

**Dull  
Entertainment**

Fachagentur für Erlebnismarketing  
[www.dull-entertainment.de](http://www.dull-entertainment.de)

**N!**  **NACHHALTIGES  
WIRTSCHAFTEN**



CC-0, Public Domain

# WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

2017

**DULL ENTERTAINMENT GMBH**



## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Über uns</b>	<b>1</b>
<b>2. Die WIN-Charta</b>	<b>2</b>
<b>3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement</b>	<b>3</b>
<b>4. Unsere Schwerpunktthemen</b>	<b>4</b>
Leitsatz 04: Ressourcen	4
Leitsatz 06: Produktverantwortung	6
Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken	7
<b>5. Weitere Aktivitäten</b>	<b>8</b>
Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange	8
Umweltbelange	9
Ökonomischer Mehrwert	9
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption	10
Regionaler Mehrwert	11
<b>6. Unser WIN!-Projekt</b>	<b>12</b>
<b>7. Kontaktinformationen</b>	<b>14</b>
Ansprechpartner	14
Impressum	14

## 1. Über uns

### UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Die Firma Dull Entertainment ist eine Fachagentur für Erlebnismarketing und ein Sachverständigenbüro für Events und bietet folgende Dienstleistungen an:

- Konzeption, Planung und Realisierung von Events, Incentives, Tagungen und Kongressen
- Full-Service MICE-Agentur (IATA zertifiziert)
- Langjährige Erfahrung aus über 3000 Projekten seit 1984
- Kreative, außergewöhnliche und innovative Event-, Messe- und Präsentationskonzepte
- Marketing- und Kommunikationskonzepte
- Nachhaltige Event- und Meetingkonzepte
- Green Events und Green Meetings
- Projektmanagement
- Eventanalyse
- Gutachten
- Qualitätsüberwachung
- Coaching

Dull Entertainment bietet hohe Professionalität, Kreativität, Objektivität und Diskretion. Mit über 3000 erfolgreich realisierten Projekten und langjähriger Erfahrung ist das Expertenteam weltweit tätig und schafft emotionale Plattformen, damit die Zielgruppe optimal angesprochen wird und das Thema, das Produkt oder die Dienstleistung in positiver Erinnerung bleibt. Dull Entertainment kreiert mit passenden Kommunikationskonzepten Marktplätze der Begegnung und ermöglichen echte Begegnungskommunikation, die Kommunikation von Menschen mit Menschen.

Der Geschäftsführer Günter Dull ist als Eventexperte Mitglied im ExpertenRing Region Stuttgart.

### WESENTLICHKEITSGRUNDSATZ

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Nachhaltigkeitsarbeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Nachhaltigkeitssituation unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

## 2. Die WIN-Charta

### BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT UND ZUR REGION

Mit der Unterzeichnung der WIN-Charta bekennen wir uns zu unserer ökonomischen, ökologischen und sozialen Verantwortung. Zudem identifizieren wir uns mit der Region, in der wir wirtschaften.

### DIE 12 LEITSÄTZE DER WIN CHARTA

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Nachhaltigkeitsverständnis.

#### Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

Leitsatz 01 – Menschen- und Arbeitnehmerrechte: *"Wir achten und schützen Menschen- und Arbeitnehmerrechte, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen."*

Leitsatz 02 – Mitarbeiterwohlbefinden: *"Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter."*

Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen: *"Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen."*

#### Umweltbelange

Leitsatz 04 – Ressourcen: *"Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."*

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: *"Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."*

Leitsatz 06 – Produktverantwortung: *"Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen."*

#### Ökonomischer Mehrwert

Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: *"Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."*

Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen: *"Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der baden-württembergischen Wirtschaft unterstreichen."*

#### Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

Leitsatz 09 – Finanzentscheidungen: *"Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im Kontext von Finanzentscheidungen."*

Leitsatz 10 – Anti-Korruption: *"Wir verhindern Korruption, decken sie auf und sanktionieren sie."*

#### Regionaler Mehrwert

Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: *"Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."*

Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken: *"Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeiter als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein."*

### ENGAGIERTE UNTERNEHMEN AUS BADEN-WÜRTTEMBERG

Ausführliche Informationen zur WIN-Charta und weiteren Unterzeichnern der WIN-Charta finden Sie auf [www.win-bw.com](http://www.win-bw.com).

# CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

## 3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 1.4.2017

### ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

	SCHWER- PUNKTSETZUNG	QUALITATIVE DOKUMENTATION	QUANTITATIVE DOKUMENTATION
Leitsatz 1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 4	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 6	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 9	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 12	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

### NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN!-Projekt: Plug-in-and-charge

Schwerpunktbereich:

- Energie und Klima       Ressourcen       Bildung für nachhaltige Entwicklung  
 Mobilität       Integration

Art der Förderung:

- Finanziell       Materiell       Personell

Umfang der Förderung: Bis jetzt 600 Stunden, 1300 eMails, 500 Telefonat, über 80 Meetings

Projektpate: Günter Dull

## 4. Unsere Schwerpunktt Themen

### ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- Leitsatz 04: Ressourcen
- Leitsatz 06: Produktverantwortung
- Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken

### WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Alle Leitsätze der WIN-Charta sind seit dem Tag der Gründung Bestandteile unserer Firmenphilosophie. Diese drei Leitsätze haben wir deshalb ausgesucht, da wir diese bei unseren Projekten am stärksten beeinflussen können, egal, ob als externer Berater oder bei der Konzeption, Planung und Realisierung. Als Projektverantwortliche können wir auch Einfluss auf Lieferanten und Dienstleister nehmen, die Leitsätze einbringen und in die Leistungsbeschreibungen einarbeiten.

### Leitsatz 04: Ressourcen

#### ZIELSETZUNG

*"Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."*

#### ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Wir konnten 9 Events, Meetings und Incentives an Veranstaltungsorten und Zielen platzieren, die sich der Nachhaltigkeit verpflichtet haben oder zertifiziert sind
- Wir haben den Einsatz von LED bei der Lichttechnik auf fast 100% erhöht
- Wir haben Abfall vermeiden können
- Wir haben bei allen Projekten fast keine Dosen oder Einwegflaschen mehr benutzt (Dies ist im Ausland, besonders im außereuropäischen Ausland nicht ganz so einfach, weil es oft die einzige Möglichkeit ist, sauberes Wasser zu bekommen)
- Wir haben mehr Fair-Trade-Produkte eingesetzt, vor allem Kaffee, Kakao, Schokoladen und Früchte
- Bio-Produkte und regionale Produkte wurden bevorzugt

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

## ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Im Rahmen unserer Möglichkeiten werden wir bei unseren Konzepten, bei der Planung und Umsetzung von Events, Meetings und Incentives so eng wie möglich und so frühzeitig wie möglich mit unseren Kunden zusammenarbeiten, um die Ressourcen bestmöglich zu nutzen

## INDIKATOREN

**Indikator 1:** Nachhaltige Destinationen / Grün zertifiziert

- 9 von 82 Projekten
- Im Vorjahr: 3

**Indikator 2:** LED-Lichttechnik

- 90%
- Zielsetzung bis 2020: 100%
- Im Vorjahr: 70%

## AUSBLICK

Im Rahmen unserer Möglichkeiten werden wir bei unseren Konzepten, bei der Planung und Umsetzung von Events, Meetings und Incentives so eng wie möglich und so frühzeitig wie möglich mit unseren Kunden zusammenarbeiten, um die Ressourcen bestmöglich zu nutzen

- Unser Ziel: Möglichst viele Events und Meetings unter dem Nachhaltigkeitsaspekt durchzuführen

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

## Leitsatz 06: Produktverantwortung

### ZIELSETZUNG

*"Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen."*

### ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Aufnahme von Nachhaltigkeitskriterien in die Konzeption und Planung
- Konkrete Überwachung der Nachhaltigkeit durch verantwortliche Mitarbeiter vor Ort

### ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Wir konnten bei einigen Kunden und Projekten die Nachhaltigkeitsaspekte einbringen. Da es sich um sehr große Projekte mit bis zu 3000 Gästen handelt, haben diese einen langen Planungsvorlauf und finden erst in diesem und nächsten Jahr statt. Es gibt daher noch keine Ergebnisse.

Wir sind aber überzeugt, dass wir einiges erreichen konnten.

### INDIKATOREN

Noch nicht

## Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken

### ZIELSETZUNG

*"Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeiter als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein."*

### ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Wir haben in unseren Konzepten versucht, Destinationen unter stärkeren thematischen und nachhaltigen Aspekten auszuwählen
- Wir haben alternative Destinationen zu den gewünschten Fernzielen angeboten
- Wir haben die Anreise mit der Bahn statt mit dem Flugzeug angeboten, geplant und abgewickelt
- Wir haben alternative Konzepte für Meetings und Kongresse in attraktive Nachbarstädte statt in überlaufenen und ökologisch überlasteten Touristenmetropolen angeboten

### ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Die Einbindung von nachhaltigen Gedanken in der Konzeption kommt bei den Kunden sehr gut, sobald sie über die Auswirkungen von Konzepten ohne Nachhaltigkeitsaspekt erkannt haben. Es scheitert manchmal an fehlendem Wissen, nicht geeignete Destinationen und Lokationen und am Festhalten der eigenen Wünsche.

Wir konnten durch entsprechende Planungen und Präsentation von nachhaltigen Alternativen einige Projekte positiv beeinflussen.

### INDIKATOREN

#### **Indikator 1:** Nachhaltige Destinationen

- Umsetzung unseres Konzepts für ein Meeting mit 250 Teilnehmern.  
Wechsel der Destination von Dubai nach Den Haag. 4 Tage mit 3 Übernachtungen statt 6 Tagen.  
Anreise mit der Bahn, statt mit dem Flugzeug
- Umsetzung unseres Konzepts für ein Incentive mit 50 Teilnehmern.  
Wechsel der Destination von USA nach Deutschland/Österreich  
Anreise größtenteils mit Bus und Bahn

#### **Indikator 2:** Grün zertifizierte Lokationen und Lieferanten

- Wir möchten möglichst viele Projekte in Sachen nachhaltige Destination positiv beeinflussen

## 5. Weitere Aktivitäten

### Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

#### LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir werden uns wie bisher für gute und sichere Arbeitsplätze einsetzen
- Wir werden weiterhin dafür sorgen, dass bei den von uns beauftragen Dienstleistern und Lieferanten die Arbeitsbedingungen und Löhne den Anforderungen der WIN-Charta entsprechen

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Dienstleister und Lieferanten werden durch unsere Vorgaben für das Thema Nachhaltigkeit sensibilisiert

Ausblick:

- Keine Änderung

#### LEITSATZ 02 – MITARBEITERWOHLBEFINDEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir werden weiterhin mit unseren Mitarbeitern, Dienstleistern und Lieferanten fair umgehen, unsere sehr gute Unternehmenskultur einbringen und die Aspekte der Ethik in allen Projektschritten berücksichtigen
- Wir werden die persönlichen Belange, das Wohlbefinden und die Work-Life-Balance unserer Mitarbeiter berücksichtigen

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Keine Änderung

Ausblick:

- Keine Änderung

# WEITERE AKTIVITÄTEN

## LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir werden mit unseren Dienstleistern und Lieferanten fair und offen umgehen
- Wir werden weiterhin auf langfristige Zusammenarbeit mit Dienstleistern, Lieferanten und Kunden setzen

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Keine Änderung

Ausblick:

- Keine Änderung

## Umweltbelange

### LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir werden unnötige Reisen vermeiden
- Wir werden ausschließlich LED- und Energiesparlampen verwenden
- Wir werden unsere Mitarbeiter dabei unterstützen, auch die Homeoffices entsprechend nachhaltig und ergonomisch einzurichten

## Ökonomischer Mehrwert

### LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir möchten unseren über 30-jährigen Erfolg mit Kompetenz und Zuverlässigkeit sichern
- Wir möchten neue Arbeitsplätze schaffen
- Durch unsere Mitgliedschaft im Expertenring Region Stuttgart möchten wir mehr Unternehmen in Baden-Württemberg als Kunden gewinnen und damit die Reisezeiten unserer Mitarbeiter verkürzen

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Projekte mit Mitgliedern des Expertenrings

## WEITERE AKTIVITÄTEN

- Neue Kunden und Projekte in Baden-Württemberg

### LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Mit unserem „Plug in and charge“-Projekt möchten wir die Elektromobilität fördern
- Durch reservierbare E-Ladepunkte möchten wir mehr Menschen dazu bewegen, auf E-Mobile umzusteigen

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Es dauert länger als erwartet, brachte uns aber auf neue Ideen und Lösungsansätze
- Zur Zeit laufend die Verhandlungen mit Partnern zur Gründung eines Start-ups

Ausblick:

- Hoffentlich geht es bald los

## Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

### LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im Kontext von Finanzentscheidungen."

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Wir können über finanzielle Anreize Kunden dazu bewegen, über nachhaltige Konzepte nachzudenken und die Nachhaltigkeit der „Green Meetings“ und „Green Events“ als Vorteil zu sehen

### LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Maßnahmen und Aktivitäten:

- In Sachen Anti-Korruption haben wir oft schon seit Jahren strenge Vorgaben unserer Kunden und werden uns weiterhin daran halten

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Wir werden Korruption unterbinden

## Regionaler Mehrwert

### LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir werden versuchen, unsere internationalen Kunden dazu zu bewegen, ihre Meetings, Tagungen, Events, Kongresse, Produktpräsentationen, Messen und Incentives in Baden-Württemberg durchzuführen. Wir werden bei unseren Angeboten und Konzepten alternative Destinationen im Ländle anbieten

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Wir konnten neue Kunden in Baden-Württemberg dazugewinnen

## 6. Unser WIN!-Projekt

Mit unserem WIN!-Projekt leisten wir einen Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region.

### **DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR**

Wir möchten die E-Mobilität fördern, indem wir Hotelketten dazu bewegen, reservierbar E-Ladeplätze anzubieten. Das Projekt ist neu. Die Idee ist von uns entwickelt worden.

Die Elektroautos werden in der Zukunft die Fahrzeuge mit Verbrennungsmotor ablösen. Antriebstechnisch, wirtschaftlich und aus Umweltgründen gesehen, könnten bereits viel mehr Fahrzeuge auf den Straßen unterwegs sein. Laut Prognosen werden in den nächsten 10 Jahren 15 bis 20% aller neu zugelassenen Fahrzeuge Elektroautos sein. Die potentiellen Käufer und Nutzer befürchten jedoch, mit leerem Akku stehenzubleiben oder keine erreichbare, bzw. freie Ladestation zu finden. Einerseits ist es das Reichweitenproblem, bedingt durch die Kapazität der Akkus, andererseits ist es die fehlende Möglichkeit, an vorher festzulegenden Stopps oder am Ziel das Fahrzeug aufzuladen. Die Möglichkeiten sind derzeit sehr gering, bzw. nicht vorhanden. Im Großraum Frankfurt gibt es zum Beispiel nur 56 Ladeplätze, in Frankfurt selbst nur 20. Keine einzige kann vorab verbindlich reserviert werden. Im Gegensatz dazu hat Norwegen bereits einen Anteil E-Autos von 32% und bietet eine umfangreiche Ladeinfrastruktur, z.B. an Straßenlaternen in den Innenstädten.

Die Tankstellen werden verschwinden. Als Ersatz muss es Ladestationen zu Hause und auf Parkplätzen in ausreichender Anzahl geben. Die beste Möglichkeit wären Business-Hotels. Für Geschäftsreisende mit Elektroautos wäre es sehr hilfreich, wenn am Zielhotel Parkplätze mit Lademöglichkeit für Elektroautos zur Verfügung stehen würden, die vorab reserviert werden könnten. Natürlich online oder per App.

Wir haben ein Konzept für eine Marketingaktion mit Roadshow mit dem Titel "Plug in and Charge Tour" entwickelt, um das Angebot entsprechend zu vermarkten und die Öffentlichkeit auf das Angebot aufmerksam zu machen. Bei der Marketingaktion könnte anhand der neu geschaffenen Ladestationen in den Hotels gezeigt werden, dass man ohne Bedenken durch ganz Deutschland fahren kann und in den Hotels sicher einen Platz findet, an dem man sein Elektroauto aufladen kann. Die Ladestationen würden in den öffentlichen Verzeichnissen und Apps erscheinen.

### **ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG**

Wir haben die Idee entwickelt und die gesamte Planung und Konzeption erarbeitet. Wir haben bis jetzt ca. 600 Arbeitsstunden investiert.

Wir haben 1300 eMails geschrieben, 500 Telefonate geführt und an 80 Besprechungen teilgenommen

# UNSER WIN!-PROJEKT

## ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Bei der Recherche zeigten sich drei große Hotelketten und eine große Einzelhandelskette sehr interessiert. Wir konnten unsere Idee konkretisieren und Details planen. Leider konnten die Projekte aufgrund infrastruktureller Probleme nicht realisiert werden.

Aus der Problematik hat sich jedoch ein neuer Lösungsansatz für die Infrastruktur- und Ladeproblematik ergeben, die weltweit angewendet werden könnte. Da diese Idee neu und noch nicht geschützt ist, können wir an dieser Stelle nicht darauf eingehen. Wir suchen zurzeit mit Hilfe der Wirtschaftsförderung passende Partner und Investoren und hoffen, um ein Startup-Unternehmen zu gründen und im nächsten Jahr an gleicher Stelle positiv berichten zu können.

## AUSBLICK

Wir bleiben dran und werden, sobald wir die richtigen Partner gefunden haben, ein Start-up gründen und ein weltweites Projekt starten.

## 7. Kontaktinformationen

### **Ansprechpartner**

Günter Dull

### **Impressum**

Herausgegeben am 23.4.2018 von

**Dull Entertainment GmbH**

Fachagentur für Erlebnismarketing

Sachverständigenbüro für Events

Bettina-von-Arnim-Weg 23

71120 Grafenau

Telefon: 07033-460490

E-Mail: [info@dull-entertainment.de](mailto:info@dull-entertainment.de)

Internet: [www.dull-entertainment.de](http://www.dull-entertainment.de)



Fachagentur für Erlebnismarketing  
[www.dull-entertainment.de](http://www.dull-entertainment.de)