finkenstein  
(Foto: Burgarena Finkenstein)

Die Kombination aus historischer Architektur und moderner Veranstaltungstechnik macht die Burgruine zu einem Beispiel für die Transformation traditioneller Orte in zeitgemäße Eventlocations.

### SCHLEPPE EVENTHALLE

Die Schleppe Eventhalle in Klagenfurt ist eine vielseitige Eventlocation, die direkt in das Gelände der traditionsreichen Schleppe Brauerei integriert ist und sich durch ein charakteristisches Ambiente mit industriellen und historischen Elementen auszeichnet. Die Halle erstreckt sich über drei Ebenen und bietet eine Gesamtfläche von rund 1.030 qm, die flexibel genutzt und individuell an unterschiedliche Veranstaltungsformate angepasst werden kann.

Die einzelnen Ebenen umfassen etwa 447, 156 und 300 qm und ermöglichen sowohl die Nutzung als Gesamtfläche als auch eine getrennte Bespielung für kleinere Events. Die Kapazität variiert je nach Bestuhlung und Konzept und liegt typischerweise im Bereich von etwa 250 bis 1.000 Personen. Damit eignet sich die Location für ein breites Spektrum an Veranstaltungen, darunter Seminare, Produktpräsentationen, Firmenfeiern oder kulturelle Events.



Schleppe Eventhalle  
(Foto: Brau Union Österreich)

Ein besonderes Merkmal ist die Verbindung zur Brauerei, wodurch Veranstaltungen in einem einzigartigen Umfeld mit sichtbaren Sudkesseln stattfinden. Ergänzend kann die angrenzende Freiluftarena genutzt werden, die Kapazitäten von bis zu mehreren tausend Personen bietet und sich insbesondere für Open-Air-Veranstaltungen eignet.

### CONGRESS CENTER VILLACH

Das Congress Center Villach (CCV) bietet Organisatoren nationaler und internationaler Konferenzen, Präsentationen, Tagungen sowie großer kultureller und gesellschaftlicher Veranstaltungen Raum für bis zu 2.000 Personen. Die Location verbindet moderne Architektur mit Ambiente, Technik und einem multifunktionalen Raumkonzept.

Das CCV verfügt, gemeinsam mit den Tagungsräumen des direkt angeschlossenen voco Villach, über insgesamt 20 Konferenzräume unterschiedlichster Größen. Foyers auf drei Ebenen mit einer Fläche von rund 1.700 qm für Empfänge, Pausen oder begleitende Ausstellungen ergänzen das Angebot.

Neben professionellen Beschallungs-, Licht- und Toninstallationen findet ein Veranstaltungsplaner hier außerdem ein komplettes Portfolio an Kommunikations- und Konferenztechnik bis hin zur Simultandolmetschanlage mit Infrarotübertragung vor.



Congress Center Villach  
(Foto: Congress Center Villach)

### KORALPENHAUS

Einen Kontrast zu den großen Eventzentren bildet das Korallenhaus, das 2021 auf 1.966 Metern Seehöhe neu errichtet wurde und sich für naturnahe, kleinere Veranstaltungsformate empfiehlt. Die Location befindet sich im alpinen Raum und richtet sich primär an Gruppen von etwa 20 bis 80 Personen. Die verfügbaren Flächen umfassen Gasträume im Innenbereich sowie großzügige Außenbereiche mit direktem Bezug zur umliegenden Berglandschaft.

Anders als klassische Eventlocations liegt der Fokus hier weniger auf technischer Ausstattung als auf Atmosphäre, Rückzugsmöglichkeiten und Naturerlebnis. Besonders für Retreats, Workshops oder Incentive-Veranstaltungen bietet das Korallenhaus einen geeigneten Rahmen.

### SEE:PORT WÖRTHERSEE

Der See:Port Wörthersee in Klagenfurt positioniert sich als Innovations-, Arbeits- und Co-Creation-Space, der auch als Eventlocation direkt am Wasser genutzt werden kann. Die Venue kombiniert zeitgemäßes Design mit einer attraktiven Seelage und richtet sich vor allem an Business-Events, Präsentationen und gehobene Privatveranstaltungen.



Räume im See:Port Wörthersee  
(Foto: pdcp)

Die nutzbaren Innenräume umfassen mehrere flexibel gestaltbare Bereiche mit einer Gesamtkapazität von etwa 50 bis 200 Personen, abhängig von Bestuhlung und Nutzungskonzept. Ergänzt wird das Angebot durch großzügige Außenflächen und Terrassen mit direktem Blick auf den Wörthersee, wodurch sich insbesondere in den Sommermonaten vielseitige Indoor- und Outdoor-Kombinationen realisieren lassen.

Charakteristisch für das See:Port ist die Verbindung aus moderner Architektur, technischer Grundausstattung und emotionalem Setting, was es zu einer typischen Vertreterin neuer, designorientierter Eventlocations macht.

jobs + karriere

\_ **Stefanie Becker**, bisher Leiterin Online Vertrieb/eCommerce bei *Stellantis* in Deutschland, ist zum 1. April 2026 zu *Citroën* Deutschland gewechselt und verantwortet dort künftig den Bereich Marketing. Becker folgt auf **Roman Franke**, der das Unternehmen auf eigenen Wunsch verlassen hat.

\_ Bei *Porsche* hat **Florian Laudan** [53] die Leitung Öffentlichkeitsarbeit, Presse, Nachhaltigkeit und Politik übernommen. Er folgt auf **Dr. Sebastian Rudolph**, der sich bereits seit 1. Januar 2026 auf die Leitung der Konzernkommunikation bei *Volkswagen* fokussiert. Laudan verantwortete zuletzt als Senior Vice President die Konzernkommunikation und das Marketing bei *ZF Friedrichshafen*.

\_ **Mathias Vaitl**, derzeit President & CEO von *Mercedes-Benz* Korea, übernimmt zum 1. Juli die Verantwortung als Head of Sales & Marketing Mercedes-Benz Vans. Er folgt auf **Sagree Sardiens**, die das Unternehmen auf eigenen Wunsch zum 31. Mai verlässt, um sich neuen beruflichen Herausforderungen zu widmen.



Heike Slotta  
(Foto: NürnbergMesse)

**HEIKE SLOTTA ÜBERNIMMT BEI DER FENSTERBAU FRONTALE**

Bei der *NürnbergMesse* übernahm **Heike Slotta** zum 31. März 2026 die Leitung für die Fensterbau Frontale. Ihre Vorgängerin **Elke Harreiß** widmet sich künftig neuen beruflichen Aufgaben außerhalb der NürnbergMesse.

Heike Slotta ist in Nürnberg seit 26 Jahren Executive Director Exhibitions und für zahlreiche internationale Fachmessen verantwortlich. Sie verfügt über viel Erfahrung in der Entwicklung internationaler Messekonzepte sowie in der Positionierung fachlich hochwertiger Veranstaltungen in unterschiedlichen Industrien und Wirtschaftszweigen. Slotta ist künftig für die strategische Ausrichtung sowie die konzeptionelle Weiterentwicklung der Fensterbau Frontale verantwortlich.

Elke Harreiß prägte als langjähriger Executive Director über zwei Jahrzehnte die inhaltliche Weiterentwicklung der Messe. Die NürnbergMesse dankt ihr ausdrücklich für ihren Einsatz.



Tom Winter  
(Foto: Bernexpo)

**BERNEXPO-CEO TOM WINTER VERLÄSST DAS UNTERNEHMEN**

Bei *Bernexpo* hat sich CEO **Tom Winter** entschieden, das Unternehmen im Verlauf des zweiten Halbjahrs 2026 zu verlassen, um eine neue Herausforderung anzunehmen. Der Verwaltungsrat dankt ihm für seinen großen persönlichen Einsatz in den vergangenen rund fünf Jahren. Es sei ihm gelungen, das Unternehmen gemeinsam mit dem Verwaltungsrat durch die Corona-Pandemie zu führen. Zudem habe Winter sukzessive die digitale Kompetenz der Bernexpo aufgebaut, und die Veranstaltungspipeline für die Zukunft gestärkt. Ein weiteres Highlight bilde der Bau und die Eröffnung der Neuen Festhalle. Der Rat hat den Nachfolgeprozess bereits gestartet.

CFO **Jan Gilgen** hat sich zudem entschieden, von seinem Posten zurückzutreten, jedoch im Unternehmen zu verbleiben. Ab September 2026 soll **Bruno Battaglia** die CFO-Rolle übernehmen. Der Finanzexperte und Betriebswirtschaftler kennt das Unternehmen, da er bereits von 2018 bis 2021 als CFO bei Bernexpo tätig war. Der Verwaltungsrat freut sich auf die Zusammenarbeit mit Bruno Battaglia.



Jörg Pries  
(Foto: Schenker Deutschland AG)

**JÖRG PRIES LEITET FAIRS & EVENTS-PORTFOLIO BEI DSV**

Mit dem zum 1. Februar erfolgten Betriebsübergang von *Fairs & Events* im Rahmen der *Schenker*-Übernahme hat *DSV* eine neue Division in seine Strukturen integriert und sein Leistungsspektrum erweitert. **Jörg Pries** übernimmt die Leitung des Geschäftsbereichs.

Im Zuge der Übernahme von *Schenker* hat das globale Transport- und Logistikunternehmen *DSV* zum Jahresstart 2026 die ersten Gesellschaften in Deutschland zusammengeführt. Mit dem 1. Februar sind auch die bestehenden Event- und Messelogistik-Bereiche beider Seiten in der neu gegründeten *DSV Fairs & Events* neu aufgestellt und weitergeführt worden. Durch die Integration werden die bestehenden Kompetenzen in der Messe- und Eventlogistik gebündelt und zu einem erweiterten Portfolio vereint.

Dieses umfasst die drei Kernprodukte Messe- und Eventlogistik sowie Sportlogistik und wird ergänzt durch Spezialtransporte sowie Kunst- und Umzugslogistik.



Christian Eisenhardt  
(Foto: Willy Loeb/In.Stuttgart)

**IN.STUTTGART FÜHRT KERNAUFGABEN ZUSAMMEN**

Die *in.Stuttgart Veranstaltungsgesellschaft* hat zum 1. April zwei ihrer Kernbereiche zusammengeführt: Die Bereiche „Cannstatter Wasen/Innenstadtfeste“ und „Eigenveranstaltungen“ wurden dadurch zu einer Abteilung. **Christian Eisenhardt**, bislang für die Abteilung „Eigenveranstaltungen“ verantwortlich, übernimmt die Abteilungsleitung.

Christian Eisenhardts Werdegang bei der *in.Stuttgart* begann im Juli 2013 in der Unternehmenskommunikation. Seit 2019 ist er Abteilungsleiter für den Bereich Eigenveranstaltungen. Neben der Neukonzeption des Stadtwerke Stuttgart Lichterfestivals verantwortete er seitdem unter anderem die erfolgreichen Bewerbungen um die Handball-WM der Frauen 2025, die Handball-WM der Männer 2027 sowie die Finals 2027.

Darüber hinaus fielen große Innenstadterveranstaltungen wie das Historische Volksfest und die zentrale Silvesterfeier der Stadt in seinen Aufgabenbereich. Anlässlich der UEFA Euro 2024 zeichnete er für die Bereiche Side Events und Fan Service verantwortlich.

MARKETING SERVICES

anbieter | anschrift | telefon . fax . email . internet | anbieter  
\_ ansprechpartner

DROHNENSHOWS UND SHOWACTS



Veranstaltungstechnik König  
Eichenäckerweg 4  
89081 Ulm

\_ Moritz König  
M +49 (0) 1573 9038497  
moritz@vt-koenig.de  
vt-koenig.de

Wir machen Events unvergesslich & erlebbar. LumenAir liefert Drohnenshows für Indoor- und Outdoor-Events. SplashX inszeniert Wasser als multimediales Highlight. Für jede Produktion das passende Highlight.

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 begeistert 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

Hamburg  
Berlin  
Frankfurt/Main  
Stuttgart  
München  
Wien

kontakt@joke-event.de  
www.joke-event.de  
www.joke-event.at

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.

anbieter  
\_ansprechpartner      anschrift      Telefon . fax . email . internet      angebot

EVENT-AGENTUREN



**livewelt**  
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 Erfolgsgeschichte.



**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**  
Creating Touchpoints.

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**

ottomisu  
communication GmbH

Im Klingebühl 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.

anbieter  
\_ansprechpartner      anschrift      Telefon . fax . email . internet      angebot

EVENT-AGENTUREN

**PP Power by Passion**

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 aus 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** LIVE SPACE CONTENT

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

Seit 15 Jahren begeistert Pure seine Kund:innen. Mehr als 80 Mitarbeitende an drei Standorten in Wiesbaden, Berlin und Düsseldorf setzen mehr als 120 Veranstaltungen pro Jahr um. Mit unseren drei Units Pure Live, Space und Content bieten wir von der Idee bis zur Umsetzung und begleitenden Kampagne alle Leistungen für spannende Kommunikation aus einer Hand.



**trendhouse**  
event marketing

trendhouse  
event marketing GmbH

Innsbrucker Ring 15  
81673 in München

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

Seit 1994 bringen wir Geschichten auf die große Bühne. Live, digital und hybrid, in Deutschland und im internationalen Ausland. Neben der professionellen Umsetzung anspruchsvoller Events sind wir besonders stark in der Inszenierung und Emotionalisierung Ihrer Botschaften. Wir sehen uns als strategischer Berater auf Augenhöhe und tauchen tief mit in Ihre Welt ein. Für unsere kreativen, innovativen und wirkungsstarken Events wurden wir bereits mehrfach ausgezeichnet.



Unser Vision Statement: We create lifetime memories by moving the new. We bring your stories to life by breaking the impossible. No matter what!



anbieter  
\_ansprechpartner      anschrift      telefon . fax . email . internet      anbot

## 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	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

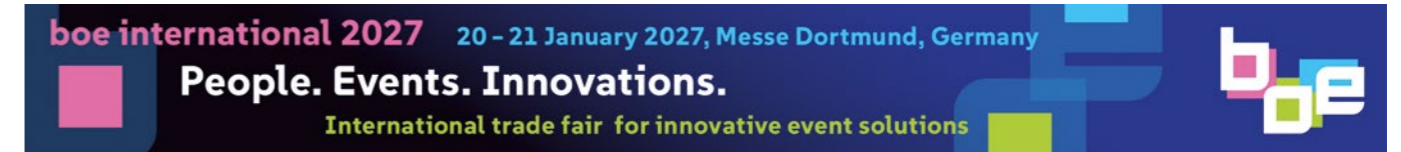
KIWI Concept GmbH      Kasinostrasse 19-21  
42103 Wuppertal      T 0202 89015232  
post@kiwi-concept.de  
www.KIWI-concept.de

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      anbot

## EVENT-FACHMESSEN



boe international –      Messe Westfalenhallen      T +49 (0)231 1204-521  
International trade fair for      Dortmund GmbH      F +49 (0)231 1204-678  
innovative event solution      Strobelallee 45      info@boe-messe.de  
20. – 21. Januar 2027      44139 Dortmund      www.boe-messe.de  
Messe Dortmund

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-WÄNDE



Acetec GmbH      Rostocker Straße 17      T +49 611 9879296  
Ihr Ansprechpartner:      65191 Wiesbaden      mail@acetec.de  
Michael Lenkeit      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 GmbH      Zum Steigerhaus 1      T +49 (0)208 810959-0  
46117 Oberhausen      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      anbot

MESSE- / EVENTBAU

<b>Artlife GmbH</b> _ 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.
--	---------------------------------	--	---

<b>BLICKFANG</b> Messebau GmbH	München Markus Galle muenchen@blickfang.de	Stuttgart Leo von Caprivi stuttgart@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.
T +49 (0) 221 / 96 97 91 0 beratung@blickfang.de www.blickfang.de	Hamburg Stephan Sluyter hamburg@blickfang.de	Köln Patrick Esser koeln@blickfang.de	
Waltherstraße 78 51069 Köln			

<b>Creative Gestaltung GmbH</b>	Heiningen Straße 70 73037 Göppingen T: +49 71 61-606 89-0	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.

AKTUELLES IM INTERNET \_ [WWW.BLACHREPORT.DE](http://WWW.BLACHREPORT.DE)

anbieter  
\_ansprechpartner      anschrift      telefon . fax . email . internet      anbot

MESSE- / EVENTBAU

<b>DEKO-Service Lenzen GmbH</b> www.deko-service.net Event / Expo / Live Marketing	<b>Standort Lohmar / Köln</b> Im Rohnweiher 47 53797 Lohmar T +49 (0) 2205 9060 main@deko-service.net	<b>Standort Berlin</b> 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.
--	---	--	---

<b>STANDORTE</b> LIMBURG BERLIN SARDINIEN PRAG	<b>HEADQUARTERS:</b> 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

	<b>Adexpo GmbH</b> Jagenbergstraße 13 41468 Neuss Deutschland	T +49 2131 206 336 0 info@adexpo.de	Adexpo ist dein Spezialist für die Vermietung von Event- und Messmöbeln. Verlässlich, flexibel und mit viel Erfahrung statten wir seit über 35 Jahren europaweit Veranstaltungen aus. Erfahre mehr über uns und unser Sortiment auf <a href="http://www.adexpo.de">www.adexpo.de</a> .
--	--	--	--

<b>WISAG Event Service GmbH &amp; Co. KG</b>	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	<b>Wir machen Events!</b> 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.
--	------------------------------------	---	--

anbieter  
\_ansprechpartner      anschrift      telefon . fax . email . internet      anbot

TECHNISCHES PLANUNGSBÜRO



PRODUCTION OFFICE GbR      Schlesische Straße 28  
Ingenieurbüro für      10997 Berlin  
Entertainment  
\_ Dipl. Ing. Joachim Koppe  
\_ Dipl. Ing. Ralf Schafstall

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      Düsseldorf  
Audiovisuelle      Herderstraße 70  
Dienstleistungen      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 staten Messen, Konferenzen, Corporate-Events oder Kultur-Veranstaltungen 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      anbot

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 durchgängige Lösung, die bereits bei der Idee alle Facetten von Konzeption über Planung bis zur Realisierung umfasst. Um das zu gewährleisten, folgt die Technik der stimmigen Konzeption und der dahinterstehenden starken kreativen Idee. Das gilt für Live-, Online- und Hybrid Events genauso wie für alle Medientechnikinstallationen.



NEUMANN & MÜLLER  
VERANSTALTUNGSTECHNIK

EVENT DICH  
DOCH AN UNS



Neumann & Müller  
GmbH & Co. KG      info@neumannmueller.com  
www.neumannmueller.com

Unsere Standorte:  
Augsburg | Barcelona |  
Berlin | Bochum | Dresden |  
Düsseldorf | Erfurt | Frank-  
furt | Hamburg | Hannover  
| Köln | Leipzig | München |  
Nürnberg | Stuttgart

**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



Digitale Ausgaben unter:  
www.blachreport.de



INSIDE

# Christoph Küppers und Markus Dresen

CHRISTOPH KÜPPERS (CK) IST GESCHÄFTSFÜHRER BEI DER AGENTUR MALCOLM & JUDY IN KÖLN, DER JETZT MIT MARKUS DRESEN (MD), GESCHÄFTSFÜHRER BEI HEAD OF EVENT IN DÜSSELDORF ZUSAMMENARBEITET.



Markus Dresen und Christoph Küppers (von links, Foto: malcolm & judy)

## Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?

**MD:** Mein Herz schlägt für die Veranstaltungsbranche, weil wir die Wirkung unseres Tuns unmittelbar in den funkelnden Augen der Menschen sehen können. Dieses direkte Feedback ist für mich von unschätzbarem Wert. Dabei geht es nicht immer um das Größte, Beste oder Schnellste, sondern im Kern um die Menschen, die im Mittelpunkt stehen.

**CK:** Diese Unmittelbarkeit – dieses direkte Feedback von Menschen in echten Momenten – das bekommst du nirgendwo sonst. Vielleicht noch im Sport. Aber ich würde mich immer wieder für unsere Branche entscheiden. Jedes Mal.

## Was wäre die Alternative zu Ihrer jetzigen Tätigkeit?

**MD:** Ich wäre Koch. Denn wie in der Veranstaltungsbranche geht es auch hier darum, die richtigen Zutaten so zu kombinieren, dass am Ende ein stimmiges und begeisterndes ‚Geschmacks-Erlebnis‘ entsteht.

**CK:** Ebenfalls Koch – das war lange mein ernsthafter Plan. Die Arbeitszeiten haben mich dann doch zur Vernunft gebracht und ich bin lieber zum Event gegangen. Wenn ich noch mal komplett neu anfangen würde: Pilot. Ohne zu zögern.

## Was war bisher Ihre größte Herausforderung?

**MD:** Die größte – und zugleich schönste – Herausforderung in meinem Leben ist meine Familie und meine Kinder. Sie geben mir Kraft, eröffnen mir immer wieder neue Perspektiven und sind meine wichtigste Quelle für Motivation. Für sie Verantwortung zu tragen, sie zu begleiten und bewusst Zeit mit ihnen zu erleben, ist für mich von unschätzbarem Wert.

**CK:** Verantwortung zu übernehmen. Zuerst für einen Mitarbeiter – dann für immer mehr Menschen, Projekte und Ideen. Dieser Moment, in dem man merkt, dass man aufgehört hat, nur für sich selbst zu arbeiten, war ein echter Wendepunkt für mich.

## Welche Entscheidungen haben Sie bereut?

**MD:** Wenn ich etwas anders machen würde, dann wäre es, mich früher dem Team von malcolm & judy anzuschließen. Die Energie, Motivation und Dynamik, die dadurch entstanden sind, haben mir noch einmal eine neue Perspektive eröffnet – das hätte ich gerne schon früher erlebt.

**CK:** Zu oft zu lange gezögert. Irgendwann lernt man: Manchmal muss man einfach machen. Dieser Mut, Dinge anzugehen bevor alles perfekt ist – den hätte ich mir gerne früher angeeignet.

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

**MD:** Die Aufführung ‚Der Sandmann‘ von Robert Wilson hat mich wirklich beeindruckt. Es war faszinierend zu sehen, wie präzise Inszenierung, Licht, Musik und Theater zusammenwirken, um eine so intensive Wirkung zu erzeugen – für mich ein ganz besonderer Moment, nicht zuletzt durch die persönliche Anwesenheit von Robert Wilson.

**CK:** Parookaville – jedes Jahr aufs Neue. Die Konsequenz, mit der dieses Festival seine eigene Welt weiterdenkt und weiterentwickelt, diese Detailverliebtheit – das beeindruckt mich wirklich. Als Eventmensch weißt du dann besonders zu schätzen, was da dahintersteckt.

## Impressum

28. Jahrgang \_ VERLAG AktivMedia GmbH / Zum Bahnhof 10 / 31311 Uetze – Dedenhausen // Tel 05173 9827-0 / eMail [info@blachreport.de](mailto:info@blachreport.de) / [www.blachreport.de](http://www.blachreport.de) \_ CHEFREDAKTION Peter Blach [pblach@blachreport.de](mailto:pblach@blachreport.de)  
 \_ REDAKTION Gabriele Stolte [gstolte@blachreport.de](mailto:gstolte@blachreport.de) / Elke Bartels [ebartels@blachreport.de](mailto:ebartels@blachreport.de) / Marco Raupach [mraupach@blachreport.de](mailto:mraupach@blachreport.de) \_ ANZEIGENMARKETING Medienmarketing Sanders, Ulf-Gundo Sanders / Tel +49 (0) 7244 5598172 / Fax +49 (0) 7244 5598718 / eMail [gsanders@mm-sanders.de](mailto:gsanders@mm-sanders.de) \_ PRODUKTION Sandra Fink [sf@betriebsbuero.com](mailto:sf@betriebsbuero.com) \_ DRUCK Druckpunkt Langer / Uetze \_ GERICHTSSTAND Burgdorf >> Der BlachReport ist eine Business-to-business-Publikation über Event-Marketing, Promotions und Sponsoring. 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

# newslounge

PRESSEPORTAL FÜR DIE  
MICE BRANCHE NATIONAL  
UND INTERNATIONAL

TEXT, VERBREITUNG,  
ARCHIVIERUNG, BERATUNG,  
DURCHFÜHRUNG, SOCIAL MEDIA,  
NEWSLETTER

[WWW.NEWSLOUNGE.DE](http://WWW.NEWSLOUNGE.DE) • [INFO@NEWSLOUNGE.DE](mailto:INFO@NEWSLOUNGE.DE)

# STUDIO BLACH

Alles über Live-Kommunikation



## REPORTAGEN UND TALKS FÜR INSIDER AUS DEM MICE BUSINESS



STUDIO BLACH  
ALLES ÜBER LIVE-  
KOMMUNIKATION  
GIBT ES AUF  
YOUTUBE 

## PODCAST LIVE // INTELLIGENCE: KI TRIFFT KOMMUNIKATION 07

RON SCHNEIDER, PATRIC WEILER UND PETER BLACH  
ÜBER KI IN DER EVENTANALYSE FÜR BESSERE INSIGHTS  
UND ECHTE WETTBEWERBSVORTEILE

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**