



Mut zur strategischen Weiterentwicklung: Warum sich Artlife für eine Transformation mit Neupositionierung entschieden hat

„VIELE  
KÖNNTEN.  
WIR  
KÖNNEN.“



THOMAS POST  
DIVISION MANAGER EVENT

„Als Full-Service-Dienstleister für Eventtechnik stehen unsere Kundinnen und Kunden im Mittelpunkt. Mit Präzision, Kreativität & Leidenschaft realisieren wir unvergessliche Events. Von der Idee bis zur perfekten technischen Umsetzung, zuverlässig, europaweit und made in Germany.“



NEUMANN & MÜLLER  
VERANSTALTUNGSTECHNIK

NEUMANNMUELLER.COM

KONTAKT



## Bekenntnis zur Zukunft



Wenn Märkte unter Druck stehen, rückt bei vielen Unternehmen zunächst die Absicherung des aktuellen Status in den Vordergrund. Investitionen werden überprüft, Projekte priorisiert, Risiken neu bewertet. Diese Reaktion ist nachvollziehbar. Geopolitische Konflikte, konjunkturelle Abschwächung und sinkende Planungssicherheit belasten die Veranstaltungswirtschaft deutlich. Margen geraten unter Druck, Budgets werden gekürzt oder verschoben.

Doch wer sich ausschließlich auf Stabilisierung konzentriert, überlässt die Zukunft dem Zufall. Gerade in Phasen struktureller Unsicherheit entscheidet sich, welche Unternehmen ihre Position festigen oder sogar ausbauen können. Strategische Entschlossenheit wird damit zum Wettbewerbsfaktor.

Die Neuausrichtung von Artlife ist ein Beispiel für einen solchen Ansatz. Mit der Integration von Promocube, der Neuordnung der Geschäftsfelder in Fairs, Events und Spaces sowie einer überarbeiteten Markenarchitektur reagiert das Unternehmen auf veränderte Marktbedingungen. Kompetenzen werden gebündelt, Schnittstellen reduziert, Leistungen entlang der Wertschöpfungskette klarer strukturiert.

Parallel dazu investiert Artlife in die eigene Infrastruktur. Ein neues Produktions- und Logistikzentrum mit rund 4.000 Quadratmetern soll im vierten Quartal bezugsfertig sein. Hinzu kommt die erfolgreich abgeschlossene Rezertifizierung nach DIN ISO 14001. Diese Maßnahmen sind Ausdruck eines langfristigen Verständnisses von Wettbewerbsfähigkeit.

Auffällig ist dabei der Zeitpunkt. Während in vielen Bereichen der Branche vor allem die Köpfe eingezogen und „flach geatmet“ wird, verfolgt Artlife eine Strategie der Profilklarheit und Integration. Weder reine Spezialisierung noch wachstumsgetriebene Konsolidierung stehen im Mittelpunkt, sondern die bewusste Positionierung als breit aufgestellter Anbieter.

Auch das Rebranding ist in diesem Kontext mehr als eine gestalterische Modernisierung. Es schafft Lesbarkeit in einem Markt, der zunehmend von Geschwindigkeit und Komplexität geprägt ist. Struktur, Haltung und Leistungsportfolio werden sichtbar gebündelt.

Transformation ist kein Selbstzweck. Sie ist eine strategische Investition in Substanz und Zukunftsfähigkeit. Unternehmerischer Mut zeigt sich heute nicht im Risiko um jeden Preis, sondern in der Fähigkeit, Unsicherheit auszuhalten und dennoch klare Entscheidungen zu treffen. Gerade in Zeiten, die wenig Verlässlichkeit bieten, wird diese Haltung zum entscheidenden Unterschied.

Herzlichst

Ihr Peter Blach

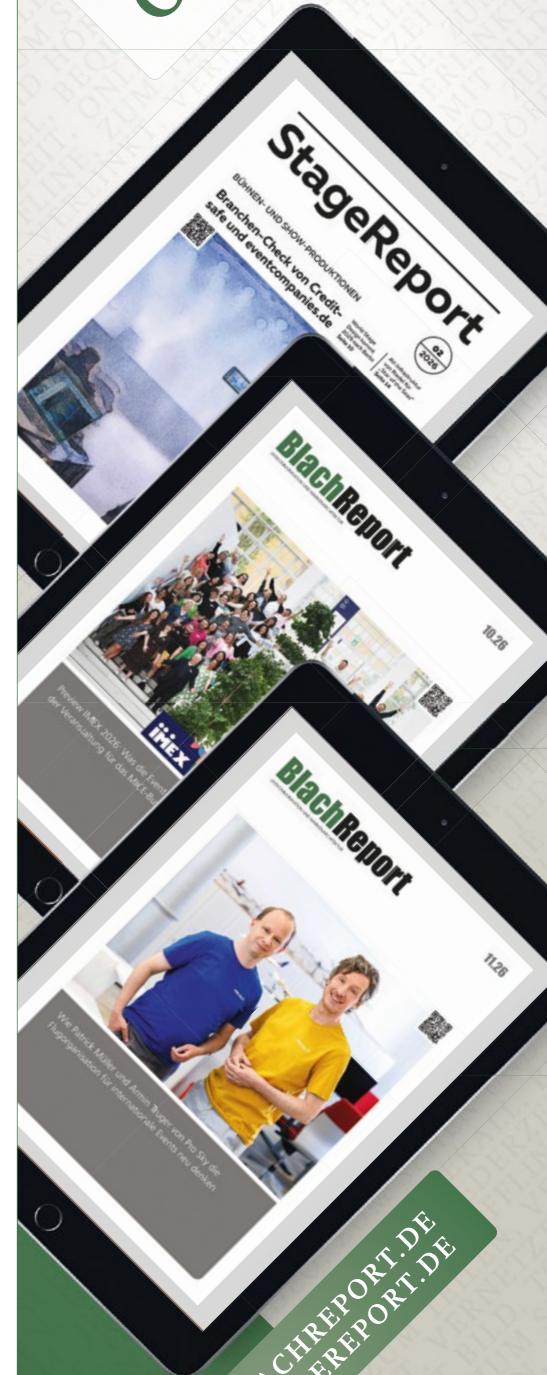
### inhalt

Titelfoto: Stephan Haida, Andreas Bedel und Manfred Pütz (v.l., Foto: Linda Deutsch)

- |   |  |
|---|--|
| 4 BUSINESS Asbach erweitert Festivalpräsenz           | 16 WORK O'Keeffe's bei Influencer-Event inszeniert |
| 6 THEMA Transformation bei Artlife                    | 17 PEOPLE Jobs + Karriere                          |
| 10 SERVICES b&b group liefert flexible Outdoor-Setups | 18 MARKETING-SERVICES Lieferantenverzeichnis       |
| 11 THEMA Moderationscoaching                          | 26 BACKSTAGE Chris Braunstein                      |
| 14 VENUES SPEZIAL Messe Berlin                        | 26 IMPRESSUM                                       |

MEDIA  
BOARD

OUT NOW!



WWW.BLACHREPORT.DE  
WWW.STAGEREPORT.DE



Camp Asbach (Fotos: Semper idem Underberg)

Asbach erweitert Festivalpräsenz

## Erstmals bei Rock am Ring

Die Marke Asbach baut ihr Engagement im Festivalmarketing weiter aus und ist 2026 erstmals beim Musikfestival Rock am Ring vertreten. Mit dem Debüt auf dem Gelände am Nürburgring ergänzt die zur Semper idem Underberg AG gehörende Traditionsmarke ihre Festivalstrategie, die seit dem Einstieg in das Veranstaltungsssegment im Jahr 2022 schrittweise ausgebaut wurde. Insgesamt plant Asbach in diesem Jahr Auftritte auf sieben Musik- und Lifestyle-Festivals in Deutschland.

Den Auftakt der Saison bildete die Präsenz bei Rock am Ring vom 5. bis 7. Juni. Dort richtete Asbach erstmals eine eigene Aktivierungsfläche ein. Mittelpunkt des sogenannten Camp Asbach war ein zum Veranstaltungsmodul umgebautes Retro-Camper. Bereits am Vorabend des Festivalstarts gab es eine Pre-Party. Für das musikalische Programm sorgten unter anderem Evil Jared, Bassist der Band Bloodhound Gang, sowie der Musiker und Content Creator Krogi.

Mit dem Engagement erschließt die Marke ein neues Umfeld innerhalb der deutschen Festivallandschaft. Nach Angaben des Unternehmens soll die Präsenz dazu beitragen, bestehende Kommunikationsmaßnahmen um direkte Markenkontakte im Live-Kontext zu ergänzen. Rock am Ring zählt seit Jahrzehnten zu den bekanntesten Musikfestivals Deutschlands und erreicht jährlich ein großes Publikum aus dem Rock- und Alternative-Bereich.

Der Ursprung der Festivalaktivitäten von Asbach liegt beim Festival Parookaville in Weeze. Dort präsentierte die Marke 2022 erstmals das sogenannte UrAltersheim, eine Erlebnisfläche mit Anleihen an die Popkultur der 1980er Jahre. Aus diesem Konzept entwickelte sich zunächst ein mobiler Retro-Camper, bevor daraus das heutige Camp Asbach entstand. Die Aktivierungen kombinieren Elemente aus Unterhaltung, Musikprogramm, Produktpräsentation und interaktiven Angeboten.

Auch 2026 setzt Asbach auf dieses Konzept. Neben Live-Musik und Aktionen vor Ort gehö-

ren unter anderem Asbach-Cola-Tastings sowie Merchandising-Angebote zum Programm. Nach dem Start bei Rock am Ring folgen weitere Auftritte bei Veranstaltungen wie Magic Bike in Rüdesheim, Parookaville in Weeze, Open Beatz in Herzogenaurach, Brass Wiesn in Eching, Electrize in Erkelenz sowie Glücksgefühle am Hockenheimring.

Nach Unternehmensangaben besuchten im vergangenen Jahr mehr als eine Million Menschen Festivals, auf denen Asbach mit Erlebnisflächen vertreten war. Neben den Kontakten vor Ort setzt die Marke zunehmend auf die digitale Verlängerung der Festivalerlebnisse. Inhalte aus den Aktivierungsflächen werden über soziale Netzwerke verbreitet und durch Beiträge von Künstlern, DJs und Content Creators ergänzt.

Asbach wurde 1892 in Rüdesheim am Rhein gegründet und gehört seit 2002 zur Semper idem Underberg AG. Das Unternehmen nutzt Festivals seit mehreren Jahren als Baustein seiner Markenkommunikation und verbindet dabei Live-Erlebnisse mit digitalen Reichweiten.

Messe Düsseldorf koordiniert deutschen Expo-Auftritt 2027

## Operativ-technische Gesamtverantwortung

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWE) hat die Messe Düsseldorf mit der operativ-technischen Gesamtverantwortung für den deutschen Beitrag zur Expo 2027 in Belgrad beauftragt. Die Weltausstellung findet vom 15. Mai bis 15. August 2027 statt. Mit den Vorbereitungen wurde bereits begonnen. Für Konzeptentwicklung und Kulturprogramm zeichnet die Kölner Agentur facts and fiction verantwortlich.

Zum Leistungsumfang der Messe Düsseldorf gehört die komplette Umsetzung des deut-

schen Pavillons. Dazu zählen unter anderem die strategische Planung, europaweite Ausschreibungen für Kommunikation, Gastronomie, Shop und Personal sowie die Organisation von Housing, Besucherbetreuung und des Deutschen Nationentags.

Marius Berlemann, Geschäftsführer der Messe Düsseldorf, verweist auf die langjährige Erfahrung des Unternehmens bei internationalen Großprojekten. Die Beteiligung an früheren Weltausstellungen sowie die Mitwirkung an den Deutschen Häusern bei Olympischen

und Paralympischen Spielen bilde dafür eine wichtige Grundlage. Auch seitens des BMWE wird die Zusammenarbeit hervorgehoben. Dr. David Wolfmeyer, zuständig für Messepolitik und Expo-Beteiligungen, bezeichnet die Messe Düsseldorf als erfahrenen Partner für die Anforderungen des Projekts.

Die Expo 2027 steht unter dem Motto „Play for Humanity“. Wie dieses Leitmotiv im deutschen Pavillon umgesetzt wird, entwickelt die Agentur facts and fiction im Rahmen des inhaltlichen Konzepts.

Breites Verbändebündnis fordert Wochenarbeitszeit

## Mehr Spielraum bei der Arbeitszeit

Ein Bündnis aus 15 Wirtschafts- und Branchenverbänden setzt sich für eine Reform des deutschen Arbeitszeitrechts ein. Mit der Kampagne „Wochenarbeitszeit jetzt“ fordern die beteiligten Organisationen eine Umstellung von der täglichen auf eine wöchentliche Höchstleistungszeit nach dem Vorbild der Europäischen Arbeitszeitrichtlinie. Ziel sei es, Betrieben und Beschäftigten mehr Flexibilität bei der Verteilung ihrer Arbeitszeit zu ermöglichen.

Ausgangspunkt der Initiative ist der Deutsche Hotellerie- und Gastronomieverband (DEHOGA Bundesverband). Inzwischen haben sich zahlreiche Verbände aus den Bereichen Tourismus, Veranstaltungswirtschaft, Messen, Live-Kultur und Geschäftsreisen angeschlossen. Dazu zählen unter anderem AUMA, BDKV, EVVC, VDVO, DRV sowie der Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft.

Die Verbände verweisen auf die aktuelle wirtschaftliche Lage in Deutschland. Nach ihrer Einschätzung belasten schwaches Wachstum, steigende Kosten, hohe Abgaben und büro-

kratische Anforderungen viele Unternehmen. Vor diesem Hintergrund sehen sie in einer flexibleren Arbeitszeitgestaltung eine Möglichkeit, betriebliche Abläufe besser an schwankende Anforderungen anzupassen.

Die geforderte Änderung ist im Koalitionsvertrag von Union und SPD bereits angelegt. Dort wurde vereinbart, die bisherige tägliche Höchstleistungszeit durch eine wöchentliche Betrachtung zu ersetzen. Nach Angaben der Initiatoren soll das Bundesministerium noch vor der Sommerpause einen entsprechenden Gesetzentwurf vorlegen.

Die Kampagne stellt die Perspektiven von Arbeitgebern und Arbeitnehmern in den Mittelpunkt. Nach Darstellung des Bündnisses gehe es nicht um eine Ausweitung der Arbeitszeit, sondern um mehr Freiraum bei deren Verteilung. Unternehmen könnten dadurch Auftragsspitzen, saisonale Schwankungen oder kurzfristige Anforderungen flexibler bewältigen. Gleichzeitig sollen Beschäftigte mehr Möglichkeiten erhalten, berufliche

und private Verpflichtungen miteinander zu vereinbaren.

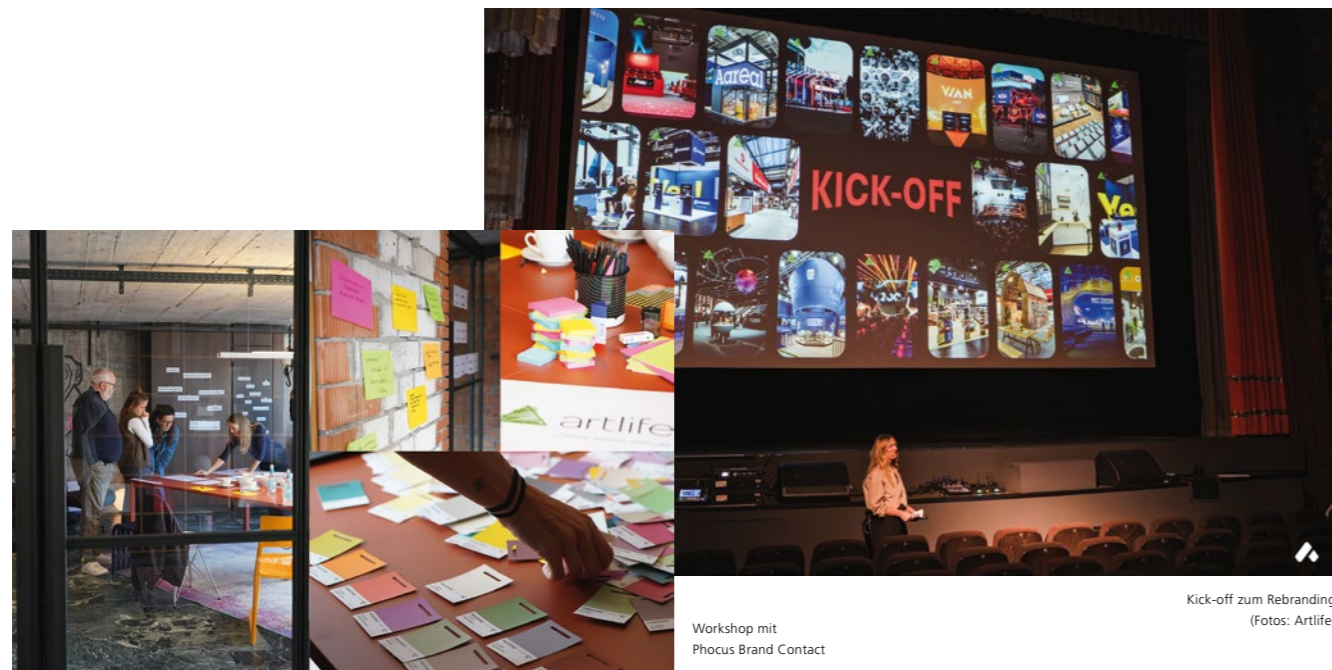
Besondere Bedeutung messen die Verbände der Reform für Branchen mit projektbezogenen oder stark schwankenden Arbeitszeiten bei. Dazu zählen neben Hotellerie und Gastronomie auch Reiseveranstalter, Reisebüros, Veranstaltungszentren, Messegesellschaften, Konzertveranstalter sowie weitere Unternehmen der Livekommunikation. Gerade in diesen Bereichen seien Arbeitszeiten häufig von Veranstaltungen, Saisonverläufen oder kurzfristigen Kundenanforderungen geprägt.

Nach Auffassung des Bündnisses würde eine Orientierung an den bestehenden europäischen Regelungen mehr Handlungsspielräume schaffen, ohne die geltenden Schutzstandards für Beschäftigte grundsätzlich infrage zu stellen.

Mit der Kampagne wollen die Verbände die politische Debatte über die geplante Reform begleiten und weitere Organisationen für eine Unterstützung der Initiative gewinnen.



Verbändebündnis (Illustration: BDKV)



Workshop mit  
Phocus Brand Contact

Kick-off zum Rebranding  
(Fotos: Artlife)

## Transformation und Neupositionierung bei Artlife

# Mut zur strategischen Neuausrichtung

DAS HOFHEIMER MESSE- UND EVENTBAUUNTERNEHMEN ARTLIFE HAT EINEN UMFASSENDEN TRANSFORMATIONSPROZESS ABGESCHLOSSEN. MIT EINER NEUEN MARKENARCHITEKTUR, DER INTEGRATION DER BISHERIGEN SCHWESTERGESELLSCHAFT PROMOCUBE UND EINER KLAREN STRUKTURIERUNG DER GESCHÄFTSFELDER REAGIERT DAS UNTERNEHMEN AUF VERÄNDERTE MARKTBEDINGUNGEN IN DER LIVEKOMMUNIKATION.

Die bisherigen Segmente „Messe, Event, Specials“ werden künftig zu „Fairs, Events, Spaces“. Damit schärft Artlife nicht nur sein Leistungsprofil, sondern positioniert sich strategisch breiter entlang der Wertschöpfungskette. Begleitet wurde der Prozess seit Sommer 2025 von der Nürnberger Agentur Phocus Brand Contact.

Im Zentrum der Neuausrichtung steht die Integration von Promocube in die Artlife-Struktur. Das Unternehmen war vor rund 15 Jahren ausgegründet worden, um mit einem eigenständigen Markenauftritt am Markt zu agieren. Hintergrund war die Überlegung, mögliche Berührungspunkte bei Wettbewerbern zu vermeiden, die zugleich Kunden der mobilen Promotionmodule sein könnten.

Promocube entwickelte sich wirtschaftlich erfolgreich und etablierte sich mit mobilen Markenräumen, Eventcontainern und modularen Strukturen als eigenständiger Anbieter. In den vergangenen Jahren zeigte sich jedoch zunehmend, dass die Trennung am Markt strategische Potenziale ungenutzt ließ. Mit der nun vollzogenen Verschmelzung werden Kompetenzen gebündelt und Schnittstellen reduziert. Im neu definierten Geschäftsfeld Spaces neben dem modularen Promocube-System und eigenen Eventcontainern, die unter anderem im stark wachsenden Segment der Festivals zum Einsatz kommen, auch das für hochwertige Raumlösungen konzipierte Stahlbausystem Tempus 3 verankert.

Stephan Weide, früher Geschäftsführer von Promocube und heute Leiter der Business Unit Spaces, beschreibt den Schritt als konsequent: „Für unsere Kunden entsteht ein klarer Mehrwert. Neben der Vermietung oder dem Verkauf mobiler Strukturen und der zugehörigen Logistik können wir nun auch sämtliche baulichen Leistungen integriert anbieten.“

Die Neuausrichtung erfolgt in einem wirtschaftlich anspruchsvollen Umfeld. Die Veranstaltungswirtschaft steht unter erheblichem Druck. Kriegerische Auseinandersetzungen am Golf und in der Ukraine sowie die daraus resultierende konjunkturelle Abschwächung in zahlreichen Marktsegmenten sorgen für Zurückhaltung bei Investitionen. Manche Auftraggeber von Maßnahmen der Livekommunikation reduzieren ihre Budgets oder verschieben Marketingausgaben in spätere Geschäftsjahre. Die Planungssicherheit ist vielerorts eingeschränkt, Margen geraten insbesondere im klassischen Messegeschäft zunehmend unter Druck.

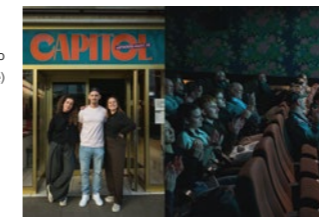
Parallel dazu verändern sich die Marktstrukturen. Auf der einen Seite entstehen kleinere, hoch spezialisierte Boutique-Unternehmen mit klar umrissener Kompetenz und schlanken Kostenstrukturen. Auf der anderen Seite treiben nicht nur die Finanzinvestoren und Beteiligungsgesellschaften die Konsolidierung voran. Unternehmen werden zusammengeführt, Marktanteile gebündelt und Skaleneffekte gesucht. Wachstum entsteht in diesen Konstellationen häufig über Volumen und Integration bestehender Strukturen.

In diesem Spannungsfeld strategisch zu agieren, Strukturen neu zu ordnen und zugleich in Marke, Infrastruktur und Sichtbarkeit zu investieren, ist Ausdruck unternehmerischer Mutes. Artlife entscheidet sich bewusst weder für eine reine Nischenstrategie noch für eine Wachstumslogik, die primär auf Zukäufe setzt. Stattdessen positioniert sich das Unternehmen als breit aufgestellter Anbieter entlang der Wertschöpfungskette.

Artlife Logo History 1993-2026  
(Foto: Artlife)



Kick-off im Kino  
(Foto: Artlife)



Filmplakat mit Andreas Bedel, Manfred Pütz  
und Stephan Haida (v. l., Foto: Artlife)



Anja Osswald  
(Foto: Phocus Brand Contact)

„In einer Welt im Wandel ist Stillstand keine Option“, sagt CEO Stephan Haida mit Blick auf die mehr als 30-jährige Unternehmensgeschichte. Man sehe künftig eine klare Daseinsberechtigung sowohl für spezialisierte Anbieter als auch für Unternehmen mit umfassendem Leistungsportfolio. „Artlife verortet sich klar im zweiten Segment“, so Stephan Haida.

Neben Konzeption, Design und Planung gehört die eigene Produktion seit jeher zur Unternehmens-DNA. Mit dem Bau eines rund 4.000 Quadratmeter großen Produktions- und Logistikzentrums, das im vierten Quartal bezugsfertig sein soll, unterstreicht das Unternehmen diesen Anspruch. Die Investition zahlt nach eigenen Angaben auch auf die Nachhaltigkeitsstrategie ein; die Rezertifizierung nach DIN ISO 14001 wurde kürzlich erfolgreich abgeschlossen.

Dazu Manfred Pütz, der das Unternehmen gemeinsam mit Stephan Haida und Andreas Bedel leitet: „Die Neuausrichtung ist für uns mehr als eine organisatorische Anpassung. Sie ist eine strategische Investition in die eigene Substanz. Während Teile der Branche vor allem auf Kostensicherung oder externe Kapitalimpulse setzen, wollen wir eine langfristige Stabilität durch Profilklarheit und integrierte Strukturen gewährleisten.“

Parallel zur strukturellen Neuordnung wurde der Markenauftritt grundlegend überarbeitet. Das bisherige Erscheinungsbild war stark von internen Identifikationsmomenten geprägt. Ein zentrales Element bildete das bekannte „Artlife-Dreieck“, das mit seinen personalisierten Varianten für Individualität innerhalb einer gemeinsamen Struktur stand. Im Rahmen des Rebrandings wurde dieses Motiv weiterentwickelt. Das Dreieck bleibt als prägendes Element erhalten und bildet die visuelle Klammer für die drei Geschäftsfelder Fairs, Events und Spaces.

Für Anja Osswald, Managing Director von Phocus Brand Contact, war das Rebranding mehr als eine gestalterische Modernisierung. „Eine Marke muss im Markt eindeutig lesbar sein“, sagt sie. „Gerade in einer Phase, in der Budgets unter Druck stehen und Entscheidungsprozesse schneller werden, braucht es Klarheit statt Komplexität. Unser Ziel war

es, Artlife so zu positionieren, dass Leistungen, Haltung und Struktur auf den ersten Blick erkennbar sind – analog wie digital.“

Besonders wichtig sei die Differenzierung im Wettbewerbsumfeld gewesen. „Wiedererkennbarkeit entsteht nicht durch Lautstärke, sondern durch Konsequenz. Das neue Erscheinungsbild reduziert, bündelt und fokussiert. Es stärkt die Sichtbarkeit in digitalen Kanälen ebenso wie die Präsenz im realen Raum. Damit wird die strategische Neuausrichtung auch kommunikativ nachvollziehbar.“

Wie wichtig der neue Markenauftritt für Artlife ist, zeigte bereits der interne Rollout: Noch vor dem offiziellen Go-live am 1. Juni erhielten die rund 70 Mitarbeitenden einen exklusiven Einblick in die neue Markenwelt und die strategischen Überlegungen dahinter. Die Präsentation war wie eine moderne Streaming-Serie inszeniert – in mehreren Kapiteln erzählt, mit filmischen Sequenzen, Animationen und spannenden Perspektivwechseln. Die passende Bühne dafür: ein Kino. Gemeinsam erlebte das Team die Premiere auf großer Leinwand – inklusive Corporate Movie, Popcorn, Getränken und begleitendem Side-Event. So wurde der Markenrelaunch nicht nur vorgestellt, sondern erlebbar gemacht. Die frühe Einbindung der Mitarbeitenden schuf Orientierung, stärkte die Identifikation mit dem neuen Markendesign und legte den Grundstein für den gemeinsamen Weg in die Zukunft.

Die kommenden Jahre sind auf Stabilisierung und gezielte Weiterentwicklung ausgerichtet. In einem Marktumfeld, das von Unsicherheit und struktureller Neuordnung geprägt ist, sieht sich Artlife mit dem geschärften Profil gut aufgestellt. „Wir wollen moderat wachsen und unseren Platz unter den deutschen Top 25 Messebauunternehmen manifestieren. Wenn uns das gelingt, sind wir zufrieden“, formuliert Stephan Haida die Erwartungen dennoch eher zurückhaltend.

Mit dem Rebranding, der Integration von Promocube und den Investitionen in Infrastruktur setzt Artlife ein Signal. Die Transformation ist nicht nur eine formale Modernisierung, sondern Ausdruck einer strategischen Positionierung in einem Markt, der sich neu sortiert.



BrandEx Award Trophäen  
(Foto: BrandEx / Oliver Wachenfeld Fotodesign)

Neue Kategorien, schärfere Kriterien und ein neuer Fokus auf räumliche Kommunikation

## BrandEx Award 2027 gestartet

Der BrandEx Award geht in die nächste Wettbewerbsrunde. Ab sofort können Projekte für die Ausgabe 2027 eingereicht werden. Der Kreativwettbewerb für Livekommunikation und Markeninszenierung führt mehrere Änderungen bei Kategorien, Struktur und Bewertungskriterien ein. Die Einreichungsfrist endet am 31. August 2026.

Unverändert bleibt das zweistufige Einreichungsverfahren. In der ersten Phase müssen Teilnehmer einen One-Pager sowie drei aussagekräftige Bilder einreichen. Auch die Einreicherpreise bleiben nach Angaben der Veranstalter auf dem Niveau des Vorjahres. Neu ist dagegen eine verbindliche Nachhaltigkeitsdokumentation in der Hauptkategorie Event. Künftig müssen Einreicher nachweisen, welche sozialen, ökologischen und ökonomischen

Maßnahmen im Rahmen ihres Projekts umgesetzt wurden.

Eine Erweiterung erfährt die Kategorie Event mit der neuen Unterkategorie „Best Creator Event“. Ausgezeichnet werden Formate, die gezielt für die Zusammenarbeit mit Content Creators und digitalen Communities entwickelt wurden. Berücksichtigt werden dabei unter anderem die Einbindung von Communitys in Live-Erlebnisse sowie die Weiterführung von Veranstaltungsinhalten in digitalen Kanälen.

Darüber hinaus wurden mehrere Kategorien inhaltlich überarbeitet. Dazu zählen Best Brand Activation, Best Live PR, Best Motivation / Employee Event, Best Corporate Event, Best Conference, Best Execution Event und Best Formats Event. Ziel der Anpassungen ist eine bessere Zuordnung der Kommunikationsformate.

Eine weitere Veränderung betrifft die bisherige Hauptkategorie Architecture. Sie wird künftig unter dem Namen Spatial Communication geführt. Damit soll die zunehmende Bedeutung von Räumen als Kommunikationsinstrument berücksichtigt werden. Die Kategorie umfasst sieben Unterkategorien, darunter Messeauftritte unterschiedlicher Größenordnungen, Markenräume, thematische Ausstellungen, Store-Konzepte sowie technische Lösungen für die räumliche Kommunikation.

Mit der Umbenennung verschiebt sich der Fokus von der architektonischen Gestaltung hin zur kommunikativen Wirkung von Markenwelten und Erlebnisräumen.

Die Gewinner des BrandEx Award 2027 werden im Januar 2027 in Dortmund bekannt gegeben.

### MAC GESUNDHEITSMANAGEMENT ERHÄLT TÜV-SIEGEL IN GOLD

mac. brand spaces hat erstmalig das Gold-Siegel des TÜV Saarland sowie das Zertifikat „Qualifiziertes Gesundheitsmanagement – gesundes Unternehmen Gold“ erhalten. Vorgeschlagen wurde das Unternehmen mit Sitz in Langenlonsheim von der AOK Rheinland-Pfalz/Saarland.

Die Auszeichnung wird alle zwei Jahre rezertifiziert und dient als Anerkennung des betrieblichen Gesundheitsmanagements für rund 285 Mitarbeitende am Standort Langenlonsheim. Bereits in der Vergangenheit konnte sich mac. brand spaces über diese Ehrungen in Bronze und Silber freuen.

Das Unternehmen bietet ein umfassendes Gesundheitspaket, das sich an den Bedürfnissen der Belegschaft orientiert. Dazu gehören aktuell therapeutische Massagen im Haus, präventive Gesundheitsmaßnahmen wie Haut-

Screenings sowie weitere Vorsorgeangebote, die intern durchgeführt werden und lange Wartezeiten vermeiden. Eine betriebliche Krankenzusatzversicherung ergänzt das Angebot. Zusätzlich stehen Fitness-Angebote, Yoga im Unternehmen sowie digitale Bewegungspausen zur Verfügung. Teile dieser Angebote können während der Arbeitszeit genutzt werden, die Umsetzung erfolgt in Abstimmung zwischen Arbeitgeber und Belegschaft.

Die Weiterentwicklung des betrieblichen Gesundheitsmanagements basiert auf regelmäßigen Befragungen der Mitarbeitenden. Die Geschäftsführung trägt die Umsetzung und verankert das Gesundheitsmanagement in der Führungskultur und den Leitlinien des Unternehmens. „Gesunde Führung“ ist darin als Bestandteil festgelegt.

„Wir sehen unsere Aufgabe nicht nur darin, bestmögliche Arbeitsbedingungen zu schaffen und Angebote in der Gesundheitsförderung anzubieten, sondern auch, die Gesundheitskompetenz unserer Mitarbeitenden zu stärken“, erklärt dazu Stefan Trieb, Geschäftsführer bei mac. brand spaces.

Die Belegschaft weiß das zu honorieren, was sich unter anderem in den niedrigen Fluktuationsraten des Unternehmens manifestiert: „In den letzten Jahren haben wir das betriebliche Gesundheitsmanagement spürbar weiterentwickelt und so einen bedeutenden Mehrwert für die Mitarbeitenden geschaffen“, erklärt dazu Melina Stapelmann, Health Manager Human Resources von mac. brand spaces. „Weiter so“, lautet dementsprechend das Feedback aus der Mitarbeiterschaft.

Sustainable Events Conference kommt nach Düsseldorf

## Secon 2027

Die nächste Sustainable Events Conference (Secon) findet am 24. und 25. Februar 2027 auf dem Euref-Campus in Düsseldorf statt. Mit dem Leitthema „Resilienz“ entscheidet sich Veranstalter GCB German Convention Bureau für ein facettenreiches Rahmenkonzept, das zugleich auch im Fokus des „International Year of Sustainable and Resilient Tourism 2027“ der Vereinten Nationen steht.

„Resilienz ist die zentrale Voraussetzung für einen leistungsfähigen, verantwortungsbewussten und wettbewerbsfähigen Tagungs- und Kongressstandort Deutschland“, so Matthias Schultze, Managing Director des GCB. „Mit der Bearbeitung dieses Leitthemas wollen wir – gemeinsam mit allen Teilnehmenden und Partnern der Secon – auch einen substantiellen Beitrag im Rahmen des Themenjahrs 2027 der Welttourismusorganisation UN Tourism leisten.“ Die Konferenz will Resilienz dabei ganzheitlich beleuchten: klimatisch, ökonomisch, ökologisch, sozial sowie im Arbeitskontext und in der Kommunikation und Reputation von Veranstaltungen und Organisationen. Der zuletzt genannte Teil-

aspekt ist nach GCB-Ansicht insbesondere im Zuge der EmpCo-Richtlinie der Europäischen Union noch stärker als bislang in den Fokus gerückt: glaubwürdige, faktenbasierte und konsistente Kommunikation entscheidet demnach wesentlich über den Erfolg von Nachhaltigkeitsaktivitäten.

Die Secon-Besucher erwartet ein Programm aus Keynotes, Fachforen sowie Begehungen des Euref-Campus Düsseldorf. Silke Alsweiler-Lösch von Euref-Event: „Mit einem konsequenten One Stop Shop-Ansatz bietet der Campus inspirierende Räume, moderne Veranstaltungstechnik sowie ein innovatives und verantwortungsbewusstes Cateringangebot. Mit der ikonischen Euref-Kuppel, einst Wahrzeichen im Berliner Gasometer, wird ein nachhaltiges Upcycling-Projekt in Düsseldorf als neue Eventlocation genutzt. Wer über Zukunftsthemen wie Klimaschutz, Energie und Mobilität sprechen oder neue Perspektiven entwickeln will, findet hier einen ebenso funktionalen wie inspirierenden Ort. Deshalb sind die Secon 2027 und der Euref-Campus Düsseldorf ein perfektes Match.“

Auch die gastgebende Destination Düsseldorf freut sich darauf, Event Professionals aus dem gesamten deutschsprachigen Raum zur zweitägigen Konferenz sowie zur direkt daran anschließenden Secon-Safari begrüßen zu können. Die Safaris sind ein neues Format, bei dem die Teilnehmenden entlang mehrerer Stationen innovative und nachhaltige Ansätze in der Destination erleben. Gleichzeitig bieten sie Raum für fachlichen Austausch in kleiner Runde. Neben der Secon-Safari in Düsseldorf für die Zielgruppe Anbieter soll es 2027 auch eine Safari für Veranstaltungsplaner geben.

Jens Ihnen von Visit Düsseldorf: „Mit der Secon kommt 2027 eine der bedeutendsten Nachhaltigkeitskonferenzen für Business Events nach Düsseldorf. Das bestätigt unseren Anspruch als zukunftsorientierter Business-Event Standort. Mit dem Euref-Campus als Aushängeschild für Innovation, Nachhaltigkeit und moderne Zusammenarbeit haben wir in Düsseldorf dafür den perfekten Austragungsort. Wir unterstützen die Veranstaltung sehr gerne und freuen uns, Gastgeber für diesen wichtigen Branchendialog zu sein.“

pwbc als AI Consultancy Firm of the Year Germany ausgezeichnet

## Engagement für KI-Transformation

Patric Weiler und die von ihm gegründete Beratung pwbc – Business Class of AI erhalten eine weitere internationale Auszeichnung. Corporate LiveWire prämiert das Unternehmen im Rahmen der Innovation & Excellence Awards 2026 als „AI Consultancy Firm of the Year Germany“. Damit wird der strategische Ansatz von pwbc im Bereich der KI-Transformation erneut extern gewürdigt.

Für Patric Weiler, KI-Spezialist und Autor beim BlachReport, ist es bereits die dritte Anerkennung in diesem Jahr. Zuvor wurde er mit dem Expert Excellence Award des Bundesverbands für KI-Transformation ausgezeichnet und in den Top 100 AI Future Council des Swiss Future Institute aufgenommen. Die aktuellen Ehrungen unterstreichen die wachsende Bedeutung strategischer KI-Beratung in einem Markt, der sich zunehmend professionalisiert.

Die Auszeichnungen fallen in eine Phase, in der viele Unternehmen den Einsatz von Künstlicher Intelligenz neu bewerten. Nach einer Phase experimenteller Pilotprojekte rückt verstärkt die Frage in den Mittelpunkt, wie KI nachhaltig in Geschäftsmodelle, Prozesse und Organisationsstrukturen integriert werden kann. Dabei geht es weniger um einzelne Tools als um strukturelle Voraussetzungen, Priorisierung und wirtschaftliche Wirkung.

„Künstliche Intelligenz beginnt nicht mit Tools, sondern mit unternehmerischer Klarheit“, sagt Patric Weiler. Viele Unternehmen stünden nicht vor einem reinen Technologieproblem, sondern vor strategischen und organisatorischen Herausforderungen. Entscheidend sei, an welchen Stellen KI messbaren Geschäftswert schaffe und wie sich entsprechende Initiativen verantwortungsvoll umsetzen lassen.

Mit pwbc – Business Class of AI begleitet Weiler Unternehmen bei der Entwicklung und Implementierung von KI-Strategien. Im Fokus stehen Themen wie KI-Readiness, Use-Case-Portfolios, Governance-Strukturen, Geschäftsmodellinnovation sowie Effizienzsteigerung. Ziel ist es, konkrete Roadmaps für die Einführung von KI in Organisationen zu entwickeln und die Transformation auf Managementebene zu verankern.

Weiler bringt mehr als 30 Jahre Führungs- und Transformationserfahrung in seine Beratung ein. Er war in internationalen Managementfunktionen tätig und ist als AI Consultant und AI Manager zertifiziert. Darüber hinaus engagiert er sich als Hochschuldozent und Keynote Speaker. Sein Beratungsansatz richtet sich insbesondere an Geschäftsführungen, Vorstände und mittelständische Unternehmen, die KI als strategischen Hebel verstehen.



Streetfood-Pavillon der b&amp;b group (Foto: b&amp;b)

b&b group liefert flexible Outdoor-Setups für Events

## Open-Air-Ausstattung

Die b&b group aus Filderstadt bietet jetzt Ausstattungsmöglichkeiten für Open-Air-Events wie Sommerfeste, Empfänge und Networking. Mit dem Konzept „Summer & Style“ hat das Unternehmen verschiedenen Optionen im Portfolio. Im Mittelpunkt steht dabei der Catering-Bereich als „natürlicher Treffpunkt“ jeder Outdoor-Veranstaltung. Damit Programme auch bei wechselhaftem Wetter zuverlässig funktionieren, setzt die b&b group auf modulare Streetfood-Pavillons mit patentiertem Dachsystem. Der Dachüberstand schützt Theke, Personal, Lebensmittel und Ausgabeflächen vor Regen und UV-Strahlung.

Von herkömmlichen Lösungen unterscheiden sich die 4 x 4 Meter großen Pavillons vor

allem durch ihre dreiseitige Thekenlösung. Sie schafft mehrere Servicepunkte gleichzeitig und ermöglicht auch bei hohem Gästeaufkommen einen kontinuierlichen Ablauf. Eine Branding-fähige Flagge am Dach sorgt zudem für Sichtbarkeit auf dem Veranstaltungsgelände und lässt sich im Corporate Design gestalten. Auch Dachflächen und Seitenwände sind individualisierbar und können an die jeweilige Markenk Welt angepasst werden.

Die Systeme sind international zertifiziert und erfüllen Anforderungen in den Bereichen Feuerbeständigkeit, Stabilität und Lebensmittelechtheit. Damit eignen sich die Konstruktionen gleichermaßen für Streetfood-Festivals, Firmenveranstaltungen und tem-

poräre Hospitality-Flächen im Außenbereich. Der Auf- und Abbau erfolgt innerhalb kurzer Zeit, gleichzeitig ermöglicht das kompakte Packmaß einen flexiblen Transport und eine effiziente Lagerung.

Ergänzt werden die Streetfood-Pavillons durch weiteres Mobiliar aus dem Mietpark der b&b group. Auf diese Weise entstehen integrierte Outdoor-Setups für unterschiedliche Veranstaltungsgrößen und Nutzungsszenarien.

b&b bietet die Leistung auch als White-Label-Modell an. Planung, Logistik sowie Auf- und Abbau werden im Namen des Auftraggebers realisiert. b&b garantiert eine diskrete Umsetzung und integriert sie in bestehende Produktions- und Markenprozesse.

Supreme Sports Hospitality beim World Club Dome

## Neuer Catering-Partner

Supreme Sports Hospitality wird ab sofort exklusiver Catering-Partner des World Club Dome in Frankfurt und übernimmt damit die gastronomische Versorgung bei einem der bekanntesten Musik- und Festivevents Europas. Die Zusammenarbeit wurde für fünf Jahre vereinbart und umfasst Planung, Organisation und Durchführung aller Catering- und Hospitality-Leistungen auf dem Festivalgelände im Deutsche Bank Park. Das gemeinsame Cateringkonzept setzte man bereits zur diesjährigen Festival-Ausgabe vom 5. bis 7. Juni 2026 um.

Der World Club Dome zieht jedes Jahr im Juni mit internationalen Top-Acts sowie rund 120.000 Besuchern aus aller Welt die globale elektronische Musikszene nach Frankfurt. „Die Partnerschaft mit dem World Club Dome ist für uns ein bedeutender Meilenstein und zugleich eine großartige Möglichkeit, unsere Innovationskraft und operative Exzellenz auf einer internationalen Bühne unter Beweis zu stellen. Gemeinsam wollen wir das gastronomische Erlebnis für die Besucherinnen und Besucher weiterentwickeln und damit auch aus kulinarischer Sicht das Festival zu einem einzigartigen

Erlebnis machen“, sagt Supreme-Geschäftsführer Pascal Lagardère.

Philipp Maier, Geschäftsführer des World Club Dome: „Mit Supreme Sports Hospitality haben wir einen Partner gefunden, der unsere Vision von Qualität, Innovation und Gastfreundschaft teilt. Diese Zusammenarbeit schafft die Grundlage, um das Hospitality- und Catering-Angebot für unsere Gäste weiterzuentwickeln und auf ein neues Niveau zu heben.“ Im Mittelpunkt der Kooperation soll das Food- und Beverage-Angebot sowie ein ganzheitliches Hospitality-Erlebnis stehen.

Carsten Knieriem  
(Fotos: what when why)

Carsten Knieriem von what when why über Moderationscoaching

## „Moderation ist Führung auf der Bühne“

CARSTEN KNIERIEM VON WHAT WHEN WHY ÜBER MODERATIONSCOACHING, ROLLENBEWUSSTSEIN UND WARUM EINE GUTE VORBEREITUNG DER SCHLÜSSEL ZU WIRKUNG UND PRÄSENZ BEI ANSPRACHEN, VORTRÄGEN, MODERATIONEN UND PRÄSENTATIONEN IST.

*Peter Blach:* Wir wollen über Moderationscoaching sprechen und über die Leistungen, die du in diesem Bereich anbietest. Was sind das für Menschen, die von dir gecoach werden?

**Carsten Knieriem:** Wenn ich einen gemeinsamen Nenner benennen soll, dann sind es Menschen, die auf der Bühne, bei Vorträgen oder bei Präsentationen besser in Wirkung kommen wollen. Wirkung und Klarheit sind dafür die beiden zentralen Begriffe. Viele meiner Coachees stehen regelmäßig vor Publikum; manche machen es zum ersten Mal, andere schon seit Jahren.

Beim Speaker-Coaching sind es zum größten Teil Führungskräfte aus Unternehmen, häufig auf C-Level. Sie sprechen bei internen Führungskräfte tagungen, bei Strategiemeetings oder auf großen Mitarbeiter events.

Beim Moderationscoaching begleite ich Mitarbeiter, die interne Veranstaltungen moderieren – etwa Townhalls, Kick-offs oder Konferenzen.

Ich würde Unternehmen grundsätzlich empfehlen, eine eigene Moderationskompetenz intern aufzubauen. Professionelle Moderatoren haben selbstverständlich eine hohe Expertise und sind unter gewissen Umständen alternativlos. Aber interne Moderatoren bringen oft eine besondere Glaubwürdigkeit mit. Sie kennen Kultur, Sprache und Themen des Unternehmens sehr genau. Wenn sie gut vorbereitet sind, können sie Inhalte sehr authentisch transportieren.

*Peter Blach:* Was sind aus deiner Erfahrung die größten Herausforderungen für Moderatoren?

**Carsten Knieriem:** Viele meiner Coachees glauben zunächst, es gehe um die technische Durchführung einer Moderation. Wie halte ich das Mikro, wie sage ich Menschen an, wo stehe ich oder welche Gestik und Mimik ist wichtig. Das sind wichtige, aber nicht die entscheidenden Aspekte.

Die eigentliche Herausforderung ist Relevanz. Relevant zu sein für das Publikum. Denn das ist heute anspruchsvoller denn je. Es gibt eine enorme Informationsdichte, Aufmerksamkeitsspannen sind kürzer geworden. Menschen wollen schnell wissen: Worum geht es? Warum betrifft mich das? Was ist mein Mehrwert?

Ich sage in meinen Coachings häufig: Moderation ist Führung. Und damit meine ich inhaltliche Führung. Ein Moderator muss Orientierung geben, Zusammenhänge herstellen und einen roten Faden durch ein Programm ziehen. Das Publikum muss das Gefühl haben, dass es geführt wird – nicht bevormundet, aber geleitet.

*Peter Blach:* Du coachst für Live-Formate ebenso wie für digitale Veranstaltungen. Wo liegen die Unterschiede?

**Carsten Knieriem:** Im Live-Format spielt Energie im Raum eine enorme Rolle. Ein Moderator arbeitet mit dem Raum, mit der Stimmung, mit der Dynamik im Publikum. Er spürt unmittelbar, wie Aussagen ankommen, und kann darauf reagieren.

Im digitalen Format fehlt diese unmittelbare Rückkopplung. Die Kamera ersetzt das Publikum nicht. Gleichzeitig wirkt sie wie eine Lupe. Jede kleine Bewegung, jede Mimikveränderung wird stärker wahrgenommen. Sprache muss präziser sein, Gestik kontrollierter, Mimik bewusster.

Was beide Formate verbindet, ist die Notwendigkeit von Klarheit. Ein Moderator muss wissen, was er sagen will, warum er es sagt und in welcher Rolle er es sagt. Diese Klarheit ist die Grundlage für jede Form von Präsenz.

*Peter Blach:* Welche konkreten Fähigkeiten lassen sich im Coaching trainieren?

**Carsten Knieriem:** Sehr viele. Das ist lernen fürs Leben. Ein zentrales Thema sind Pausen. Pausen sind eines der mächtigsten Werkzeuge in der Moderation – beim Sprechen allgemein. Sie geben dem Publikum Zeit, Inhalte zu verarbeiten. Sie verleihen Aussagen Gewicht.

Im Coaching arbeiten wir intensiv an der Struktur. Ein Vortrag braucht eine klare Hauptbotschaft. Diese wird idealerweise von drei, maximal fünf Unterbotschaften gestützt. Alles muss auf diese Kernidee einzahlen. Wenn diese Struktur nicht vorhanden ist, entsteht Unschärfe. Und das ist ähnlich bei der Moderation. Hier zählt gute Moderation auf die Erreichung der inhaltlichen Ziele ein.

Ein weiterer Schwerpunkt sind Übergänge. Nach einem Vortrag nur Danke an den Referenten zu sagen, reicht nicht. Der Moderator sollte Inhalte verdichten, vielleicht in einem Satz zusammenfassen oder eine inhaltliche Frage formulieren, die dem Referenten die Möglichkeit gibt, seine Kernbotschaft kurz und knapp wiederholen zu können. So entsteht Führung durch Moderation.

Sprache ist ein großes Feld. Abwechslung in der Betonung und im Sprachrhythmus sind super wichtig, damit das Publikum der Moderation gerne folgt. Oder auch der bewusste Einsatz von Hesitationsmarkern, also Denklauten oder sprachlichen Platzhaltern, kann Natürlichkeit erzeugen. Zu viele davon wirken unsicher, gar keine können steril erscheinen. Es geht um Balance.

*Peter Blach:* Viele Moderatoren kennen ihre eigenen Schwächen. Manche reagieren bei Unsicherheit zum Beispiel mit flapsigem Humor oder biedern sich an. Lässt sich so etwas verändern?

**Carsten Knieriem:** Ja, grundsätzlich schon. Zunächst klären wir die Frage der Rolle eines Moderators. Welche Wirkung möchte er erzielen? Humor kann ein starkes Mittel sein, wenn er zur Rolle passt. Wenn er jedoch als Schutzmechanismus eingesetzt wird, wirkt er schnell unpassend.

Nervosität ist ein häufiges Thema. Sie ist normal. Bis zu einem gewissen Grad sogar gut. Es gibt körperliche Übungen, Atemtechniken und mentale Strategien, um damit umzugehen. Manche Menschen profitieren von kurzen, intensiven Bewegungsübungen vor dem Auftritt. Andere arbeiten besser mit innerer Fokussierung.

Ein Coaching in diesem Bereich ist immer individuell. Es gibt keine Standardlösung für alle Anforderungen.

*Peter Blach:* Es gibt auch Moderatoren, die permanent über die Bühne laufen oder das Mikrofon falsch halten – zum Beispiel in Bauch- oder Brusthöhe. Kann man so etwas abtrainieren?

**Carsten Knieriem:** Kann man und muss man im Sinne der Wirkung. Ich möchte die beste, authentische Version meines Coachees auf die Bühne bringen. Bewegung ist nicht per se falsch. In großen Räumen kann

es sinnvoll sein, verschiedene Publikumsbereiche bewusst anzugehen. Entscheidend ist, dass Bewegung die Aussage unterstützt.

Unruhiges Umherlaufen lenkt ab. Gleiches gilt für eine unsichere Mikrofonführung. Solche Muster entstehen häufig aus Nervosität oder fehlender Selbstwahrnehmung. Durch Videoanalyse und gezieltes Feedback lassen sich diese Gewohnheiten gut korrigieren.

Moderationstechnik darf nie Selbstzweck sein. Sie muss die Botschaft unterstützen.

*Peter Blach:* Welche Rolle spielt das Thema Rollenbewusstsein?

**Carsten Knieriem:** Eine ganz zentrale. Jedes Coaching beginnt mit der Frage: In welcher Rolle möchtest du auftreten? Bist du Vermittler, Motivator, kritischer Fragesteller oder Impulsgeber?

Das ist sowohl im Speaker- als auch im Moderatoren-Coaching wichtig. Insbesondere bei Führungskräften ist das entscheidend. Ein CEO, der vor mehreren tausend Mitarbeitern spricht, muss Orientierung geben. Das Publikum kennt ihn. Es geht nicht um Selbstdarstellung, sondern um Einordnung und Richtung.

Rollenbewusstsein schafft Haltung. Und aus Haltung entsteht Wirkung. Wenn Rolle, Anlass und Persönlichkeit zusammenpassen, wirkt eine Moderation stimmig.

*Peter Blach:* Wie wichtig sind Spontaneität und Improvisation? Und wie stehst du zu Moderationskarten?

**Carsten Knieriem:** Spontaneität ist ein wichtiger Bestandteil, vor allem bei Live-Events. Sie zeigt Präsenz und Reaktionsfähigkeit. Aber sie funktioniert nur auf Basis guter Vorbereitung.

Moderationskarten sind kein Problem. Sie geben Sicherheit. Entscheidend ist, dass man sich nicht von ihnen abhängig macht. Wer ausschließlich abliest, wirkt schnell unsicher und verliert den Kontakt zum Publikum.

Gute Vorbereitung bedeutet, die Kernaussagen wirklich zu verinnerlichen. Dann kann man formulieren, variieren und improvisieren, ohne den roten Faden zu verlieren. Meine Meinung: Gute Vorbereitung macht 90 Prozent des Erfolgs aus.

*Peter Blach:* Kannst du beschreiben, wie sich die Wirkung eines Moderators durch Coaching konkret verändern kann?

**Carsten Knieriem:** Oft beginnt es mit dem Bewusstsein der eigenen Wirkung. Viele Menschen reflektieren nicht, wie sie wirken. Wenn sie sich dann während des Coachings selbst auf Video sehen, können wir für so manchen Aha-Effekt sorgen.

Wir arbeiten an Haltung, Klarheit, Blickführung, Stimmführung, Gestik, Mimik und Struktur. Schon kleine Veränderungen können große Wirkung entfalten. Ein klar gesetzter Einstieg, eine bewusste Pause, ein präziser Übergang – das verändert die Wahrnehmung durch das Publikum deutlich.

In den meisten Fällen lässt sich die Wirkung spürbar steigern. Es gibt allerdings Grenzen. Manche Menschen verfügen nur über ein sehr geringes Sprachgefühl oder haben Schwierigkeiten, Gedanken strukturiert auszudrücken. In solchen Fällen braucht es deutlich mehr Zeit.

Ich sehe mich dabei auch in einer Schutzfunktion gegenüber meinen Coachees. Wenn sich ein Sprecher oder Moderator für einen wichtigen Auftritt vorbereiten will, prüfe ich realistisch, was in der verfügbaren Zeit erreichbar ist. Ziel ist immer, Menschen zu stärken und sie nicht zu überfordern.

*Peter Blach:* Gibt es so etwas wie Trends oder Entwicklungen in der Moderation?

**Carsten Knieriem:** Ich sehe weniger modische Trends als eine zunehmende Bedeutung von schlüssiger Erscheinung auf der Bühne. Sprache, Tonalität und Auftreten müssen zum Anlass passen.

Es gibt viele Menschen, die moderieren möchten und sich an einem Vorbild entlang hangeln wollen. Doch Professionalität entsteht nicht durch Nachahmung bekannter Persönlichkeiten. Erfolgreiche Moderatoren haben ihre Rolle klar definiert und zahlen konsequent darauf ein. Vorbereitung und Selbstreflexion spielen dabei eine zentrale Rolle.

Gerade Moderatoren oder Speaker, die sehr spontan wirken, sind in der Regel hervorragend vorbereitet. Jede Pointe, jede Pause, jeder Übergang ist durchdacht, geübt und wird gezielt eingesetzt.

Am Ende geht es immer um Klarheit, Orientierung und Wirkung. Wenn diese drei Elemente zusammenkommen, entsteht glaubwürdige Präsenz. Und diese Präsenz ist die Grundlage jeder erfolgreichen Moderation.

*Peter Blach:* Vielen Dank.

## Vom Bühnendebüt bis zum Profi-Coaching: Welche Moderationsschulungen sich für die Eventbranche eignen und worauf es bei der Auswahl ankommt

Wer vor die Kamera, ans Mikrofon oder auf die große Eventbühne möchte, benötigt ein Training in Auftreten, Sprechtechnik, Dramaturgie und Interviewführung. Der Markt für Moderationsschulungen in Deutschland ist breit gefächert und lässt sich grob in zwei Bereiche unterteilen: Medien- und Bühnenmoderation auf der einen Seite, Business- und Workshop-Moderation auf der anderen. Für Fachleute aus der Eventbranche sind vor allem Programme relevant, die auf Live-Situationen, Publikumsinteraktion und Bühnenpräsenz ausgerichtet sind.

Die Formate reichen von offenen Präsenzseminaren über mehrstufige Zertifikatslehrgänge bis hin zu Inhouse-Trainings und Einzelcoachings. Offene Seminare dauern in der Regel ein bis drei Tage und kombinieren Praxisübungen mit Video-Feedback. Zertifikatslehrgänge setzen auf modulare Strukturen mit Grundlagen- und Aufbaukursen. Inhouse-Schulungen werden auf die spezifischen Veranstaltungsformate von Agenturen oder Unternehmen zugeschnitten, während Einzelcoachings gezielt auf konkrete Events vorbereiten.

Inhaltlich gehen professionelle Schulungen für die Eventbranche über allgemeine Rhetorik hinaus. Zu den zentralen Themen zählen die Vorbereitung von Ablauf und Skript, Übergänge zwischen Programmpunkten, der Umgang mit Podium und Publikum sowie spontane Reaktionen. Hinzu kommen Stimme, Haltung, Bühnenpräsenz und der Einsatz von Veranstaltungstechnik.

Zu den etablierten Anbietern zählen die Moderatorenschule Baden-Württemberg mit einem modularen Zertifikatslehrgang, Moderatio mit dreitägigen Intensivtrainings sowie die ARD.ZDF Medienakademie und die Haufe Akademie mit kompakten Praxisformaten. Für Einsteiger eignen sich Grundlagenkurse, erfahrene Moderatoren profitieren eher von mehrstufigen Lehrgängen oder spezialisierten Coachings. Das Moderatorenwerk ist bekannt für praxisnahe Coachings und Online-Programme, die gezielt auf die Kamerapräsenz und das Moderationsbusiness vorbereiten.

Das IST-Studieninstitut bietet staatlich zugelassene Fernunterrichts-Kurse und Weiterbildungen zum Moderationstrainer an, die oft von bekannten TV-Profis geleitet werden.



Die Venues der Messe Berlin

# Messeplatz in der Hauptstadt



Sommergarten das Messegeländes in Berlin (alle Fotos: Messe Berlin)

IM JAHR 2026 FEIERT DIE MESSE BERLIN DEN 100. GEBURTSTAG EINES DER BEKANNTESTEN BAUWERKE DER HAUPTSTADT: DAS JUBILÄUM DES FUNKTURMS WIRD SEIT JAHRESBEGINN MIT DIVERSEN AKTIONEN GEFEIERT UND GEWÜRDIGT.

Mit rund 190.000 m<sup>2</sup> Ausstellungsfläche, 27 Hallen sowie ergänzenden Veranstaltungszentren wie CityCube Berlin und hub27 bietet die Messe Berlin mit ihrem Venue-Portfolio auch darüber hinaus eine der vielseitigsten Eventinfrastrukturen Europas. Die verschiedenen Möglichkeiten für Veranstalter stellen wir nachfolgend vor.

## BERLIN EXPO CENTER

Die Hallen 1 bis 6 bilden den südlichen Bereich des Messegeländes. Sie gehören zu den größten und meistgenutzten Ausstellungsbereichen des Geländes, mit großzügigen zusammenhängende Flächen von mehreren tausend Quadratmetern, hohe Decken, große Toranlagen für die Logistik sowie zahlreiche Versorgungsanschlüsse für Strom, Wasser und Daten. Durch ihre flexible Aufteilung eignen sie sich sowohl für internationale Fachmessen als auch für großflächige Produktpräsentationen.

Die Hallengruppe 7 mit den Hallen 7.1 und 7.2 umfasst mehrere modular nutzbare Hallensegmente, die je nach Veranstaltung einzeln oder als zusammenhängende Fläche genutzt werden können. Moderne Beleuch-

tungssysteme, flexible Standbaukonzepte und kurze Wege zu den Eingängen machen diesen Bereich auch attraktiv für Themenwelten und Sonderausstellungen.

Die Hallen 8 bis 12 befinden sich im zentralen Bereich des Messegeländes und bieten großzügige Ausstellungsflächen mit hoher Bodenbelastbarkeit. Dadurch eignen sie sich auch für die Präsentation von Maschinen, Fahrzeugen oder technischen Anlagen. Die Hallen verfügen über moderne Medien- und Kommunikationsinfrastruktur sowie direkte Verbindungen zu angrenzenden Hallenbereichen.



Messegelände Berlin

Hier soll die bisherige Halle 9 in den kommenden Jahren durch eine hochmoderne Venue mit dem Namen Dock9 ersetzt werden. Dock9 wird als „außergewöhnliche Eventlocation angekündigt, die ab 2029 urbanen Zeitgeist und modernes Design miteinander verbindet.

Die Hallen 13 bis 18 verbinden historische Architektur mit zeitgemäßer Veranstaltungs-

technik. Sie werden häufig für Fachausstellungen, Kongressbegleitmessen und exklusive Veranstaltungen genutzt. Einige dieser Hallen liegen in unmittelbarer Nähe zum Sommergarten und bieten dadurch zusätzliche Möglichkeiten für Outdoor-Events und Networking-Bereiche.

Im nördlichen Bereich des Geländes befinden sich die Hallen 19 bis 26. Diese Hallen zeichnen sich durch flexible Grundrisse, moderne technische Ausstattung und gute logistische Anbindungen aus. Sie bieten Voraussetzungen für internationale Fachmessen, Publikumsausstellungen und hybride Veranstaltungsformate. Die Größen der einzelnen Hallen variieren dabei von kompakten Spezialflächen bis hin zu großflächigen Ausstellungshallen mit mehreren tausend Quadratmetern Fläche.

Alle Messehallen der Messe Berlin verfügen über eine professionelle digitale Infrastruktur mit Glasfaseranbindung, Strom- und Medienanschlüssen, moderner Klima- und Lüftungstechnik, barrierefreien Zugängen sowie professionellen Sicherheits- und Brandschutzsystemen.

## CITYCUBE

Der CityCube Berlin bildet als Kongress- und Veranstaltungszentren eine zentrale Erweiterung des Messegeländes. Mit einer Gesamtfläche von rund 20.000 Quadratmetern vereint die Venue die Anforderungen eines internationalen Kongresszentrums mit den Möglich-

keiten einer modernen Messe- und Eventlocation. Das Gebäude erstreckt sich über mehrere Ebenen und bietet flexible Raumkonzepte. Herzstück sind zwei große, teilbare Veranstaltungshallen mit zusammen rund 11.000 Quadratmetern Fläche. Ergänzt werden diese durch zahlreiche Konferenzräume, Meetingbereiche und multifunktionale Veranstaltungsflächen, die sich flexibel an unterschiedliche Veranstaltungsformate anpassen lassen.

Der CityCube verfügt über modernste Veranstaltungstechnik, leistungsfähige Glasfaseranbindungen, professionelle Medien- und Streaminginfrastruktur sowie umfangreiche Möglichkeiten für hybride und digitale Events. Dank seiner direkten Anbindung an das Mes-



CityCube

segelände kann der CityCube nahtlos mit den umliegenden Messehallen kombiniert werden. So ist er verbunden mit zusätzlichen Konferenzsälen in der Halle 7 sowie mit den Messehallen 2 und 4 als zusätzliche Ausstellungsfläche.

## PALAIS

Das Palais am Funkturm ist eines der traditionsreichsten Veranstaltungsgebäude der Messe Berlin und verbindet historische Architektur mit moderner Veranstaltungsinfrastruktur. Das denkmalgeschützte Gebäude wurde ursprünglich in den 1950er-Jahren errichtet. Durch seine zentrale Lage auf dem Messegelände eignet sich das Palais am Funkturm für Kongresse, Galaveranstaltungen, Empfänge, Preisverleihungen, Firmenveranstaltungen und Networking-Events.



Palais am Funkturm



Palais am Funkturm

Das Gebäude verfügt über mehrere flexibel nutzbare Veranstaltungsräume unterschiedlicher Größe, die sich für kleine Meetings ebenso eignen wie für große gesellschaftliche Veranstaltungen mit mehreren hundert Gästen. Herzstück des Palais ist der Große Saal mit seiner repräsentativen Architektur, hohen Decken und großzügigen Fensterfronten. Ergänzt wird dieser durch weitere Konferenz- und Empfangsräume, die individuell kombiniert werden können.

## FUNKTURM

Der Berliner Funkturm ist nicht nur ein Wahrzeichen der Hauptstadt, sondern auch eine Eventlocation mit historischem Charme. In rund 55 Metern Höhe befindet sich das traditionsreiche Restaurant mit angrenzenden Veranstaltungsflächen, für Empfänge, Dinner-Events, Firmenveranstaltungen und exklusive Feiern. Im Zentrum steht hier die Aussicht über Berlin und das Messegelände sowie die ikonische Architektur.

## HUB27

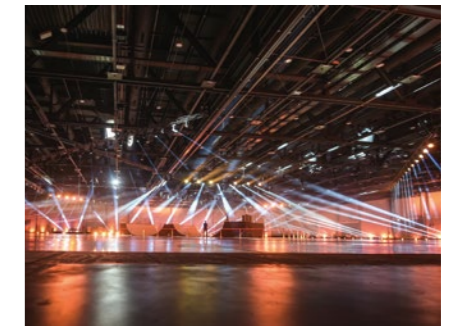
Das hub27 Berlin ist eine multifunktionale Event- und Messehalle und wurde speziell für die Anforderungen internationaler Großveranstaltungen entwickelt. Mit einer Hallenfläche von rund 15.000 Quadratmetern gehört das hub27 zu den größten säulenfreien Veranstaltungsflächen Europas.

Die großzügige, stützenfreie Architektur ermöglicht eine freie Raumgestaltung und schafft optimale Bedingungen für individuelle Veranstaltungskonzepte. Ergänzt wird die Hallenfläche durch zahlreiche Konferenz- und Besprechungsräume sowie großzügige Foyer- und Cateringbereiche, die flexibel in Veranstaltungskonzepte integriert werden können. Je nach Nutzung können mehrere tausend Teilnehmer gleichzeitig empfangen werden.

Die Dachterrasse des hub27 bietet einen Blick über das Messegelände und den Berliner Funkturm. Sie eignet sich ideal für Emp-

fänge, Networking-Events, Pausenbereiche oder begleitende Abendveranstaltungen im Rahmen von Messen und Kongressen.

Das hub27 verfügt über die für Events benötigte technische Infrastruktur mit Glasfaseranbindungen, umfangreicher Medien- und Veranstaltungstechnik sowie professionellen Lösungen für Streaming- und Hybridveranstaltungen. Die moderne Gebäudetechnik, hohe Decken und große Logistikzugänge ermöglichen zudem die Umsetzung komplexer Büh-



hub27

nen-, Messe- und Ausstellungsbauten. Auch hier ist der Vorteil eine direkte Anbindung an das bestehende Messegelände. Über kurze Wege ist die Halle mit den angrenzenden Messehallen sowie dem gesamten Berlin ExpoCenter City verbunden.

## SOMMERGARTEN

Der Sommergarten der Messe Berlin ist die große Freifläche auf dem Berliner Messegelände. Eingebettet zwischen den historischen Messehallen und in unmittelbarer Nähe zum Funkturm schafft die Outdoor-Venue eine besondere Atmosphäre, die sich von klassischen Messe- und Kongressflächen unterscheidet. Mit ihren großzügigen Außenflä-



Sommergarten

chen eignet sie sich für Open-Air-Veranstaltungen, Produktpräsentationen sowie gastronomische Konzepte im Rahmen von Messen und Kongressen.



House of Makers (Foto: Rock&amp;Stars)

Rock&Stars inszenierte O'Keeffe's bei Influencer-Event

## „House of Makers“ in Solingen

Rock&Stars hat die Marke O'Keeffe's beim Influencer-Event „House of Makers“ in Solingen gezielt in die DIY- und Handwerk-Community integriert. Statt auf klassische Reichweitenmechaniken setzte die Hamburger Agentur auf persönliche Begegnungen und authentische Markenerlebnisse.

Rund 40 ausgewählte Creator aus den Bereichen DIY, Garten und Handwerk kamen beim Event zusammen, um gemeinsam Content zu produzieren, Erfahrungen auszutauschen und verschiedene Marken im direkten Einsatz kennenzulernen. Mit dabei war auch O'Keeffe's, ein Pflegeprodukt für stark beanspruchte Hände. Zwischen Workshops, kreativen Sessions und Networking konnten die Teilnehmer O'Keeffe's direkt im

Arbeitsalltag testen. Rock&Stars verantwortete die strategische Integration der Marke und entwickelte ein Setup, das Community Building und organische Content-Produktion fördern sollte.

Im Mittelpunkt stand dabei nicht die reine Reichweite, sondern die Passung zwischen Marke und Community. Die eingeladenen Creator stehen für praxisnahen Content und glaubwürdige Empfehlungen – ein Umfeld, das laut Veranstalter ideal zur Positionierung von O'Keeffe's passt.

Mit dem Konzept wollte Rock&Stars bewusst über klassische Influencer-Kampagnen hinausgehen. Statt einzelner Postings standen reale Nutzungssituationen und persönliche Erfahrungen im Vordergrund. Dadurch konnte

Content entstehen, der stärker aus dem direkten Erleben der Marke heraus entwickelt wurde.

„Influencer-Marketing funktioniert heute dann am stärksten, wenn Marken nicht einfach integriert, sondern tatsächlich erlebt werden können. Genau diese Erlebnisse schaffen nachhaltige Sichtbarkeit und echte Markenbindung“, erklärt Amelie Ferrero, Assistant Brand Manager bei O'Keeffe's.

Rock&Stars ist eine inhabergeführte Marketing-Agentur, die Unternehmen entlang der gesamten Marketing-Wertschöpfungskette betreut. Dazu gehören Strategie, Markenführung, Content, Performance Marketing sowie Influencer-Marketing. Mit der „RockEngine“ setzt die Agentur auf ein KI-gestütztes Operating System für datenbasiertes Marketing.

Beeftea realisierte Finale in Berlin

## „The Pitch by Deel“

Die Berliner Agentur Beeftea group hat das Berliner Regional-Finale des internationalen Startup-Wettbewerbs „The Pitch by Deel“ realisiert. Im Auftrag des HR- und Payroll-Anbieters Deel verantwortete die Agentur die Planung und Durchführung der Veranstaltung sowie die Livestream-Produktion. Berlin war die vierte Station der Wettbewerbsreihe, die zudem in Tel Aviv, Dubai, Singapur, Paris, London und New York ausgetragen wird.

Der Wettbewerb richtet sich an Startups aus verschiedenen Wachstumsphasen. Weltweit mehr als 20.000 Gründer hatten sich dazu beworben. Die Auswahlquote für die Teilnahme an den Regional-Finals lag demnach bei 0,05 Prozent. Die jeweiligen Sieger der sieben

Regional-Finals erhalten ein SAFE-Investment in Höhe von 50.000 US-Dollar und qualifizieren sich für das internationale Global Finale. Dort treten bis zu zehn Teams um ein Preisgeld von einer Million US-Dollar an. Insgesamt verfügt das Format über ein Investitionsvolumen von bis zu 15 Millionen US-Dollar.

Zu den Präsentationspartnern von „The Pitch by Deel“ zählt J.P. Morgan. Weitere Partner des Wettbewerbs sind a16z, Google, Stripe und Ribbit Ventures.

Für die Umsetzung in Berlin übernahm Beeftea die Eventplanung und koordinierte die beteiligten Stakeholder von der Konzeption bis zur Durchführung. Darüber hinaus verantwortete die Agentur das Venue Management,

die kreative Gestaltung der Markeninszenierung sowie die technische Produktion. Dazu gehörten Bühnendesign, Licht- und Tontechnik, Ablaufregie für die Live-Pitches und Panels sowie die technische Leitung der Veranstaltung.

Ein weiterer Schwerpunkt lag auf der Livestream-Produktion. Dadurch wurde der Event nicht nur für die Teilnehmer vor Ort, sondern auch für ein internationales Online-Publikum zugänglich gemacht. Die Veranstaltung richtete sich an Gründer, Investoren und die Berliner Startup-Szene.

Die Umsetzung durch die Berliner Agentur erfolgte in enger Abstimmung mit Deel. Die Agentur betreute das Projekt von der ersten Planungsphase bis zur Sendeabwicklung.

### jobs + karriere

\_ Das Berliner Unternehmen *EightSix* erweitert sein Führungsteam und ernennt **Franziska Küttner** zur Client Service Director. Küttner, die zuletzt als Account Direktorin bei *Jung von Matt* Hamburg tätig war, verantwortet ab sofort die strategische Kundenführung sowie die Betreuung laufender Projekte. EightSix begleitet internationale Marken wie Siemens Hausgeräte, Deichmann, Douglas, Ferrero und Otto dabei, konsistente Sound-Identitäten aufzubauen.

\_ Die Stuttgarter Kommunikationsberatung *echolot public relations* verstärkt sich mit **Detlef Sieverdingbeck** als Senior Advisor. Der gelernte Journalist leitete über 20 Jahre die Kommunikations- und Marketingabteilungen von Unternehmen aus dem Maschinen- und Anlagenbau, Automotive und der Elektro-Branche unter anderem für die *Harting Technologiegruppe*, *Linde Material Handling* und *Schaeffler*.

\_ **Celia Pelaz** [48] wird zum 1. Oktober 2026 CEO „Defence & New Space“ von *Schaeffler* und übernimmt in dieser Funktion die Leitung der Geschäftsführung bei *STech Defence*. Celia Pelaz war zuletzt seit Anfang 2025 Chief Operating Officer (COO) und Mitglied des Management Boards bei *Spire Global*, einem weltweit führenden Anbieter von Satellitendaten, -analysen und -aufklärung. Sie begann ihre berufliche Karriere im Jahr 2001 beim europäischen Luft- und Raumfahrt- sowie Rüstungskonzern *EADS*.



Rosa Greul und Inge Tremmel (v.l., Foto: NürnbergMesse Austria)



Nino Gruettke (Foto: Messe München)



Christian Heuer (Foto: what when why)



André Furtkamp (Foto: Joke Event)

#### FÜHRUNGSWECHSEL BEI DER NÜRNBERGMESSE AUSTRIA

Nach über zehn Jahren an der Spitze der Wiener Niederlassung übergibt **Inge Tremmel** die operative Leitung der *NürnbergMesse Austria (NMA)* zum 1. August 2026 an ihre langjährige Kollegin **Rosa Greul**.

Seit der Gründung der NürnbergMesse Austria hat Inge Tremmel den Standort Wien aufgebaut und geprägt. Unter ihrer Führung etablierte sich die NMA als Ansprechpartnerin für österreichische Wirtschaftsunternehmen, Partner sowie das Fachpublikum – sowohl am Messeplatz Nürnberg als auch auf internationalen Veranstaltungen weltweit.

Mit Rosa Greul übernimmt nun eine langjährige Wegbegleiterin die Leitung der Niederlassung. Bereits seit 2018 ist sie als Senior Sales & Project Manager Teil der NürnbergMesse Austria und hat das operative Geschäft in den vergangenen Jahren mitgestaltet. Ihre Erfahrung aus der Eventbranche brachte sie insbesondere bei der Entwicklung der Austrian Pavilions auf der Enforce Tac 2025 und 2026 ein.

#### NINO GRUETTKE WIRD NEUER CEO DER MESSE MÜNCHEN ASIEN

**Nino Gruettke** wurde zum 1. Juni 2026 neuer CEO von *MMI Asia*, der Tochtergesellschaft der *Messe München* in Südostasien. Er folgt in dieser Funktion auf **Michael Wilton**.

Nino Gruettke blickt auf eine über 21-jährige Berufserfahrung in der internationalen Messe- und Veranstaltungsindustrie zurück, mehrere Jahre davon in zentralen Führungs- und Managementfunktionen. Gruettke kommt vom amerikanischen Medienunternehmen *Semafor*, für das er als Senior Vice President International Events exklusive C-Level-Veranstaltungen im Mittleren Osten, Afrika und Asien verantwortete. Zuvor war er bei *Informa* beschäftigt, unter anderem als Chief of Staff bei Informa Markets. Im Zeitraum von 2018 bis 2024 zeichnete er bereits als CEO Asia bei der B2B-Mediengruppe *Tarsus* für die Geschäftstätigkeit und das Wachstum in China und dem südostasiatischen Raum verantwortlich. Seine berufliche Karriere begann der gebürtige Deutsche bei der *Messe Berlin*.

#### CHRISTIAN HEUER WURDE COO BEI WHAT WHEN WHY

Die Agentur *what when why* hat **Christian Heuer** zum Prokuristen und Chief Operating Officer ernannt. Heuer ist seit 2021 im Unternehmen tätig. Er startete als Projektmanager und übernahm im weiteren Verlauf zusätzliche Verantwortung in der Steuerung von Projekten und Teams.

Heuer studierte Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Event-, Messe- und Kongressmanagement. Vor seinem Einstieg bei *what when why* sammelte er rund fünf Jahre Erfahrung in Livekommunikation und Projektmanagement. Bereits während des Studiums war er als Project Assistant im *Driving Center* Baden-Baden tätig. Von 2017 bis 2021 arbeitete er bei *trend factory* in Rottweil, zunächst als Trainee, später als Junior Project Manager.

Bei *what when why* verantwortete Heuer unter anderem Projekte für Trumpf und Dürr, die mit Awards ausgezeichnet wurden.

In seiner neuen Funktion steuert Christian Heuer nun die operativen Abläufe der Agentur.

#### JOKE EVENT STÄRKT AUTOMOTIVE-KOMPETENZ

Die *Joke Event AG* baut ihre Position im Automotive-Bereich weiter aus und konnte mit **André Furtkamp** einen ausgewiesenen Experten für Livekommunikation, Markeninszenierung und internationale Automotive-Events gewinnen. Mit seiner langjährigen Erfahrung soll er die Positionierung von *Joke Event* im Segment strategischer, premiumorientierter Automotive-Events weiter schärfen.


André Furtkamp, gebürtiger Sauerländer und Fachwirt für Messe-, Tagungs- und Kongresswirtschaft, war viele Jahre bei *Oliver Schrott Kommunikation (OSK)* in Köln tätig. Dort entwickelte er sich vom Eventkoordinator zum Account Director Live Kommunikation und verantwortete weltweit Projekte für Mercedes-Benz, Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach und smart. Zu seinen Schwerpunkten zählten Testdrives, internationale Messeauftritte, Weltpremierer und dynamische Fahrveranstaltungen.

## MARKETING SERVICES

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

### DROHNESHOWS UND SHOWACTS



 Veranstaltungstechnik König | \_ Moritz König | Wir machen Events unvergesslich & erlebbar.  
Eichenäckerweg 4 | M +49 (0) 1573 9038497 | LumenAir liefert Drohnenshows für Indoor- und Outdoor-Events.  
89081 Ulm | moritz@vt-koenig.de | SplashX inszeniert Wasser als multimediales Highlight.  
vt-koenig.de | Für jede Produktion das passende Highlight.

### EVENT-AGENTUREN

#### fischerAppelt, live marketing

fischerAppelt, live marketing GmbH | Widersdorfer Str. 205 | D-50825 Köln | T +49 (0)221 56938-0 | live@fischerappelt.de | www.linkedin.com/company/fischerappelt  
Weitere Standorte:  
Hamburg | +49 (0)40 899699-0  
Berlin | +49 (0)30 726146-0  
München | +49 (0)89 747466-0

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!



Kreativagentur | \_ Natalie Driesnack | T 0221 168 475 77 | info@formatc-live.com | info@streconflex.de | hello@schokoladen-fabrik.com | www.formatc-live.com  
Live-Kommunikation | \_ Tobias Weber  
Medienproduktion | Neuer  
Eventlocation | Weyerstraßerweg 135  
Live-Stream Anbieter | 50969 Köln

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.

**newslounge.de**  
CONTENT REIN. SICHTBARKEIT RAUS.  
WWW.NEWSLOUNGE.DE  
INFO@NEWSLOUNGE.DE

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

### EVENT-AGENTUREN




JOKE Event AG | Herbststraße 31 | T 0421 37888-0 | JOKE inszeniert Marken, schafft Erlebnisse, begeistert Menschen.  
Creating Memories | 28215 Bremen | F 0421 37888-88 | 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 | kontakt@joke-event.de  
Frankfurt/Main | www.joke-event.de  
Stuttgart  
München  
Wien | www.joke-event.at



livewelt GmbH & Co. KG | Berliner Str. 133 | T +49 (0) 5241 21090-0 | 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.  
\_ Ole Ternes | 33330 Gütersloh | info@livewelt.de  
Geschäftsführer | www.livewelt.de



 marbet | Karl-Kurz-Straße 44 | Erleben Sie neue Servicestandards der Live-Kommunikation:  
Marion & Bettina | 74523 Schwäbisch Hall | Wir machen Events, Live-Kampagnen und Markenerlebnisse,  
Würth GmbH & Co. KG | T +49 791 49380-100 | die wirken und bleiben. Live. Digital. Hybrid.  
Agentur für | info@marbet.com | Schwäbisch Hall . Düsseldorf . Frankfurt . Hamburg .  
Live-Kommunikation | marbet.com | München . Barcelona

**MEDIA BOARD** | Digitale Ausgaben unter: [www.blachreport.de](http://www.blachreport.de)

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

EVENT-AGENTUREN






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 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 beeindruckend 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.**



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!



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 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, Huaihaihong 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-FACHMESSEN

boe international – International trade fair for innovative event solution 20. – 21. Januar 2027 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.
---	---	---	---

AKTUELLES IM INTERNET \_ WWW.BLACHREPORT.DE

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

MEDIEN- / LED-WÄNDE



**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

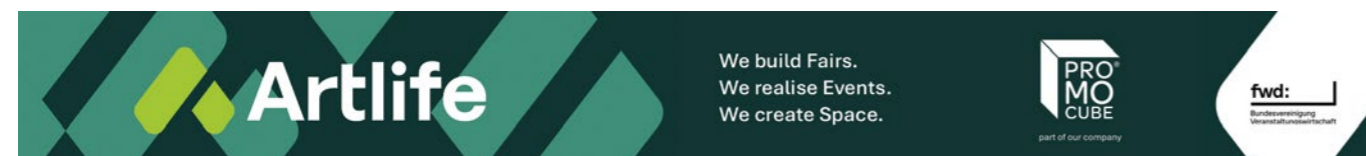


**AMECKO GmbH**

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.



**Artlife GmbH**  
\_ Stephan Haida  
\_ Manfred Pütz

Hessenstraße 6  
65719 Hofheim

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

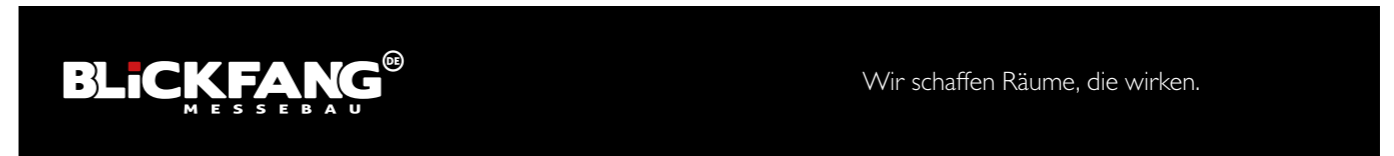
One-stop solution: Design | Project Management | In-house Production | Logistics.  
Konzeption und Konstruktion, Planung und Produktion individueller Ausstattungen und Spezialbauten für alle Arten räumlicher Markenarchitektur wie Messen, Events, Roadshows sowie Bühnen- und Themen-Sets. Artlife ist nach DIN ISO 14001 Umweltmanagement zertifiziert.

**MEDIA BOARD**

Digitale Ausgaben unter:  
[www.blachreport.de](http://www.blachreport.de)

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

MESSE- / EVENTBAU



**BLICKFANG Messebau GmbH**

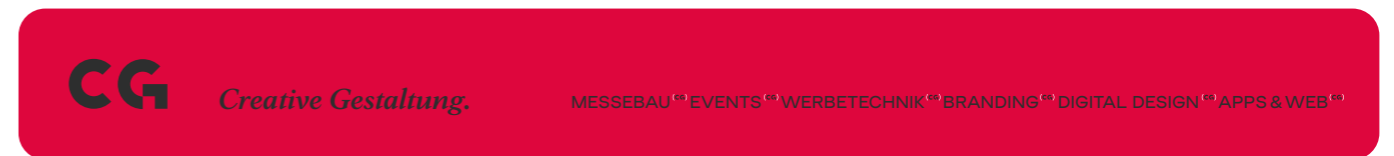
München  
Markus Galle  
T +49 (0) 221 / 96 97 91 0  
beratung@blickfang.de  
www.blickfang.de  
Waltherstraße 78  
51069 Köln

München  
Stephan Sluyter  
hamburg@blickfang.de

Stuttgart  
Leo von Caprivi  
stuttgart@blickfang.de

Köln  
Patrick Esser  
koeln@blickfang.de

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



**Creative Gestaltung GmbH**

Heininger 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.



**DEKO-Service Lenzen GmbH**  
www.deko-service.net  
Event / Expo / Live Marketing

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

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

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

**NA+1 DER PLUS-FAKTOR**

**STANDORTE**  
LIMBURG  
BERLIN  
SARDINIEN  
PRAG

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

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

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

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

MIETMÖBEL / EVENTLOGISTIK / SONDERBAU / EVENTCATERING

**ADEXPO**<sup>+</sup>  
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](http://www.adexpo.de).



**BlachReport**  
Ranking Event Catering  
3. Platz

WISAG Event Service  
GmbH & Co. KG

Isarstrasse 1  
65451 Kelsterbach

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

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

VERANSTALTUNGSTECHNIK

**Aventem**

HÖREN · SEHEN · STAUNEN



Aventem GmbH  
Audiovisuelle  
Dienstleistungen

Düsseldorf  
Herderstraße 70  
40721 Hilden

T +49 2103 25230-0

Berlin  
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.

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

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

VERANSTALTUNGSTECHNIK

**btl**<sup>x</sup>

Live.Digital.On-site

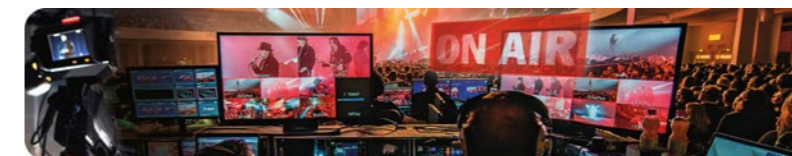


btl next GmbH

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.



**epicto**<sup>®</sup> LIVING EXPERIENCE

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.

**STUDIO BLACH**  
Alles über Live-Kommunikation  
REPORTAGEN UND TALKS FÜR  
INSIDER AUS DEM MICE BUSINESS



INSIDE

# Chris Braunstein



Chris Braunstein (Foto: Kompass2b)

CHRIS BRAUNSTEIN IST ZUSAMMEN MIT PHILIPP BÜHR PARTNER BEI KOMPASS2B IN ALLING SOWIE DOZENT UND SPEAKER IN DEN BEREICHEN SPORT- UND EVENTMANAGEMENT, DIGITALISIERUNG IM SPORT SOWIE DIGITAL SKILLS & PROJEKT-MANAGEMENT.

### Warum schlägt Ihr Herz für die Veranstaltungsbranche?

Weil Veranstaltungen Menschen zusammenbringen und besondere Momente schaffen. Mich begeistert, wenn aus einer Idee Schritt für Schritt ein Erlebnis wird — mit Planung, Emotionen, Atmosphäre und ganz vielen Details. Genau diese Mischung aus Kreativität, Organisation, Teamwork und Menschlichkeit macht die Veranstaltungsbranche für mich so spannend.

### Welchen Traum wollen Sie sich noch erfüllen?

Ich möchte irgendwann mein eigenes Buch schreiben – am liebsten im Rahmen meiner Forschung im Bereich Fußballstadien. Stadien sind für mich viel mehr als nur Orte, an denen Sport stattfindet: Sie erzählen Geschichten, schaffen Emotionen und verbinden Menschen. Genau diese Faszination würde ich gern einmal in einem Buch festhalten.

### Was macht Sie glücklich?

Italien macht mich glücklich – Pizza, Pasta und Aperol gehören dabei genauso dazu wie das italienische Flair, den ich liebe. Außerdem Cabrio-Touren durch die Alpen oder entspannte Abende mit Freunden. Es sind oft genau diese Momente, in denen man das Leben bewusst genießt.

### Was war bisher Ihre größte Herausforderung?

Meine größte Herausforderung war bisher, Studium, berufliche Aufgaben und persönliche Ziele gleichzeitig unter einen Hut zu bekommen. Gerade wenn vieles parallel läuft, ist es wichtig, den Überblick zu behalten, Prioritäten zu setzen und trotzdem motiviert zu bleiben.

### Was machen Sie gegen Stress?

Ich versuche, wieder Struktur in meine Gedanken zu bringen – mit To-do-Listen, Prioritäten und kurzen Pausen. Außerdem hilft manchmal einfach ein Moment Abstand, um wieder klarer zu sehen.

### Wen möchten Sie gern einmal kennenlernen?

Cristiano Ronaldo. Nicht nur wegen seiner sportlichen Erfolge, sondern vor allem wegen seiner Disziplin, seines Ehrgeizes und seiner mentalen Stärke. Mich würde interessieren, wie er es schafft, über so viele Jahre auf absolutem Weltklasseniveau zu bleiben.

### Welches Buch haben Sie zuletzt gelesen?

Zuletzt habe ich ‚Die Gesetze der Gewinner‘ von Bodo Schäfer gelesen. Das Buch hat mich so überzeugt, dass ich es sogar zweimal gekauft habe: einmal, um darin Notizen zu machen, und einmal als ‚heiliges und unberührtes‘ Exemplar.

### Was sollen wir hören: Ihr aktueller Musiktipp?

Mein Geheimtipp ist Schlager-Rap von Künstlern wie Tream. Ich finde die Kombination richtig cool – Schlager-Vibes gemischt mit Rap, das bleibt direkt im Kopf und macht gute Laune.

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

Daheim schmeckt's am besten. Gerade jetzt, wenn die Sommerzeit kommt, freue ich mich besonders auf die Grillsaison – gutes Essen, entspannte Stimmung und schöne Abende mit Freunden oder Familie.



# BlachReport

Stelle deine Frage – die KI durchsucht präzise  
24 Monate BlachReport für dich ...



z. B. Welche Event-Trends prägen 2026?



Präzise  
Ergebnisse



Unzählige  
Trends & Insights



24 Monate  
BlachReport  
Archiv



Dein Wissensvorsprung.  
In Sekunden.

## 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

# DASS NIEMAND ~~DAS NIEMAND~~ ~~DARÜBER SPRICHT,~~ WAR GESTERN.

AUSZUG AUS DOSSIER:  
NL-2026/05

VERTRAULICH // NICHT ZUR  
VERÖFFENTLICHUNG!

- Medienkommunikation war gestern oft kompliziert, langsam und teuer.
- newslounge.de ermöglicht Reichweite, Sichtbarkeit, Effizienz, Relevanz.
- Der digitale Newsroom verbindet klassische Pressearbeit mit digitaler Sichtbarkeit - speziell für die Veranstaltungswirtschaft im DACH-Raum. Aus deinem Content wird maximale Reichweite.



**newslounge.de**  
CONTENT REIN.  
SICHTBARKEIT RAUS.