AUSGABE 4/17 | November 2017 | 8,50€

convention INTERNATIONAL

DAS MAGAZIN FÜR VERANSTALTUNGSPLANER

36. JAHRGANG (SEIT 1982) /// WWW.CONVENTION-NET.DE

Vier Tage, drei Städte ...

... ein Königreich

convention-net.de

Ein neues Konferenzzentrum für Heidelberg:

- Funktionalität, Ästhetik und Wirtschaftlichkeit – dafür soll das neue Konferenzzentrum stehen
- Der Große Saal mit einer bis zu 15 Meter hohen, zur Bühne hin abfallenden Decke wird über 1.800 Sitzplätze in Reihenbestuhlung verfügen
- Der Kleine Saal ist mit 800 Sizplätzen in Reihenbestuhlung geplant
- Zusätzlich wird das Konferenzzentrum weitere 15 Säle für 30 bis 350 Personen bieten
- Es wird ein öffentliches gastronomisches Angebot geben und auch eine Außenbewirtschaftung ist vorgesehen
- Wie alle Gebäude in der Bahnstadt ist auch das Konferenzzentrum in Passivhaus-Bauweise geplant
- Geplante Fertigstellung bis 2021

www.heidelberg-marketing.de

Heidelberg
Marketing

Aus Vision wird zukunftsweisende Realität:

Neues Konferenzzentrum in Heidelberg

Abb.: DEGELO Architekten

Siegerentwurf des Architekturwettbewerbs steht fest:

Büro DEGELO Architekten aus Basel gewinnt den ersten Preis

Das Büro DEGELO Architekten aus Basel hat den ersten Preis beim Wettbewerb zur künftigen Gestaltung des neuen Konferenzzentrums in der Heidelberger Bahnstadt gewonnen. Das Preisgericht wählte den Entwurf am 11. Oktober 2017 aus 22 eingereichten Arbeiten aus.

Der Siegerentwurf sieht auf dem Areal südlich des Czernyrings und östlich der ehemaligen Güterhallen ein architektonisch markantes Gebäude mit einer rötlich getönten wellenförmigen Fassade und großzügig geöffneten Eingangsbereichen in Richtung Bahnhofsplatz Süd und Zollhofgarten vor.

Dadurch bietet sich für Fußgänger vom Hauptbahnhof kommend freie Sicht auf den Zugang zum Konferenzzentrum – eine der Vorgaben aus der Bürgerschaft in der Wettbewerbsauslobung.

Bei der Erstellung der Raumplanung waren sechs Monate vor der Auslobung, geleitet von der Heidelberg Marketing GmbH, regelmäßig Experten aus renommierten Eventagenturen, Cateringunternehmen, Technikexperten sowie Vertreter der Universität Heidelberg und der ansässigen Wirtschaft zusammengekommen, um ideale Voraussetzungen im Inneren zu schaffen.

Dieser einzigartige Prozess wurde auch öffentlich von Matthias Schultze, Managing Director des GCB German Convention Bureau e.V. in Frankfurt, bestätigt. Schultze ließ zudem Aspekte der im Rahmen des Innovationsverbundes „Future Meeting Space“ erstellten Studie einfließen.

„Das Preisgericht hat einen Sieger ausgewählt, der die Vorgaben der Präambel hervorragend umsetzt – und das mit einstimmigem Beschluss. Der Entwurf setzt sich mit dem städtebaulichen Umfeld auseinander, weist aber zugleich auch seinen eigenen Charakter auf.
Er bietet architektonisch eine große Strahlkraft und ein interessantes Innenleben. Zugleich lässt sich das Gebäude sehr gut bespielen und nutzen. Funktionalität, Ästhetik und Wirtschaftlichkeit stehen somit wunderbar im Einklang. Wir wollen ein Konferenzzentrum, das mit viel Leben gefüllt ist“, so Mathias Schiemer, Geschäftsführer der Heidelberg Marketing GmbH.

Messe München

SIE SUCHEN DEN PERFEKTEN VERANSTALTUNGSORT IN DER PERFEKTEN STADT?

Kommen Sie mit Ihrer Veranstaltung in die Weltstadt mit Herz. Messe München Locations bietet Ihnen vier Top-Locations für jede Veranstaltung: von Hauptversammlung über Kongress, Seminar und Messe bis hin zum Großevent. Verlassen Sie sich dabei auf eine optimale Infrastruktur, modernste Technik und innovative Services.

Erfahren Sie mehr über Messe München Locations:
+49 89 949-23410 I locations@messe-muenchen.de

AB JANUAR 2019
Conference Center Nord
Individuelle Lösungen
von S bis XL

Messe München
Conference Center
Nord

Messe München | **ICM** | **MOC** | **Conference Center Nord**

messe-muenchen.de/locations

Immer dann, wenn andere pünktlich zum nahenden Ende des Jahres in den gemütlichen Winterschlaf übergehen, zeigt sich unsere Branche sehr agil. Wir wissen, was in diesem Jahr noch vor uns liegt und was im nächsten kommt, welche Herausforderungen es zu meistern gilt.

Wer den Winterschlaf braucht, ist hier nicht wirklich gut aufgehoben. Hier sind die Kräfte gefragt, die voller Elan zukunftsorientiert denken. Diese Kräfte brauchen wir. Flexibel, mit viel Freude an der Varianz im Job, mit viel Spaß am Umgang mit Leben und Menschen.

Für wen das nichts ist, für den ist die Branche die falsche. Aber es gibt auch diejenigen, die noch gar nicht wissen, was diese – unsere – Branche zu bieten hat. Mit Herz eine Destination erkunden. Mit Herz zu Gast sein an bekannten oder weniger bekannten Orten. Und das Erlebte anschließend gerne mitteilen und aufbereiten. Branchen- oder Messeveranstaltungen erleben sowie Impulse und Denkanstöße erkennen und verstehen. Auch das gehört dazu – voller innovativer Gedanken, Aufgeschlossenheit und Internationalität den Anforderungen begegnen.

Zahlreiche Events, Messen und Veranstaltungen werden im kommenden Jahr erneut die Möglichkeit bieten, zu netzwerken und neue Kontakte zu knüpfen, bestehende zu pflegen. Und wie gesagt, wir kennen weder den Winterschlaf noch die altbekannte Frühjahrsdepression. Dafür ist keine Zeit. Und kein Raum. Denn morgen ist heute. Wir müssen uns präsentieren, erklären, da sein. Für Kunden und Partner gleichermaßen wie für Freunde und Kollegen.

Und dabei immer Neuerungen, aktuelle Entwicklungen und Trends im Blick haben. Denn diese Branche lebt. Vom Miteinander und Voneinander. Das unterscheidet sie – glücklicherweise – von vielen anderen.

In diesem Sinne wünschen wir Ihnen einen wunderbaren Jahresausklang 2017, ein perfektes Jahr 2018 und einfach alles Gute.

Anna-Lena Gras

Anzeige

Mit uns stehen Ihnen alle Türen offen

Erhalten Sie „Access All Areas“ Status mit Conventions Malta, dem offiziellen M.I.C.E. und Conventions Bureau für Malta, Gozo und Comino. Sie suchen das Besondere? Abendessen in einem exklusiven Palazzo, außergewöhnliche Cocktails auf einer alten Ritterfestung oder ein Seminar auf einem Boot, während Sie um die maltesischen Inseln kreuzen? Mit uns wird Ihr Event zu einem unvergesslichen Erlebnis in Malta – weniger als 3 Flugstunden von den meisten europäischen Städten entfernt.

Besuchen Sie uns – Stand D30

ibtm ibtm world

www.conventionsmalta.com/de
anke.pavel@urlaubmalta.com
+49 (0) 69 . 24 7503-134

Inhalt

November 2017

66 Historische Gebäude und Fassaden, farbenfrohe Oldtimer und das Lebensgefühl der Landsleute machen Kuba zu einem ganz besonderen Fleckchen Erde, das es jetzt auch für die MICE-Branche zu entdecken gilt.

6 **Thailand**
Vier Tage, drei Städte, ein Königreich

14 **Gastbeitrag**
Management-Meetings: Wandel effizient kommunizieren

20 **Famtrip**
Zürich

26 **Female Leaders**
Amanda Ferguson im Interview

28 **Best of Events**
Trendstudie veröffentlicht

32 **MICE Trophy**
Zweite MICE Trophy findet #InAbuDhabi statt

34 **Brussels Days**
Be sister cities

35 **Golfresort Achental**
Bayerischer Charme, familiäre Atmosphäre und Flexibilität

38 **InVoyage**
MICE de luxe im malerischen Porto

42 **Schottland**
Das Land, in dem sich Coca Cola nicht durchsetzen konnte

50 **Tunisair**
Optimierter Flugplan & eine neue B2B-Online-Plattform

26

In unserer Rubrik „Female Leaders" stellen wir weibliche Führungskräfte der MICE-Branche vor. In dieser Ausgabe Amanda Ferguson, Head of Business Tourism bei Convention Edinburgh.

60

In diesem Jahr feierte die ITB Asia zehnjähriges Jubiläum. Die zehnte Edition lief über drei Tage im Marina Bay Sands in Singapur.

54 **Riga**
Der Mensch steht im Vordergrund

60–64 **Singapur**

60 **ITB Asia**
Ein voller Erfolg

62 **Singapur**
Singapur wächst und wächst und wächst

66 **Kuba**
Ein neuer Fleck auf der Weltkarte der MICE-Branche

70 **Impressum**

72 **Gastbeitrag**
Wenn ein Kinderspiel die Geschäftswelt erobert

74 **Luppolds Lupe**
Trends werden zu Innovationen – Transmission Possible!

Anzeige

raum
für kommunikation

IHRE KOMMUNIKATION
IST EINZIGARTIG.
AUCH DIE MÖGLICHKEITEN,
SIE BEI UNS UMZUSETZEN.

ibtm
ibtm world
Besuchen Sie uns vom 28.11.–30.11.2017 in Barcelona, Spanien am Deutschland-Stand F 50.

Congress-Centrum Koelnmesse
Gürzenich Köln
Tanzbrunnen Köln
Flora Köln
DIE BASTEI
ZOO LOCATION
km 689 COLOGNE BEACH CLUB

kölnkongress
VERANSTALTUNGSZENTREN
KölnKongress | fon +49 2 21. 8 21 - 21 21 | www.koelnkongress.de

Vier Tage, drei Städte, ein Königreich: MICE im Land des Lächelns | von Nadine Laske

Goldene Schreine und Tempel, herrliche Strände, quirlige Nachtmärkte, voll besetzte Tuk-Tuks, malerische Hotelanlagen mit imposanten Ballsälen und die rastlose Hauptstadt Bangkok – Thailand hat viele Gesichter und für die MICE-Branche einiges zu bieten. Dass hier die Verbindung von Business und Leisure besonders gut gelingen kann, bewies der International Media Familiarisation Trip 2017 des Thailand Convention & Exhibition Bureau eindrucksvoll.

Pattaya erstreckt sich auf einer Länge von 15 km an der Küste Thailands und liegt 147 km südöstlich der Hauptstadt Bangkok. Foto: FUN FUN Photo/shutterstock.com

Mit Blumenkränzen und einem herzlichen „Sawasdee Ka" begrüßt, fühlten wir uns gleich willkommen im sogenannten Land des Lächelns. 35 Journalisten aus 16 Ländern hatte das Thailand Convention & Exhibition Bureau (TCEB) im August zu ihrem alljährlichen International Media Familiarisation Trip eingeladen. Auf dem Programm standen die Städte Pattaya, Hua Hin und Bangkok.

Für uns ging es mit Thai-Airways vom Flughafen Frankfurt am Main nonstop zum Suvarnabhumi International Airport nach Bangkok. Dank des von TCEB organisierten Fast Track Service verlief die Einreise nach dem fast elfstündigen Flug unkompliziert und schnell. Nun fuhren wir sofort nach Pattaya. Das einstige Fischerdorf am Golf von Thailand hat sich seit den 1960er-Jahren zu einer national und international beliebten Destination mit einem breiten Angebot an Hotels, Einkaufszentren, Bars sowie einem regen Nachtleben entwickelt.

Nach einer zweistündigen Autofahrt erreichten wir das Hilton Pattaya. Das eindrucksvolle Fünf-Sterne-Haus liegt direkt an der Küstenstraße und somit nur wenige Schritte vom Strand entfernt. Fast alle der 302 Zimmer und Suiten des 34-stöckigen Hotels beeindrucken mit dem Blick über die Bucht Pattayas. In den unteren Stockwerken ist zudem eine große Shoppingmall untergebracht, die kaum einen Wunsch offenlässt.

Am nächsten Morgen lernten wir dann die edlen Tagungsräume des Hauses kennen: Auf der – ausschließlich Veranstaltungen gewidmeten – 17. Etage des Hauses lud TCEB zu einer Pressekonferenz mit anschließendem Dinner ein. Klares Highlight dieses Stockwerks ist der 640 qm große, prachtvoll ausgestattete Ballsaal, der mehrfach unterteilt werden kann und von einem großen Foyerbereich sowie einer privaten Außenterrasse ergänzt wird. Herrliche Ausblicke auf das Meer bieten aber nicht nur die Terrasse, sondern dank der Panoramafenster auch das Foyer und der Ballsaal selbst.

Positive Entwicklung der MICE-Branche

In einem Teilbereich des prächtigen Ballsaals stellte das Team von TCEB den angereisten internationalen Medienvertretern und ausgewählten lokalen Journalisten in einer aufwendigen Inszenierung die aktuelle Kampagne „CONNECT Thailand: The Kingdom of Bleisure" vor.

Nachdem der stellvertretende Bürgermeister von Pattaya alle Gäste willkommen geheißen hatte, gab Teerarat Supawan, Vice President of Strategic and Business Development, einen Überblick über Thailands MICE-Industrie für das laufende und vorherige Jahr. So erläuterte sie zunächst, dass die Branche ein wich-

tiger Wirtschaftsfaktor und wesentlicher Impulsgeber des Landes sei.
Schließlich würden für das von Oktober 2016 bis September 2017 laufende Geschäftsjahr rund 1.109.000 internationale MICE-Gäste in Thailand erwartet, wodurch die MICE-Industrie insgesamt einen wirtschaftlichen Beitrag von 101 Millionen Baht (circa 2,9 Millionen US-Dollar) erreichen werde. Im vergangenen Geschäftsjahr hätte TCEB knapp 7.700 internationale Events in Thailand gezählt; dabei habe die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Teilnehmer bei 5,22 Tagen gelegen.

Auch das ICCA-Ranking bestätige den aktuellen, sehr positiven Trend: Für 2016 hat der Verband 174 Kongresse anerkannt, sodass Thailand auf dem 24. Platz des Rankings gelistet wurde. Das ist eine Verbesserung von drei Plätzen im Vergleich zum Vorjahr. Zudem wurden die Städte Bangkok, Chiang Mai und Pattaya 2016 höher bewertet als zuvor.

Top-Quellmärkte der MICE-Branche weltweit sind für Thailand laut TCEB China auf Platz eins, dahinter Indien, Singapur, Malaysia, Japan und auf Platz sechs die USA. Auf den Plätzen sieben bis zehn liegen Hongkong, Korea, Indonesien und Vietnam. Indem TCEB die MICE-Industrie weiter vorantreibe, werde Thailand immer wettbewerbsfähiger und erreiche konstant mehr Stabilität, Reichtum und Nachhaltigkeit, so Teerarat Supawan.

Besonders deutlich zeige sich der Erfolg der Kampagnen, wenn man die wichtigen Branchenevents der Monate August und September betrachte: So fand zum einen die PCMA Global Professional Conference Asia-Pacific vom 28. bis 31. August in Bangkok statt, zum anderen die UIA's Associations Roundtable Asia-Pacific 2017 vom 21. bis 22. September in Chiang Mai und die IT & CM Asia & CTW Asia Pacific 2017 vom 26. bis 28. September – wiederum in der Hauptstadt. Zusätzlich dazu habe TCEB bereits prestigeträchtige Events, beispielsweise die SITE Global Conference 2019, für das kommende Jahr gewinnen können.

Auftakt des viertägigen Programms des International Media Familiarisation Trip 2017 war die Pressekonferenz im beeindruckenden Ballsaal des Hilton Pattaya. Foto: Thailand Convention & Exhibition Bureau

Das „Bleisure"-Königreich

Danach sprach Teerarat Supawan die Gründe an, warum sich Thailand perfekt für die Verbindung von Business und Leisure eigne. Insbesondere die touristisch beliebten Städte Pattaya, Hua Hin und natürlich Bangkok hätten in den vergangenen Jahren ein beständig wachsendes Potenzial für den Geschäftstourismus gezeigt. Aus der diesjährigen Markenkampagne des Convention Bureau sei schließlich auch die Idee zu dem Programm der Pressereise entstanden.

„Mit dem International Media Familiarisation Trip präsentieren wir in diesem Jahr eine Bleisure-Route mit möglichen Inspirationen für MICE-Events, die alle so in den jeweiligen Städten verwirklicht werden können", erklärte Supawan. „Indem wir diese drei Destinationen miteinander kombinieren, zeigen wir mithilfe von kulturellen und kulinarischen Erlebnissen ebenso wie der Mitarbeit bei einem CSR-Projekt auf, wie sich eine reguläre Veranstaltung in Thailand zu einem unvergesslichen Erfolg machen lässt."

Auf den 34 Stockwerken des markanten Gebäudes befinden sich nicht nur das Hilton Pattaya mit seinen 302 Zimmern und Suiten, sondern auch eine Shopping Mall. Foto: Hilton Pattaya

Thailand 4.0 und der Eastern Economic Corridor

Abschließend ging es darum, wie die Regierung die Entwicklung des Landes vorantreibe: Eine neue wirtschaftspolitische Maßnahme namens Thailand 4.0 soll etwa sicherstellen, dass sich Thailand stetig weiterentwickelt und wirtschaftlich in der Ära 4.0 ankommt, was durch eine innovationsbasierte Wirtschaft und eine moderne Dienstleistungswirtschaft erreicht werden könne. Von einer erstarkten Wirtschaft würde dementsprechend auch die MICE-Branche profitieren. Dabei helfen werde der Ausbau der einzelnen Destinationen, vor allem aber die Verbesserung der Infrastruktur, betonte Supawan.

Daher stellte Dr. Cholachit Vorawangso Virakul als Executive Director des Bangkoker Büros des Eastern Economic Corridor (EEC) anschließend das Vorhaben vor, Thailand zu einer führenden Wirtschaftszone Asiens zu erheben. Mit dem EEC habe die thailändische Regierung ein Projekt ins Leben gerufen, das gezielt in den drei östlichen Provinzen Rayong, Chonburi und Chachoengsao die Infrastruktur ausbauen soll.

Mit einem Investment von rund 43 Milliarden US-Dollar werde in den kommenden fünf Jahren beispielsweise der Flughafen U-Tapao ausgebaut. Weitere zentrale Aspekte sind die Ausweitung des Bahnverkehrs mit zusätzlichen Hochgeschwindigkeitsstrecken und die Schaffung neuer Wirtschaftscluster. Besonders profitieren werde zum Beispiel auch Pattaya als international beliebte Destination der Provinz Chonburi, die mit dem Nongnooch International Convention and Exhibition Center bereits über eine der größten Veranstaltungslocations außerhalb von Bangkok verfüge.

Das stylishe Renaissance Pattaya Resort & Spa mit seinen 257 Gästezimmern wurde im September dieses Jahres eröffnet. Foto: Thailand Convention & Exhibition Bureau

Pattaya besticht mit Vielseitigkeit

Schon jetzt ist das dynamische Wachstum in der Stadt spürbar: Neben frisch renovierten Hotels wie beispielsweise dem Hard Rock Hotel Pattaya verzeichnet Pattaya einen stetigen Zuwachs an Hotels. Als neuestes Haus am Ort hat im September das Renaissance Pattaya Resort & Spa eröffnet.

Das großzügige, im ruhigen Bezirk Na Jomtien gelegene Resort durften die Teilnehmer des International Media Familiarisation Trip 2017 bereits am Vorabend der Eröffnungspressekonferenz bestaunen. Begrüßt wurden sie vom Team des Resorts in der beeindruckend gestalteten Lobby des trendigen Fünf-Sterne-Hauses. Nach einem Willkommensdrink konnte dann das fast fertige Hotel mit seinen malerisch angelegten Außenflächen und dem direkten Zugang zum Strand besichtigt werden.

In gleicher Weise wie die öffentlichen Bereiche sind auch die 257 Zimmer und Suiten in einer Kombination aus hellen Erdfarben mit Kobalt- und Enzianblau sowie einem Materialmix aus Holz, Metall und Seide gestaltet. Das Besondere an der Präsentation der Gästezimmer war an diesem Abend aber ganz klar die Vorstellung „bewohnter Räume“ mit Laiendarstellern als Gästen – ein eher überraschender Anblick für die europäischen Redakteure der Gruppe.

Viel Platz für Tagungen und Events bietet der 545 qm messende Grand Ballroom des Resorts, der von drei Break-out-Räumen ergänzt wird. Zudem können die großzügigen Rasenflächen im Außenbereich, aber auch die Restaurants wie das „609 Kitchen“ für Veranstaltungen genutzt werden.

In „Pebbles Bar and Grill“ dinierten die Medienvertreter anschließend mit Blick aufs Meer und genossen die asiatisch inspirierte internationale Küche des Hotels. Abgerundet wurde der Abend von mehreren musikalischen und tänzerischen Darbietungen, die auf Pattayas bekannte Varietés Bezug nahmen.

Kein Business ohne Leisure

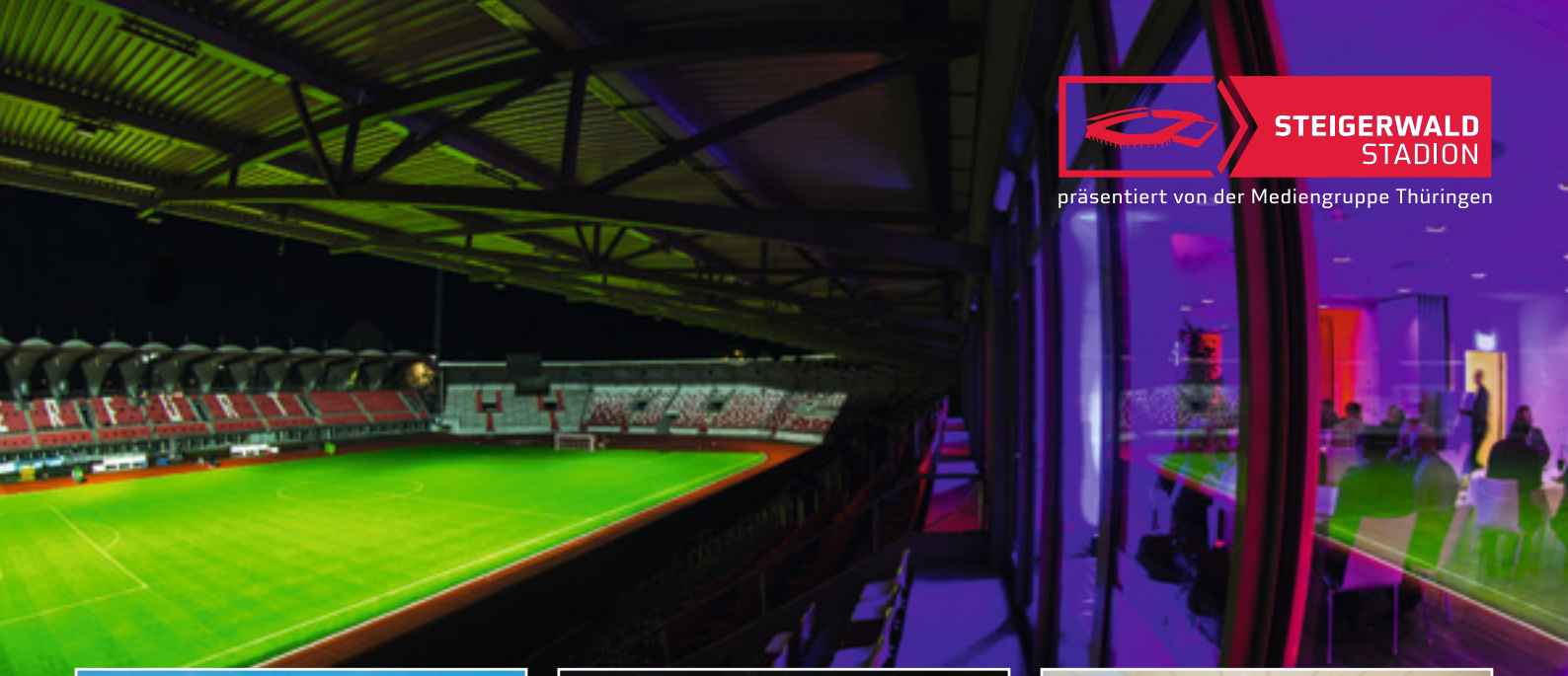
Da Pattaya eine vielseitige Destination mit unzähligen Möglichkeiten ist, standen am nächsten Tag einige beliebte und typische Leisure-Aktivitäten auf dem Programm.

Dabei durfte natürlich auch die populäre Thaimassage nicht fehlen. So hatten die Medienvertreter für zwei Stunden die neue Niederlassung des seit über 18 Jahren erfolgreichen Unternehmens „Health Land Spa & Massage“ für sich alleine und wurden in den luxuriösen Räumlichkeiten des Spas mit der traditionellen Massage verwöhnt. Zu dem renommierten Unternehmen gehören insgesamt zehn Niederlassungen, die sich auf Pattaya und Bangkok verteilen.

Danach ging es in den Jachthafen der Stadt, wo bereits eine Jacht der Firma „Pattaya Yacht Charters“ auf die Gruppe wartete. Da mehrere Inseln mit traumhaften Stränden nicht weit von der Küste entfernt liegen, ist das Mieten von Jachten und Speedbooten sehr beliebt und kann ebenfalls als Aktivität für eine MICE-Gruppe gebucht werden. An Bord der Jacht stand ein großes Buffet mit Meeresfrüchten für die Gäste bereit und ein Zauberkünstler sorgte für zusätzliche Unterhaltung. Besonders beeindruckt war die Gruppe allerdings von dem nächtlichen Blick auf die hell erleuchtete Stadt mit ihren Hochhäusern, Restaurants und Bars.

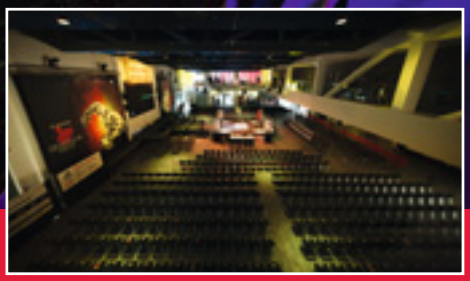
Ein weiterer Tipp für Veranstaltungsplaner, die ein Event in Pattaya organisieren möchten, ist die sogenannte KAAN Show. Diese 90-minütige Show kombiniert spektakuläre Akrobatik mit dem Einsatz neuester digitaler Techniken und ist von den berühmtesten Geschichten aus Thailands Literatur inspiriert.

Vom Jachthafen aus ging es hinaus aufs Meer: Highlight des Ausflugs war ganz klar der nächtliche Blick auf das hell erleuchtete Pattaya. Foto: Thailand Convention & Exhibition Bureau



STEIGERWALD STADION

präsentiert von der Mediengruppe Thüringen



Business in der Mitte Deutschlands.

Willkommen im Steigerwaldstadion Erfurt!

Seit Herbst 2016 bietet das neue Erfurter Steigerwaldstadion ideale Bedingungen für Veranstaltungen (fast) aller Coleur. Dabei ergänzen sich die Tageslogen mit Platz für bis zu 200 Personen in einem Raum und der Parksaal mit einer Fläche 1.550 Quadratmeter und einer Gesamtkapazität von bis zu 1.100 Personen in Reihenbestuhlung, perfekt. Neben dem ganz besonderen Ambiente zwischen Erfurter Südpark und Fankurve des FC Rot-Weiß Erfurt bietet das Steigerwaldstadion technische Raffinessen, darunter Thüringens größte Indoor-LED-Wand und flächendeckende RGB-Beleuchtung, genauso, wie kurze Wege innerhalb einer der schönsten Altstädte Deutschlands.

- **6 teilbare Tageslogen mit Platz für bis zu 200 Personen**
- **Parksaal mit einer Fläche 1.550 Quadratmeter und einer Gesamtkapazität von bis zu 1.100 Personen in Reihenbestuhlung**
- **Zentrale Lage mit bester Infrastruktur-Anbindung**
- **Perfekte Übernachtungsmöglichkeiten in 65 Hotels und Pensionen mit 5.296 Betten**

Mit Inbetriebnahme der ICE-Neubaustrecke zwischen Berlin und München ab Dezember 2017 wird die Thüringer Landeshauptstadt endgültig die schnelle Mitte Deutschlands.

Mehr Informationen unter:
www.steigerwaldstadion-erfurt.de

Neben dem Sommerpalast der Königsfamilie ist der königliche Pavillon am Bahnhof von Hua Hin eines der Wahrzeichen der Stadt. Foto: Take Photo/shutterstock.com

Auf nach Hua Hin – Thailands königliches Seebad

Am nächsten Morgen hieß es dann Abschied nehmen von Pattaya. Der Weg nach Hua Hin wurde allerdings nicht auf die bisher übliche Weise mit dem Bus zurückgelegt, sondern mit der Fähre. Seit Februar dieses Jahres besteht diese neue Fährenbindung, die den Süden von Pattaya mit Hua Hin verbindet und den Tourismus zwischen den beiden Provinzen Chonburi und Prachuap Khiri Khan fördern soll.

Jeden Tag legt die Schnellfähre um 10.00 Uhr von Pattaya aus ab. In knapp zwei Stunden reisen bis zu 150 Personen über den Golf von Thailand. An Bord kann zwischen der Economy Class auf dem Unterdeck oder der Business Class auf dem Oberdeck gewählt werden. Darüber hinaus befindet sich auf dem oberen Deck ein VIP-Raum für bis zu acht Personen, der für kleine Gruppen gebucht werden kann.

In Hua Hin angekommen, bestaunte die Gruppe die pittoreske Stadt. Thailands ältestes Seebad hatte sich nach dem Ausbau der Eisenbahnstrecke von Bangkok nach Singapur im Jahr 1921 vom Fischerdorf zum beliebten Reiseziel entwickelt. Anstoß dieses Booms war auch der Bau des Palastes Wang Klai Kangon (auf Deutsch: „königlicher Palast von allen Sorgen weit entfernt“) im Jahr 1926, der seit dieser Zeit als Sommerresidenz der thailändischen Königsfamilie dient.

Mittlerweile sind viele internationale Hotelketten in Hua Hin vertreten und die Stadt ist bei Urlaubern aus Asien und Europa insbesondere für ihre Resorts und deren beeindruckende Anwesen bekannt.

Ein unvergleichliches Beispiel für thailändische Herzlichkeit und Gastfreundschaft erlebten die Medienvertreter dann im Dusit Thani Hua Hin. Bereits in der Lobby der fast 12 Hektar großen, idyllischen Hotelanlage wurden sie von den Mitarbeitern des Hotels mit einer Art Flashmob begrüßt. Auch die weitere Site-Inspection des Hauses wurde von mehreren Tanzeinlagen begleitet und gipfelte in einer eindrucksvollen Vorführung mit traditionellen Booten auf dem hoteleigenen See.

Nachdrücklich beeindruckt war die Gruppe darüber hinaus von den liebevoll angelegten Wasserflächen mit unzähligen Seerosen und den zwei großen Pools des Dusit Thani Hua Hin. Das direkt am Meer gelegene Resort mit seinen 296 Zimmern und Suiten bietet Planern zudem 15 Veranstaltungsräume, darunter ein 844 qm messender Ballsaal.

Im Anschluss an die Besichtigung wartete eine Überraschung auf die Gäste: Zum Lunch durften sie nicht nur thailändisch essen, sondern auch kochen. An mehreren, im Außenbereich des Hotels aufgebauten Stationen konnten sie sich, unterstützt von den anwesenden Köchen, selbst an thailändischen Gerichten ausprobieren – von der Vorspeise bis zum Dessert.

Ein neues Marriott für Hua Hin

Einchecken durfte die Gruppe anschließend im Hua Hin Marriott Resort & Spa – einem weiteren Beispiel für die Vielfalt an luxuriösen Resorts in Hua Hin. Das im März 2016 eröffnete Resort ersetzte das zuvor bestehende Marriott Hua Hin. Es wurde neu erbaut und auch die Außenflächen erhielten eine vollkommen neue Gestaltung.

Für Events eignen sich neben den großzügigen Terrassen- und Rasenflächen die sieben multifunktionalen Veranstaltungsräume. Der 300 qm große Ballsaal Paksa Sawan kann bei einem Bankett bis zu 180 Gäste fassen oder bei Theaterbestuhlung Platz für bis zu 256 Personen bieten. Die 322 Zimmer und Suiten zeichnen sich ebenso wie die öffentlichen Bereiche des

Im Dusit Thani Hua Hin erlebte die Gruppe einen ganz besonderen Empfang: die Mitarbeiter des Hotels begrüßten sie mit einer spektakulären Vorführung mit traditionellen Booten auf dem hoteleigenen See. Foto: Thailand Convention & Exhibition Bureau

Nach Neubau und einer kompletten Umgestaltung der Anlage wurde das Hua Hin Marriott Resort & Spa im März 2016 neu eröffnet. Foto: Hua Hin Marriott Resort & Spa

Hilton
FRANKFURT AIRPORT

WO SICH DIE WELT TRIFFT

Hilton Frankfurt Airport: spektakuläre Architektur, beeindruckendes Design und authentische Gastfreundschaft in bester Lage!
Eine einzigartige Kombination, die bereits mehrfach international ausgezeichnet wurde.

Inspirierender und professioneller Partner für jeden Anlass. Bei uns tagen Sie auf höchstem Niveau mit neuster (Wifi-) Technologie. Der spektakuläre Ballsaal mit einer Deckenhöhe von über 6 Metern, sowie die weiteren Meeting- und Boardrooms bieten Ihnen den idealen Rahmen für Produkteinführungen, Meetings, Konferenzen und Incentives gleichermaßen.

**Bei uns steht Ihr besonderes Ereignis im Mittelpunkt.
Überzeugen Sie sich selbst und erleben Sie das Airport Hotel der nächsten Generation!**

Scannen Sie diesen QR-Code um unseren Imagefilm zu sehen.

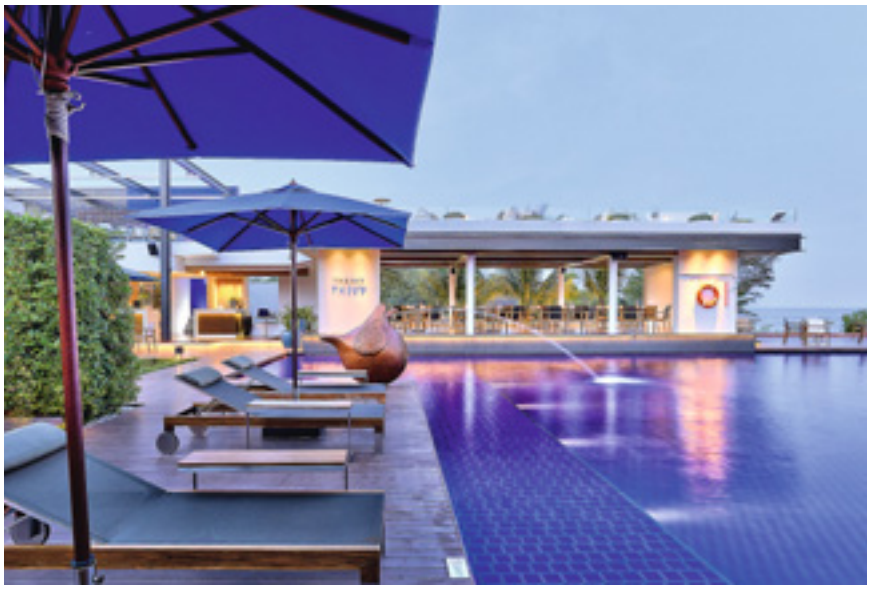
Besuchen Sie uns unter frankfurtairport.hilton.com

HILTON FRANKFURT AIRPORT
THE SQUAIRE I Am Flughafen I 60549 Frankfurt am Main | Deutschland
T: +49 (0)69 2601 2000 I F: +49 (0)69 2601 2001 | E: sales.frankfurtairport@hilton.com

Hilton HONORS

Hauses durch zeitgenössisches Design mit thailändisch inspirierten Gestaltungselementen aus.

Nicht weit vom Stadtzentrum entfernt, können die Gäste des Marriott ganz unkompliziert eine der Sehenswürdigkeiten Hua Hins besuchen: Ab 18.30 Uhr öffnet der nah gelegene Nachtmarkt mit seinen vielen bunten Ständen und einem großen Angebot an Streetfood.



Das Restaurant „The Ivy" liegt an einem der Pools der weitläufigen Hotelanlage des Radisson Blu Resort Hua Hin und bietet direkten Meerblick. Foto: Radisson Blu Resort Hua Hin

Programmpunkte in Blau und Grün

Krönender Abschluss des dritten Tages war der Besuch des Radisson Blu Resort Hua Hin. Passend zur Location lautete der Dresscode des Abends „Blue Casual". Ganz in Blautöne gekleidet kamen die Teilnehmer der Pressereise dementsprechend in dem schicken Resort an. Das im November 2016 eröffnete Hotel mit seinen 118 Zimmern und Suiten richtet sich an MICE-Gruppen mit bis zu 200 Teilnehmern. Größter Veranstaltungsraum ist der 240 qm messende Ballsaal „The Aqua", der während des Rundgangs durch das Hotel besichtigt werden konnte.

Tolle Venue innerhalb des Resorts ist das „The Ivy": Das Dach des Restaurants wird nur von Säulen getragen, weshalb die Gäste einen tollen Blick über den Strand und das Meer genießen können. Hier war extra ein Buffet für die Gruppe aufgebaut, das von weiteren, am Tisch servierten Gerichten ergänzt wurde. Ein Highlight des Abends war die Jazzmusik der Band, die auf der angrenzenden Terrasse des Restaurants spielte.

Am darauffolgenden Tag stand die rund dreistündige Busfahrt nach Bangkok auf dem Programm. Doch bevor es richtig losging, besuchte die Gruppe noch den Somdet Phra Srinagarindra Park Sam Phraya am Rande Hua Hins. Dieser weitläufige Park ist eine staatliche Einrichtung, die in Abstimmung von königlichen Initiativen und dem Landwirtschaftsministerium Thailands entstanden ist. Einerseits informieren die Mitarbeiter des Projekts über verschiedene, vor Ort laufende Anbaumethoden, Aufforstung und traditionelle Thai-Medizin aus Kräutern, andererseits bieten sie für Gruppen Teambuildings beziehungsweise CSR-Maßnahmen an.

So pflanzten die Medienvertreter an mehreren kleinen Stationen innerhalb des Parks unter anderem Baumsetzlinge und legten ein Feld aus Vetiver, einer Grassorte, an. Zur Unterstützung eines Wiederaufforstungsprojektes wurden in Lehmkugeln gehüllte Samen mit kleinen Gummischleudern in ein bestimmtes Gebiet des Parks geschossen – ohne Frage die Lieblingsstation der Gruppe. Anschließend wurden die Teilnehmer mit traditionellen thailändischen Getränken und frittiertem Hähnchen für ihre Anstrengungen belohnt und konnten an einer weiteren Station ihr bisher gewonnenes Wissen über einheimische Kräuter und deren Verwendung erweitern.

Munter gepflanzt wurde im Somdet Phra Srinagarindra Park Sam Phraya – ein Beispiel für eine CSR-Aktivität mit Teambuildingcharakter. Foto: Thailand Convention & Exhibition Bureau

Events an Thailands längstem Sandstrand

Ein zweiter Zwischenstopp auf der Reise nach Bangkok führte die Gruppe anschließend in das SO Sofitel Hua Hin Hotel. Das an Thailands längstem Sandstrand gelegene Fünf-Sterne-Haus trägt die Handschrift des bekannten thailändischen Modedesigners Polpat Asavaprapha und weiß mit ausgefallenem Design zu begeistern. Die 71 Studios und sechs Poolvillen des Hotels kombinieren eine klare Linienführung und auffällige Holzelemente mit einer bunten Mischung aus Mustern auf Polstern und Stoffen.

Nach einer kurzen Besichtigung wurden die Teilnehmer des International Media Familiarisation Trip an der stylishen Poolbar empfangen und genossen bei strahlendem Sonnenschein die traumhafte Umgebung sowie den Blick über den langen Sandstrand und das Meer. Da das SO Sofitel Hua Hin über mehrere kleinere Bereiche mit Swimmingpools verfügt, können diese auch vom übrigen Hotelbetrieb abgetrennt für Events genutzt werden.

Bangkok ist nicht nur das politische, wirtschaftliche und kulturelle Zentrum Thailands, sondern auch die Hauptstadt der MICE-Industrie des Landes. Foto: KN14 Studio/shutterstock.com

Wir fahren nach B … Bangkok!

Nun ging es aber wirklich in die Hauptstadt: Die Strecke von Hua Hin nach Bangkok umfasst knapp 200 Kilometer. Seit 1782 ist Bangkok die Hauptstadt des Königreiches und zugleich die größte Stadt des Landes. Mit ihren Universitäten, Hochschulen, Palästen sowie den über 400 Wats, den buddhistischen Tempelanlagen und Klöstern Thailands, ist Bangkok das politische, wirtschaftliche und kulturelle Zentrum Thailands. Über acht Millionen Menschen leben in der Großstadt, 14 Millionen in der Metropolregion.

Darüber hinaus ist Bangkok auch ganz klar die Hauptstadt der MICE-Industrie Thailands: Prestigeträchtige Projekte wie das Bangkok International Trade and Exhibition Center (BITEC) Bhiraj Tower als Erweiterung der bestehenden Räumlichkeiten oder die Renovierungen des Queen Sirikit National Convention Center mit seinen 65.000 qm Fläche zeigen, welch hohen Stellenwert die Branche hier einnimmt. Nicht zuletzt die enorme Vielfalt an Hotels und Venues verdeutlichen dies.

In Bangkok angekommen erfuhren die Medienvertreter etwas über die Siam Synergy Trade Association. Dieser Zusammenschluss der wichtigsten Größen im Stadtviertel Siam umfasst staatliche wie auch private Organisationen und Firmen. Im Siam Discovery Center, einem der Kooperation angehörigen bekannten Einkaufszentrum, fand eine kurze Präsentation durch das Siam Synergy Management Team statt.

Besonders wichtig sei es den Akteuren, das Stadtviertel zu einer Schlüsseldestination für thailändische und internationale Besucher zu machen. Bereits jetzt besuchten rund 550.000 Touristen täglich das Viertel und mithilfe zusätzlicher Angebote in den Bereichen Kultur und Unterhaltung solle dieser positive Trend weiter verstärkt werden.

Ein Beispiel für die Bemühungen der Kooperation ist die Ausweitung und Renovierung des Pathumwan Intersection Skywalk. Der erst im August dieses Jahres eröffnete Fußgängerüberweg oberhalb des Straßenlevels führt Einheimische wie Touristen bequem von einer Attraktion des Stadtteils zur nächsten. Er verbindet beispielsweise das bekannte Einkaufszentrum Siam Centre mit dem Bangkok Art & Culture Centre. Dank seiner futuristisch anmutenden, Schatten spendenden Dächer und den bunten Bemalungen ist der Skywalk in kürzester Zeit selbst zur Attraktion avanciert.

Eine Oase inmitten des geschäftigen Stadtviertels Siam – und nur wenige Minuten vom Pathumwan Intersection Skywalk entfernt – ist das Siam Kempinski Hotel Bangkok. Das für MICE sehr beliebte Haus punktet mit neun Veranstaltungsräumen und einem 900 qm großen Ballsaal. Darüber hinaus verfügt das elegante Fünf-Sterne-Hotel trotz seiner Lage in der Innenstadt Bangkoks über eine üppige Gartenanlage mit mehreren Swimmingpools. Sozusagen im Innenhof des Hotels gelegen, bieten fast alle der 401 Zimmer und Suiten von ihren Balkonen aus einen herrlichen Ausblick auf diese grüne Oase.

Kulinarischer und musikalischer Abschied von Thailand

Viel zu früh war der letzte Abend der Reise gekommen, der mit einem festlichen Dinner im Benjarong Restaurant des Dusit Thani Hotel gefeiert wurde. Noch ein letztes Mal konnten alle Teilnehmer die typische Thai-Küche genießen, bevor dann in der Bar des Hotels die traditionelle Abschiedsparty der Pressereise stattfand.

Der erst im Juli ernannte Präsident des Thailand Convention & Exhibition Bureau Isarangkun Na Ayuthaya Chiruit bedankte sich bei allen Medienvertretern ganz herzlich und überreichte Medaillen zur Erinnerung an die Reise. Danach gab Chiruit zu Ehren der internationalen Gäste beim anschließenden Karaoke ein Lied zum Besten und läutete damit ganz offiziell die Party ein.

In einer kurzen Pressekonferenz wurden die Teilnehmer über die Siam Synergy Trade Association, eine Kooperation der größten Akteure in Bangkoks Stadtviertel Siam, informiert. Foto: Thailand Convention & Exhibition Bureau

Management-Meetings:

Wandel effizient kommunizieren | von Göran Göhring

Unternehmen stehen heute sehr oft vor der Herausforderung, komplexe Veränderungen in ihrer Organisation oder Strategie schnell und effizient in alle Geschäftsebenen hinein zu kommunizieren – das können Themen der strategischen Zielformulierung, der digitalen Transformation, Umstrukturierungen oder eine neue Markenpositionierung sein. Doch wie lässt sich das schnell und – vor allem – nachhaltig umsetzen?

Göran Göhring ist geschäftsführender Partner der auf Live-Experience fokussierten Agentur Stagg & Friends. Foto: STAGG & FRIENDS

Das Mittel der Wahl in solchen Fällen ist eine strategisch konzipierte Managementkonferenz oder -tagung: Mit diesem Event-Format machen Unternehmen ihr Führungspersonal zu Botschaftern, die die Inhalte in ihre jeweiligen Geschäftsbereiche hineintragen und implementieren – zielgerichtet, persönlich und direkt.

Dabei gilt: Es geht nicht nur darum, Inhalte an verschiedene Zielgruppen zu kommunizieren, sondern auch, eine emotionale Bindung der Mitarbeiter zum Unternehmen aufzubauen. Wenn Managementkonferenzen zu einem Teil der Wertschöpfung für ein Unternehmen werden sollen, müssen Führungskräfte einiges beachten.

Durchdachte Kernbotschaft trifft auf stimmige Leitidee

Bevor es an die Planung und Umsetzung eines Management-Meetings geht, müssen zunächst die Ziele der Veranstaltung definiert werden. Welche Kernbotschaften möchte der Vorstand vermitteln? Welche nachhaltigen Erkenntnisse sollen die Teilnehmer während der Konferenz gewinnen?

Um sicherzustellen, dass alle relevanten und zuvor definierten Inhalte über die gesamte Konferenz hinweg nahtlos wiedererkennbar sind, reicht es nicht, einen bunten Blumenstrauß an Programmpunkten anzubieten. Unterhaltsame Showeinlagen zwischen sachlich vermittelter Unternehmensstrategie und aufwendig aufbereiteten Human-Resources-Themen holen keinen Manager inhaltlich ab – im Gegenteil: Die Botschaft verpufft. Für die volle Aufmerksamkeit der Teilnehmer braucht die Konferenz einen roten Faden, der sich durch alle Elemente und Maßnahmen der Veranstaltung zieht – idealerweise gepaart mit einer 360°-Experience. Nur so gelingt es, die Inhalte und Themen auch über den Event hinaus bei den Teilnehmern zu verankern.

Die passende Location für die entsprechende Zielgruppe

Egal ob pompös und detailverliebt oder schlicht und unaufgeregt – die Wahl des Veranstaltungsortes hängt immer in erster Linie vom konzeptionellen roten Faden sowie von der Zielgruppe und deren teils sehr speziellen Kommunikationsanforderungen ab. Damit eine Konferenz gelingt, ist die strategische Wahl der Destination immer einer der wichtigsten Faktoren.

Dies gilt aber nicht nur für den konkreten Ort oder das Hotel, sondern auch für das Design und die Ausstattung der spezifischen Räumlichkeiten: Konferenzen für Führungskräfte aus dem Marketing sollten anders gestaltet sein als solche für Vertriebs-, Service- oder Produktionsmitarbeiter. Die konkreten Anforderungen der Teilnehmergruppen müssen daher bereits im Vorfeld der Planung von den Eventverantwortlichen genau analysiert und definiert werden. Die gewonnenen Erkenntnisse können dann nicht nur in Konzept und Gestaltung einfließen, sondern liefern auch für das Raumdesign sowie die eingesetzten Tools und Formate wertvolle Insights. Denn: Ein an den Zielgruppenbedürfnissen sowie an den Zielen und den Kernbotschaften der Konferenz ausgerichteter Veranstaltungsort ist der Schlüssel zum Erfolg.

Von langweiligen Präsentationen und missglückter Umsetzung

Nichts ist demotivierender und ermüdender für Teilnehmer einer Konferenz, als ein Vortragender, der Folie um Folie eine reine PowerPoint-Schlacht ‚kämpft'. Um Botschaften nicht nur zu transportieren, sondern diese auch nachhaltig zu verankern, sollten Referenten statt Textwüsten und überladenen Diagrammen kreative Maßnahmen und Methodiken wählen: Beispielsweise kann ein Perspektivwechsel das richtige Mittel der Wahl sein, um Manager inhaltlich und strategisch zu inspirieren.

Warum nicht einmal gelernte Sichtweisen aufbrechen und die Inhalte im Wald oder auf einem Hügel frei vortragen, während die Teilnehmer auf Baumstämmen Platz nehmen? Auch der Einsatz einer Mittelbühne verringert den Effekt einer reinen ‚Frontalbeschallung'.

Allerdings: Speziell bei aufwendigen Inszenierungen – aber auch grundsätzlich bei Managementkonferenzen auf inhaltlich sowie kreativ höchstem Niveau – gilt es, den reibungslosen und nahtlosen Ablauf der Veranstaltung zu garantieren. Denn die Zeit der Manager ist begrenzt. Von der Idee über die Dramaturgie bis hin zum Catering und der Technik muss alles

passen, sonst erzielt auch die beste Idee keine Wirkung. Champions-League-Niveau ist Pflicht, denn eine Managementkonferenz ist immer „live“: Die Konzepte müssen direkt bei den Teilnehmern zünden und sich in ihren Köpfen einprägen – denn in der Regel gibt es keine zweite Chance.

Networking und Austausch verbinden

Networking unterstützt nicht nur reibungslosere Geschäftsabläufe – ein gutes Miteinander unter Gleichgesinnten fördert auch das interne Klima. Wie auf jeder Konferenz ist es bei Management-Meetings erklärtes Ziel, dass die Teilnehmer sich gegenseitig kennenlernen und sich untereinander austauschen. Networking-Tools sollten daher unbedingt Teil der Strategie jeder Managementkonferenz sein.

Hervorragend eignen sich etwa Formate wie das Speed-Dating: In kürzester Zeit lernen sich Führungskräfte aus sämtlichen Geschäftsbereichen kennen und erfahren schnell und prägnant, was ihre Gesprächspartner im Job bewegt – das schafft Vertrauen und Verständnis. Zudem können verschiedene Szenarien oder Rollenspiele, über die gesamte Konferenz hinweg oder bei einem spezifischen Format wie einem Nebenevent zum Einsatz kommen.

Auch digitale Networking-Tools, die die Kommunikation untereinander vereinfachen und beschleunigen, unterstützen dabei die Wirkung einer Konferenz über den Event hinaus – etwa eine eigens entwickelte App. Alle diese Maßnahmen erzielen aber nur dann ihre Wirkung, wenn sie für die Kommunikationsbedürfnisse der Teilnehmer, die konkreten Inhalte und die definierten Eventziele maßgeschneidert sind und so unvergessliche Erlebnisse schaffen.

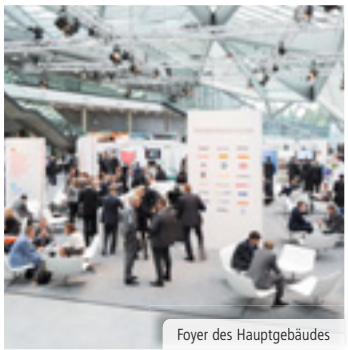
Konferenzinhalte ‚to go’

Um den langfristigen Erfolg einer Konferenz und die weitere Kommunikation und Weiterverbreitung der Inhalte sicherzustellen, können digitale Kommunikationstools ideal unterstützen – so werden die Teilnehmer zu Multiplikatoren. Dazu eignen sich vor allem speziell konzipierte Apps oder Content-Portale, die die Kaskadierung der Kernbotschaften ermöglichen, sowie die Konferenzinhalte und -ergebnisse langfristig verfügbar machen und damit als interaktives Nachschlagewerk dienen. So wird sichergestellt, dass alle Manager die richtigen Informationen an ihre Teams vermitteln.

Managementkonferenzen sind heutzutage wichtiger denn je. Damit solche Eventformate funktionieren, muss allerdings alles passen: Ein gut gewählter Veranstaltungsort, ein unterhaltsames Programm sowie emotional aufbereitete Inhalte spielen zusammen und erzeugen unvergessliche Momente. Wichtig ist, dass speziell die Kernbotschaften nachhaltig vermittelt und so Teilnehmer zu Botschaftern für den Wandel werden. Denn nur indem Führungskräfte als Vorbilder vorangehen, können sie ihre Mitarbeiter von den notwendigen Veränderungen in einem Unternehmen überzeugen und zum Handeln bewegen.

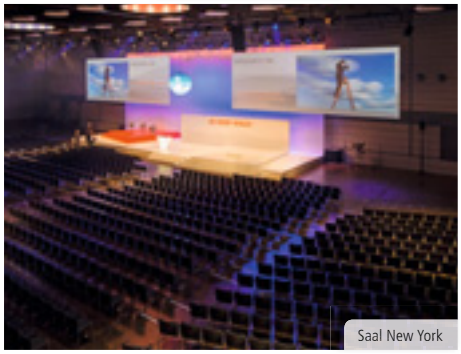
Werden alle Faktoren berücksichtigt, entstehen echte, konsistente 360°-Konferenzerlebnisse, die kreativ und wertschöpfend auf die Unternehmensziele einzahlen, einen Nutzen gleichermaßen für Teilnehmer wie auch Unternehmen bringen und gerade in Zeiten des kontinuierlichen Wandels echte, nachhaltige kommunikative Mehrwerte für Unternehmen erzielen.

Anzeige

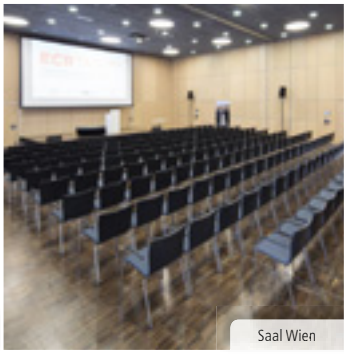

Foyer des Hauptgebäudes

Foyer des Hauptgebäudes

Plenargebäude


Saal New York

Saal Nairobi


Saal Wien

Tagen in grünen Dimensionen

Bonn ist die deutsche Stadt der Vereinten Nationen und Schauplatz der Weltklimakonferenz 2017. Mit dem Projekt „Sustainable Bonn“ engagieren sich Betriebe der Kongressbranche für mehr Nachhaltigkeit in der Destination Bonn. Das WorldCCBonn ist wiederholt zertifizierter „Partner of Sustainable Bonn“ mit dem Ziel, Veranstaltungen umweltbewusster und zukunftsorientierter durchzuführen.

Weitere Informationen unter **www.worldccbonn.com** oder unter Telefon: **+49 (0)228 9267-0**

WORLD CONFERENCE CENTER **BONN**

SMARTE TECHNOLOGIEN FÜR BESSERE VERANSTALTUNGEN

Smarte Event-Technik liegt im Trend – sie ist der Schlüssel, um ausgewählte Prozesse zu digitalisieren und Veranstaltungen zu optimieren. Die Technisierung hat die MICE-Branche auf ein neues Niveau katapultiert, was Wissensvermittlung, Vernetzung und Partizipation der Teilnehmer angeht. Digitale Plattformen und Apps sowie smarte Event-Technologien haben sich etabliert – vor allem durch die enorme Verbreitung digitaler Endgeräte (Smartphones, Tablets). Veranstaltungsplaner und Locationbetreiber können in sechs Handlungsfeldern entscheidende Verbesserungen anstoßen:

1. Digital registrieren
2. Event-App einsetzen
3. Netzwerken erleichtern
4. Soziale Medien nutzen
5. Teilnehmer aktiv einbinden
6. Technologische Innovationen annehmen

Lesen Sie den ganzen Artikel im Newsblog auf *www.gcb.de* Machen Sie mit bei der Umfrage zum Future Meeting Space und finden Sie heraus, welcher Teilnehmertyp Sie sind!

Der Innovationsverbund „Future Meeting Space“ hat eine Umfrage gestartet, um Teilnehmertypen und die Wirkung von Veranstaltungselementen zu ermitteln. Und wer mitmacht, erhält direkt eine persönliche Rückmeldung!

MIT XNET EIN GANZES DORF IN VORARLBERG MIETEN

Auf 1.00 m Meereshöhe liegt das Walserdorf Brand, dass sich für Planer im Rent-a-Village-Konzept bespielen lässt. Veranstaltungen mit einer Personenanzahl zwischen 50 und 1.200 sind in Brand genau richtig. Für die jeweilige Veranstaltung kann das Dorf vollständig und ganz individuell auf die Kundenwünsche angepasst werden. Sogar Straßenschilder oder Laternenfahnen können mit dem firmeneigenen Logo gebrandet werden. Zentraler Punkt am Anfang der Veranstaltung ist die Schlüsseltombola, bei der alle Teilnehmer nach dem Zufallsprinzip ihre Zimmer, die im ganzen Ort verteilt sind, zugeteilt bekommen. Für den weiteren Verlauf der Veranstaltung stehen 1.100 qm Raumfläche zur Verfügung, die flexibel und individuell bespielbar sind.

AQUATIS AQUARIUM-VIVARIUM LAUSANNE ERÖFFNET

Am 21. Oktober wurde das Aquatis Aquarium-Vivarium in Lausanne eröffnet. Als größtes Süßwasseraquarium Europas mit 46 Aquarien, Terrarien und Vivarien sowie 20 Ökosystemen lädt es seine Besucher auf eine Odyssee des Süßwassers durch die fünf Kontinente ein.
Das innovative Projekt bereichert Lausanne und die ganze Region, die für ihre Kompetenzen im Bereich Wasser und Umwelt bekannt ist. Das neue Aquatis Aquarium-Vivarium ist zugleich ein wissenschaftliches, technologisches, kulturelles und nachhaltiges Projekt.
Gemeinsam mit dem bereits zuvor eröffneten Aquatis Hotel, einem angrenzenden Drei-Sterne-Superior-Haus, bildet es eine inspirierende Kombination für Veranstaltungen. Während das Hotel 143 Zimmer bietet und über ein Konferenzzentrum samt Auditorium für bis zu 300 Personen samt modularer Besprechungsräume verfügt, können bis zu 300 Gäste im Aquatis Aquarium-Vivarium dinieren oder ein Empfang für bis zu 350 Gäste stattfinden.

LOUVRE ABU DHABI ÖFFNETE AM 11. NOVEMBER

Der Louvre Abu Dhabi ist das erste Museum seiner Art im Nahen Osten. Es ist ein universelles Museum und richtet seinen Fokus auf gemeinschaftliche Erfahrungen der Menschheit über verschiedene Kulturen und Zivilisationen hinweg. Die Eröffnungsfeierlichkeiten werden ein breites Spektrum an öffentlichen Programmen, Symposien, künstlerischen Darbietungen, Konzerten, Tanzvorführungen sowie Werken der bildenden Kunst von renommierten modernen und klassischen Künstlern beinhalten.
Im Herzen von Abu Dhabi, der Hauptstadt der Vereinigten Arabischen Emirate (VAE), entstand eine Museumsstadt (angelehnt an die arabische „Medina“), die vom Träger des Pritzker Architekturpreises Jean Nouvel entworfen wurde und unter einer silbernen Kuppel ruht. Unter dem 180 Meter breiten Kuppeldach, das aus nahezu 8.000 einzigartigen Metallsternen in einem komplexen geometrischen Muster besteht, können Besucher durch die Promenadengänge mit Blick auf das Meer wandeln. Das einfallende Sonnenlicht erzeugt einen faszinierenden „Lichtregen“ unter der Kuppel, der an die ineinander verschränkten Palmblätter in den arabischen Oasen erinnert.
Ausgestellt wird die beachtliche Kunstsammlung des Museums, die aus zahlreichen Kunstwerken, Artefakten und Leihgaben führender französischer Museen besteht. Sie umfasst die gesamte menschliche Geschichte, von prähistorischen Objekten bis hin zu modernen, speziell für das Museum angefertigten Werken. Der Louvre Abu Dhabi hebt universelle Themen und Einflüsse hervor. Damit weicht er von der traditionellen Museumsgestaltung ab, bei der die Ausstellungsstücke zumeist nach ihrer Herkunft unterteilt werden.

Zusätzlich zu den Galerien bietet das Museum diverse Wechselausstellungen, ein Museum für Kinder, ein Auditorium, ein Restaurant, ein Museumsshop und ein Café.

NEUE UNTERSTÜTZUNGSPROGRAMME FÜR VERBÄNDE

Conventions Malta stellt zwei neue MICE-Programme vor, die sich an Verbände richten und Verbandskonferenzen auf Malta fördern sollen. Beide Programme gelten für Events, die im Zeitraum 2018 bis 2020 stattfinden.

Das lokale Verbandsprogramm unterstützt örtliche Firmen, die internationale Konferenzen und Meetings in Malta ausrichten möchten. Es umfasst einen finanziellen Zuschuss bis zu 6.500, Site-Inspection-Flüge für Entscheidungsträger sowie weitere Hilfestellungen in Form von Präsenten und Ressourcen, die im Rahmen des Bieterverfahrens genutzt werden.

Das internationale Verbandsprogramm richtet sich an internationale Verbände, die über keine Repräsentanz in Malta verfügen und ein Meeting auf den Maltesischen Inseln in Erwägung ziehen. Dieses Programm beinhaltet, abgesehen von Flügen und Site-Inspection-Reisen, eine Subvention von 25 pro internationalem Teilnehmer - bis zu maximal 12.500 pro Event. Zudem werden auch hier nicht-finanzielle Unterstützungen wie Präsente und Ressourcen bereitgestellt.

Organisationen, die sich für das Programm bewerben möchten, müssen spezifischen Berechtigungskriterien entsprechen: Events müssen über einen Zeitraum von mindestens drei Nächten stattfinden. Organisationen müssen ihre Bewerbungen im Vorfeld der finalen Destinationswahl einreichen – die Unterlagen müssen Conventions Malta nicht später als sechs Monate vor Beginn des Events vorliegen. Ausführliche Informationen unter: http://conventionsmalta.com/de/page/conventions-malta/associations/12

Vom 15. bis 18. März 2018 findet auf Malta die Veranstaltung Associations Table statt - eine Fachveranstaltung für Führungskräfte und Veranstaltungsplaner in Verbänden und ähnlichen Organisationen, die international Veranstaltungen planen, organisieren und beauftragen. Der 1. MICE Associations Table Malta 2018 ist als exklusiver Gesprächs-Zirkel unter Kunden und Anbietern geplant und verknüpft einen Fach-Workshop zu praktischen Themen mit einem Round-Table Gespräch sowie gezielten, anforderungsrelevanten Site-Inspections in Malta. Interessierte Führungskräfte aus Firmen, Verbänden und ähnlichen Organisationen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz können sich ab sofort hier anmelden https://sites.google.com/view/mice-associations-table-malta/anmeldung
Die Teilnahme, einschließlich des Fluges, ist kostenfrei. Neben einem spannenden Teilnehmerkreis erwartet die Gäste ein facettenreiches Programm auf Malta.
http://www.meetmalta.de/termine/detail/meet-malta/termin/associations-table-malta-2018.html

KOLUMBIENS HOTELLERIE IST IM WANDEL

Bereits in 2016 öffneten 26 neue Hotels und Resorts mit insgesamt 4.118 Zimmern auf kolumbianischen Boden. Der Fokus der Neueröffnungen lag dabei auf den beiden Städten Bogotá und Cartagena. Jetzt sollen bis 2020 weitere 59 Eröffnungen, darunter unter anderem Häuser von Accor (Cali, Barraquilla, Cúcuta), Carlson Rezidor (Bogotá, Cali, Cartagena, San Andrés, Santa Marta) , Melia (Cartagena) oder NH (Cartagena), folgen. Durch diese Eröffnungen erhöht sich die Zimmeranzahl um weitere 9.287. Auch wenn viele der Zimmer in Cartagena oder Bogotá zu finden sein werden, wird es außerdem in der fünfgrößten Stadt Kolumbiens - Bucaramanga –zahlreiche Neueröffnungen, beispielsweise der Marken Hilton und Marriott, geben.

BESONDERE INCENTIVE- UND EVENTLOCATIONS IN NAMIBIA

Namibias spektakuläre Natur bietet eine perfekte Kulisse für MICE-Veranstaltungen aller Art. Ein führender Anbieter von Unterkünften, die sich insbesondere auch für MICE-Veranstaltungen eigenen, ist O&L Leisure Hotels & Lodges. Das Unternehmen gehört zur im Jahr 1919 gegründeten Ohlthaver & List Gruppe und ist, neben der Hotellerie, auch Eigentümer der Brauerei Namibia Breweries in Windhoek. O&L bietet MICE-Gruppen Angebote der besonderen Art. Dafür sorgen die besonderen Locations, an denen sich die Hotels und Lodges von O&L befinden und die perfekte MICE-Destinationen innerhalb Namibias darstellen. Am östlichen Gate des berühmten Etosha National Parks liegt die Mokuti Etosha Lodge. Mit 90 komfortablen Zimmern und 16 Suiten, mehreren Restaurants, einer open-air location und mit 2 gut sortierten Bars ist diese Lodge der optimale Ort für MICE-Gruppen, die die faszinierende Tierwelt Namibias hautnah erleben wollen. Erreichbar per Charter-Flug in Cessnas oder im Konvoi mit Geländeautos ist diese Lodge im afrikanischen Busch ein spannender Programmpunkt in Ihrer Namibia-Planung. Direkt an der Atlantikküste hingegen, empfängt das moderne und erst vor 2 Jahren eröffnete Strand Hotel Swakopmund MICE-Gäste aus aller Welt. Mit 125 geräumigen Zimmern in verschiedenen Kategorien hat dieses Haus mit seinem Boutique-Charakter einen sehr hohen Qualitätsanspruch. Die Lage direkt an der Mole von Swakopmund ist einzigartig und das eigene Conference & Banqueting Centre bietet auf über 440 m2 auch Platz für große Gruppen. Eine Micro-Brauerei im Hauseigenen Restaurant Brewer & Butcher braut nach dem deutschen Reinheitsgebot beliebte Biere, darunter Pils und Märzen aber auch ein ausgezeichnetes Pale Ale. Swakopmund, der Spielplatz Namibias für MICE Gäste, wartet mit einem spannenden Mix an Aktivitäten auf. Sei es eine Katamaran-Fahrt in der Lagune von Walvis Bay, begleitet von Robben, Pelikanen und Delfinen, sei es eine Quadbike Tour in den Dünen oder sei es ein atemberaubender Sundowner in der Mondlandschaft vor den Toren der Stadt: das einzigartige Erlebnis in dieser unverbrauchten und jungen Destination macht Lust auf Mehr.

Dominik Deubner ist Beiratsmitglied des micelab:bodensee

Foto: Udo Geisler

Seit Oktober hat der Beirat des micelab:bodensee ein Mitglied mehr: Mit **Dominik Deubner**, Gründer des MICE Clubs und Live-Kommunikationsexperte, bringen sechs Experten ihr Know-how in die weitere Entwicklung der Weiterbildungsplattform ein. Die Ziele des micelab:bodensee und MICE Club überschneiden sich: So geht es beiden Plattformen darum, eine lebendige Veranstaltungskultur zu etablieren. Nun arbeiten die beiden eng zusammen: MICE Club-Gründer Dominik Deubner begleitet als Beiratsmitglied das micelab:bodensee in seiner weiteren Entwicklung. ‚Gerhard Stübe, Leadpartner des micelab:bodensee und Geschäftsführer der Kongresskultur Bregenz freut sich über die Kooperation: „Dominik Deubner war ein Wunschkandidat für das micelab:bodensee. Mit ihm als erfahrenem Live-Kommunikationsexperten gewinnen wir eine weitere innovative Kraft."

Karin Müller Head of Media Relations bei Swiss

Foto: SWISS

Im Zuge der neuen Ausrichtung der Unternehmenskommunikation innerhalb der Lufthansa Group passt Swiss ihre Organisationsstruktur im Bereich Kommunikation an. Der Bereich «Strategic Communications & Content Production» wird von Tobias Fries geleitet. Er zeichnet fortan mit seinem Team für die strategische Planung der Unternehmenskommunikation und für die Erstellung der Inhalte verantwortlich. Die neu geschaffene Stelle Head of Media Relations & Online Communications übernimmt **Karin Müller**. In ihrer neuen Funktion leitet sie die Medienstelle und zeichnet zusätzlich für die Mitarbeiter-Newsportale verantwortlich. Daniel Bärlocher, Head of Communications: „Mit der neuen Organisationsstruktur können wir die Themen effizient über alle Unternehmensbereiche hinweg planen und optimal über sämtliche Kommunikationskanäle von Swiss verbreiten". Tobias Fries stieß 2008 zur Marketingabteilung von Swiss. Nach seinem Masterstudium in Wirtschafts- und Kommunikationswissenschaften an der Universität Lugano trat er 2015 in die strategische Unternehmenskommunikation der Lufthansa Group ein. Karin Müller ist seit 2009 bei Swiss und war in den vergangenen drei Jahren als Mediensprecherin tätig. Sie verfügt über einen Masterabschluss in Medien- und Kommunikationswissenschaften der Universität Zürich. Zum Team Media Relations gehören wie bisher die Mediensprecher Meike Fuhlrott, Sonja Ptassek und Stefan Vasic.

Mövenpick ernennt Amir Lababedi zum Vice President Development

Foto: Mövenpick Hotels & Resorts

Mövenpick Hotels & Resorts hat mit der Beförderung des erfahrenen Hotelentwicklers **Amir Lababedi** ab sofort eine neue Speerspitze für die Expansionstrategie in den beiden wichtigen Märkten Europa und Nordafrika. Lababedi hat die vergangene Wachstumsphase der Schweizer Hotelgruppe im Nahen Osten und Afrika maßgeblich begleitet. In der neu geschaffenen Position des Vice President Development Europe & North Africa wird er jetzt von London aus wirken.In seiner neuen Rolle wird er für die Ankurbelung der Expansionspläne gerade in Europa zuständig sein. Dazu gehört die Identifizierung möglicher Standorte für Betrieb und Pacht von neuen Hotels, als auch die Einführung des in anderen Märkten erfolgreichen Konzepts der ‚Mövenpick Residences'. Federführend wird Lababedi auch den Ausbau des Portfolios in Nordafrika – einer Region mit hohem Wachstumspotential – fördern. Hier verfügt Mövenpick Hotels & Resorts bereits über 20 Hotels sowie Nilschiffe und weitere Projekte sind bereits in der Pipeline.

Christian Obladen neuer CFO bei Vok Dams worldwide

Foto: VOK DAMS

Um auch weiterhin ein solides, profitables und dynamisches Wachstum sicherzustellen, hat die Agentur für Events und Live-Marketing Vok Dams ihr Führungsteam erweitert. **Christian Obladen** hat seit Juni die Position des Chief Financial Officers (CFO) übernommen. Mit Christian Obladen hat die Wuppertaler Agentur den idealen CFO an Bord geholt, um die Führungsorganisation des Unternehmens neu aufzustellen und bisherige Strukturen zukunftsorientiert weiterzuentwickeln. Durch seine Expertise in allen kaufmännischen Disziplinen wie auch im Bereich Digital wird er als Treiber den digitalen Transformationsprozess der Vok Dams Gruppe weiter beschleunigen und den Weg der Agentur als Agile Agency fachkompetent begleiten. Ziel der neuen Struktur ist es, die Leistungsfähigkeit, die Transparenz sowie die organisatorische Agilität deutlich zu steigern. Christian Obladen studierte Betriebswirtschaft in Köln und Düsseldorf und war anschließend über zehn Jahre bei einer führenden Kölner IT-Unternehmensgruppe in unterschiedlichen kaufmännischen Führungs-Positionen national wie international tätig – davon vier Jahre als Group Chief Financial Officer. Vom Headquarter in Wuppertal aus wird Christian Obladen die kaufmännischen Ressorts der gesamten internationalen Agenturgruppe verantworten.

WHERE
INNOVATION, GROWTH & NEW OPPORTUNITIES
MEET.

Singapore is an inspiring city with tremendous depth of expertise and breadth of experience in creating exciting opportunities through events. Its innovation capabilities combined with world-class infrastructure and award-winning venues make it the ideal place to turn your passion for growth into reality. It's where great minds converge, connect and collaborate. And new possibilities are created to shape the future. Let us help you take your business further, plan your next event at VisitSingapore.com/mice.

SG singapore
Passion Made Possible

Zürich besuchen –
die Stadt der Züricher entdecken

Save the date

Jetzt anmelden und vom
02. bis 04. Februar 2018
Zürich erleben!

VERANSTALTUNGSPLANER AUS FIRMEN, AGENTUREN UND VERBÄNDEN SIND HERZLICH EINGELADEN

Welches Zürich möchten Sie gerne entdecken? Das historische, traditionelle und seiner Vergangenheit verpflichtete oder das hippe, szenige Zürich? Die Bankenmetropole oder das romantische Zürich mit tausend stillen Bänken in lauschigen Parks? Das kulturelle oder gastronomische Zürich?

Seien Sie dabei und finden Sie heraus, welche "Favourites" Sie am Ende der Reise für sich entdecken!

Anmeldungen unter: www.convention-net.de

Aufgrund der begrenzten Teilnehmerzahl behält sich Zürich Tourismus, Abteilung Kongressbüro ein Auswahlrecht vor und die Teilnahme gilt erst nach schriftlicher Rückbestätigung.

zürich

Meet Hessen Tour und Destination Roadshow 2017:

Event-Dienstleister stellten sich in Frankfurt und Wiesbaden vor

Interessanter Programmpunkt: die Baustellenbegehung im Rhein Main Congress Center.

Am 27. und 28. September lud Event Destinations Veranstaltungsplaner aus ganz Deutschland zur Meet Hessen Tour ein. Zum dritten Mal in Frankfurt und zum zweiten Mal in Wiesbaden präsentierten sich über 90 außergewöhnliche Event Locations und innovative Dienstleister. Circa 200 Teilnehmer erlebten an beiden Tagen ein inspirierendes Programm.

Unter anderem erlebten sie eine Führung durch den beeindruckenden Campus der Frankfurt School of Finance & Management, eine überraschende Präsentation des Lindner Congress Hotels, eine Fahrt mit dem Event-Zug der Deutschen Bahn und dem modernen Pure-Liner sowie einen fantastischen Sonnenuntergang auf der Terrasse des Design Office Westend mit Blick auf die Skyline von Frankfurt.

Bei der Meet Wiesbaden-Tour faszinierte die Teilnehmer unter anderem das Jagdschloss Platte, die köstliche Hirschbratwurst auf dem luxuriösen Hofgut Mappen und die Vorstellung des innovativen Percumas durch den Unternehmensberater und Inhaber Markus Rösmann. Der inspirierende Tag endete mit einer Premiere: der ersten Kundenveranstaltung im – noch im Bau befindlichen – topmodernen Rhein Main Congress Center. Ergänzt wurde dieser Tag durch die Präsentation „Meeting mal anders“ der Wiesbaden Kongressallianz sowie Papilio Entertainment.

Bei der Destination Roadshow in dem zentral gelegenen Palais Frankfurt kamen über 150 Fachbesucher mit insgesamt 46 Ausstellern aus Deutschland und Österreich ins Gespräch. Anschließend ließen die Partner, Kunden und Aussteller den Tag bei einem Get-together ausklingen.

Termine 2018:

28.02. & 01.03.	Meet Munich Tour
18.04. & 19.04.	Meet Berlin & Meet Potsdam Tour
06.06. & 07.06.	Meet Düsseldorf & Meet Cologne Tour
26.09. & 27.09.	Meet Frankfurt & Meet Darmstadt/Mainz Tour
14.11. & 15.11.	Meet Dresden & Meet Leipzig Tour

Anzeige

INSPIRIERENDE MEETINGS

ERLEBEN SIE DEN FRISCH RENOVIERTEN EVENT-BEREICH IM ZÜRICH MARRIOTT HOTEL.

Wir könnten Ihnen hier in ein paar Zeilen beschreiben, wie genial, innovativ und individuell unsere Meetingkonzepte sind.

Aber Sie glauben es erst, wenn Sie es mit eigenen Augen sehen. Wir freuen uns auf Sie!

ZÜRICH MARRIOTT HOTEL
+41 (0)44 360 7101
ZURICH.EVENTS@MARRIOTT.COM

MARRIOTT
ZÜRICH

convention INTERNATIONAL

Available on the App Store

www.convention-net.de

ANDROID APP ON Google play

REDAKTIONSBÜRO Deutschland: H.W.G. Verlag /// Wiedbachstraße 50 /// 56567 Neuwied /// Telefon: + 49 2631 9646-0
REDAKTIONSBÜRO Luxemburg: Convention International /// 36, rue de Luxembourg /// L-8077 Bertrange /// anfrage@convention-net.de

Infinity Munich feiert Richtfest

v.l.n.r.: Erik van den Bergh (General Manager INFINITY Munich), Annette Ganssmüller-Maluche (stellvertretende Landrätin), Andreas Striebel, Christoph Böck (Erster Bürgermeister Unterschleißheim), Alexander Ilg (Bereichsleiter SF-Bau, Niederlassung München, W. Markgraf GmbH & Co KG), Oliver Kunzmann (Erster Polier W. Markgraf GmbH & Co KG).
Foto: INFINITY Munich

Am 10. Oktober konnte der Erweiterungsbau des Vier-Sterne-Plus-Hauses in Unterschleißheim Richtfest feiern. Entgegen vieler Großprojekte innerhalb Deutschlands liegt das Infinity zeitlich genau im Plan. Der Eröffnung im Sommer 2018 steht also nichts im Wege.

Ab diesem Zeitpunkt darf sich das Resort als größtes Hotel und Conference Resort in Süddeutschland bezeichnen, denn dann verfügt es über insgesamt 439 Gästezimmern und Suiten, einen auf 1.700 Quadratmeter vergrößerten Spa-Bereich und neun verschiedenen Bars und Restaurants.

Das Conference Resort umfasst dann im Ganzen 43 variable und kombinierbare Tagungsräume, einen neuen Ballsaal für bis zu 750 Personen, die Executive Sky Lounge sowie die Eventlocation Ballhaus-Forum für Veranstaltungen von zwei bis 2.750 Personen.

„Mit den Investitionen in den Jahren 2017 und 2018 setzen wir ein starkes Zeichen für die Zukunft, für neue Gästegruppen und für den Standort Unterschleißheim. Das Infinity Munich wird auch in Zukunft ein Aushängeschild der Stadt sein und mit den erweiterten Möglichkeiten auch den lokalen Gästen für Familienfeiern und Freizeitgestaltung sehr gerne zur Verfügung stehen“, so Andreas Striebel, Eigentümer und Betreiber, in seiner Rede.

Richtfest – Dank an alle Beteiligten

In einem feierlichen Akt, begleitet von der Blaskapelle Oberschleißheim und einem großen Gästekreis, bedankte sich Andreas Striebel anlässlich des Richtfestes bei allen am Bau beteiligten Arbeitern, Partnern und Unternehmen, „ohne deren engagiertes Arbeiten, Planen und Abwägen wir heute nicht hier stehen würden“, wie der Bauherr in seiner Rede betonte.

Oliver Kunzmann, 1. Polier des Generalunternehmers W. Markgraf GmbH & Co KG, trug in einer launigen und kurzweiligen Rede den Richtspruch vor, bevor der Richtkranz weithin sichtbar am Giebel des Neubaus angebracht wurde.

Anzeige

Das Estrel Congress Center ist das größte und modernste Kongresszentrum in Berlin. Mit 25.000 Quadratmetern Veranstaltungsfläche bietet es Platz für bis zu 12.000 Besucher.

ESTREL CONGRESS CENTER BERLIN

ESTREL CONGRESS CENTER BERLIN · TELEFON +49 (0)30 6831 22225 · SALES@ESTREL.COM · WWW.ESTREL.COM

Designbodenbeläge für den anspruchsvollen Objektbereich

Bodenbeläge, richtig ausgewählt, perfektionieren die Inneneinrichtung, die in ihrer Gesamtheit pures Lebensgefühl vermitteln und den Stil des Hauses unterstreichen soll.

Überzeugendes Verlegebild: Designboden Sono Forest mit dem Dekor Forest Timberbridge.

Außergewöhnlich belastbar müssen sie sein und dabei den Einrichtungsstil in allen Bereichen des Hotels in exzellenter Weise ergänzen. Um diesen gestalterischen Anspruch zu realisieren, bedarf es einer umfangreichen Palette an Dekoren, die sämtliche Möglichkeiten zur Innenausstattung bereit hält.

Speziell für die Einrichtung stark beanspruchter Objektbereiche wurden die Sono Designböden entwickelt. Aufgrund ihrer hoher Beanspruchungsklasse sind sie die idealen Bodenbeläge für Foyer, Gästezimmer oder Lobby: von kühler Modernität in Restaurant oder Bar bis zum Wohlfühlambiente in Zimmern oder Sälen. Mit klassischen Holzdessins oder den trendigen Beton- und Steindekoren der Sono-Designböden lassen sich anspruchsvolle Gestaltungsideen realisieren. Die Dekore der NEO-prime-Designbodenkollektion sind als Ergänzung zu Sono die erste Wahl bei der Realisierung außergewöhnlicher Designprojekte. Als „Böden mit Geschichte“ sind diese Dekore historischen Vorbildern nachempfunden.

NEO prime Designboden mit dem Jugendstil-Dekor Flowstone.

Sie empfehlen sich daher hervorragend für die Innenraumgestaltung von Gebäuden mit Tradition. Hinter den NEO-prime-Dekoren stehen sozusagen ganze Fußboden-Biographien. Zahlreiche geschichtsträchtige oder auch designaffine Orte von der Antike bis zur Moderne lieferten die Inspirationen für diese extravagante Designkollektion der Marke NEO 2.0. Die Bodendekore schlagen einen Bogen aus der alten in die neue Welt. So wurden zum Beispiel antike Stein- und Holzböden alter europäischer Klöster, Fachwerkbauten und Burgen nachempfunden oder das pittoreske Fliesenmuster einer mondänen Pariser Stadtvilla ausgewählt. Abgerundet wird die NEO-prime-Kollektion durch die schlichten, aber effektvollen Rautendekore in schwarz oder rot, die vom typischen Aussehen amerikanischer Diner oder Eingangshallen New Yorker Wohnhäuser beeinflusst sind. Fliesen mit Historie, Repliken antiker Steinplatten oder alter Holz-

böden – das zeichnet die Designbodenkollektion NEO 2.0 prime aus.
Die hier vorgestellten Designbodenbeläge sind mit Nutzungsklasse 33/AC5 für den anspruchsvollen Objektbereich konzipiert. Die Designbodenelemente reichen von der klassischen Dielendimension in 1290 mm Länge, über ein markantes 30/60-Fliesenformat, bis hin zur imposanten Schlossdiele mit den Abmessungen 1.800 x 203 mm. Umlaufende Fasen heben die authentischen Dekore in besonderem Maße hervor. Ein echtes Highlight für die Umwelt: Diese Designbodenbeläge tragen allesamt das Umweltzeichen „Der Blaue Engel“ für ein emissionsarmes Produkt aus emissionsarmer Produktion, denn die Böden sind absolut PVC- und schadstofffrei. Sie enthalten weder Weichmacher noch sonstige Zusatzstoffe, die in die Raumluft austreten könnten. Sowohl die Sono- als auch die Neo-prime-Designbodenbeläge basieren auf einem digital bedruckten Träger aus dem neuartigen Werkstoff Ceramin, zu dessen Herstellung ausschließlich natürliche Mineralien bei niedrigen Temperaturen mit einem Polymer verbunden werden. Das Ergebnis ist ein halbstarres Trägermaterial, das im industriellen Digitaldruck mit eindrucksvollen Dekoren versehen und abschließend durch die mehrschichtige Sealtec-Oberfläche versiegelt wird. So entstehen äußerst strapazierfähige natürliche Designböden von exzellenter Qualität, die in Haptik und Optik ihresgleichen suchen. Dank des megaloc-Schnellverlegesystems lassen sich die Designbodenelemente problemlos, schnell und einfach verlegen und überzeugen durch ihr perfektes Verlegebild.

Modern und eindrucksvoll repräsentieren die großformatigen Holzdekore aus der Kollektion Sono Skyline, hier mit dem Dekor Harbour Dock, zeitgenössisches Wohnen und Leben. Das beeindruckende Dielenformat in 1.800 mm Länge ergibt ein elegantes Verlegebild und so eine ganz neue Raumwirkung.

Sprechen Sie mit Ihrem Innenausstatter und lassen Sie sich die beeindruckenden Dekore der Bodenbelägen Sono und NEO prime vorführen.

Ausstattung des Hotels Villa Vinum in Cochem / Mosel mit Ceramin-basierten Bodenbelägen.

Viele exzellente Frauen der Branche werden von eigenen Zweifeln und mangelndem Selbstvertrauen zurückgehalten“

Frauen in Führungspositionen sind ein heiß diskutiertes Thema. Für uns Grund genug einige der “Female Leaders” genauer vorzustellen. Für diese Ausgabe sprach CI mit Amanda Ferguson, Head of Business Tourism bei Convention Edinburgh

Nach 10 Jahren bei Visit Scotland zog es Amanda Ferguson zu einer neuen Herausforderung. Seit August 2017 ist sie als Leiterin im Bereich Business Tourism bei Convention Edinburgh tätig.

Beschreiben Sie uns Ihre jetzige Position und den Weg, der Sie dorthin geführt hat.

In Belfast geboren und aufgewachsen zog es mich im Alter von 18 Jahren nach Edinburgh. Dort studierte ich unter anderem International Business and Languages – diverse Fächer aus den Bereichen BWL und VWL in deutscher Sprache. Nach meinem Studium nahm ich eine Stelle im Marketing des Edinburgh International Conference Centres an und hatte damit meinen ersten Kontakt mit der MICE-Branche. Fünf Jahre später wechselte ich zur Marketingabteilung der Universität Edinburgh.
Seit Ende August dieses Jahres bin ich Leiterin im Bereich Business Tourism bei Convention Edinburgh. Zuvor war ich zehn Jahre beim internationalen Fremdenverkehrsbüro für Schottland – VisitScotland – tätig, wo ich den britischen und europäischen MICE-Markt verantwortete. Dank der langjährigen Zusammenarbeit mit Natascha Langhein von Lieb Management, die offizielle Vertretung für VisitScotland Business Events in Deutschland, ist mir der deutschsprachige MICE-Markt sehr gut vertraut.
Meine Leidenschaft für die deutsche Sprache, Kultur und Lebensart war schon immer sehr groß und hat auch viele meiner beruflichen Entscheidungen beeinflusst. Hinzu kommt, dass ich meine Sprachkenntnisse in meinen vorherigen Positionen gut einsetzen und weiterentwickeln konnte. Viele sind der Meinung, dass weitere Fremdsprachen neben Englisch heutzutage keinen Vorteil mehr einbringen – das stimmt nur teilweise, denn meiner Meinung nach macht es einen großen Unterschied: Erstens verfüge ich über ein besseres Verständnis für internationale Kunden und zweitens erleichtern mir die Sprachkenntnisse, gute und intensivere Geschäftsbeziehungen aufzubauen. Wir kommen schneller ins Gespräch!

Was macht die MICE-Branche für Sie besonders spannend?

Kein Tag ist wie der andere. Es gibt wichtige Branchenveranstaltungen, die das Jahr prägen, aber jede Veranstaltungsanfrage ist besonders und anders. Ich liebe die Herausforderung, Menschen für Edinburgh und Schottland zu begeistern und ihnen aufzuzeigen, welch einzigartige und unvergessliche Events hier möglich sind.

Wo sehen Sie innerhalb der Branche die größten Hürden für Frauen?

Ich kann mir vorstellen, dass es schwierig sein kann, das Familienleben mit den internationalen Aspekten unserer Branche in Einklang zu bringen. Eine vielleicht bedeutendere Barriere, mit der Frauen zu kämpfen haben, ist ihr Selbstvertrauen – an sich selbst und ihre Fähigkeiten. Ich sehe so viele exzellente Frauen in der Branche, die von ihren eigenen Zweifeln und mangelndem Selbstvertrauen zurückgehalten werden.

Hatten Sie in Ihrer bisherigen Laufbahn mit Vorurteilen zu kämpfen?

Vorurteile können in so vielen Formen auftreten – aufgrund von Nationalität, Geschlecht, Religion, sozioökonomischer Herkunft usw. und sind immer schädlich. Niemand ist immun dagegen. Ich bin sicher, dass auch ich Vorurteile in meiner Karriere erlebt habe, aber ich ziehe es vor, mich auf positivere Aspekte des Lebens und Dinge zu konzentrieren, die ich kontrollieren kann, wie meine eigene Leistung und berufliche Integrität.

Wie würden Sie selbst Ihren Führungsstil beschreiben und was ist Ihnen dabei wichtig?

Ich würde sagen, dass ich entschlossen bin und halte es für wichtig, klare Anweisungen zu geben. Meine Arbeit für Edinburgh und Schottland erledige ich mit viel Leidenschaft. Zudem ist mir die Liebe zum Detail wichtig – wenn ein Job es wert ist, dann sollte man ihn auch gut machen!

Wer hat Sie auf Ihrem bisherigen (Lebens-) Weg inspiriert?

Verschiedene Menschen haben mich in unterschiedlichen Abschnitten meines Lebens inspiriert. Als Studentin ließ ich mich beispielsweise von Maya Angelou und der Bürgerrechtsbewegung in den USA inspirieren. In letzter Zeit hat mich Sheryl Sandberg mit ihrem Werk „Lean In“ angesprochen.

Was würden Sie Kolleginnen am Anfang ihrer Karriere mit auf den Weg geben?

Man sollte sich keine Sorgen darüber machen, nicht zu wissen, was genau man tun möchte. Einfach hinausgehen und alles versuchen. Der richtige Weg wird sich zeigen, wenn man bereit dafür ist, nach ihm zu suchen.

Doha Exhibition and Convention Center, Doha

The art of business.

Because an event should be an event.
A convention… unconventional.
Think beyond the ordinary… think extraordinary.

QATAR
فعاليات الأعمال
Business Events

www.visitqatar.qa

BOE: Trendstudie zur Veranstaltungssicherheit

Die BOE, internationale Fachmesse für Erlebnismarketing, unterstreicht ihren Anspruch, die Leitmesse der Branche zu sein. Mit einem neuen Innovation Board hat sie das Ohr ganz nah der Branche und unterstützt die wissenschaftliche Aufarbeitung wichtiger Themen. Im Vorfeld der BOE 2018 ist beispielsweise eine Trendstudie zum Thema „Veranstaltungssicherheit" veröffentlicht worden. Das Thema stellt 2018 auch einen Schwerpunkt der BOE dar.

Am 10. und 11. Januar 2018 findet die nächste Ausgabe der Best of Events wieder in den Westfalenhallen Dortmund statt. Fotos: Best of Events

Anfang 2017 haben der Famab Kommunikationsverband und Vertreter der Technischen Universität Chemnitz das erste Forschungsinstitut der Live-Kommunikations-Branche auf internationaler Ebene gegründet. Die vielfältigen Aufgaben des Research Institute for Exhibition and Lice-Communication – kurz R.I.F.E.L. – reichen von Trendstudien und Zukunftsszenarien über die Erhebung von Facts & Figures zu Markt, Akteuren und Rahmenbedingungen bis hin zur Wirkungsforschung und Bewertung des Wertschöpfungsbeitrags der Branche. Die Messe Dortmund ist Gründungsmitglied.

„Unser Ziel ist es, möglichst viele Stakeholder unserer Branche an einen Tisch zu holen und gemeinsam für unsere künftige Entwicklung drängende Fragen zu stellen", sagt Famab-Geschäftsführer Jan Kalbfleisch. „Die Antworten finden sich in Form unterschiedlichster Studien, dadurch profitiert die gesamte Branche der Integrated Brand Experiences." Mit über sieben Milliarden Euro Budget nehme die Branche einen bedeutenden Platz im Rahmen des Kommunikationsmarkts ein, ohne bislang adäquat wissenschaftlich begleitet zu werden, so Kalbfleisch. „Das soll R.I.F.E.L. verbessern."

Eines der ersten R.I.F.E.L.-Ergebnisse ist nun eine aktuelle Trendstudie zum Thema Veranstaltungssicherheit, die im Vorfeld der BOE 2018 veröffentlicht wurde. „Die Studie soll die fachliche Diskussion dieses wichtigen Themas anstoßen und bildet den Grundstein für Inhalte auf der Fachmesse 2018", erklärt Sabine Loos, Hauptgeschäftsführerin der Westfalenhallen Dortmund GmbH.

Die Studie diagnostiziert eine wachsende Sensibilisierung für das Thema Sicherheit in der Branche. Besondere Herausforderungen stellen der Erwerb von Fachwissen zum Thema sowie die Kommunikation im Ernstfall dar. Es eröffnen sich aber auch Chancen für kompetente Akteure. So kann etwa eine stärker sicherheitsorientierte Ausrichtung für Agenturen künftig eine besondere Alleinstellung schaffen.

(Weitere Infos zur Studie auf Seite 70)

Neues Beratungsorgan

Das R.I.F.E.L. ist nicht die einzige fachliche Untermauerung der BOE-Inhalte. Die Messe hat auch über ein neues Innovation Board das Ohr am Puls der Branche. Mitglieder sind:

- für das Themengebiet FORSCHUNG: Prof. Dr. Cornelia Zanger, Professorin für Marketing und Handelsbetriebslehre an der TU Chemnitz,
- für das Themengebiet AUSBILDUNG: Michael Hosang, Geschäftsführer des Studieninstituts für Kommunikation, Düsseldorf,
- für das Themengebiet INNOVATION: Colja M. Dams, Chief Executive Officer bei Vok Dams, Wuppertal.
- Das Board trifft sich regelmäßig und spricht Empfehlungen zur Weiterentwicklung der BOE aus. Das neue Beratungsorgan stellt langfristig das notwendige fachliche Niveau für eine Leitmesse zum Thema Erlebnismarketing sicher.

Swiss präsentiert neue Destinationen im Sommerflugplan 2018

Im kommenden Sommer wird Swiss ihr Streckennetz erweitern und ihren Fluggästen neue attraktive Destinationen ab Zürich anbieten. Neu im Angebot sind die französischen Städte Bordeaux und Marseille. Außerdem wird Swiss die ukrainische Hauptstadt Kiew wieder in ihr Flugprogramm aufnehmen und zudem auch im Sommer Direktverbindungen ins südpolnische Breslau anbieten.

Ab Ende März wird Swiss zwölf wöchentliche Verbindungen nach Bordeaux anbieten. Der Erstflug findet am Montag, den 26. März 2018 statt. Ab dann fliegt Swiss von montags bis freitags zweimal täglich sowie samstags und sonntags einmal täglich in die Weinstadt an der Garonne. Sie liegt im Herzen einer beliebten Tourismusregion und besticht durch ein reichhaltiges kulturelles Angebot. Auch wirtschaftlich spielt die Region um Bordeaux eine wichtige Rolle. Sie hat sich in den letzten Jahren verstärkt den Zukunftstechnologien verschrieben, wie sie etwa in der Molekularwissenschaft oder der Raumforschung zum Einsatz kommen.

Ab dem 21. April 2018 wird die schweizerische Airline dreimal pro Woche Zürich direkt mit Marseille verbinden. Die Flüge werden dienstags, donnerstags und samstags durchgeführt. Die Hafenstadt am Mittelmeer bildet das Tor zur Provence, einer der attraktivsten und beliebtesten Urlaubsregionen in Europa. Sie ist zudem Ausgangspunkt zahlreicher Kreuzfahrten.

Am Montag, den 26. März 2018 wird Swiss ihre Direktflüge in die ukrainische Hauptstadt Kiew wieder aufnehmen. Im Oktober 2014 war die Strecke aus dem Programm genommen worden. Im Sommer wird es vier wöchentliche Flüge geben, und zwar montags, mittwochs, freitags und sonntags.

Die zum Winterflugplan 2017/2018 eröffnete Direktverbindung in die südpolnische Stadt Breslau wird jetzt auch in den Sommermonaten bedient. Flüge werden jeweils montags, mittwochs und freitags durchgeführt. Aufgrund der starken Nachfrage vonseiten der wachsenden schweizerisch-polnischen Business-Community wurde diese Strecke aufgenommen.

Die neuen Sommerdestinationen ab Zürich werden unter anderem mit Flugzeugen des Typs Bombardier CS100 und CS300 bedient.

Valsana Hotel & Apartments eröffnet am 07. Dezember

Im neu errichteten Hotel in Arosa Lenzerheide, nur wenige Gehminuten von den Bergbahnen entfernt, treffen Lockerheit und urbanes Lebensgefühl auf alpine Natur. Neben 40 Doppelzimmern und Suiten bietet das Valsana neun Appartements mit komplett ausgestatteter Küche. Im Erdgeschoss des Gebäudes entstehen attraktive Arkaden mit Supermarkt, Sportshop und Arztpraxen. Auf den darüber liegenden Sonnenterrassen genießen Gäste im Restaurant oder im großzügigen Wellnessbereich den Ausblick auf die umliegenden Berggipfel.

Anzeige

Spüren Sie auch dieses **MÄRZRASEN?**

Ab sofort können Sie unser **Messegelände Hannover** auch **im März** buchen!

Weitere Informationen unter **maerzrasen.messe.de** oder telefonisch unter **0511 89-34444**.

Deutsche Messe

Summer Summit geht in die dritte Runde

Am 22. August veranstaltete der Destinations Circle, Zusammenschluss internationaler MICE-Destinationen, den mittlerweile dritten Summer Summit. In diesem Jahr waren interessierte Veranstaltungsplaner ins Schlosshotel Kronberg im Taunus geladen, um dort mehr über die Möglichkeiten in den Mitglieder-Destinationen zu erfahren.

Nach einer kurzweiligen Begrüßung durch Moderator Bernd Fritzges gab es zunächst eine Führung durch das Schloss. Mit dem schlosseigenen Historiker-Ehepaar Dr. Astrid und Dr. Rüdiger Jacobs ging es durch die geschichtsträchtigen Hallen. Während der Führung überraschte nicht nur die ein oder andere Anekdote die insgesamt über 40 Gäste, es gab außerdem die Möglichkeit, schon einmal die einzelnen Standorte der Destinationen zu entdecken. Denn entgegen der Organisation klassischer Networking-Events waren nicht alle in einem großen Konferenzraum untergebracht, sondern verteilten sich auf das gesamte Schlossgelände. So war beispielsweise das German Convention Bureau (GCB) in der Royal Suite – unter anderem der Wohnraum des letzten deutschen Kaisers Wilhelm II. – eingezogen. Hier präsentierte Karina Pierce vom GCB alles zum Thema Future Meeting Space und zeigte den Einsatz von Robotern bei Veranstaltungen. Helena Videtic (Switzerland Convention Bureau) und Anke Pavel (Conventions Malta) hingegen machten die Grotte, die sich im Schlosspark befindet, zum Informationspunkt für MICE-Möglichkeiten in der Schweiz und auf Malta. Weitere Anlaufstellen, auf die sich die übrigen Destinationen wie Abu Dhabi, Namibia, Kolumbien und Vorarlberg verteilten, waren die Suite 101, der Grüne Salon und die Bibliothek. Erstmals in diesem Jahr gab es im Vorfeld zwei sogenannte Wildcards zu ergattern.

Die Vertreter der Destinationen v.l.n.r.: Alexandra Michalak (Flandern), Bernd Fritzges (VDVO), Steve Rübsam (Südafrika), Anke Pavel (Malta), Xiaosha Tang (Singapur), Karina Pierce (Deutschland), Karin Thönes (Singapur), Anna-Lena Gras (CI), Urs Treuthardt (Bodensee-Vorarlberg), Gallus Heidle (Südafrika), Jewgeni Patrouchev (Kolumbien), Frank Müllauer (Abu Dhabi), Helena Videtic (Schweiz), Matthias Lemcke (Namibia)

„DER SUMMER SUMMIT IM SCHLOSSHOTEL KRONBERG WAR ALLERBEST! MAN HAT SOFORT GEMERKT, DASS HIER DIE GEBALLTE KOMPETENZ VON 10 CONVENTION BUREAUS & DMOS AUFEINANDERTRIFFT. DIE ORGANISATION EINSCHLIESSLICH DER AUSWAHL DER CORPORATE BUYERS UND INCENTIVE HOUSES UND DIE DURCHFÜHRUNG DER VERANSTALTUNG WAREN MEHR ALS PROFESSIONELL."

Gallus Heidle, South African Airways

Somit wurde der eigentliche Grundsatz des Destinations Circle – ausschließlich direkte Destinationsvertretungen sind zugelassen – ein wenig gelockert, um den Vertretern von Flandern und Südafrika mit ebendieser Wildcard nicht nur die Möglichkeit der Teilnahme, sondern ebenfalls der Präsenz während des Summer Summit zu geben. Neben lokalen Spezialitäten boten die veranstaltenden Destinationen Informationen über Land und Leute sowie Venues, Konferenzzentren und Hotels. So konnten sich die Planer einen umfassenden Überblick verschaffen.

Ein gelungenes Event

Die aktive und vielleicht etwas unkonventionelle Art und Weise der Veranstaltung stieß sowohl bei Veranstaltern als auch Gästen auf durchweg positive Resonanz. Mal nicht in nur einem Raum von Tisch zu Tisch und von One-to-One-Appointment ziehen, sondern gleichzeitig eine vielseitige Location wie das Schlosshotel Kronberg entdecken zu können, trug während des Events zu einer sehr angenehmen Atmosphäre bei und zeigte außerdem, dass sowohl Location als auch Gastgeber ausschlaggebend sind, wenn es darum geht, die vielbeschriebene No-Show-Rate zu dezimieren. Denn diese tendierte beim dritten Summer Summit gen null. Moderator Bernd Fritzges dazu: „Für mich persönlich war der Destinations Circle Summer Summit eine Premiere, die mich sehr begeistert hat. Kurzweilig, frisch und persönlich haben sich unterschiedliche internationale MICE-Destinationen von ihrer besten Seite präsentiert. Der Rahmen im Schlosshotel Kronberg unterstützte das interaktive Format und unterstrich den Qualitätsanspruch der Veranstalter. Ich bin mir sicher, dass die eingeladenen Veranstaltungsplaner nachhaltige Kontakte zu den jeweiligen Ansprechpartnern aufbauen konnten."

Summer Summit 4.0

Die Planungen für das nächste Event sind schon in vollem Gange. Zwar kann noch nicht allzu viel verraten werden, aber eines steht bereits heute fest: Es wird in den Süden Deutschlands gehen. Und es wird wieder im Sommer stattfinden. **(ag)**

Leonardo Hotels München: Ein starker Partner mit vielfältigen Meetinglösungen in besten Standortlagen

Seit nunmehr elf Jahren sind die Leonardo Hotels auf dem Münchener Hotelmarkt präsent. Im Laufe der Zeit haben sie sich als feste Größe im Tagungsbereich etabliert und ihr Angebot immer weiter ausgebaut. Allein in der bayerischen Metropole zählt die Hotelgruppe zehn Häuser, über 1.700 Zimmer und mehr als 2.800 qm Eventfläche.

Auf einer Gesamtfläche von 1.800 qm bietet das Leonardo Royal Hotel Munich neben einem stylishen Ballsaal auch elf Tagungsräume für Veranstaltungen an. Fotos: Leonardo Hotels

Damit bieten die Leonardo Hotels für jede Veranstaltung das passende Hotel: lichtdurchflutete Tagungsräume, ausgestattet mit modernster Technik, regulierbarer Klimaanlage und WLAN. Professionelle Teams garantieren durch persönliche Betreuung vor, während und nach der Veranstaltung eine erfolgreiche Umsetzung von Events aller Art.

Leonardo Royal Hotel Munich: Tagen in einer neuen Dimension

Mit seinen 424 Zimmern und Suiten, Clubatmosphäre in der Lounge »Leo90« und Frontcooking im Restaurant »Vitruv«, setzt das Vier-Sterne-Superior Leonardo Royal Hotel Munich neue Maßstäbe: Auf einer Gesamtfläche von 1.800 qm bieten neun lichtdurchflutete Räume großzügigen Platz für Meetings, Konferenzen und Kongresse. Ein besonderer Blickfang ist der Royale Ballsaal mit seinem beeindruckenden Foyer und idealen Bedingungen für bis zu 800 Gäste. Durch spezielle Ausstattung wie Hängepunkte, verstärkten Boden oder direkte Befahrbarkeit mit Fahrzeugen, ergeben sich fast grenzenlose Möglichkeiten. Für Team-Meetings stehen die neu gestaltete »daVinci Meeting-Lounge« mit Aussicht auf den Olympiapark und zwei Boardrooms zur Verfügung. Darüber hinaus gibt es im Hotel unzählige Optionen, das perfekte Rahmenprogramm zu schnüren – etwa Barbecue auf der Sonnenterrasse, Party in der Lounge, White Nights im Ballsaal oder rustikaler Hüttenzauber in einer originalen Almhütte im Garten des Hotels.

Leonardo Royal Hotel Munich
Moosacher Straße 90
80809 München

Leonardo Hotel Munich Arabellapark: Zentrale Lage mit optimaler Ausstattung

Im ruhig gelegenen Stadtviertel Bogenhausen, nahe des Englischen Gartens, befindet sich das Leonardo Hotel Munich Arabellapark. Neben 152 Comfort- und Deluxe Zimmern überzeugt der Konferenzbereich mit vier Tagungsräumen und einer Kapazität für bis zu 280 Personen. Das hoteleigene Restaurant »Stüberl« und die Bar eignen sich wunderbar für ein gemeinsames Dinner oder einen gemütlichen Tagesausklang nach einer erfolgreichen Tagung.

Leonardo Hotel Munich Arabellapark
Effnerstraße 99
81925 München

Leonardo Hotel Munich City South: Über den Dächern Münchens tagen

Trendig und transparent - so empfängt das Leonardo Hotel Munich City South seine Gäste. Dank einer Kombination aus kräftigen Farben, ruhigen Erdtönen und einem maßgeschneiderten Lichtkonzept entsteht eine besondere Atmosphäre, die sich von den 159 Comfort und Superior Zimmern bis in die Meetingräume fortsetzt. Das Highlight des Hotels ist der 247 qm große Tagungsbereich mit angrenzender Dachterrasse und Panoramablick. Hier finden bis zu 150 Gäste Platz.

Leonardo Hotel Munich City South
Hofmannstraße 1
81379 München

Leonardo Hotel Munich City East: Neue Räume schaffen neue Möglichkeiten

Der Newcomer, das Leonardo Hotel Munich City East, wurde erst im August 2017 eröffnet und ist geprägt durch individuelles Design sowie ausdrucksstarke Bildmotive von München und seiner Umgebung. Dank der optimalen Lage und der Nähe zur S- und U-Bahn, gelangen Gäste schnell in die Innenstadt und zum Messegelände. Der weiträumige und technisch voll ausgestattete Tagungsbereich auf einer Fläche von 303 qm ist für Events jeder Art geeignet. Mittelpunkt bildet der Saal, in dem bis zu 200 Personen Platz finden. Ein weiteres Highlight: Die Lobby, die nahtlos in die Bar und in das Restaurant mit Atrium übergeht. Auch die 216 modernen Zimmer und Suiten setzen auf den Wohlfühlfaktor.

Leonardo Hotel Munich City East
Carl-Wery-Straße 39
81739 München

www.leonardo-hotels.de

Individuelles Design prägt die trendige Lobby wie auch die sich anschließende Bar des neu eröffneten Leonardo Hotel Munich City East.

Die zweite MICE-Trophy findet #InAbuDhabi statt

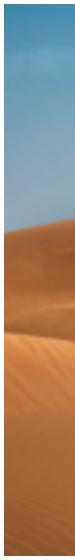
02. Februar
Nachtflug von Deutschland nach Abu Dhabi

03. Februar
Ankunft in Abu Dhabi, Fahrt in die Oasenstadt Al Ain – UNESCO Welterbestätte und das kulturelle Herz der Emirate, Übernachtung im Al Ain Rotana

04. Februar
Fahrt in die Rub al Khali – die größte ununterbrochene Sandwüste der Welt, Wüstenaktivitäten, Besuch des Drehorts von „Star War's 7" – Wüstenplanet Jakku

05. Februar
Fahrt nach Abu Dhabi, erste Orientierungstour durch die Hauptstadt der Vereinigten Arabischen Emirate

Nähere Infos zur **Anmeldung** bei
Kathrin Engel
ke@tailor-made-consulting.de



jetzt anmelden!

MICE TROPHY
#InAbuDhabi

Yas Island – Explore what the island has to offer; Workshops der Partner (Namibia Tourism Board, Pro Colombia, Singapur Tourism Board, DCT Abu Dhabi, plus zwei weitere Partner)

06. Februar

Sheikh Zayed Moschee, Masdar City, Louvre Abu Dhabi, Networking-Evening at ibtm Arabia

07. Februar

Rückflug um 2 Uhr morgens nach Deutschland

08. Februar

„Be sister cities“: Brussels Day in Berlin feiert 25-jährige Partnerschaft

Vor 25 Jahren schlossen das Land Berlin und Brüssel ein Partnerschaftsabkommen. Passend zu dem diesjährigen Jubiläum der Partnerschaft lud visit.brussels, Convention & Visitors Bureau der Hauptstadt Belgiens, Veranstaltungsplaner zu einem festlichen B2B-Event mit vielen Brüsseler Partnern ins Berliner Rathaus ein. Krönender Abschluss des Events war die Feier im Großen Saal des Rathauses mit vielen Künstlern aus der belgischen Hauptstadt.

Am 10. Oktober hieß es „be sister cities“ im sogenannten Roten Rathaus, dem Amtssitz des Regierenden Bürgermeisters und der Senatskanzlei, in Berlin. Gemeinsam mit ausgewählten Partnern präsentierte sich visit.brussels ab 16.30 Uhr im beeindruckenden Säulensaal des Rathauses. Partner und Anbieter vor Ort waren beispielsweise Accor Hotels Belgium, Brussels Expo und die Königlichen Museen der schönen Künste.

Die Auswahl an den verschiedenen Ständen bot Veranstaltungsplanern viele Möglichkeiten und Ansatzpunkte: Neben dem historischen Restaurant „Chez LEON“ im Herzen Brüssels, das viele Möglichkeiten für Gruppen mit bis zu 230 Personen bietet, stellte sich etwa das in unmittelbarer Nähe zum Atomium gelegene, Ende 2015 eröffnete Brüsseler Design Museum ADAM vor. Aber auch das Hard Rock Café Brüssel mit Flächen für Corporate Events oder die Thon Hotel Gruppe mit ihren sieben Hotels und einer Gesamtkapazität von 1.450 Zimmern waren präsent. Besonders interessiert zeigten sich viele der Teilnehmer an Brussels Airlines – mit ihrem Official-Carrier-Programm zeigt die belgische Fluggesellschaft ein direkt auf die Bedürfnisse von Planern zugeschnittenes Angebot.

Im Großen Saal des Berliner Rathauses fand das Event zum Thema „Where will Brussels take you“ statt.
Fotos: Frank-Michael Arndt

KANAL – ein neues Museum für Brüssel

Bevor es im Anschluss in den Großen Saal des Rathauses ging, wurde ein neues Projekt vorgestellt, das Brüssel in den kommenden Jahren verändern wird. Ursprünglich als Projekt „ehemaliges Citroën Autohaus“ benannt, handelt es sich hierbei um ein unter Denkmalschutz stehendes Gebäude, das sich an der Wasserstraße von Brüssel nach Antwerpen befindet. Spätestens bis zum Jahr 2020 soll hier nun ein Museum für zeitgenössische Kunst eingerichtet werden, das auch für Events buchbar ist. Ziel dieser Nutzungsänderung ist aber nicht nur die Erhaltung des Gebäudes selbst, sondern eine Neugestaltung des gesamten umliegenden Stadtviertels. Nach der Präsentation wurde dann auch der offizielle Name des Projekts verkündet – es wird zukünftig unter dem Namen „KANAL“ laufen.

„Where will Brussels take you“

Nun wurden die Gäste in den Großen Saal des Rathauses geleitet. Hier stand das kulinarische Event zum Thema „Where will Brussels take you“ auf dem Programm. Die mittlerweile auf fast 500 Gäste angewachsene Gruppe wurde vom Berliner Bürgermeister Michael Müller begrüßt. Müller betonte in seiner Rede die Wichtigkeit der Partnerschaft zwischen den beiden Städten und sagte, er wolle in den kommenden Jahren ein noch engeres Band knüpfen. Es sei wichtig, sich gemeinsam gegen Kräfte zu engagieren, die für Abschottung stehen, um so ein freies Europa und ein friedliches Zusammenleben zu erhalten.

Nun sprach der Ministerpräsident der Region Brüssel-Hauptstadt, Rudi Vervoort. Er betonte in seiner Rede Brüssels Vielseitigkeit und beschrieb die Stadt als Symbol für Wirtschaft, Kultur und Tourismus. Trotz der schlimmen Ereignisse in der jüngsten Vergangenheit sei Brüssel fest entschlossen, die ehrgeizigen Ziele, die man sich für den Tourismus gesteckt habe, weiterzuverfolgen. Bevor er seine Rede mit den Worten „Danke, Berlin, bis bald in Brüssel“ beendete, versprach Vervoort den Gästen für den weiteren Abend eine gelungene Kostprobe in puncto Kultur und Kulinarik. Diese Versprechen wurden sogleich eingelöst – unter anderem durch die Darbietungen der bekannten belgischen Jazzband „Les Folies Bourgeoises“.

„Der Brussels Day 2017 hat meine Erwartungen bei Weitem übertroffen“, so Hans Kremer, Ansprechpartner von visit.brussels auf dem deutschen Markt. „Sowohl die B2B-Veranstaltung zwischen touristischem Angebot aus Brüssel und Reise- und Veranstaltungsprofis aus ganz Deutschland als auch das im Anschluss daran stattfindende ‚Dîner des Chefs‘ hatten einen Zulauf, den ich selten zuvor gesehen habe. Clou des ‚Dîner des Chefs‘ war die Showeinlage der ‚Folies Bourgeoises‘ – Brüssel feiert und genießt vom Feinsten! Ein absolutes Highlight“, resümiert Kremer die Veranstaltung. **(nl)**

Michael Müller (li.) und Rudi Vervoort (re.) feierten das Jubiläum des Partnerschaftsabkommens.

Von bayerischem Charme, familiärer Atmosphäre und professioneller Flexibilität | von Nadine Laske

Ein atemberaubender Ausblick auf die Chiemgauer Alpen und nur 8 km vom Chiemsee entfernt – die Lage des Golf Resort Achental ist äußerst idyllisch. Dennoch punktet das Hotel ebenso mit einer guten infrastrukturellen Anbindung, einer Entfernung von nur 90 km bis München und lediglich 50 km nach Salzburg. Zu der großzügigen Hotelanlage mit viel bayerischem Charme und stylish gestalteten öffentlichen Bereichen, gehören 21 Tagungsräume eine Berghütte und ein Golfplatz. Ohne Frage ist das Vier-Sterne-Haus sehr beliebt bei MICE-Kunden: So finden hier beispielsweise bereits seit elf Jahren die Vertriebs- und Technikertrainings von EBV Elektronik statt.

„Für uns ist es jedes Jahr wie nach Hause kommen“, erzählt Simone Blumoser, Supplier Marketing Operations Manager bei EBV Elektronik. Das Tochterunternehmen der amerikanischen Avnet Inc. ist einer der weltweit erfolgreichsten Distributoren für Halbleiterprodukte und die damit verbundenen Dienstleistungen. Seit über 47 Jahren am Markt, beschäftigt EBV Elektronik europaweit aktuell 940 Mitarbeiter. Für ihre Vertriebs- und Technikertrainings im Mai und im September vertrauen sie auf das Golf Resort Achental.

Simone Blumoser ist für das Event verantwortlich – und das seit 15 Jahren. „Wir kommen mit einer Gruppe von rund 200 Personen, und da benötigt man einen Hotelpartner, der mitdenkt und proaktiv handelt. Jemand, der weiß, was wir brauchen, und dazu passende Vorschläge macht.“ Genau das funktioniere in dem Vier-Sterne-Hotel im Achental wunderbar. „Unbezahlbar ist für mich auch die Flexibilität des gesamten Teams“, fügt Blumoser hinzu. Ansprechpartner für das Event vonseiten des Golf Resort Achental ist auch nach all den Jahren der Direktor selbst: Gerhard Braun ist trotz seines vierköpfigen Teams, das sich um den Veranstaltungsbereich kümmert, während der Veranstaltung stets präsent. „Für mich ist es wichtig, nie die Nähe zu den Unternehmen zu verlieren. Ich suche stets den persönlichen Kontakt, und bei einigen Firmen – wie bei EBV Elektronik – kümmere ich mich immer noch um die Abwicklung der Veranstaltung“, so Braun.

Mit seinen 210 Zimmern und Suiten, 21 Tagungsräumen und großzügigen Außenflächen birgt das Golf Resort Achental viel Raum für MICE. Foto: Golf Resort Achental

Seit 15 Jahren ist Gerhard Braun bereits Direktor des Hotels, das 85 Mitarbeiter zählt. „Wir alle freuen uns jedes Jahr darauf, die Gruppe von EBV Elektronik bei uns begrüßen zu dürfen. Das ist für uns immer noch etwas ganz Besonderes“, erzählt Braun. Schließlich sind die rund 200 Teilnehmer nicht nur von Sonntag bis Freitag für Schulungen im Haus: An einem Abend finden zusätzlich dazu die Verleihung der EBV Marketing Awards und mit der Demo Night eine Ausstellung mit fast 40 Ständen statt. Zu diesem Event wächst die Gruppe auf 350 bis 400 Personen an. „Das ist für uns definitiv eine Herausforderung – aber bisher haben wir es stets gut geschafft“, berichtet Braun.

EBV Wolpertinger Awards & Demo Night

In diesem Jahr fanden die beiden Programmpunkte am Abend des 13. September statt. Während tagsüber regulär die Sessions für die Mitarbeiter von EBV Elektronik in den Tagungsräumen des Hotels abgehalten wurden, liefen parallel die Vorbereitungen für die Awardverleihung und die Demo Night auf Hochtouren. „Das ist einfach absolut einzigartig und ein immenser Aufwand – fast das komplette Erdgeschoss wird an diesem Tag umgebaut“, beschreibt Blumoser den Ablauf.

So wurde für die Verleihung der EBV Wolpertinger Awards, die Marketing Awards des Unternehmens, direkt nach

Im Restaurant Weisser Hirsch, dem Hauptrestaurant des Golf Resort Achental, können bis zu 170 Personen speisen. Foto: Golf Resort Achental

dem Mittagessen das Restaurant Weisser Hirsch komplett ausgeräumt. Die große Fensterfront des Raumes wurde verhangen und eine Bühne aufgebaut. Zugleich wurden der größte Konferenzraum im Erdgeschoss, der 256 qm messende Saal Geigelstein, sowie das sich anschließende Foyer mitsamt der Lobby und der Lounge für die Demo Night vorbereitet. Ab 15.00 Uhr konnten dann nationale und internationale Aussteller ihre insgesamt 39 Stände aufbauen.

Um 18.00 Uhr begann schließlich das offizielle Abendprogramm mit einem traditionellen Fassanstich: Mit frisch gezapftem Bier und Fingerfood strömten die Gäste in das umgebaute Restaurant Weisser Hirsch und erlebten dort die Verleihung des EBV Wolpertinger Award in Kategorien wie EBV Social Media, Seminar & Training oder Integrated Marketing Campaign. Nach der feierlichen Übergabe aller Preise hatten die Gäste die Qual der Wahl: entweder direkt die Stände der Aussteller besuchen oder aber sich vorher noch an Buffets und Getränkestand ein wenig stärken.

„Bei der Demo Night demonstrieren unsere Hersteller und Partner den anwesenden Vertriebsmitarbeitern und Technikern neue Produkte und Technologien“, erläutert Simone Blumoser den Anlass der Ausstellung.

Die zeitliche Taktung ist bemerkenswert: Hatten die Mitarbeiter von EBV Electronic noch bis 23.00 Uhr die Möglichkeit, sich über die Neuheiten an den Ständen zu informieren, begann direkt im Anschluss der Abbau. Schließlich mussten am nächsten Morgen das Frühstück wieder im Restaurant Weisser Hirsch serviert werden und auch die Schulungen in den Tagungsräumen weitergehen. Für Gerhard Braun ist das kein Problem, das Ziel zählt: „Für uns ist die Demo Night immer ein besonderes Event, das eine tolle Atmosphäre ins Haus bringt und dem ganzen Team Spaß macht.“

Für 2018 hat Simone Blumoser das Golf Resort Achental bereits erneut gebucht. „Wir fühlen uns hier sehr wohl. Das Team des Hotels ist eingespielt, die Atmosphäre familiär und sie gehen flexibel auf alle Wünsche ein“, resümiert Blumoser. Was Sie sonst noch schätzt? „Die sehr gute und vielseitige Küche des Hauses ist ein weiterer großer Vorteil. Dass jeder Tagungsraum den Blick in die umliegende Natur freigibt, ist mir darüber hinaus für unsere Mitarbeiter sehr wichtig“, fügt sie hinzu.

Tagungen und Seminare im Fokus

Insgesamt hat das Vier-Sterne-Hotel mit seinen 210 Zimmern und Suiten wie auch den 21 Veranstaltungsräumen viel Raum für MICE zu bieten. „Wir heißen Golf Resort Achental, aber einer unserer Schwerpunkte ist ganz klar der Seminarbereich“, betont Gerhard Braun. Beim Rundgang durch das Hotel fällt vor allem eins auf: Von Investitionsstau kann hier nicht die Rede sein.

Gerade erst seien die neusten Gästezimmer und Suiten des Hauses fertiggestellt geworden, erzählt Braun. Der letzte Schritt einer ganzen Reihe von Renovierungen und Neuerungen: „Wir haben seit dem Jahr 2010 alles komplett renoviert, den 2.000 qm großen Wellnessbereich 2014 eröffnet und gleichzeitig den Golfplatz erbaut. Darüber hinaus haben wir im vergangenen Jahr noch ein komplett neues Stockwerk auf ein bestehendes Gebäude gesetzt“, fasst Braun zusammen.

Trotz der Renovierungen und des Anbaus sind sowohl die Gästezimmer als auch die Tagungsräume stets im gleichen Stil gehalten. „Es ist mir wichtig, dass alles einer Linie folgt und der Stil durchgängig ist“, erläutert Braun. Dementsprechend sind die Gästezimmer mit viel Holz gestaltet und werden von grauem und rotem Loden akzentuiert. Alpenländischer Charme, viel Holz, Tageslicht und rote Akzente bestimmen in gleicher Weise die klimatisierten Seminarräume, die zwischen 40 und 260 qm groß sind. Zudem verfügen fast alle dieser Räumlichkeiten über Balkone oder Terrassen.

Da die Tagungsräume über das ganze Hotel verteilt sind, lassen sich problemlos mehrere Veranstaltungen parallel durchführen. So wird der mehrfach teilbare, 256 qm große Raum Geigelstein im Erdgeschoss um fünf Seminarräume für jeweils bis zu 14 Personen ergänzt. Die dritte Etage verfügt, wie auch das vierte Stockwerk, über eine Kombination aus kleineren und größeren Räumen und darüber hinaus eine Lounge für Kaffeepausen. Beide Etagen liegen abseits des restlichen Hotelbetriebs. Besonders gerne gebucht werden die auf der ersten Etage gelegenen Stuben: Die drei individuell eingerichteten Stuben verfügen über ein vorgelagertes Foyer und werden von einer großen umlaufenden Terrasse gesäumt. Während Reiterstube und Jagdstube Platz für 12 beziehungsweise 16 Personen bieten, kann das Kaminzimmer mit seinen 140 qm bis zu 60 Personen beherbergen. Jede der drei Stuben eignet sich perfekt für kleinere, exklusive Meetings oder Dinner.

Der 256 qm große Saal Geigelstein eignet sich mit einer Deckenhöhe von 3,20 m auch für Ausstellungen. Foto: Golf Resort Achental

Für die Verleihung des EBV Wolpertinger Award wurde das Restaurant Weisser Hirsch zunächst vollkommen ausgeräumt und dann umgebaut. Foto: CI

Fußball, Golf und ein Wikingerschiff

Wenn sie Fußballmannschaften im Hotel hätten, würden diese beispielsweise all ihre Mahlzeiten im Kaminzimmer einnehmen – abseits der übrigen Gäste, erzählt Braun. In diesem Jahr waren unter anderem die Teams des 1. FSV Mainz 05 und des VFB Stuttgart zum Trainingslager im Golf Resort Achental. Und im Juni hat das Team der U21 ihr EM-Trainingslager hier bestritten. Dabei profitierten die Spieler zudem von den drei Sportplätzen der Gemeinde, die sich nur wenige Schritte vom Hotel entfernt befinden und zum Training genutzt wurden.

Auch der hauseigene 18-Loch-Golfplatz, den der renommierte Golfplatzarchitekt Thomas Himmel entworfen hat, lässt Sportlerherzen höher schlagen. „Der Golfplatz erhöht ganz klar den Freizeitwert für unsere Gäste und ist für uns ein zusätzlicher USP“, erläutert Braun. Darüber hinaus finden immer wieder renommierte Golfturniere wie etwa das von Ex-Langläufer Tobi Angerer initiierte Benefiz-Golfturnier hier statt. Für MICE-Gäste empfiehlt der Direktor des Golf Resort Achental besonders eine abendliche 9-Loch-Runde oder ein zweistündiges Incentiveprogramm für bis zu 40 Personen.

Zur Demo Night im Rahmen der Vertriebs- und Technikertrainings von EBV Elektronik präsentierte sich ein Großteil der 39 Aussteller im Raum Geigelstein. Foto: CI

Von Golf über Mountainbiking bis hin zur Besichtigung des Schlosses Herrenchiemsee – Inspirationen für Rahmenprogramme geben Gerhard Braun und sein Team gerne. Die neueste Attraktion in der Region sei das Wikingerschiff „Freya“ aus dem Bully-Herbig-Film „Wickie auf großer Fahrt“, mit dem Gruppen bis maximal 40 Personen selbst über den Chiemsee rudern können.

Anzeige

InVoyage 2017: MICE de luxe im malerischen Porto | von Nadine Laske

Opulente Events planen und die vielseitige Destination Portugal kennenlernen: Auf der vierten InVoyage traf sich Anfang Oktober die Branche rund um Veranstaltungen im Luxussegment. Nach Dubai im vergangenen Jahr ging es dieses Mal nach Portugal. Die an der Atlantikküste sowie am Nordufer des Flusses Douro gelegene Stadt Porto wusste die rund 140 Teilnehmer von Anfang an mit ihrer malerischen Altstadt und ihren beeindruckenden Venues zu begeistern.

Ribeira, das historische Zentrum der Stadt Porto, liegt am Nordufer des Flusses Douro und gehört seit 1996 zum UNESCO-Weltkulturerbe.
Foto: Zhukova Valentyna /shutterstock.com

Im Mittelpunkt der viertägigen InVoyage standen aber ganz klar die Treffen zwischen Buyern und Suppliern. Die internationalen Vertreter aus Luxushotellerie und Kreuzfahrtgeschäft ebenso wie von DMCs und Eventagenturen nahmen jeweils an 40 One-to-One-Meetings teil. Die 15-minütigen Gespräche fanden an zwei Tagen statt – drum herum hatten die Veranstalter ein spannendes Programm gestrickt.

Wirtschaftszentrum & Weltkulturerbe

Am Ankunftstag wurden die Teilnehmer von strahlendem Sonnenschein und sommerlich warmen Temperaturen in Portugals zweitgrößter Stadt begrüßt. Wer wollte, konnte bereits vor dem offiziellen Programm an einer zweieinhalbstündigen City Tour teilnehmen, um einen ersten Eindruck von Porto zu gewinnen. Da es für viele der internationalen Gäste der erste Besuch in der Stadt war, fand dieses Angebot großen Anklang.

Das 300 km nördlich von Lissabon gelegene Porto zählt circa 238.000 Einwohner, in der Metropolregion sind allerdings rund 1,76 Millionen Menschen angesiedelt. Als wirtschaftliches und industrielles Zentrum des Landes haben hier etwa die Textil- und die Lederwarenindustrie ihren Sitz. Darüber hinaus ist die Univer-

Branchenrelevante Themen und inspirierende Ansätze: Der erste Veranstaltungstag begann mit der InSights Conference. Foto: inVOYAGE Ltd

sitätsstadt mit mehr als 30.000 Studierenden für den nach ihr benannten Portwein bekannt, der aus seinem Anbaugebiet entlang des Flusses Douro nach Porto transportiert und von dort aus exportiert wird.

Zunächst mit dem Bus und dann zu Fuß besuchten die Teilnehmer die charakteristischen Sehenswürdigkeiten und erlebten in einem der typischen Ausflugsboote den ganz besonderen Reiz, den die Stadt vom Fluss Douro aus gesehen ausübt. Vor allem der Blick auf das seit 1996 zum Unesco-Weltkulturerbe gehörende historische Zentrum Ribeira mit seiner terrassenartigen, dichten Häuserbebauung war eines der Highlights der Bootsfahrt.

Legerer Auftakt zur InVoyage

Am Abend begann die InVoyage offiziell mit einer Welcome Reception im Sheraton Porto Hotel & Spa. Das Fünf-Sterne-Haus war aber nicht nur Schauplatz der ersten Abendveranstaltung – auch alle Teilnehmer waren hier untergebracht. Verantwortlich für das Networking-Event war als Partner der InVoyage die portugiesische Agentur Events by tlc, die über Büros in Lissabon und Porto verfügt.

Location für die One-to-One-Meetings am zweiten Tag war das stylishe Gebäude des Porto Leixões Cruise Terminal. Foto: inVOYAGE Ltd

Aufgrund des schönen Wetters konnte der Empfang größtenteils auf der Terrasse und im Garten des Hotels stattfinden. Bei Livemusik knüpften die Teilnehmer erste Kontakte und genossen die entspannte Atmosphäre.

Abgesehen von den 4.000 qm großen, für Events nutzbaren Außenflächen hat das Sheraton Porto Hotel & Spa eine Veranstaltungsfläche von 1.750 qm zu bieten. Neben dem 945 qm messenden Saal Apollo auf der Mezzaninebene samt Foyer und zusätzlichen Räumen können kleinere Gruppen auch die acht exklusiven Tagungssuiten im 12. Stockwerk des Hotels buchen. Alles in allem offeriert das Sheraton Porto 266 Räume und Suiten sowie 16 Veranstaltungsräume mit einer maximalen Kapazität von 830 Personen.

Inspirierend ging es am nächsten Morgen dann mit der InSights Conference weiter – ein Format, das in dieser Form zum ersten Mal stattfand. Mehrere Speaker hielten nacheinander kurze Vorträge und beleuchteten viele wichtige Aspekte der Branche. Johanna Mukoki, Gründerin und CEO von Travel with Flair, etwa sprach über ihr persönliches Motto „Never... curb your enthusiasm“. Sie forderte die Zuhörer dazu auf, danach zu streben, die bestmögliche Version ihrer selbst zu sein und nie den Elan zu verlieren.

Lauren Mellmann, Director the Smalls, und Adam Reynolds, Director DCM, befassten sich anschließend mit dem Thema „Storytelling for a digital age“ und sprachen darüber, wie Unternehmen im digitalen Zeitalter erfolgreich kommunizieren können. Sally Halstead, Spa and Programme Manager für das Como Chambhala Estate Bali, beschäftigte sich wiederum mit der Kombination von Wellness und MICE.

Abschließend stellte Chetan Shah, CEO von Micebook, in seinem Vortrag einen fiktiven Rechtsstreit rund um das Thema Krisenmanagement vor: Unter dem Titel „Agency X in the Dock“ leitete er somit einen Programmpunkt ein, der am Abend wieder aufgenommen werden sollte – einen Scheinprozess, bei dem „Agentur X“ wegen Fahrlässigkeit angeklagt wurde.

Nun war es Zeit für die erste Einheit der One-to-One-Meetings: Jeweils 15 Minuten dauerten die Gespräche zwischen den Buyern und Suppliern, danach wurde gewechselt. Bereits beim Mittagessen auf der Terrasse des Sheraton Porto waren die ersten Komplimente zu der gelungenen Auswahl an Teilnehmern zu hören. So befanden sich mit den Aman Resorts,

Anzeige

monaco.
Convention Bureau

YOUR EVENT
NEEDS MONACO

www.monaconventionbureau.com

FOLLOW US

@MonacoCVB

Monaco Convention Bureau

Rosewood Hotels & Resorts, Corinthia Hotels, Rocco Forte Hotels, aber auch mit Mandarin Oriental, St. Regis und InterContinental beispielsweise führende Luxushotelketten unter den Ausstellern.

Ein Prozess & ein Galadinner im Börsenpalast

Großes Finale des Tages war dann die Abendveranstaltung, zu der das Porto Convention und Visitor Bureau eingeladen hatte. Das beeindruckende Gebäude, das im 19. Jahrhundert von der Handelskammer der Stadt im neoklassizistischen Stil erbaut wurde, diente ursprünglich als Börse und Handelsgericht. Empfangen wurden die Gäste im atemberaubenden Salão Árabe, der alle Anwesenden mit seinen unzähligen Verzierungen aus Blattgold und exquisiten Intarsienarbeiten begeisterte.

Im rustikaleren Salo do Tribunal mit historischer Gerichtsbestuhlung wurde im Anschluss der Scheinprozess, den Micebook-CEO Chetan Shah organisiert hatte, abgehalten. Stilecht mit Perücke und Talar hatte Shah als Richter den Vorsitz über den Prozess gegen „Agentur X“ inne. Anklage und Verteidigung brachten die Argumente beider Parteien vor – auf der einen Seite der Kläger, der während eines Events, das besagte Agentur organisiert hatte, einen Unfall mit einem Quad erlitten hatte, auf der anderen Seite die Agentur, die sich von der Richtigkeit ihres Risiko- und Krisenmanagements überzeugt zeigte.

Zum Schluss der mit einem Augenzwinkern präsentierten Plädoyers gab die Mehrheit der Anwesenden der Agentur recht. Shah zeigte sich von dem Ergebnis erfreut: Es sei ihm vor allem darum gegangen, dass die Anwesenden sich mit den Themen Risiko- und Krisenmanagement auseinandersetzten, und dieses Ziel sah er ganz klar erfüllt.

Nun ging es in den prächtigen überdachten Innenhof des Gebäudes, wo alles für das Galadinner bereitstand. Filipe Ortigão Guimarães, Executive Director des Porto Convention & Visitor Bureau, begrüßte die Gäste herzlich und sprach über die Entwicklung Portos in den vergangenen Jahren. Besonders erfreut zeigte er sich über die Auszeichnung als „European Best Destination“, die Porto nach 2012 und 2014 auch in diesem Jahr von der gleichnamigen Organisation verliehen wurde. Zudem hätte sich die Anzahl von Airlines, die Porto anfliegen, in den letzten fünf Jahren fast verdoppelt, was beispielhaft für die positive Entwicklung der Stadt stünde. Passend dazu würden bis 2019 insgesamt 19 weitere Hotels in Porto eröffnen, was eine Erhöhung der Kapazitäten um 25 Prozent bedeute.

Der Palácio da Bolsa wurde ursprünglich als Börse und Handelsgericht genutzt und dient heute als vielseitiger Veranstaltungsort. Foto: saiko3p/shutterstock.com

Von Kreuzfahrtterminals, Palästen & Fabriken

Ganz früh am nächsten Morgen hatten die Teilnehmer der InVoyage abschließend die Gelegenheit, sich bei einem von events by tlc organisierten 5 km langen Lauf entlang des Flusses Douro sportlich zu betätigen. Nach dem Frühstück begann das offizielle Programm mit One-to-One-Meetings in einem der Kreuzfahrtterminals des Hafens von Leixões.

Nur 3 km von der Innenstadt entfernt befindet sich die großzügige Anlage mit herrlichem Blick über den Atlantischen Ozean. Der neuere der beiden Kreuzfahrtterminals diente als Location für die Meetings, die den ganzen Tag andauerten. Das aus geschwungenen, meist runden Formen gestaltete, weiße Gebäude erinnerte viele der Gäste an das Solomon R. Guggenheim Museum in New York. Im Inneren wie im Äußeren weckten die an den Wänden angebrachten, leicht hervorstehenden weiß glasierten Kacheln Assoziationen an Fischschuppen.

Eine weitere beeindruckende Location lernten die Teilnehmer der InVoyage an diesem Abend kennen: Nach einem Cocktailempfang am Hotel Pestana Vintage inmitten der historischen Altstadt ging es mit zwei Booten zum Pestana Palácio do Freixo. Das direkt am Fluss Douro liegende Anwesen gehört ebenfalls der portugiesischen Hotelkette Pestana und umfasst zwei beeindruckende Gebäude, die kaum unterschiedlicher sein könnten.

Der vom italienischen Barockarchitekten Nicolau Nasoni entworfene Palast beherbergt die öffentlichen Bereiche des Fünf-Sterne-Hotels. Im daneben befindlichen industriellen Gebäude aus dem 19. Jahrhundert, das als Fabrik diente, befinden sich heute die über 75 Gästezimmer. Vor dieser imposanten Kulisse und mit dem Blick auf den Douro genossen die Gäste den Abend mit portugiesischem Wein, einem großen Buffet und Livemusik. Feierlicher Abschluss der vierten InVoyage war Richard Joslins Dankesrede und das anschließende Fliegenlassen Hunderter weißer Luftballons.

Für viele der Teilnehmer hieß es aber noch nicht Abschied von Portugal nehmen, da am nächsten Tag die dreitägigen Familiarisation Trips ins nördliche Portugal oder in die Algarve starteten.

Der überdachte Innenhof Pátio das Nações des Palácio da Bolsa misst 506 qm und wird gerne für eindrucksvolle Galadinners gebucht. Foto: saiko3p/shutterstock.com

Den Haag – Grün, grüner am grünsten

Die UN hat das Jahr 2017 zum Jahr des nachhaltigen Tourismus erklärt und rückt somit das Thema Nachhaltigkeit international ins Bewusstsein. Nachhaltigkeit im Eventmanagement ist momentan in aller Munde, oft hat man aber das Gefühl, das nur darüber gesprochen wird, als dass es konsequent umgesetzt wird. Aber „Green Thinking" ist genau einer der Zukunftstrends, an den man sich für unser aller Wohl besser schon heute halten sollte.

Egal ob eine Führung über urbane Landwirtschaft, ein anschließender Kochworkshop oder als stylishe Venue für ein Event: Urban Farmers macht es möglich. Fotos: The Hague Convention Bureau

In Sachen Nachhaltigkeit ist Den Haag ein Paradebeispiel. Das Zusammenspiel zwischen Den Haag, der größten niederländischen Stadt am Meer, und der umliegenden Natur ist schließlich für die Zukunft der Stadt entscheidend. Der steigende Meeresspiegel bedroht die Niederlande und deren Küsten – dieses Risiko nimmt Den Haag ernst und handelt dementsprechend. Als UN-Stadt, die für Frieden und Gerechtigkeit steht, ergibt sich das Thema Nachhaltigkeit also ganz von alleine.

In dem Bestreben bis zum Jahr 2040 klimaneutral zu werden, erzielte Den Haag bereits bedeutende Fortschritte: So soll dieses Ziel zehn Jahre vor dem Klimaziel der Niederlande erreicht werden. Insgesamt kann jede Veranstaltung vom Engagement der Stadt in Sachen Nachhaltigkeit profitieren.

Wie wäre es mit einer Eventlocation wie Urban Farmers, Kundenevent oder Showroom im Gemüsefeld auf der sechsten Etage, ein Incentive zum Thema Wassermanagement, Besuch des Zandmotors oder eine Stippvisite bei der Initiative Noordzeeboerderij Scheveningen (Kultivierung von Meerespflanzen zur Lebensmittelherstellung) als added value zu Ihrem nächsten Meeting?

Egal ob es sich um zukunftsfähige Veranstaltungsorte für Events handelt, um umweltfreundliche Unterkünfte oder eines der innovativen Projekte – Den Haag bietet für jeden Gusto etwas!

Nachhaltigkeitsbewusstsein im Tourismus

Ein im Jahr 2016 von booking.com veröffentlichter Bericht zeigt, dass 65 Prozent der 10.000 Reisenden, die an einer Befragung teilnahmen, nicht wussten, ob sie in einem nachhaltigen Hotel gewohnt haben. Interessanterweise fühlten sich nur 42 Prozent der Reisenden zum Umweltschutz verpflichtet. Das geringe Nachhaltigkeitsbewusstsein in der Tourismusbranche ist einer der Aspekte, den die UN durch Aufklärung zu ändern versucht. Viele Hotels in Den Haag sind stolze Inhaber des Green Key Qualitätslabels, einer Auszeichnung für umweltfreundliche Tourismusbetriebe. Die Partner der Stadt, wie beispielsweise das preisgekrönte Stay-Okay Hostel oder die Hotelgruppe Accor mit ihrem Projekt Planet 21, aber auch die öffentlichen Verkehrsmitteln (HTM) wie die städtischen Straßenbahnen oder die Firma Taxi Electric, bringen Sie nach und durch Den Haag komplett elektronisch betrieben und unterstützen Den Haags Ziel, eine emissionsfreie Stadt zu werden.

Das Thema Nachhaltigkeit ist sehr präsent in Den Haag – von der Expertise der Stadt können Veranstaltungen aller Art profitieren.

Green Thinking in Den Haag

Urban Farmers, eine der international größten Rooftop-Entwicklungskampagnen, ist ein hervorragendes Beispiel für umweltfreundliche Landwirtschaft in der Stadt. Urban Farmers als eines der vielen Nachhaltigkeitsprojekte ist eingebettet in das naheliegende Westland – das Silicon Valley für Pflanzenanbau und „Green Innovation".

Westland ist eine tolle Teambuilding-Option nur 20 Minuten von Den Haag entfernt. Radeln Sie entlang eines der vielen Gewächshäuser, bestaunen Sie die verzierten Boote beim schwimmenden Blumencorso oder machen Sie eine Bootsfahrt mit Ihrem Team. Experten auf dem Gebiet sind The Hague Events. Zum Thema grün, grüner, am grünsten lässt sich sagen, dass ein Drittel der ganzen Stadt aus Grünflächen besteht. Bei insgesamt 460 Gärten und Parkanlagen hat man genug Zeit, die Seele baumeln zu lassen oder bei einem Company Picknick ein anstrengendes Meeting ausklingen zu lassen. Einige dieser Gärten und Innenhöfe sind wie Geheimgärten, die man nur betreten kann, wenn man mit offenen Augen durch die Stadt spaziert …

Das Thema Umwelt beschäftigt Den Haag aber nicht nur bezogen auf das Festland, sondern auch auf das Meer. Denn Den Haag verfügt über einen 11 km langen Strand. Die frische salzige Meeresbrise riecht man bereits im historischen Altstadtkern. Man schnappt sich die Straßenbahn und befindet sich in nur 15 Minuten an einer der größten Terrassen der Niederlande, Scheveningen. Mit den Füßen im Sand vergraben und einem Cocktail in der Hand lässt sich jede Konferenz am besten Revue passieren. Die beiden Sandstrände Scheveningen und Kijkduin locken jedes Jahr unzählige Besucher an. Auch in diesem Jahr wurden die Strände mit der blauen Flagge ausgezeichnet, die für hervorragende Sauberkeit von Stränden vergeben wird – eine weitere Errungenschaft der Nachhaltigkeitsstrategie der Stadt. Think global. Act local. Das ist Den Haag!

www.theconferencethehague.com

Das einzige Land, in dem sich Coca Cola bis heute nicht durchsetzen konnte | von Anna-Lena Gras

Landläufig heißt es häufig, die Schotten seien ein seltsames Völkchen. Tragen doch beispielsweise die Männer Röcke und werfen in ihrer Freizeit mit Baumstämmen. Und sehr introvertiert sollen sie sein. So hört man. Und wenn das noch nicht genug ist – Schottland ist bis heute das einzige Fleckchen Erde, bei dem nicht Coca Cola die Spitzenposition auf der Liste der beliebtesten Softdrinks innehat.

Die Hauptstadt Schottlands erstreckt sich über mehrere Hügel und bietet enormen Spielraum für Eventplaner. Mal historisch, mal modern. Foto: evenfh

Denn hier ist ein einheimisches Getränk unangefochtener Spitzenreiter: Irn-Bru. Knallig bunt und süß präsentiert sich das Nationalgetränk der Schotten und zeigt einmal mehr, dass sich die Schotten eben nicht einfach anpassen oder mit der Masse gehen. Und das macht einen Besuch vor Ort so besonders. Denn entgegen allen Klischees und Vorurteilen mögen die Schotten vielleicht speziell sein; aber die Freundlich- und vor allem Gastlichkeit ist beeindruckend. Und von genau dieser freundlichen Individualität können Planer mehr als nur profitieren.

Viel von dieser Individualität lässt sich in den verschiedenen Regionen wie auch in der Hauptstadt des Landes spüren. Perfektes Beispiel in Edinburgh ist die Signet Library. Seit 1822 steht das imposante Gebäude im Zentrum der Altstadt Edinburghs und ist heute eine exklusive MICE-Location. Ein Drink in der unteren Bibliothek, ein Gala Dinner im Drawing Room oder ein Event in der gesamten Lokalität. All das ist möglich. Dabei bietet die Bibliothek, die immer noch der „Society of Writers to Her Majesty's Signet" gehört und von dieser genutzt wird, den richtigen Rahmen für stilvolle Veranstaltungen mit bis zu 400 Personen.

Ebenfalls im 19. Jahrhundert erstmals eröffnet und wie die Signet Library zum Portfolio der zur Edinburgh University gehörend ist die McEwan Hall. Durch eine private Spende – übrigens bis dato immer noch die höchste private Spende, die die Universität je erhalten hat – wurde die McEwan Hall zwischen 1888 und 1897 im italienischen Renaissance-Stil erbaut und nach ihrem Spender William McEwan benannt. Über die Jahrzehnte hinweg diente die McEwan Hall als Ort für Prüfungen und die feierliche Zeugnisübergabe an Absolventen.

Doch der Zahn der Zeit machte auch hier nicht Halt und nagte an diesem ehrwürdigen Gebäude; Renovierungsarbeiten wurden immer dringlicher. Dank vieler, der Universität immer noch tief verbundener Absolventen und anderer Spender erfährt die McEwan Hall seit 2015 eine Runderneuerung, die zurzeit langsam aber sicher einem Ende entgegensieht. Insgesamt 33 Millionen Pfund kostete die Renovierung der Fassade sowie der verschiedenen Räumlichkeiten im Inneren. Zusätzlich wurde ein neuer Eingang geschaffen, der nun auch einen barrierefreien Zugang ermöglicht. Im Zuge dessen wurden außerdem

1822 erbaut und noch bis heute im ursprünglich erdachten Sinne genutzt: Die Signet Library. Foto: WS Society

o.: Früher in London, heute als Hospitality Bus auf den Straßen Edinburghs eine charmante Alternative zum normalen Sightseeing – Eventcharakter inklusive. Foto: CI

die Räume im Keller einer neuen Bestimmung zugeführt. Wurden sie früher ausschließlich als Umkleidemöglichkeit für die Absolventen genutzt, sind dort heute mehrere Eventflächen zu finden. Trotz der Lage unter der Erde gibt es – durch in den Boden eingelassene Glasflächen – viel Tageslicht. Herzstück der McEwan Hall ist nach wie vor das halbrunde Amphitheater, das durch die Sitzreihen auf unterschiedlichen Ebenen zum einen Veranstaltungen mit mehreren hundert Personen ermöglicht; zum anderen können aber auch kleinere Veranstaltung, bei denen der Platz auf den oberen Balkonen nicht benötigt wird, stimmungsvoll in Szene gesetzt werden.

Bitte einsteigen!

Jahrzehntelang prägten die roten Doppeldecker-Busse das Stadtbild Londons. Bis im Jahr 2005 die Entscheidung zur Ausmusterung fiel. Doch was sollte mit all den Bussen passieren? Viele der alten, weltweit bekannten Wahrzeichen wurden verkauft und erhielten neue Einsatzgebiete. So auch der Routemaster RML 2549, der 1966 das erste Mal – damals noch in London – auf den Straßen kreuzte. Heute steht er im Dienst der Red Bus Bistro Company und wurde zum „Hospitality Bus“ umfunktioniert. Die üblichen Sitzreihen sind kleinen Tischen mit Sitzbänken für bis zu vier Personen gewichen. So zieht der Routemaster mit seinen Fahrgästen an den Sightseeing-Highlights Edinburghs vorbei. Insgesamt fasst er Gruppen mit bis zu 40 Personen; exklusive Touren sind zusätzlich buchbar. In jedem Fall ein einmaliges Erlebnis, das in puncto Retro-Charme wohl kaum zu übertreffen ist.

Ein Dinner im Esszimmer der Queen

Mit der Royal Yacht Britannia steht oder beziehungsweise liegt ein Stück britische Königshistorie im Hafen von Leith. Die Britannia war über 40 Jahre lang das persönliche Schiff der königlichen Familie. Nach der Außerdienststellung im Jahr 1997 wurde die Royal Yacht Britannia in der Nähe von Edinburgh vor Anker gelegt und ist heute nicht nur Museum sondern auch Eventlocation. Wenn die Museumsbesucher das Schiff verlassen haben, werden die Räumlichkeiten für geladene Gäste geöffnet. Die 126 Meter lange Yacht bietet Platz für gesetzte Dinner mit bis zu 196 Personen und sogar 500 im Rahmen eines Cocktail-Empfangs. Royales Ambiente inklusive.

Um das Portfolio rund um die Britannia zu komplettieren hat Royal Yacht Enterprises zurzeit ein weiteres Projekt in der finalen Umsetzung: Im Frühjahr 2018 wird die MS Fingal ihren Dienst aufnehmen und nicht nur Royal Yacht Enterprises bereichern, sondern als ein weiteres Highlight in Edinburghs ohnehin sehr ausgewogener und hervorragender Hotellandschaft fungieren. Beachtliche 3,5 Millionen Pfund kostet das Projekt im Gesamten. Dafür aber wird die MS Fingal nach der Fertigstellung im Frühjahr 2018 mit 23 fantastisch eingerichteten Kabinen aufwarten, die kaum Wünsche offen lassen. Eine Besonderheit wird in jedem Fall der Ballsaal auf dem untersten Deck sein, der zwar nicht unbedingt mit seiner Größe (80 pax.), jedoch mit seinem einzigartigen Ambiente punkten wird. Abgerundete große Treppen, die sich an der typischen ovalen Schiffsoptik unterhalb des Wasserspiegels orientieren, stimmungsvolles Licht und beeindruckende Kerzenleuchter werden das Bild prägen.

Erst kürzlich eröffnet

Das The Prinicpal Edinburgh Charlotte Square ist die wohl jüngste Ergänzung des Hotel-Portfolios Edinburghs und bereits die vierte der Marke Principal. Während die beiden anderen Prinicipal-Häuser in Manchester und York zu finden sind, liegen das Principal Charlotte Square und sein Schwester-Hotel Principal George Street an den beiden jeweiligen Enden der George Street. Beide werden als sogenannte „urban lifestyle hotels“ bezeichnet und dieses Style-Prinzip zieht sich konsequent durch.

Im Frühjahr 2018 wird die MV Fingal ihren Dienst als exklusives Hotel- und Eventschiff aufnehmen. Foto: Royal Yacht Enterprises

Über 199 Zimmer können Gäste hier verfügen. Alle zwar grundsätzlich im gleichen Stil, aber doch auch immer ein bisschen unterschiedlich eingerichtet. Dies ist der Architektur geschuldet, die durch den original georgianischen Teil des Gebäudes maßgeblich beeinflusst ist. Im Zuge der Renovierung wurde zudem der insgesamt sieben Räume umfassende Konferenzbereich neugestaltet; ohne dabei den Charme der teilweise noch ursprünglich erhaltenen Räumlichkeiten zu verlieren. Während die George Suite das größte Platzangebot (300 pax.) bereithält, sind die weiteren Räume ebenso für deutlich kleinere Veranstaltungen geeignet.

Perthshire:

Wenn Historie und Landschaft in beeindruckender Weise aufeinandertreffen

Früher Hydrotherapie-Zentrum heute 4,5-Sterne-Hotel: Das Crieff Hydro Hotel. Foto: Crief Hydro Hotel

Schottland ist bekannt für seine natürliche Schönheit. Ein mehr als treffendes Beispiel dafür ist die Grafschaft Perthshire. Sie bietet landschaftlich die reizvolle Mischung aus schottischen Low- sowie Highlands und gilt außerdem als eine der historischsten Gegenden des Landes. Hier ließ sich nicht nur Shakespeare von dem in Perthshire geborenenen schottischen König Macbeth und der dortigen Landschaft inspirieren. Auch Theodor Fontane gab die Gegend den Anstoß zu seinem Gedicht „Die Brück' am Tay", in dem er den schrecklichen Einsturz der damaligen Brücke am 28. Dezember 1879 beschrieb.

Etwa 1,5 Stunden Fahrzeit von Edinburgh entfernt liegt das seit 1868 in Familienbesitz befindliche Crieff Hydro. Während Dr. Thomas Meikle das Anwesen als Zentrum für die seinerzeit so populäre Hydropathie eröffnete, entwickelten seine Nachfahren es stetig zu einem 4,5-Sterne-Hotel mit über 200 Zimmern und mehr als 50 self-catered-properties weiter. Heute verfügt das ehemalige Gesundheitszentrum über 12 flexible Säle, die vom kleinen Boardmeeting bis hin zum Galaabend mit bis zu 600 Personen verschiedenste Möglichkeiten bieten.

Das Besondere an Crieff Hydro sind aber nicht nur die hervorragenden Meeting-Möglichkeiten, sondern auch die direkt auf dem Gelände gelegenen Anlagen für ein ansprechendes Teambuilding. Von einem Quad- oder Outdoor-Segway-Ausflug auf dem riesigen Areal oder einem stimmungsvollen Ausritt zu Pferd, über eine Runde Golf auf dem hauseigenen Golfplatz bis hin zu Bogenschießen beziehungsweise Tontaubenschießen – alles ist auf dem Gelände des Crieff Hydro möglich – und wird vom Team des Hotels gerne für das passende Teambuilding kombiniert, geplant und koordiniert. Ganz nach dem persönlichen Geschmack der Gäste und vor allem unter Berücksichtigung der ihnen jeweils zur Verfügung stehenden Zeit.

Mit Range Rover die Landschaft von Perthshire entdecken

Vom Crieff Hydro aus erreicht man nach ungefähr 45 Minuten die Land Rover Experience Scotland. Wie der Name schon vermuten lässt dreht sich hier alles um die britische Automarke. Über 70 Meilen schlängeln sich die Wege durch das Areal, das es mit den geländeerprobten Fahrzeugen zu entdecken gilt. Es steht dem Besucher frei, ob er selber fahren oder aber sich von kundigen Fahrern durch das Gelände kutschieren lassen möchte. Was aber jeder einplanen sollte, ist der sogenannte Cracker. Hier benötigt es gleich vier Personen um das Gefährt überhaupt bewegen zu können. Rücken an Rücken sitzen die vier Insassen auf den beiden Sitzbänken und jeder hat seine Aufgabe: Während einer bremst und kuppelt, gibt ein weiterer Gas und zwei weitere – lenken. Um mit einem Cracker den Parcours meistern zu können, ist es also von enormer Wichtigkeit, dass das Team klar und deutlich untereinander kommuniziert. Zusätzliche Geschicklichkeitsübungen wie Vehicle Tennis oder Football bringen den gewissen Funfaktor in jedes Teambuilding. Da es aber nicht ausschließlich um Spaß gehen kann, bietet die Lodge der Land Rover Experience auch Meeting- und Seminarräume. Jeweils bis zu 50 Personen finden in den beiden Räumen Platz. Eine exklusive Nut-

zung der Lodge mit Blick auf das Loch of Butterstone ist zudem ohne Weiteres realisierbar.

Sollten diese Möglichkeiten nicht ausreichen, stehen in der näheren Umgebung gleich zwei Hotels zur Verfügung, die mit weiteren Räumlichkeiten aufwarten.

Ersteres ist Fonab Castle, erbaut von George Sandemann, dem weltweit bekannten Sherry-Produzenten. Einst als Familiensitz genutzt präsentiert sich das alte Schloss heute als Fünf-Sterne-Hotel. Während etwa 13 Zimmer im noch immer erhaltenen Originalgebäude untergebracht sind und entsprechend für authentischen Schloss-Charme sorgen, befinden sich weitere 13 Unterkünfte in auf dem Gelände verteilten Lodges. Diese wiederum punkten mit zeitlosem Design und großzügiger Raumgestaltung. Von den Lodges aus hat man außerdem einen sehr guten Zugang zum Spa und dem darüber gelegenen Eventbereich. In der sogenannten Fonab Suite stehen zwei Räumlichkeiten bereit, die Konferenzen für bis zu 150 Personen erlauben. Aufgrund der festinstallierten Bar, die sich in Richtung beider Räume öffnet, sind darüber hinaus Events oder Dinner hier genau richtig. Wer auf eine Räumlichkeit im Schloss selbst Wert legt, der muss zwar bei der Gruppengröße ein paar Abstriche machen, dafür aber konferiert, tagt oder diskutiert er in den ehrwürdigen Mauern eines typisch schottischen Schlosses. Sowohl das Hauptrestaurant als auch das Fine-Dining-Restaurant lassen sich zu diesem Zweck exklusiv bespielen.

Direkt am Loch of Butterstone liegt die Lodge der Land Rover Experience Scotland. Hier lässt es sich hervorragend tagen, bevor es zu einer Ausfahrt in das Gelände geht. Foto: Land Rover Experience Scotland

113 beachtliche Hektar Privatanwesen

Das Dunkeld House Hotel ist das zweite Haus in der Nähe der Land Rover Driving Experience. Einige der angebotenen Teambuilding-Maßnahmen können sogar direkt auf dem Gelände rund um das Vier-Sterne-Haus arrangiert werden.

Erst kürzlich wurde das gesamte Anwesen, das heute unter unabhängiger Leitung steht, liebevoll renoviert. Im letzten Jahr wurden etwa 3 Millionen Pfund investiert, um sowohl die Zimmer als auch die insgesamt sieben Konferenzräume umzugestalten. Das Konzept des Interieur-Designs orientiert sich am schottischen Landhaus-Stil und dieser wurde bis ins kleinste Detail umgesetzt. Insbesondere in den kleineren Meetingräumen hat der Besucher dadurch das Gefühl, sich in einem wirklichen Herrenhaus zu befinden. Mit Kronleuchter, Kamin, Stuckverzierungen und bodentiefen Fenstern punktet beispielsweise der Drawing Room; der Boardroom mit festinstalliertem Konferenztisch hingegen fasziniert durch eine vollständig in die Wand eingelassene und dadurch im ersten Moment nicht sichtbare Tür, die den Zutritt zu einer kleinen Bibliothek freigibt. Eben ganz wie in alten Zeiten.

Ausgezeichnete Küche

53 elegante Zimmer finden sich im Ballathie House Hotel. Das Anwesen gehörte einst einem Mediziner und war viele Jahre in Privatbesitz. Mit der Zeit wandelte es sich zu einem Vier-Sterne-Hotel, das sich vor allem durch seine preisgekrönte Küche einen Namen gemacht hat. Chefkoch Scott Scorer ist mehrfach ausgezeichnet und vereint sehr gekonnt traditionelle schottische Gerichte mit einem modernen Einschlag. Für Planer eignet sich das Haus vor allem dann, wenn es um Produktlaunches und Teambuildingevents geht. Die umliegenden großzügigen Geländeflächen eignen sich beispielsweise auch für die landestypischen Highland Games, die hier je nach Wunsch von Bluesky Experience organisiert werden.

u. li. + re.: Von der gelungenen Mischung aus Historie und Moderne bietet Fonab Castle Planern authenthischen Schlos-Charme und hochmoderne Veranstaltungsmöglichkeiten in einem. Foto: Fonab Castle Hotel

Radisson Blu ab 2019 im Herzen von Venedig vertreten

Die Carlson Rezidor Hotel Group wird dank einer langfristigen Managementvereinbarung künftig in Venedig vertreten sein. Die Eröffnung des Radisson Blu Hotel Venice San Marco ist für Ende 2019 vorgesehen. Das Hotel liegt direkt am Kanal und befindet sich im Herzen von Venedigs Viertel San Marco in Gehweite zum weltbekannten Markusplatz.

„Mit dieser Vertragsunterzeichnung vollziehen wir den Markteinstieg in einer der bekanntesten Destinationen Europas", sagt Elie Younes, Executive Vice President & Chief Development Officer der Carlson Rezidor Hotel Group. „Eine unserer Prioritäten besteht darin, das Wachstum in unseren bereits ausgereiften Märkten anzukurbeln, insbesondere in Westeuropa. Venedig ist der ideale Beginn unserer neuen Wachstumsreise."

Das Radisson Blu Hotel, Venice San Marco liegt genau im touristischen Zentrum der Stadt und unweit des luxuriösen Einkaufsviertels. Viele der 50 Zimmer und Suiten bieten einen spektakulären Blick auf den Kanal. Zu den Service-Einrichtungen des Hotels gehört ein Restaurant mit einer Außenterrasse inklusive Blick auf den Kanal, eine Lounge-Bar und ein Fitness-Raum.

Leonardo nun mit sechs Häusern in Hamburg

Nachdem die Leonardo Hotelgruppe erst im Juni bekannt gegeben hatte, den Standort Hamburg um ein Hotel ihrer neuen Lifestyle-Marke NYX Hotels in zentraler Lage zu erweitern, steht bereits der nächste Expansionsschritt an: Nach Abschluss eines Kaufvertrages wird das im Stadtteil Veddel gelegene „Gresham Carat Hamburg" in die Markenwelt der Leonardo Hotels inkludiert und unter dem Namen Leonardo Hotel Hamburg Elbbrücken geführt werden.

Das Haus verfügt über 94 Zimmer und zwei Veranstaltungsbereiche mit jeweils 190 und 64 Quadratmetern. Restaurant und Bar runden das Angebot ab. Neben der direkten Anbindung zu den öffentlichen Verkehrsmitteln können Gäste auch 70 hoteleigene Parkplätze nutzen. Der Standort ist ein Ort mit Zukunft, da die Hansestadt ab 2019 direkt an Veddel angrenzend den neuen, aufstrebenden Bezirk „Kleiner Grasbrook" entwickeln wird.

„Die Portfolioerweiterung mit dem sechsten Haus in Hamburg freut uns sehr und unterstreicht unsere Expansionspläne für die Hansestadt. Die hohe Dynamik und Attraktivität Hamburgs hält weiteres Potential für neue Projekte bereit – wir haben noch viel vor", verspricht Daniel Roger, Managing Director Leonardo Hotels Europe.

„Dorint GmbH" gibt „Neue" im Firmennamen auf

Vor über 10 Jahren nahm die Marke Dorint den Namenszusatz „Neue" auf, um sich nach dem „Spin-off" von Accor im Jahr 2007 im Markt wieder eigenständig zu etablieren. Dorint hat seitdem die Sanierungsphase hinter sich gelassen und betreibt nun 39 Häuser in Deutschland, den Niederlanden und in der Schweiz. Jeder einzelne der rund 3.300 Mitarbeiter gibt täglich alles, um den Gästen einen rundum entspannten und komfortablen Aufenthalt zu ermöglichen. Werte wie Sicherheit, Vertrauen und Authentizität haben für Dorint einen besonderen Stellenwert in Zeiten starker Globalisierung und einer schnelllebigen Wirtschaftswelt. Die gute Reputation des Unternehmens als verlässlicher und engagierter Arbeitgeber bildet dabei ein stabiles Fundament für ein stetiges Wachstum. Der hohe Anspruch der Dorint Hotels & Resorts wird nicht nur durch die Zufriedenheit der Gäste, sondern auch durch beste Bewertungen sowie eine Vielzahl von Auszeichnungen und Zertifikaten belegt.

Geschäftsführung und Gesellschafter haben nun folgerichtig beschlossen, den Markennamen „Dorint" wieder in den Vordergrund zu stellen. Die Umfirmierung wurde zum 01.11.2017 vollzogen. Für den neuen CEO des Unternehmens, Karl-Heinz Pawlizki, steht die Namensänderung auch gleichzeitig für die kontrollierten Wachstumspläne der Dorint Gruppe. „In den vergangenen zehn Jahren hat sich das Unternehmen beispielhaft restrukturiert und entwickelt", so Pawlizki. „Wir sind stolz auf die bald sechzig Jahre alte Marke."

Dolce-Flagge weht wieder in Bad Nauheim

Entgegen dem Ende 2016 gefassten Entschluss, das Haus als Stand-alone-Hotel und Konferenzzentrum zu betreiben, kehrt das ehemalige Conparc in der Wetterau nun zu seiner vorherigen Dachmarke Dolce Bad Nauheim zurück. Diese Entscheidung fiel nach umfassenden Verhandlungen zwischen der Wyndham Hotel Gruppe, Inhaber der Marke Dolce Hotels and Resorts, und der irischen Investorengruppe, die seit 2017 Eigentümer des Bad Nauheimer Traditionshauses ist.

Dolce Hotels and Resorts sind auf Meetings und Events mit besonderem Touch spezialisiert. Die Aufnahme der Destination in Bad Nauheim in das weltweite Portfolio wurde seinerzeit noch von Firmengründer Andy Dolce persönlich initiiert. Er wusste bereits damals: Die beeindruckende Location am Rande des Kurparks inmitten der historischen Umgebung der traditionsreichen Gesundheitsstadt eignet sich bestens für anregende Tagungen, Seminare, Kongresse, Meetings und Incentives.

Während das Dolce Bad Nauheim seine 35-jährige Geschichte als renommiertes Hotel unweit der Metropole Frankfurt am Main feiert, erfährt das Haus mit seiner Rückkehr zur Marke Dolce auch neue Freiräume: Der Investorengruppe ist es nun weiterhin möglich, die eigene Identität des Hotels, seiner Locations und Services zu wahren und dennoch von der Stärke der Wyndham Hotel Gruppe in den Bereichen globale Distribution und Marketing zu profitieren. So kann das Haus seinen Anfang des Jahres beschrittenen Weg zu mehr Flexibilität und Individualität auch unter internationalem Dach fortführen.

Alicia Dill tritt Worldhotels bei

Worldhotels beruft Alicia Dill zur neuen Senior Vice Präsidentin in den USA. Ziel ist, die bestehenden Sales- und Marketingaktivitäten der Gruppe zu maximieren sowie die Umsatzentwicklung in den USA zu optimieren. Dill, die im Oktober ihre Stelle antritt, berichtet direkt an Geoff Andrew, Chief Executive Officer von Worldhotels. Dill ist eine ausgewiesene Sales-Expertin mit langjähriger Erfahrung bei verschiedenen Hotelgruppen. Vor ihrem Wechsel war sie als Sales- und Marketing-Direktorin für L'Ermitage Beverley Hills in Los Angeles tätig.

Dormero Hotel AG: rasantes Wachstum und ehrgeizige Pläne

Im Jahr 2013 von Dr. Marcus Maximilian Wöhrl mit ambitionierten Zielen gegründet, hat die Dormero Hotel AG in den vergangenen Jahren ein rasantes Wachstum erfahren: Mittlerweile ist sie an 15 Standorten vertreten und betreibt deutschlandweit 17 Hotels. Darüber hinaus befinden sich vier Häuser derzeit noch im Bau und die Verträge für vier weitere sind bereits unterschrieben. Zudem hat Wöhrl bereits neue ehrgeizige Vorsätze verkündet, die er bis 2020 verwirklichen möchte.

Vertragsunterzeichnung für das neue Dormero Strandhotel Rügen: Fabian Fernekess, Investorin Iris Hegerich und Manuela Halm unterschreiben in Gegenwart von Dormero-Gründer Dr. Marcus Maximilian Wöhrl und Kurt Hegerich den Vertrag. Foto: DORMERO Hotel AG

2017 war bisher ein durchaus positives Jahr für die Dormero Hotel AG. So gelang es dem Team rund um Dormero-Gründer Wöhrl, ein für 2020 gesetztes Ziel bereits ein Jahr früher als geplant zu erreichen. Mit der Vertragsunterzeichnung für das Dormero Hotel Dessau-Roßlau Ende Juli wurde die Eröffnung des somit 20. Hotels der Kette für den 01. Januar 2019 fixiert.

„Meine Vision waren 20 Hotels bis 2020; dieses Ziel haben wir mit der Unterschrift für den Standort Dessau-Roßlau bereits eingestellt", erläutert Wöhrl. „Es ist ein tolles Gefühl, diesen Erfolg nun erreicht zu haben – ab jetzt heißt das neue Ziel, einen Jahresumsatz von 100 Millionen bis 2020 zu erreichen. Das ist sehr ambitioniert, aber zu schaffen", fügt er hinzu. Mit diesem Umsatzziel werden die ehrgeizigen Pläne des Vorstands der Dormero Hotel AG nun weiter verfolgt.

Gut, dass Wöhrl ein ebenso engagiertes Team um sich geschart hat: Als CEO steht seit März dieses Jahres Fabian Fernekess an der Spitze der Dormero Deutschland Betriebs GmbH und Mitte Juli hat zudem Manuela Halm ihre Tätigkeit als COO aufgenommen.

Unterschrift für das 25. Hotel

Zudem wächst die Hotelkette weiterhin stetig: Anfang Oktober kam die Bergström Hotels GmbH mit ihren beiden Lüneburger Hotels von Unternehmer Henning J. Claassen dazu. Manuela Halm freut sich sehr über die künftigen Dormero Hotels Nummer 22 und 23: „Wir haben mit dem, aus der ARD TV Serie „Rote Rosen" deutschlandweit bekannten Hotel einen weiteren wichtigen Meilenstein für das Wachstum von Dormero gesetzt. Es macht uns stolz, dass immer mehr Privatiers Dormero für ihre Nachfolge wählen und damit ihr Lebenswerk unserer noch jungen Gruppe anvertrauen." Anfang 2018 wird das Hotel „Altes Kaufhaus" zum Dormero Hotel Lüneburg, während das „Romantik Hotel Bergström" unter dem bekannten Namen weitergeführt wird.

Darüber hinaus wird zum 01. Januar 2018 das Dormero Strandhotel Rügen eröffnet. Damit setzt die Hotelkette ihre Strategie fort, geschichtsträchtige Häuser in ihr Portfolio zu übernehmen. 2012 hatten die Investoren Iris Hegerich und Gerd Grochowiak von der Firma Irisgerd den Block 1 des weltbekannten Baudenkmals auf Rügen ersteigert. Nach dem Umbau wird das Hotel 114 Suiten haben, die alle mit einer eigenen Sauna ausgestattet sind. Neben einem Wellnessbereich und zwei Restaurants ist zudem ein Konferenzzentrum geplant.

Und auch ein 25. Dormero Hotel ist bereits in Planung: Das Dormero Hotel Hof wird in Partnerschaft mit der Andresen GbR entstehen und soll 112 Zimmer und drei Tagungsräume umfassen. „Wir sind froh, dass wir mit der Andresen GbR einen solch erfahrenen Partner gefunden haben, mit dem wir eines der modernsten Hotels in ganz Nordbayern entwickeln werden", erläutert Halm abschließend. **(nl)**

Anzeige

Ihr Tagungssort in der Lüneburger Heide

Kurhaus Bad Bevensen

- 5 Veranstaltungsräume | Größter Raum: 499 Personen, 362 m²
- Alle Räume mit Tageslicht (verdunkelbar) und Lüftung
- Modernste Tagungstechnik
- Umfassende Serviceleistungen: Hotelreservierungen, Catering, Rahmenprogramm
- Direkte Lage am Kurpark und an der Jod-Sole-Therme

Bad Bevensen Marketing GmbH
Ansprechpartnerin: Christiana Siewert · Tel.: +49 (0) 58 21 976 83-34 · christiana.siewert@bad-bevensen.de · www.bad-bevensen.de

Hofburg Vienna – Drehscheibe der Kommunikation

Smarte Veranstaltungskonzepte, neueste Technologien und ein engagiertes Team sind die tragenden Säulen im Eventbusiness mit Zukunft. Die Hofburg Vienna erfreut sich reger Nachfrage und der starke Kongressherbst wartete mit einer Vielzahl an renommierten Veranstaltungen auf. Die Drehscheibe der Eventszene spiegelt sich auch im kommenden Jahr mit einem regen Kongressreigen nach der Ballsaison 2018 wider. Vielversprechend zeigt sich darüber hinaus der Schwerpunkt im Segment der mehrtägigen internationalen Konferenzen im Bereich der Wissenschaft und Forschung.

Der Herbst wartet mit einer Vielfalt an Fachkongressen internationalen Formats auf, aber auch neue Messeformate werden durchgeführt. Zudem hält das Österreichische Parlament die Plenarsitzung im Großen Redoutensaal und gleich nebenan präsentieren hochkarätige Events ungewöhnlich progressive Veranstaltungsabläufe in den Festsälen der Hofburg.

Auch das Jahr 2018 hat das Potenzial, wieder ein sehr gutes Veranstaltungsjahr zu werden. Deutlich erkennbar ist der Trend zu neuen Formen des Wissenstransfers. Mit einem professionellen Venue-Mangement konnte die Hofburg Vienna namhafte Veranstaltungen für 2018 gewinnen. Ein Zusammenspiel von Technik und Know-how unseres Teams schaffen neue Eventszenarien.

Der ÖHV-Hotelierkongress (16.–17. Januar) ist der Branchentreff der führenden österreichischen Hotellerie mit rund 600 Teilnehmern und startet die Kongress-Saison in der Hofburg Vienna. Der ultimative Treffpunkt für Tech-Gründer, Innovations-Führungskräfte & Investoren, um Partnerschaften aufzubauen und die Zukunft zu gestalten, findet beim Pioneers' 2018 (24. + 25. Mai) statt. Die OPEC (The Organization of the Petroleum Exporting Countries) lädt zum 7th OPEC International Seminar (20.–21. Juni) mit dem Thema ‚Petroleum – cooperation for a sustainable future'. Zu den Höhepunkten im Herbst zählen Tagungen wie der 16. Österr. IT- und Beratertag (22. November) zum Thema Unternehmensberatung, Buchhaltung und IT der WKÖ sowie eine Reihe medizinischer Kongresse.

Kulturelle Highlights wie Konzerte und Galaveranstaltungen runden das Eventportfolio der Hofburg Vienna ab. Mit der ROMY Gala ist die Hofburg alljährlich Zentrum für das gesellschaftliche Highlight, das live im Fernsehen übertragen wird. Hier trifft sich Prominenz aus Film und Fernsehen, um bei der Verleihung der begehrten Trophäe dabei zu sein. Der begehrte Gourmetpreis des Landes wird bei der Trophée Gourmet À la Carte 2018 verliehen. Im Herbst sind die Festsäle wieder Schauplatz exquisiter Messen, wie die Art & Antique Hofburg Vienna mit einzigartigen Exponaten, die für Kunst, Antiquitäten und Design stehen. Sammler kommen hier auf ihre Rechnung. Imperialer Charme trifft modernen Lifestyle bei einer Vielzahl repräsentativer Firmenpräsentationen im kommenden Jahr.

Niu Franz Hotel feiert Baustellenfest in Wien

Am 24. Oktober war es so weit: Die Novum Hospitality und der Projektentwickler Bridge Group luden zum Baustellenfest des Hotels – niu Franz – an der Dresdner Str. 111 in Wien. Auf der Hotelbaustelle trafen sich geladene Investoren sowie Partner und zogen eine positive Zwischenbilanz.

„Wir schätzen die Zusammenarbeit mit unserem Partner Bridge Group sehr. Wir sehen den enormen Baufortschritt und sind guter Dinge Mitte 2018 das erste niu samt 158 Zimmer in Wien zu eröffnen", verkündet Samira Said, Chief Project Officer der Novum Hospitality. Neben den Projektpartnern freut sich auch die Stadt Wien über die Fortschritte. Zu Recht, denn mit den aktuell über 35 geplanten niu Hotels will die Novum Hospitality nicht nur Touristen erreichen. Ob zum Afterwork, auf eine Melange mit Freunden oder zum Arbeiten in der Co-Working-Area – auch Einheimische sollen sich bei Wohnzimmeratmosphäre wie zu Hause fühlen. „Wir freuen uns sehr, das Hotelkonzept niu stellt eine außergewöhnliche Bereicherung für Brigittenau dar", betonte Hannes Derfler, Bezirksvorsteher des 20. Wiener Gemeindebezirks.

Neben spannenden Insights zum Konzept und einen Einblick in den Baufortschritt erhielten die geladenen Gäste bei einer Musterzimmerbesichtigung einen exklusiven Eindruck vom einzigartigen Neighbourhood-Storytelling. Von Sissi an der Wand bis hin zum gemütlichen Barock-Sessel: Das niu Franz spiegelt die Blütezeit Wiens wider, aber eben auf eine überraschend moderne Art und Weise.

Oberste Etage des Austria Center Vienna wird erneuert

Um die positive Entwicklung der letzten Jahre erfolgreich fortzuführen, investiert Österreichs größtes Konferenzzentrum nun in einen Umbau des obersten Stockwerkes und trägt dabei der massiv wachsenden Nachfrage nach individuellen Veranstaltungsformaten mit dem Schwerpunkt auf direkten Austausch Rechnung. „Neben dem Wissensgewinn der Teilnehmer nimmt das persönliche Netzwerken im passenden Rahmen eine immer größere Rolle ein. Ab Frühjahr 2018 bieten wir unseren Veranstaltern nun einen komplett neuen und exklusiven Bereich an", erklärt Susanne Baumann-Söllner, Vorständin des Austria Center Vienna.

Neben zwei neuen Konferenzräumen für 170 und 140 Personen sowie 35 modernen Büros liegt der Fokus der Umbauarbeiten auf dem neuen Herzstück der Ebene 3: Dieses setzt sich aus insgesamt rund 600 qm lichtdurchfluteten und individuell nutzbaren Freibereichen mit Blick auf den angrenzenden Donaupark und die UNO-City zusammen. Damit schafft das Austria Center Vienna als eines der ersten Kongresszentren Europas eine eigene Netzwerkebene, die den Kunden absolute Exklusivität garantiert. Sie kann sowohl als Büroebene für das wissenschaftliche Komitee, die wichtigsten Professoren und Keynote-Speaker als auch für Sponsoren-Präsentationen oder für Stand-alone-Veranstaltungen genutzt werden. Die angrenzende Terrasse eignet sich optimal für Outdoor-Meetings und Networking-Lunches. Architektonisch wird die bereits etablierte neue Linie des Kongresszentrums mit multifunktionalen Räumen und angeschlossenen Lounge-Bereichen weitergeführt. Die Gesamtkosten für den Umbau liegen bei 2,2 Millionen Euro, die Planung stammt vom Wiener Architekturbüro ABdomen. Die neuen Räumlichkeiten werden im März 2018 präsentiert.

Von Schloss Friedrichshof zum Schlosshotel Kronberg

Zwischen 1889 und 1893 ließ Victoria Kaiserin Friedrich – Mutter des letzten deutschen Kaisers Wilhelm II. – vor den Toren Frankfurts im landschaftlich schönen Taunus das Schloss Friedrichshof errichten.

Zeitlose Eleganz spiegelt sich im gesamten Interieur-Design des Schlosshotels Kronberg wider.

Inspiriert durch den viktorianischen Baustil – schließlich war sie ursprünglich britischer Herkunft und Tochter der großen Queen Victoria – sollte ihr das Haus nach dem Tod ihres Gatten, Kaiser Friedrichs III., als Witwensitz dienen. Bis zu ihrem Tod im Jahr 1901 lebte Victoria in Friedrichshof und empfing hier alle gekrönten Häupter Europas.

Nach ihrem Tod und der späteren amerikanischen Besatzung verlor der Betrieb auf Schloss Friedrichshof immer mehr den Gedanken der Gastfreundlichkeit, dem Victoria den Prachtbau eigentlich gewidmet hatte. Erst etwa fünf Jahrzehnte später sollte das Schloss dieser Bestimmung wieder näherkommen. 1953 wurde Schloss Friedrichshof der Eigentümer-Familie, den Landgrafen und Prinzen von Hessen, zurückgegeben. Damit einhergehend wurde der Grundstein für das heutige Fünf-Sterne-Superior-Haus mit angeschlossenem Golfplatz gelegt. Denn Philip Landgraf von Hessen beschloss gemeinsam mit seinen Brüdern, Prinz Wolfgang und Prinz Richard, den ehemaligen Familiensitz zu einem Hotel umzubauen. Die Eröffnung folgte dann am 15. April 1954, zunächst mit nur 30 Gästezimmern und den erhaltenen historischen Salons und Gesellschaftsräumen der Kaiserin.

Seit diesen Anfangstagen hat sich einiges getan – aber dies immer ohne den besonderen historischen Charakter und Flair des ehemals royalen Sitzes aus den Augen zu verlieren. So ist beispielsweise die Kunstsammlung Victorias, wenn auch durch Kriegswirren und die Besatzungszeit deutlich dezimiert, noch heute ein zentraler Punkt des Interior-Designs.

Aktuell verfügt das Schlosshotel Kronberg über insgesamt 62 Zimmer und Suiten. Die historische Bauweise und damalige Nutzung der Räumlichkeiten bedingt die sehr individuelle Gestaltung und Ausstattung der heutigen Räume. Bei einer Größe zwischen 20 und 130 qm verfügt jeder der Räume über eine ideal auf den Grundriss zugeschnittene Ausstattung und das entsprechende Design – selbstverständlich alles auf Fünf-Sterne-Superior-Niveau.

Der grüne Salon war einst das Musikzimmer der Kaiserin. Heute ist er die ideale Location für Tagungen, Empfänge, Bälle und Hochzeiten.
Alle Fotos: Schlosshotel Kronberg

Ob Hochzeitslocation oder Businessmeeting …

Schon allein das Ambiente innerhalb der altehrwürdigen Mauern ist Grund genug, um eine Veranstaltung hier vor Ort zu realisieren. Durch die vielen unterschiedlichen Salons oder auch den beeindruckenden Park – inklusive 18-Loch-Golfplatz – lässt sich in jedem Fall die passende Location finden. Ganz egal, ob es in privater Hinsicht der „schönste Tag im Leben“ oder aber ein gelungenes Meeting mit genügend Freiraum für effektive Ideen und die Weiterentwicklung von Strategien werden soll – das Schlosshotel Kronberg präsentiert sich sehr flexibel bei der Nutzung der Räumlichkeiten für Events. Neben der Royal Suite – übrigens zu Lebzeiten Kaiserin Victorias Privatgemächer – können auch alle weiteren Zimmer und Suiten ebenso wie die insgesamt acht klassischen Veranstaltungsräume bespielt werden. Eine sehr interessante Möglichkeit in diesem Bereich ist die Kombination der drei Salons sowie der Bibliothek und des kleinen Speisesaals. Alle fünf Räume können einerseits durch die großen Flügeltüren miteinander verbunden werden, andererseits aber eben auch vollkommen eigenständig genutzt werden. Für kleinere Boardmeetings stehen darüber hinaus das Atelier der Kaiserin (16 pax.), das Kabinett (6 pax.) und das Studio I (10 pax.) zur Verfügung.

Neuer Küchenchef seit September

Seit dem 1. September 2017 zeichnet Florian Christoffer Hartman für die Geschicke in der Küche des Schlosshotels Kronberg verantwortlich. Schon mit 31 erkochte er sich im „Philipp Soldan“ im Relais & Chateaux Hotel „Die Sonne“ in Frankberg seinen ersten Michelin-Stern und konnte diesen auch in den darauffolgenden fünf Jahren halten. Kulinarik vom Feinsten ist damit ebenfalls garantiert. (ag)

Tunisair auf Expansionskurs: mehr Flüge, zusätzliche Destinationen & eine neue Online-Plattform fürs B2B-Geschäft

Tunisair setzt weiter auf Expansion: So startet Tunisair mit dem Ziel, seine Position als Nummer-eins-Carrier zwischen Deutschland und Tunesien weiter auszubauenm in die Wintersaison 2017/2018. Mit 23 Flügen bietet die tunesische Fluggesellschaft im Winter einen vielseitigen Flugplan. Darüber hinaus werden viele weitere Ziele in Afrika angeboten – auch auf diesem Markt soll das Wachstum fortgesetzt werden. Zusätzlich dazu plant Tunisair den Launch der Online-Plattform GazellePro für Geschäftspartner und Reisebüros.

1948 als staatliche Fluggesellschaft in Tunis gegründet, gehört Tunisair heute zu den größten und wichtigsten afrikanischen Airlines. Alle Fotos: Tunisair

Auf dem deutschen Markt ist Tunisair seit 56 Jahren tätig. Am 14. Oktober 1961 flog die erste Tunisair-Maschine nach Frankfurt. Mittlerweile gehört die Airline, die 1948 als staatliche Fluggesellschaft in Tunis gegründet wurde, zu den größten und wichtigsten Fluggesellschaften Afrikas. Weltweit fliegt Tunisair 44 Städte in 28 Ländern an. Mit durchschnittlich 47 Linienflügen täglich bedient die Airline die wichtigsten Städte in Europa, Afrika, Kanada und im Nahen Osten.

Neue Flüge und Destinationen

Auf der Strecke zwischen Deutschland und Tunesien bietet Tunisair in der Sommersaison 27 und nun in der Wintersaison 23 Flüge ab Frankfurt, Düsseldorf, München, Berlin und Hamburg an. Eine Neuerung des Winterflugplans ist die Wiederaufnahme der Verbindung nach Monastir: Nach sechs Jahren Pause fliegt Tunisair erstmals wieder von Deutschland aus den Flughafen der tunesischen Küstenstadt an. Immer samstags starten die Flüge ab Frankfurt, Düsseldorf, Hamburg und München ab dem 4. November 2017. Von Berlin-Schönefeld aus geht es sonntags nach Monastir, und das bereits ab dem 29. Oktober 2017. Eingesetzt werden auf den Strecken Maschinen vom Typ Boeing 737, in denen bis zu 126 Passagiere Platz finden.

„Wir freuen uns sehr, unseren Kunden ab der Wintersaison nach langer Zeit den Flughafen Monastir als Reiseziel anbieten zu können", erläutert Chokri Wallani, Deutschland-Direktor von Tunisair. Der etwas weiter nördlich gelegene Flughafen Enfidha werde dann nicht mehr von Tunisair angeflogen, so Wallani weiter. Die Linienflüge von Frankfurt, München und Düsseldorf nach Tunis bleiben aber – ebenso wie die Linienflüge auf die Insel Djerba – weiterhin im Programm.

Noch mehr afrikanische Destinationen

Zusätzlich zum klassischen Tourismus setzt Tunisair aber ebenfalls auf weitere Geschäftsfelder, beispielsweise etwa Reisen in den Nahen Osten, nach Mekka oder nach Westafrika mit einem Zwischenstopp in Tunis. Derzeit fliegt Tunisair elf weitere Ziele in Afrika an,

darunter Nouakchott (Mauretanien), Dakar (Senegal), Abidjan (Elfenbeinküste), Ouagadougou (Burkina Faso), Bamako (Mali) oder Niamey (Niger).
Neu dazugekommen sind im Jahr 2017 die Flüge nach Conakry in Guinea und nach Constantine in Algerien. „Afrika ist für uns eine sehr vielversprechende Zielregion. Wir planen auch hier, weitere Destinationen anzufliegen und unsere Wettbewerbsposition auszubauen“, erklärt Wallani. Dazu nutzt Tunisair den vorteilhaften Standort des Flughafens Tunis-Karthago und verwendet diesen verstärkt als Transitflughafen. Passagiere aus Europa können so nach Tunis reisen und von dort aus Anschlüsse zu weiteren afrikanischen Destinationen wahrnehmen.

Tunisair launcht neue B2B-Plattform

Eine weitere Neuheit ist die B2B-Plattform GazellePro für Geschäftspartner und Reisebüros. Diese sollen von den Vorteilen des Online-Portals profitieren und parallel dazu den B2B-Markt weiter erstarken lassen. Der Launch der nach dem tunesischen Glücksbringer und Wappentier der Airline benannten Plattform ist für Ende 2017 geplant.
GazellePro ist eine Online-Plattform mit einem Buchungssystem, das Tunisair speziell für Reisebüros (IATA und Non-IATA) und Geschäftspartner in Unternehmen, Botschaften, Organisationen wie auch Vereinen entwickelt hat. Dank GazellePro sollen sie demnächst vereinfacht und selbstständig online buchen können – ohne dafür in Kontakt mit den Tunisair-Verkaufsstätten treten zu müssen. Dazu ist lediglich eine Registrierung auf der Plattform notwendig, die automatisch an Tunisair weitergeleitet wird. Tunisair bestätigt anschließend die Anmeldung und ermöglicht damit die Erstellung eines Kundenkontos und eines individuellen Vertrages mit personalisierten Tarifen. Auf das Kundenkonto kann mittels Benutzername und Passwort zugegriffen werden. Diese werden nach erfolgreicher Anmeldung per E-Mail zugesendet.

Der A330 bietet Reisenden in der Business Class (li.) ebenso wie in der Economy Class (re.) höchsten Komfort und ein zurückgenommenes Design.

Die Flotte von Tunisair umfasst derzeit 29 Flugzeuge der Hersteller Boeing und Airbus, unter anderem zwei Airbusse A330.

Viele Mehrwerte für die Nutzer

Über das Kundenkonto können Reisebüros und Geschäftspartner dann beispielsweise Flugzeiten abrufen, Reservierungen und Buchungen vornehmen und elektronische Tickets ausdrucken. Ebenso wird die Eingabe von Sonderwünschen wie etwa die Reservierung bestimmter Sitzplätze bis hin zu Essensoptionen möglich sein. Die Bezahlung der Tickets erfolgt daraufhin via Kreditkarte. Alternativ bietet Tunisair den Nutzern von GazellePro aber auch an, ihr Kundenkonto mit Geld aufzuladen und die Tickets mit diesem Guthaben zu begleichen.
Kunden von GazellePro werden, kurz zusammengefasst, von folgenden Vorteilen profitieren können: Der Ticketkauf ist dank der Online-Plattform 24 Stunden am Tag sieben Tage die Woche möglich. Reisebüros und Geschäftspartner sind damit nicht mehr von den Öffnungszeiten der Tunisair-Verkaufsstellen abhängig. Kunden zahlen zudem weder Registrierungs- noch Nutzungskosten oder GDS-Gebühren. Darüber hinaus ist der Buchungsprozess so einfach, dass keine GDS-Kenntnisse nötig sind. Dabei gelten die zuvor vereinbarten personalisierten Tarife. (nl)

Anzeige

Business-Events im Kufsteinerland

Das Kufstein Convention Bureau unterstützt Sie mit der Organisation, Planung und Umsetzung Ihres Events– egal ob Kongresse, Konferenzen, Firmentagungen oder Incentives. Ein individuelles Rahmenprogramm auf Wunsch, schafft eine Zeit, an die sich alle gerne zurück erinnern werden.

Kufstein Convention Bureau
e convention@kufstein.com
t +43 5372 62207 0
www.kufstein.com

Kufstein
Convention Bureau

Eines der größten Meetinghotels in Zürich

Das Swissôtel Zürich befindet sich im Quartier Zürich Oerlikon in idealer Lage gegenüber dem Bahnhof und in Reichweite der Geschäftsviertel sowie zahlreicher Kultur-, Einkaufs- und Unterhaltungsmöglichkeiten. Auch Flughafen und Hauptbahnhof sind in nur fünf Minuten zu erreichen.

32 Etagen beste Schweizer Hotelkultur: Das Swissôtel Zürich präsentiert sich in bester Lage mit stimmigem Gesamtkonzept. Fotos: Swissôtel Zürich

Nach einer kompletten Überarbeitung im Jahr 2014 hat sich das Herzstück des Swissôtel von der klassischen Rezeption mit Empfangshalle in einen Wohnbereich mit Wohlfühlatmosphäre verwandelt. Kevin Furrer, General Manager, beschreibt stolz deren Einzigartigkeit: „Die Lobby bietet die Möglichkeit, unsere Gäste in einer einzigartigen Atmosphäre willkommen zu heißen. Modernes Design, neu geschaffene Zonen wie Bibliothek oder Arbeitsbereich für Geschäftsreisende sind absolute Mehrwerte für den Gast."

Die Lobby steht als Paradebeispiel für die Swissôtel Design-Philosophie und verbindet zeitgemäßes Schweizer Design mit lokalem Charme, neueste Technik mit traditioneller Handwerkskunst. Besonders prägnant sind die charakteristischen „Swiss Circles", die hinter den modernen Check-in-Würfeln in Arvenholz graviert wurden. Sie bestehen aus einer Kombination von grafischen Elementen und Zeichen, die aus der traditionellen Kunst des schweizerischen Scherenschnitts aus dem späten 17. Jahrhundert stammen.

Die 17 Meeting- und Eventräumlichkeiten des Hotels zählen zu den modernsten und größten in Zürich. Getagt wird in einem der 5,80 Meter hohen Ballrooms auf der ersten Etage. Die tasgeslichtdurchfluteten, klimatisierten Räume beherbergen Events für bis zu 700 Personen. Der Office-Raum, gleich neben dem City Ballroom, ist perfekt für die Organisatoren. Für Events oder Tagungen auf 80 Meter Höhe mit atemberaubendem Blick auf die Schweizer Alpen bietet das Swissôtel der Businesswelt einen erstklassig ausgerüsteten Panorama Floor auf der 31. Etage. Convention-Service auf höchstem Niveau für bis zu 700 Personen ist das Motto des Hauses, zu welchem der persönliche Meeting Concierge und der Eventtechniker bei jeder Veranstaltung beitragen.

Die Neugestaltung der Lobby erfolgte im Jahr 2014. Dadurch wurde sie zum Paradebeispiel für die Swissôtel Design-Philosophie.

Für Produktpräsentationen steht der Lastenlift, der direkt in die 1. Etage fährt, zur Verfügung. Somit steht auch einer gelungenen Autopräsentation nichts im Wege.

Die 347 modern eingerichteten Zimmer und Suiten sind perfekt auf die Bedürfnisse der Geschäfts- und Städtereisenden abgestimmt und bieten einen herrlichen Blick über die Region Zürich und die Schweizer Alpen. 2017 wurden alle Premier-Zimmer sowie die Suiten neu renoviert und glänzen in moderner und zeitloser Eleganz. Die Zimmer sind mit der modernsten Technik ausgestattet, zudem bietet jedes Zimmer einen geräumigen Arbeitsplatz, um sich für Meetings oder Vorträge vorzubereiten.

Kulinarische Highlights in urbaner Atmosphäre

Das Restaurant Le muh ist ein beliebter Treffpunkt für Hotelgäste und die lokale Bevölkerung. Das Konzept des Restaurants basiert auf modernen Interpretationen der Schweizer Küche mit Fokus auf lokale Produkte.

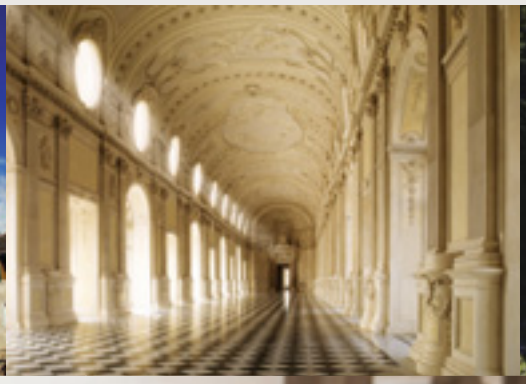
Materialien wie Holz, Leder, Glas und Stahl verleihen dem Restaurant eine modern-urbane Atmosphäre. Stehtische, klassische Sitzmöbel und Lounge-Elemente werden mit dem prominent platzierten Chefs Table kombiniert, der interessante Einblicke in die offene Küche gewährt.

Ein Highlight, das immer in der Herbstzeit beginnt, sind die Skigondeln, die auf der Terrasse stehen und zu einem kuscheligen Fondueplausch wie auf den Bergen einladen. Dieses Jahr ist das Gstaadt Tourismus Partner des Swissôtels. Sie stellen die entsprechend dekorierten Gondeln zur Verfügung.

Für Entspannung sorgt der hauseigene Spabereich auf der 32. Etage mit Infinity-Pool und einmaligem Ausblick. Ein Dampfbad, eine Bio-Sauna und diverse Fitnessgeräte sowie Massage- und Treatmentangebote runden das Wellness-Erlebnis ab.

dimore

Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo



7 ITALIENISCHE REGIONEN

Machen Sie Ihre Veranstaltung zum Teil der Geschichte

visitcastlesandvillas.it

Lazio · Regione Lazio · Piemonte · DMO Piemonte Marketing · Regione Piemonte · Vallée d'Aosta · Veneto Tra la terra e il cielo www.veneto.eu · inLombardia · Regione Lombardia · inLiguria · #lamialiguria · Via Emilia · emiliaromagna land with a soul

In Riga steht der Mensch im Vordergrund | von Hans Rodewald

„Die positive Überraschung der Teilnehmer ist unser oberstes Ziel", sagt Edgars Kuzmans, Chef der Eventagentur 3K in der lettischen Hauptstadt Riga. In der Tat sind auch die Teilnehmer des Famtrips positiv überrascht. Auf Einladung von 3K und der deutschen Partneragentur Tourism-Marketing-Communication TMC in Mainz machten sie sich Ende September auf den Weg ins Baltikum.

Seit 1935 schaut die Freiheitsstatue Milva von Osten auf die Altstadt Rigas. Rechts daneben die goldene Kuppel der Kathedrale der Russisch-Orthodoxen Kirche und das Radisson Blu Latvija Conference & Spa Hotel mit 27 Etagen. Alle Fotos: CreativK Hans Rodewald

Die lettische Hauptstadt sprüht vor Energie und Elan. An jeder Ecke finden sich eifrige Unternehmer, Hoteliers und Gastronomen, deren Ideen und Projekte vom Publikum absolut positiv angenommen werden. Das Interesse an neuen Konzepten ist auch im MICE-Sektor aktuell. „Immer mehr Kunden fragen nach neuen, spannenden Destinationen mit enthusiastischem Service und perfekter Technik", erklärt Carmen Glaser-Gallion von TMC. Da dränge sich das Baltikum geradezu auf. Die emsigen Letten versuchen mit ihrer frischen, natürlichen Art stets, die Kunden zu begeistern. „Man merkt, dass die Letten noch Gruppen haben wollen und sich richtig engagieren", bestätigt Susanne Elsen von IncentivePlus Reisebüro Frenzen aus Köln.

Lettland ist etwas kleiner als Bayern und beheimatet rund zwei Millionen Menschen. Etwa die Hälfte davon lebt in oder rings um Riga. Seit 2004 ist Lettland EU-Mitglied und nutzt seit 2014 den Euro als Zahlungsmittel. In dem kleinen Land sind die persönlichen Kontakte sehr wertvoll, vor allem im MICE-Business. „Hier ist im Grunde jede Person nur zwei Anrufe entfernt", schmunzelt Kuzmans. „Da kann man auf der Beziehungsebene viele Kundenwünsche schnell und unbürokratisch erfüllen."

Nur rund zweieinhalb Stunden dauert der Flug mit Air Baltic von Frankfurt am Main, Berlin und Düsseldorf ebenso wie von Hamburg oder München. Der Flughafen in Riga ist übersichtlich und modern gestaltet. Die Fahrt in die Innenstadt per Kleinbus dauert nur wenige Minuten. Vorbei an den Z-Türmen geht es auf der Vansu-Brücke über den Fluss Düna (in lettisch: Daugava) direkt in die Altstadt. Sehr viele klassische Gebäude sind hübsch restauriert und sehen daher gut erhalten aus. „Zwei von fünf Häusern in der Altstadt sind Jugendstilbauten. Hier fühlst du dich wie im tschechischen Prag, aber ohne Tausende Touristen neben dir", bestätigt Edgars Kuzmans den Eindruck der MICE-Experten. Dieses Ambiente bildet den perfekten Rahmen für Reisende und vor allem für Tagungen und Konferenzen.

Moderne Konferenzhotels mit hanseatischem Charme

Hinter den historischen Fassaden stecken innovative Venues mit perfekter technischer Ausstattung. Konzentriert in der Altstadt sind die meisten Locations fußläufig zu erreichen. Unweit des Parlaments-

Im 16. Jahrhundert gab der kleine Fluss Riga oder Roggenweg der Stadt den Namen. Auf diesem Schiffsweg brachten die Händler das Getreide in die Stadt. An seiner Stelle ist nun der Platz der Liven.

li.: Vor dem Pullman Riga Old Town Hotel darf wegen des benachbarten Parlamentsgebäudes nur mit Sondergenehmigung geparkt werden.
u.: Die Lobby des Pullman Riga Old Town Hotel besticht durch topmodernes Interieur vor dem historischen Pferdestall.

gebäudes und des Präsidentenpalastes befindet sich das Pullman Riga Old Town Hotel. Es verkörpert die Symbiose aus Tradition und Moderne und bietet State-of-the-Art-Technik im alten Gemäuer.

Im Zentrum des Pullman-Hotels befindet sich ein Altbau aus dem Jahr 1789. Stützen ringsum bilden die Basis für den Aufbau, der sich mit den Anbauten zu einem faszinierenden Ensemble vereinigt. Außen passt sich die Fünf-Sterne-Hotelanlage an die klassischen Fronten an. Innen überrascht sie mit historischem Charme und modernem Design in dunklen Tönen. „Die Mischung aus Pferdestallambiente und topmoderner Einrichtung kommt bei den Gästen bestens an“, freut sich Pullman-Verkaufsleiter Gints Martinsons, der zehn Jahre in London tätig war.

Für Konferenzen stehen 8 Räume zur Verfügung. Die Gäste werden in 141 Zimmern und 13 Suiten untergebracht. „Die Mischung aus alten Mauern und modernem Design im Pullman Hotel gefällt mir ausgezeichnet“, lobt Liane Lohausen, Projektleiterin bei Fischer Appelt in Düsseldorf. „Für anspruchsvolle Gruppen ist das eine innovative Location.“ Isabelle Grewe von zet:projekt. aus Stuttgart stimmt zu: „Die Harmonie der vielen alten, gepflegten Gebäude mit den jungen Menschen beeindruckt mich.“

Brandneu umgebaut ist das Grand Hotel Kempinski in Riga direkt neben der Oper. Ab 15. Oktober 2017 empfängt Verkaufsleiterin Elena Verenchuk Gäste des Hauses. Das altehrwürdige Hotel Riga wurde komplett umgebaut, Wände entfernt und den aktuellen Ansprüchen an das erste Haus am Platze angepasst. Das Ergebnis ist ein Fünf-Sterne-Luxushotel mit besonderem Flair. Der Ballroom im Erdgeschoss ist in drei Segmente teilbar und bietet Platz für knapp 400 Teilnehmer. Die große Fensterfront in Richtung Opernvorplatz sorgt für viel Tageslicht. Fünf Besprechungsräume sowie 141 Zimmer und Suiten stehen zur Verfügung. Besonders chic wird das Rooftop-Restaurant mit großer Dachterrasse und spektakulärem Blick auf die Oper, den Park und über die Altstadt hinweg.

Wer mehr als 400 Teilnehmer in der Konferenz hat, wird im Radisson Blu Latvija Conference & Spa Hotel fündig. Es ist das größte Konferenzhotel in den baltischen Staaten. In 14 Konferenzräumen können 2.500 Teilnehmer gleichzeitig unterkommen. Der Ballroom fasst 1.100 Teilnehmer. Für Übersetzer sind drei Kammern vorgesehen. „Ein weiterer Konferenzraum befindet sich auf der obersten Etage über der Sky High Bar. Hier gewinnen die Teilnehmer den Überblick“, erklärt Verkaufsleiter Andis Kielbickis.

Das Radisson Blu Latvija Conference & Spa Hotel ist mit seinen 27 Etagen ein deutlicher Orientierungspunkt für Reisende. Von der Sky-High-Bar genießen die Gäste einen fabelhaften Ausblick.

Die technische Ausstattung ist wie in allen Venues in Riga topmodern und wird je nach Kundenwunsch individuell eingerichtet. „Wir hatten schon Kunden, die uns baten, unsere Technik in andere Länder zu bringen. Mehr Zufriedenheit kann man sich kaum wünschen“, sagt Edgars Dišlers, Konferenzexperte im Hotel.

571 Zimmer stehen im Radisson Conference & Spa für die Gäste bereit. Die Sky High Bar in der 26. Etage bietet atemberaubende Ausblicke auf die Altstadt und die Düna, die bei Riga in die Ostsee mündet. Hinter der Bar gibt es dann noch einen separaten Raum für Gruppen mit bis zu 75 Teilnehmern, der auf Anfrage genutzt werden kann. Auch die Bar lässt sich auf Wunsch an bestimmten Tagen exklusiv mieten.

In den Radisson-Hotels können Eventplaner den normalen Rahmen flexibel erweitern. Gerhard Erasmus ist General Manager im Radisson. Er macht vieles möglich und nimmt sich Zeit für seine Konferenzkunden. „Gerri handelt nicht wie ein Geschäftsführer, sondern wie ein Hoteldirektor“, weiß Kuzmans aus Erfahrung. „Mit höchstem Engagement macht er ausgezeichnete Locations noch besser.“

Imposante Konferenzräume, historisch und modern

Für Tagesveranstaltungen bieten sich weitere Konferenzräume an. Die Bandbreite reicht von klassisch eindrucksvoll bis hochmodern.

Im Ziedonis-Saal in der Nationalbibliothek können 462 Teilnehmer die perfekte Akustik genießen. Konferenzräume gegenüber ergänzen das Angebot für Konferenzplaner.

Schwedische Könige und russische Zaren blicken auf die Gäste im Großen Festsaal des Schwarzhäupterhauses.

Direkt neben der Düna thront seit 2014 das imposante „Schloss des Lichts“ und beheimatet die lettische Nationalbibliothek. Der Bereich unter dem Dach im 11. und 12. Stock gewährt maximal 100 Gästen traumhafte Ausblicke auf Riga. Ein professioneller Konferenzraum mit fester Theaterbestuhlung besticht durch perfekte Akustik. Der dortige Ziedonis-Saal fasst 462 Teilnehmer.

Gegenüber befindet sich ein Konferenzraum für 200 Personen, der in vier Sektionen teilbar ist. Größere und kleinere Seminarräume ergänzen das Angebot. Direkt hinter der Lobby befindet sich das Restaurant für die Mitarbeiter, das gerne für Feste vermietet wird. Zwei Bereiche lassen sich hier gemeinsam oder getrennt für rund 150 Teilnehmer nutzen.

Das Schwarzhäupterhaus auf dem Rathausplatz diente bereits 1334 vor allem der deutschen Bürgerschaft Rigas. 1941 im Krieg stark beschädigt, wurde die Ruine 1948 gesprengt. Nach der Unabhängigkeit Lettlands legten die Letten den erhaltenen Keller frei und rekonstruierten die Etagen originalgetreu. Seit 1999 bereichert das Objekt mit seinen Giebelskulpturen und -reliefs wieder den Rathausplatz.

Der Große Festsaal für rund 350 Personen glänzt in alter Pracht mit Wand- und Deckenschmuck und den Gemälden schwedischer Könige und russischer Zaren. Daneben findet man den Lübecker Saal für rund 150 Personen, einen Salon und den Lettischen Saal. Edgars Andersons, Projektmanager im Schwarzhäupterhaus, freut sich vor allem über die beeindruckende Innenausstattung des Festsaals und die prunkvollen Exponate in den historischen Kellerräumen.

Das Lettische Freilichtmuseum im Osten Rigas mit seinen 118 Gebäuden vom Ende des 17. bis in die erste Hälfte des 20. Jahrhunderts bietet einen Blick in die lettischen Traditionen und Kulturen. Veranstalter können hier auch Windmühlen oder Holzkirchen als Location nutzen.

Für Gruppen aus dem Automotive-Bereich bietet sich das Motormuseum an. Es zeigt eine wunderbare Vielfalt historischer Fahrzeuge, gekonnt eingebunden in Stationen zur Bewegung und Unterhaltung. „Wir haben jüngst umgebaut, uns auf wenige Exponate beschränkt und daher mehr Platz für didaktische Inseln“, freut sich Manager Juris Vanags über das abwechslungsreiche Geschehen. Zu den vielen Höhepunkten zählen beispielsweise ein alter Silberpfeil Auto Union V16, ein lettischer Bus mit integriertem Kino sowie das Unfallauto Breschnews.

Die Fassade des Museums ist dem Kühlergrill eines Rolls Royce nachempfunden. Dahinter befindet sich ein Veranstaltungsraum, der flexibel bestuhlt werden kann. Rund 150 Personen finden hier Platz. Noch spannender ist die Rennstrecke Bikernieki im angrenzenden Wald, die ebenfalls ganz flexibel genutzt werden kann. Diverse Streckenlayouts von 1277 Metern (Kartbahn) bis knapp 6 Kilometer (Große Runde) stehen für Probefahrten ebenso wie für private Rennen zur Verfügung.

Spannende Aktivitäten für Konferenzteilnehmer

Für die Anreise zum Motormuseum empfiehlt sich die Fahrt in historischen Automobilen. Im 1964er Wolga GAZ-21 sieht man dem Fahrer an, dass er hier arbeiten muss. Das Fahrzeug kennt weder Sicherheitsgurte noch Airbags. Auch die Servolenkung fehlt, was die Richtungsänderungen in dem schweren Auto nicht gerade erleichtert. Dafür zieht es die Blicke auf sich – und die Insassen.

Alternativ stehen auch diverse Fiat 126 mit lustiger Bemalung von PanCars zur Buchung bereit. Eine Rallye durch die Stadt wird damit zum echten Abenteuer. Der luftgekühlte Zweizylinder mit knapp 600 Kubikzentimetern Hubraum erreichte

Im Schwarzhäupterhaus lässt es sich gediegen tafeln. In den Vitrinen sorgen zahlreiche historische Kunstschätze für ein edles Ambiente.

Die Rennstrecke Biķernieki am östlichen Stadtrand Rigas kann variabel genutzt werden. Angrenzend bietet das Motormuseum weitere Tagungsoptionen.

Im Wolga GAZ-21 bekommt man ein Gefühl für die Autotradition in Lettland.

mal eine Leistung von 23 PS. Trommelbremsen sollen das Fahrzeug zum Stehen bringen.

Etwas schneller als im Fiat bewegt man sich auf der Bobbahn im Naturpark Sigulda, rund eine Autostunde nordöstlich von Riga. Hier im Naturpark nutzen sowohl Profis wie auch Touristen den rund 1.200 Meter langen Kurs, im Winter auf Eis, im Sommer in Bobs mit Rädern. Im Viererbob mit Steuermann jagen die Teilnehmer mit rund 100 Sachen durch 16 Kurven. Sigulda war Austragungsort der Rennrodel-WM 2015 und eignet sich auch für kleinere Gruppen. Imponierend ist der Ausblick über den Gauja Nationalpark. Im Winter befindet sich hier das Mekka des Skifahrens in Lettland. Die längste Piste misst 350 Meter bei 90 Metern Höhenunterschied.

Die andere Seite: Innovationen auf Basis von Natur und Tradition

Die Menschen in und um Riga glänzen durch ihren Eifer und die jugendliche Frische. „Die Letten zeigen Mut, neue Wege zu gehen und neue Ideen nach vorne zu bringen“, urteilt Maja Schröder von art of motivation in Wiesbaden. „Am schönsten ist jedoch der stete Wille, die Gäste emotional zu begeistern, was auch immer wieder gelingt.“

Den Letten sind Natur und Tradition sehr wichtig. „Alle reden von ökologischer Ernährung und Biokost. Das haben wir nie anders praktiziert“, klärt Kuzmans auf. Wer die Zeit hat, geht selber in die Natur. „Für das Sammeln von Pilzen haben wir ein eigenes Verb. Wir sagen dann ‚Wir pilzen‘“, erklärt Kuzmans. „Riga ist umgeben von Wald. Da findest du viele leckere Pilze.“

Im Winter geht es hier – auch mal ganz spontan – aufs Eis. Auf zugefrorenen Seen werden Löcher gehackt und die Angel durch das Loch gehalten. „Die Eisfischer auf dem See sehen aus wie Pinguine“, berichtet Kuzmans. „Das ist eine Art Volkssport bei uns.“

Im Sommer bietet sich der rund 500 km lange Ostseestrand an. Die Ostseeküste Lettlands überrascht mit Dünen, Steilufern und hellem Quarzsand feinster Qualität.

An der Küste liegt der Badeort Jūrmala nur wenige Minuten von Riga entfernt. Auch hier bieten sich den Eventplanern diverse Optionen. Eindrucksvoll ist beispielsweise das Linie 36. Auf der sonnenverwöhnten Holzterrasse schweift der Blick über den feinen Sandstrand auf das Meer. Hier lässt sich der Stress vergessen. Der Chef hat in vielen Ländern gearbeitet und am Ende den eigenen Traum in seiner Heimat verwirklicht.

Neben dem Strandrestaurant steht ein Zelt auf dem Sand für Gruppen bis 300 Teilnehmer. „Der Strand und die Location haben mich geflasht“, ist Christina Wagner von UNICBLUE aus Gelsenkirchen begeistert. „High-Class-Kunden suchen nach den besonderen Momenten. Mit den Partnern hier, die vorausschauend mitdenken und viel Liebe zu den Details zeigen, können wir das ausgezeichnet realisieren.“

Unweit der Linie 36 entsteht derweil die nächste Location. In einer großzügigen Holzhütte mit Glasfronten zu drei Seiten sollen künftig Kochkurse mit Blick auf das Meer angeboten werden. Wie sollte man die Natur, die Meeresfrüchte und das Leben besser genießen können? Keine Frage, Konferenzteilnehmer werden in Riga und Umgebung immer wieder positiv überrascht.

Entdecken Sie Riga...

mit Convention International, Air Baltic, Meet Riga und dem Pullman Riga Old Town:

Sie möchten Riga persönlich erkunden? Lichterfest am Nationalfeiertag? Weihnachtsshopping in der Altstadt? Die Letten beim Eisfischen erleben? Machen Sie sich Ihr eigenes Bild. Convention International, Meet Riga und Air Baltic verlosen zwei Flugtickets* von Frankfurt am Main, Berlin, Düsseldorf, Hamburg oder München nach Riga und zurück. Vor Ort übernachten Sie für zwei Nächte im Doppelzimmer Pullman Riga Old Town und genießen außerdem eine Stadtführung durch Riga. (* einzulösen bis 31. März 2018)

Einfach eine E-Mail mit dem Betreff Riga an gewinnspiel@convention-net.de schicken und die Auslosung abwarten. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Redaktion und Verlag wünschen Ihnen viel Glück!

Weitere Information zu Riga unter **www.meetriga.com/en**

Foto: ikars/shutterstock.com

ABU DHABI
mit all seinen Facetten kennenlernen
MICE TROPHY
#InAbuDhabi
02. bis 08. Februar 2018
SCHON MAL VORMERKEN!
Die 2. MICE Trophy findet
#InAbuDhabi statt
Kontakt:
Frank Müllauer
germany@tcaaabudhabi.ae

ibtm®

ibtm® world

barcelona, spain

28 - 30 November 2017

Incentives, business travel & meetings expo

Connect with the global meetings, events and incentives industry

15,500
international industry professionals
from across the globe, ready to connect with you

3,000
exhibitors representing over 150 countries
to help you plan your future meetings & events

100
networking events to connect and engage
with industry friends & colleagues

No.1
global market place for you
to do business, network, learn & be inspired

Connections mean everything.

Connect with us at www.ibtmworld.com

ibtm® events
connections mean everything

Organised by Reed Travel Exhibitions®

ibtm and the ibtm events symbol are trade marks of RELX Intellectual Properties SA, used under license.
Hosted Buyer is a trademark of Reed Exhibitions Limited. Reed Travel Exhibitions is a registered trade mark of RELX Group plc.

ITB Asia ein voller Erfolg | von Hans Rodewald

CEO Lionel Yeo (l.) vom Singapur Tourism Board und CEO Dr. Christian Göke (2.v.r.) von der Messe Berlin eröffneten am 25. Oktober die ITB Asia 2017. Unterstützt wurden sie von Kulturministerin Sim Ann aus Singapur (2.v.l.) und CEO Gloria Guevara vom World Travel & Tourism Council (r.).

Reges Treiben herrschte auf der zehnten Messe ITB Asia Ende Oktober 2017 im Sands Messe- und Konferenzzentrum in Singapur. 940 Aussteller zeigten die Besonderheiten ihrer Destinationen und ihrer Konferenz- und Beherbergungsbetriebe auf. In drei Tagen wurden 22.000 Gesprächstermine angemeldet und durch unzählige Spontangespräche an den Messeständen ergänzt.

Seit 1710 wird in Meissen Porzellan gebrannt. Anne Silber hatte ihren Fokus bei der ITB Asia auf MICE-Gruppen aus Asien und registrierte neben den Terminen viele Spontanbesucher am Stand der Staatlichen Porzellan-Manufaktur Meissen.

Im Mittelpunkt standen technische Entwicklungen in der Reisebranche, neue Destinationen in Südostasien und die verbesserten wirtschaftlichen Bedingungen der Menschen in Südostasien, die auch zu größerer Reisenachfrage führten. Angeregt diskutierten die Teilnehmer Themen wie Luxusreisen, Nachhaltigkeit und die wirtschaftlichen Entwicklungsoptionen durch die Reiseindustrie.

„Momentan gibt es bei uns nur wenig Menschen, die nach Deutschland reisen können“, meinte Wai Yan Htet von PSL Tours aus Myanmar und ergänzte: „In drei oder vier Jahren wird die Zahl der Reisenden aus Myanmar deutlich steigen.“

Das sah Ralf Ostendorf von der Berlin Tourismus & Kongress GmbH ebenso: „Das Potenzial an Reisenden aus Asien ist riesig. Die Wirtschaft wächst, die Mittelschicht wächst und die Leute haben mehr Geld, um nun Fernreisen zu unternehmen.“ Am deutschen Pavillon erschloss Ostendorf neue Märkte und baute Netzwerke auf. „Vor allem aus Thailand erwarten wir im kommenden Jahr hohe Wachstumszahlen.“ Voraussetzung dafür wäre eine einfache Einreise nach Deutschland für Touristen und Geschäftsreisende.

Das hohe Interesse asiatischer Einkäufer bestätigte Dorothea Schäffler von der Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen. „Wir haben viele Termine vereinbart und darüber hinaus viele spontane Gespräche. Sachsen ist bekannt, vor allem Dresden und Leipzig. Nun suchen die Einkäufer Ergänzungen.“ Zum vierten Mal nahm Sachsen an der ITB Asia teil. Die Resonanz in der Vergangenheit war stets äußerst positiv.

Direkt nebenan stellte Anne Silber die älteste Porzellan-Manufaktur Europas in Meissen vor. „Wer von Berlin nach Dresden unterwegs ist, kommt ja bei uns vorbei. Da lohnt sich doch ein Zwischenstopp

Am Stand „Advantage Austria“ informierten Sonja Ishak (l.) und Verena Hable asiatische Einkäufer über die Vorzüge der österreichischen Hauptstadt. Das Nebeneinander von historischen Stätten und moderner Küche zog die Interessenten an. Am Stand waren weitere Regionen Österreichs vertreten, die von den asiatischen Kunden begeistert nachgefragt wurden.

in Meissen“, schwärmte die Reiseexpertin. Neben den asiatischen Touristen waren ihr die Konferenzveranstalter wichtig. „Made in Germany hat einen hohen Stellenwert in Asien. Daher kommen Gruppen gerne zu uns. Den Firmengruppen bieten wir unsere Konferenzoptionen gerne an.“

Doppelt so groß wie der deutsche Pavillon war der Gemeinschaftsstand Österreichs auf der ITB Asia. Für Verena Hable vom Wiener Tourismusverband standen die MICE-Kunden im Vordergrund. „Wir waren mit der vergangenen ITB Asia sehr zufrieden. Auch dieses Jahr ergeben sich aus den Gesprächen hier konkrete Anfragen. Das Geschäft entwickelt sich sehr gut.“ Rund 12 Prozent aller Übernachtungsgäste in Wien kommen heute aus Asien.

Lim Shoo Ling (r.) von der Brand Marketing Group des Singapore Tourism Board präsentierte „SG – Passion Made Possible“ in der Messehalle der ITB Asia.

Noch geräumiger als „Advantage Austria“ waren die Stände Griechenlands, Norwegens, Spaniens und vor allem Finnlands. Ruanda, Island, Tunesien und Almata in Kasachstan waren erstmals mit eigenen Ständen auf der ITB Asia 2017 vertreten. Auffällig raumgreifend waren die Stände aus Jordanien, Kenia, der Türkei, Moskau und St. Petersburg. Im Zentrum der Messehalle standen natürlich die asiatischen Regionen. Neben Singapur zeigte Indonesien seine Vielfalt auf dem größten Messestand, gefolgt von Korea und Seoul, Japan, Thailand und den Philippinen. Auf vier Messebühnen und in den Konferenzräumen wurden diverse Themen diskutiert. Rajeev Kohli, Präsident der Gesellschaft für Incentive Travel Excellence SITE, präsentierte Strategien, Phasen und Risiken bei Incentive-Reisen. Jessie States von den Meeting Professionals International MPI blickte in ihren Vorträgen Jahre zurück und Jahre in die Zukunft. Dabei beleuchtete sie die Auswirkungen der technischen Entwicklungen auf das Verhalten der Teilnehmer und gab Anregungen, wie Veranstalter darauf reagieren sollten.

„Der Austausch mit den Delegierten vieler Länder, vor allem im Hinblick auf MICE und Corporate Travel, lohnt sich“, freute sich der Schweizer Markus Vogt von meet in Thailand, einer Plattform der Image Asia Events. „Der asiatische Markt wird bald mehr Aufmerksamkeit erhalten. Vor allem aus Indien und China werden wir in den nächsten fünf Jahren erheblich mehr Reisende erleben.“

Einen Schritt weiter ging Lim Shoo Ling von Singapur Tourism Board. Sie stellte eindrucksvoll dar, wie Singapur künftig die Reiseindustrie mit der wirtschaftlichen Entwicklung verknüpfen möchte. Unter dem gemeinsamen Slogan „SG – Passion Made Possible“ geht es um Singapur als Reisedestination und um die Ansiedlung ausländischer Unternehmen. Beispielhaft wurden Unternehmer aus Singapur in Videos porträtiert.

Ralf Ostendorf und Kimberly Liew informierten am Stand der Berlin Tourismus & Kongress GmbH über das neue Humboldt-Forum, das Berliner Stadtschloss und die Feiern zu 30 Jahren Mauerfall im Jahr 2019. Berlin möchte die Zahl der Übernachtungen asiatischer Gäste, die derzeit bei rund 4 Prozent aller Übernachtungen liegen, deutlich steigern.

Alle Fotos: CreativK Hans Rodewald

Welche Schwierigkeiten bei Konferenzen in neuen asiatischen Destinationen auftreten können, zeigte Jaime Roseburgh von American Express in ihrem spannenden Referat anhand praktischer Beispiele: Es komme vor, dass zur Veranstaltungsplanung konkrete Bilder und Raumpläne vorlägen. Erst vor Ort stelle sich dann heraus, dass beispielsweise die Säulen aus den Fotos wegretuschiert wurden. Solche „Kleinigkeiten“ können erhebliche Auswirkungen haben. „Manchmal machen verschiedene Gesprächspartner in einem Land ganz verschiedene Aussagen zu den gesetzlichen Anforderungen an Konferenzen“, ergänzte sie. „Und manchmal werden Bargeldzahlungen ohne Quittung gefordert.“

Singapur wächst und wächst und wächst

Beim Blick über den Pool des Marina Bay Sands Hotel erkennt man links die jungen Bürotürme jenseits der Marina Bay und rechts die Altstadt am Singapore River. Der 150 Meter lange Pool verbindet die drei Hoteltürme auf der 57. Etage. Vor 25 Jahren war das Hotelgelände noch Meer, ebenso wie das Gelände der jungen Bürotürme. Alle Fotos: CreativK Hans Rodewald

Singapur, der kleinste Staat Südostasiens, gehört zu den reichsten Ländern der Welt. Am südlichen Ende Malaysias, nur rund 140 km nördlich des Äquators, befindet sich „die Schweiz Asiens". Das Klima ist ganzjährig tropisch mit Temperaturen zwischen 24 Grad nachts und 33 Grad tagsüber bei einer Luftfeuchtigkeit von durchschnittlich 84 Prozent.

Knapp 13 Stunden dauert der Flug von Frankfurt. Rund 5,6 Millionen Menschen leben auf einer Fläche von 720 Quadratkilometern, was fast der Fläche Hamburgs entspricht. Aber Singapur wächst: durch Maßnahmen der Landgewinnung zum einen und durch die stetigen Maßnahmen zur Wirtschaftsentwicklung zum anderen.

Der jüngste Coup ist „Singapore – Passion Made Possible", übersetzt etwa „Leidenschaft möglich gemacht". Der Slogan basiert auf einer Kooperation des Tourismusbüros Singapore Tourism Board STB und der Wirtschaftsentwicklung Singapurs, dem Singapore Economic Development Board EDB. Unter der neuen, gemeinsamen Marke sollen Themen wie Leidenschaft und Entschlossenheit Touristen zu einer Reise nach Singapur und zukunftsorientierte Unternehmen zu einer Ansiedlung in Singapur motivieren.

Als Anreize des Wirtschaftszentrums dienen die hochwertige Infrastruktur mit sehr gutem öffentlichem Personennahverkehr, die hohe Sicherheit der Bevölkerung durch die permanente Kameraüberwachung CCTV, die politische und wirtschaftliche Stabilität sowie die gute Erreichbarkeit.

„Singapur wandelt sich zu einer von Innovationen getriebenen Wirtschaft", sagt Dr. Beh Swan Gin, Vorsitzender des EDB. Unternehmen, die in Asien erfolgreich sein wollen, sollen ihre Ideen in Singapur realisieren können. „In Singapur haben wir die Grenzen des Möglichen verschoben und uns von Hindernissen nicht aufhalten lassen."

Der Slogan soll jenseits von Tourismus und Wirtschaft den ausdauernden Geist der Bevölkerung international demonstrieren. Die Buchstaben SG in einem roten Kreis sind das Logo, kennzeichnend für den vertrauenswürdigen Ort, an dem Menschen ihre Ambitionen und Träume umsetzen können. Die zentrale Position in Asien, die gute Erreichbarkeit per Flug, Schiene, Straße oder Schiff und die geringen Entfernungen innerhalb Singapurs erwähnt auch Andrew

Ian Wilson, Senior Vice President des Marina Bay Sands Hotel hofft, künftig auch in anderen Bereichen des Hotels die Nachhaltigkeit weiter ausbauen zu können.

Roderick Koh vermietet die Räumlichkeiten des Suntec Konferenz- und Messezentrums in der Innenstadt Singapurs. 5.200 Hotelzimmer befinden sich in unmittelbarer Umgebung.

Phua. Der Direktor für Messen, Ausstellungen und Konferenzen des STB ist begeistert von dem neuen Slogan: „Unsere Voraussetzungen für Reisende und Unternehmen sind optimal. Bei uns ist alles nah beieinander, sicher und stabil."

Natürlich profitiere Singapur von dem enormen Wachstum Chinas. Aber Singapur sei eine neutrale Alternative zum Standort China. „Wer in China Messen veranstaltet, spricht vor allem chinesische Zielgruppen an. Wer in Singapur Messen veranstaltet, spricht Unternehmer aus allen Regionen Südostasiens an", führt Phua aus.

Einige Beispiele zählt er auf. Der internationale Verband der Urologen und Gynäkologen IUGA werde im Jahr 2021 mit rund 1200 Teilnehmern in Singapur tagen. Im Jahr 2011 erwarte man rund 4.000 Endokrinologen beim International Congress of Endocrinology ICE. Für das Jahr 2024 sei der Weltkongress der Anästhesisten mit rund 8.000 Teilnehmern in Planung.

Für das Jahr 2018 stehen auch zwei Singapur-Premieren auf dem Programm. Im Mai findet der International Luxury Travel Mart (ILTM) Asia-Pacific mit rund 1.400 Teilnehmern im Sands Expo und Convention Centre statt. Im Juli steht die Campus Party in der Singapur Messe „Singapore EXPO Convention and Exhibition Centre" in der Nähe des Flughafens Changi an. Rund 1.000 Teilnehmer werden hier erwartet.

Schier unbegrenzte Möglichkeiten für Eventplaner

Eventplanern stehen im Stadtstaat attraktive Venues zur Verfügung. Mit etwa 100.000 Quadratmetern innen und außen zeigt sich beispielsweise die Singapore EXPO. Jährlich werden mehr als 6 Millionen Besucher bei rund 600 Veranstaltungen begrüßt. Die Messe mit zehn Hallen und 32 Tagungsräumen befindet sich nur fünf Autominuten oder eine U-Bahn-Haltestelle vom internationalen Flughafen Singapur Changi entfernt.

Mitten in der Innenstadt, rund 20 Autominuten vom Flughafen, liegt das Suntec Convention und Exhibition Centre. Das Messe- und Kongresszentrum der Superlative ist umrahmt von Suntec City, vier großen Türmen und einem etwas kleineren Turm mit Büros und Hotels. Auf vier Ebenen werden Messe- und Ausstellungshallen sowie variable Konferenzräume geboten. In die große Halle passen 5.000 Teilnehmer bei Theaterbestuhlung. Kleinere Räume werden je nach Bedarf mit den Kunden geplant und eingerichtet. Suntec bietet direkten Zugang zu 5.200 Hotelzimmern, ca. 1.000 Einzelhandelsgeschäften, 300 Restaurants und 6 Museen. 664 Bildschirme bilden die Videowand „The Big Picture" am Eingang, die die Gäste mit den Video-Botschaften des Veranstalters begrüßen kann.

Chijmes war ein Kloster des katholischen Ordens Convent of the Holy Infant Jesus CHIJ in Singapur. Heute ist die Klosterkapelle das Zentrum einiger Restaurants und Bars. Im Jahr 1850 wurde die erste Kapelle errichtet. 1901 begann der Bau der neuen Kapelle im neogotischen Stil. Die letzte Messe wurde hier 1983 gehalten. Das Kloster wurde anschließend geschlossen und aufwendig restauriert. Heute kann das Nationaldenkmal mit und in seiner malerischen Kulisse für Veranstaltungen gemietet werden. In die Kapelle passen 300 Gäste.

Am Rande der Innenstadt befindet sich das Grand Copthorne Waterfront Hotel direkt am Singapore River. Das Fünf-Sterne-Haus wartet mit 33 Konferenzräumen, davon 31 mit Tageslicht, auf. Der große Ballroom auf der 4. Etage fasst rund 1.100 Gäste in Theaterbestuhlung oder 600 Gäste zum Bankett. Auch die am Fluss gelegene Veranda vor dem Hotel kann für bis zu 300 Personen genutzt werden. Das Hotel hat 574 Gästezimmer auf 22 Etagen. Ein Außenpool, Gratis-Shuttlebusse und kostenlose Anrufe in zehn Länder, darunter Deutschland, gehören zum Serviceangebot des Hotels.

Rund 75 Minuten ist man mit der Fähre vom Tanah Merah Fährterminal in Singapur zum Bintan Lagoon Resort auf der indonesischen Insel Bintan unterwegs. Der Konferenzraum fasst 1.300 Personen (Theater) oder 500 Gäste zum Bankett. 395 Zimmer, 18 Suiten und 58 Villas beherbergen die Konferenzteilnehmer. Ein riesiger Park, zwei 18-Loch-Golfplätze, eine Driving Range und ein etwa 1,5 Kilometer langer Sandstrand dienen der Entspannung.

Die Klosterkapelle Chijmes ist seit 1990 Nationaldenkmal. Mitten in der Innenstadt Singapurs finden 300 Eventgäste in der Kapelle Platz. Die Dekoration und Bestuhlung erfolgt nach Vorgaben der Eventplaner.

Beim Blick über die Marina Bay fällt das ArtScience Museum links vorne auf. Es kann für Events genutzt werden. Rechts liegen die Geschäfte, Bars und Restaurants und ganz rechts das Messe- und Konferenzzentrum vor dem Marina Bay Sands Hotel.

Aushängeschild mit besonderen Dimensionen: die Marina Bay

Das Sands Expo & Convention Centre befindet sich unmittelbar neben dem Marina Bay Sands Hotel. Messe- und Konferenzzentrum, Hotel, Museum und die vorgelagerten Bars, Restaurants und Geschäftsräume „The Shoppes“ an der Marina Bay gehören der Las Vegas Sands Corporation. Zwei Messehallen (ca. 17.000 und 14.500 Quadratmeter) für rund 45.000 Messebesucher und drei Etagen mit flexiblen Wänden für rund 250 Tagungsräume sind hier nutzbar.

In den großen Ballsaal auf der Etage L5 passen etwa 8.000 Teilnehmer bei Theaterbestuhlung oder 6.000 Gäste zum Bankett. Das ArtScience Museum nebenan fasst bis zu 1.200 Gäste für einen Stehempfang. Der Sands SkyPark in der 57. Etage des Hotels gestattet atemberaubende Ausblicke. Im Südgarten finden 150 Personen, im Nordgarten 250 Personen und auf der Besucherterrasse etwa 500 Personen Platz. Von dort hat man einen guten Blick zur Formel-1-Strecke am Riesenrad.

Für die Konferenzteilnehmer stehen im Marina Bay Sands Hotel 2.561 Gästezimmer und Suiten in drei Türmen bereit. Entspannung finden die Hotelgäste von 6:00 Uhr morgens bis 23:00 Uhr abends im Infinity Pool auf Etage 57, rund 200 Meter über der Erde. Unten erlaubt das Marina Bay Sands Casino auf vier Etagen das Glücksspiel rund um die Uhr. 350 Spieltische und etwa 2.300 Glücksspielautomaten können genutzt werden. Für Gäste, die nicht aus Singapur kommen, ist der Eintritt ohne Mindesteinsatz möglich.

Rund 9.700 Mitarbeiter aus 55 Nationen sorgen im Hotel für das Wohl der Gäste. „Rund die Hälfte unseres Teams arbeitet bereits mehr als fünf Jahre für uns“, zeigt sich Ian Wilson zufrieden. Der Senior Vice President verantwortet das operative Geschäft des sieben Jahre alten Hotels. Aktuell kooperiert das Haus mit dem World Wildlife Fund WWF, um eine nachhaltige Versorgung mit Meeresfrüchten zu sichern. Künftig sollen vier Aquafarmen in Malaysia, vom WWF überwacht, einen Großteil des Hotelbedarfs decken und damit der Überfischung der Meere entgegenwirken. Auf der östlichen Seite des Hotels, mit Blick auf das Meer und zum Anleger für Kreuzfahrtschiffe, befinden sich die Gardens by the Bay. Dieses wunderschöne Areal bietet Wander- und Radfahrwege durch tropische Flora, vorbei an Tümpeln und Kanälen. Zu den Besonderheiten zählen die beiden Gewächshäuser, die jeweils unterschiedliche Klimazonen beheimaten. Die säulenlosen Konstruktionen wurden 2012 als Gebäude des Jahres ausgezeichnet.

Im Park dienen die Super Trees, rund 25 bis 50 Meter hohe Stahlgerüste mit außen angelehnten Rankhilfen, der Aufzucht seltener Pflanzen. Zwischen den Türmen befindet sich ein Skyway in luftiger Höhe. Licht- und Tonshows am Abend sorgen für ein stimmungsvolles Ambiente.

An der Küstenseite des Parks wird derweil eifrig weitergebaut. Noch mehr Hochhaustürme entstehen hier direkt am Meer. Der benachbarte Industriehafen wird künftig umziehen. Das heutige Hafengelände wird dann ebenso mit Hochhäusern bebaut werden, damit Singapur weiter wächst und wächst und wächst.

Der Singapore River fließt vorbei an den Gardens by the Bay Richtung Meer. Die beiden Gewächshäuser und die Super Trees sind nachts effektvoll beleuchtet. An der Küste wird stetig mehr Land gewonnen und weitergebaut. Alle Fotos: CreativK Hans Rodewald

ibtm® ARABIA

ABU DHABI, UAE
5-7 FEBRUARY 2018

the leading event for the Arabian meetings, incentives, conferences and events industry

No.1
event for high value business
& connections in the Middle East

5-star
luxury setting for three days
of networking, business, education & discovery

1-to-1
meetings
for focused value-driven transactions

96%
overall event satisfaction
from Hosted Buyers & exhibitors

Enquire to exhibit or register your interest as a Hosted Buyer at
www.ibtmarabia.com

ibtm and the ibtm events symbol are trade marks of RELX Intellectual Properties SA, used under license. Hosted Buyer is a trademark of Reed Exhibitions Limited. Reed Travel Exhibitions is a registered trade mark of RELX Group plc.

Organised by
Reed Exhibitions®

Die farbenfrohen Oldtimer kreuzen noch immer auf den Straßen Havannas und sind in jedem Fall ein Blickfang. Foto: Jan von Uxkull-Gyllenband/shutterstock.com

Ein neuer Fleck auf der Weltkarte der MICE-Branche

von Anna-Lena Gras

Eigentlich galt Ernest Hemingway als rastlose Seele. Er bereiste die ganze Welt und besuchte zahlreiche Kontinente, Länder und Städte. Dennoch wurde letztlich Kuba seine Wahlheimat. Über 20 Jahre lebte er auf der Karibikinsel und logierte zunächst in verschiedenen Hotels der Hauptstadt Havanna. Sein erklärtes Lieblingshaus war das Ambos Mundos Hotel, das bis zum heutigen Tag das von Hemingway präferierte Zimmer unangetastet für Touristen als Miniatur-Museum bereithält.

Schließlich erwarb Hemingway seine Finca Vigía und wurde auf Kuba sesshaft. Anscheinend fand er in Havanna und Umgebung genau das, wonach er insgeheim gesucht hatte. Er fand die Inspiration und Ruhe für einige seiner bedeutendsten Werke, wie zum Beispiel „Der alte Mann und das Meer“ oder „Wem die Stunde schlägt“. Und Kuba verehrt ihn noch heute. Neben dem Ambos Mundos sind viele weitere Lokalitäten, die Hemingway zu Lebzeiten aufgesucht und als seine Lieblingsplätze bezeichnet hatte, in ihrer ursprünglichen Form erhalten. Beispielsweise die Bar „El Floridita“ nahe dem Parque Central oder die „Bodega del Medio“ an der Plaza de Catedral – hier pulsiert kubanische Lebensfreude in historisch bedeutsamem Ambiente. Insbesondere

Viele Häuser und Plätze sind in Alt-Havanna bereits restauriert worden und erstrahlen im alten Glanz. Foto: CI

Bereits in den 40er- und 50er-Jahren war Sloppy Joe's Bar eine Attraktion in Havanna. Mit der Revolution schloss die Bar allerdings. Erst 48 Jahre später sollte die Cocktailbar wiedereröffnen. Foto: CI

bei einem Besuch in der „Bodega del Medio" fällt direkt auf, dass sich ähnlich viele Kubaner wie Touristen hier einfinden. Schon am frühen Mittag platzt das kleine Restaurant mit Bar nahezu aus allen Nähten. Bei live gespielter kubanischer Musik kommen die Einheimischen entweder für den landestypischen Mojito oder einen kleinen Lunch vorbei, während internationale Gäste die authentische Atmosphäre genießen. Und sich verewigen können Besucher außerdem. Denn wer noch einen freien Platz auf den Wänden findet, darf und soll hier gerne seine Unterschrift auf den altehrwürdigen Mauern hinterlassen.

Wenn man sich die über 100.000 qkm große Insel anschaut, versteht man, warum Hemingway sich hier wohlfühlte: das pulsierende Leben in Havanna, endlose Strände entlang der Küsten, ein Tauchparadies an der Inselkette Jardines del Rey und das besondere Flair, das die Menschen und dadurch auch die Insel im Gesamten umgibt. Irgendwie ticken die Uhren hier anders. Und trotz des Embargos der Vereinigten Staaten von Amerika, unter dem die sozialistisch geprägte Insel seit nunmehr 60 Jahren leidet, wurden der Geist und die Lebensfreude der Kubaner nicht gebrochen. Und genau diese gilt es zu entdecken und zu erleben.

Strategisch günstig gelegen

Als einziger deutscher Carrier fliegt Condor die Strecke nach Havanna – beispielsweise von Frankfurt aus – ohne Zwischenstopp. Allerdings nur montags, mittwochs, freitags und samstags. Von München aus wird ausschließlich donnerstags geflogen. Durch die geografische Lage Kubas bietet sich jedoch ebenso ein Flug mit Zwischenstopp in Miami oder Cancún an. Beide Airports liegen nur etwa 40 Flugminuten vom José Marti International Airport in Havanna entfernt. Und genau dadurch ist Kuba auch für internationale Meetings interessant. Denn trotz Embargo sind Business-Reisen aus den USA ohne Schwierigkeiten möglich.

Kongresse mit internationalem Renommee

Das größte Convention Center Kubas befindet sich natürlich in der Hauptstadt. Seit der Eröffnung 1976 fanden hier schon zahlreiche Kongresse mit internationaler Beteiligung statt. Durch den hervorragenden Ruf, den kubanische Mediziner und Krankenhäuser genießen, zieht der Palacio de Convenciones de la Habana vorranging internationale Medizin- und Forschungskongresse an. Ausstattung und Grundriss lassen aber auch jede andere Art von Kongress oder Konferenz zu. Insgesamt 60.000 qm Fläche stehen, aufgeteilt auf elf Säle und Räume, zur Verfügung, darunter ein Plenarsaal (1.500 pax.) mit Übersetzerkabinen und sämtlichem erforderlichen technischen Equipment.

Jeder Habanero geht mindestens einmal am Tag an den berühmten Malecón. Und ein Streifzug entlang der Steinmauer ist absolut zu empfehlen – auch für Nicht-Kubaner. Foto: javier gonzalez leyva/ shutterstock.com

Ein Stück Staatsgeschichte wird zum Hotel

Mitten im Herzen Alt-Havannas liegt das neueste Haus der Kempinski-Gruppe: das Gran Hotel Manzana Kempinski. Fotos: Kempinski Hotels S.A.

„Ein Luxushotel auf Kuba zu eröffnen ist wie einen Ferrari im Dschungel zu fahren", erklärt Allessandro Benedetti, Executive Assistant Manager des erst kürzlich eröffneten Kempinski Gran Manzana. Bei dem ambitionierten Unterfangen, mitten in Havanna ein Fünf-Sterne-Haus zu eröffnen, stolpert man gern über das ein oder andere kleinere oder größere Hindernis. Schließlich gibt es auf Kuba eben nicht immer alles, überall und in der gewünschten Stückzahl. Und dennoch hat es das ambitionierte Team um General Manager und Member of the Management Board bei Kempinski Xavier Destribats geschafft. Am 7. Juni dieses Jahres eröffnete das neueste Haus der in Genf beheimateten Hotelgruppe.

Soaked in history

Bereits 1890 begannen die Bauarbeiten für das ursprüngliche Gebäude der heutigen Manzana de Gomez. Nach dem Bankrott des ersten Besitzers übernahm Andres Gomez 1894 die Baustelle und führte sie schließlich zu Ende. Stock für Stock wuchs die erste Shopping Mall Kubas unter der Leitung von Gomez. 28 Jahre nach Baubeginn erreichte die Manzana dann ihre heutige Höhe. Zahlreiche Geschäfte, Restaurants und Firmen ließen sich in den Räumlichkeiten nieder und belebten das Gebäude. Sogar das Kulturinstitut Lateinamerikas legte seinen Sitz in die Manzana de Gomez. Nach der für das Land bedeutenden Revolution wurde nur die ursprüngliche Nutzung des ersten Stocks beibehalten, die anderen Etagen hingegen dienten verschiedenen Regierungsorganisationen als Büroräume und wurden teilweise in Schulen umfunktioniert. Die lange Geschichte des Hauses hat die Habaneros, die Einwohner Havannas, das heutige Kempinski direkt ins Herz schließen lassen. Steht man vor dem Gebäude, hört man sowohl Mitarbeiter des Hotels als auch vorbeigehende Kubaner davon sprechen, wie sie selbst oder aber Eltern und Großeltern hier die Schulbank drückten.

Von der Schule zum Hotel

Mit der Eröffnung des Hotels im Juni erfuhr die Manzana Gomez nun eine weitere Bestimmung. Auf den insgesamt fünf ursprünglichen Stockwerken verteilen sich die 246 Zimmer des Kempinski. Und selbst in der kleinsten Kategorie lässt sich schlecht über Platzmangel klagen. 30 qm und mehr als fünf Meter hohe Decken sprechen für sich. Beim Design des gesamten Hauses ließ sich das verantwortliche Ehepaar Arno und Vanessa Joubert einerseits von der Historie inspirieren, sie wollten jedoch zusätzlich den Zeitgeist Havannas einbringen. Daher sind Kristallkronleuchter und spanische Kolonialstil-Fliesen genauso Teil der Einrichtung wie verspiegelte Säulen oder kunstvoll gestaltete Lichtquellen. Abgerundet wird das Design durch kräftige Farbakzente. So ist diese besondere kubanische Lebensfreude innerhalb des gesamten Hotels spürbar.

Sowohl in der Bar als auch in den Zimmern dominieren kräftige Farben als stylishe Highlights. So ist das kubanische Lebensgefühl auch in den Räumen des Hotels spürbar.

Die Dachterrasse – wie auch ein Großteil der 246 Zimmer – bieten einen atemberaubenden Ausblick über die Dächer der Altstadt.

Während im Erdgeschoss ausschließlich Rezeption und Concierge beheimatet sind, liegt die eigentliche Lobby des Hauses im zweiten Stock. Außerdem finden sich hier zwei Restaurants sowie die Hotelbar. Zigarren- und Rum-Liebhaber – oder diejenigen, die es werden möchten – sollten sich in Richtung der Evocación Tobacco Lounge begeben. Im Gegensatz zu den kräftigen Farben, die ansonsten im Hotel vorherrschen, präsentiert sich das Evocación eher in gedeckten Erdtönen. Dadurch entsteht ein gediegenes Ambiente, das ideal zu Rum und Zigarren passt. Das wirklich Besondere ist jedoch der Sommelier – der hier nicht, wie gemeinhin bekannt, hervorragend korrespondierende Weine aussucht, sondern ganz individuell nach den persönlichen Präferenzen des Gastes zunächst die zum individuellen Geschmack perfekt passende Zigarre auswählt, um anschließend den ebenfalls passenden Rum zu kredenzen.

The Sky is the limit

Und eine weitere entscheidende Neuerung erfuhr die Manzana de Gomez mit dem Einzug von Kempinski: Zu den bestehenden fünf Etagen wurde eine weitere hinzugefügt. Die oberste Etage ist einerseits Rooftop-Bar mit Restaurant inklusive umwerfender Aussicht auf die Dächer Alt-Havannas, andererseits finden sich Infinity-Pool und imposanter Spa-Bereich ebenso wie die kleine, aber feine Meeting-Area auf der sechsten Etage. 345 qm pure Meetingfläche, verteilt auf drei Räume, stehen hier oben zur Verfügung, selbstverständlich klimatisiert und mit der neuesten Technik ausgestattet. Während der größere Raum „El Progreso“ noch einmal in sich teilbar und so auch mit jeweils 120 beziehungsweise 70 Personen nutzbar ist, sind Prado A und B für kleinere Meetings mit bis zu 30 Personen geeignet. Allen drei Räumen vorgelagert ist das 80 qm große Foyer, das hervorragend für kleinere Breaks genutzt werden kann. Außerdem gehört eine umlaufende Terrasse mit 140 qm, die ebenfalls von allen Räumen begehbar ist, zum Meetingbereich des Kempinski.

Wer nicht nur ein klassisches Meeting organisieren möchte, sondern darüber hinaus beispielsweise Networking-Möglichkeiten bieten möchte, profitiert von der Nähe zur Rooftop-Bar „El Sortidor“ und dem Restaurant „San Cristóbal“.

Tagestrip nach Viñales

Insgesamt neun Welterbe-Stätten finden sich in Kuba. Aber nur eine verbindet als Weltnaturerbe die beeindruckende Landschaft mit dem bekanntesten Exportprodukt der Insel: Zigarren. Das Valle de Viñales ist eine äußerst fruchtbare Gegend, die sich an der westlichen Küste Kubas befindet. Bis heute werden hier vor allem Lebensmittel und Tabak angebaut. Daher dominiert die beeindruckend grüne Vegetation das Bild von nahezu jedem Aussichtspunkt aus. Einzig die sogenannten Mogotes stechen durch ihre steil abfallenden Seitenhänge heraus und prägen damit die Szenerie auf ganz besondere Weise.

Viñales selbst ist ein schmuckes Städtchen, das sich mittlerweile auf den Tourismus eingestellt hat. Zahlreiche Restaurants und Geschäfte finden sich entlang der Hauptstraße, mehrere Hotels sind in der Umgebung angesiedelt. Ein weiteres wird in Kürze in exponierter Lage im Stadtzentrum eröffnen. Etwas ursprünglicher wohnen lässt es sich in den diversen Gästezimmern. Nahezu jedes Privathaus vor Ort – sofern es ein nicht genutztes Zimmer hat – offeriert ein solches Wohnangebot, inklusive der typisch kubanischen Gastfreundschaft.

Das Valle de Viñales ist bekannt für seine Tabakplantagen und die unglaublich schöne Landschaft. Fotos: CI

Wer sich auf den etwa 180 km langen Weg von Havanna nach Viñales macht, der sollte die Zeit nutzen, um auf einer der Tabakplantagen vorbeizuschauen. Neben den zu trocknenden Tabakpflanzen kann man dabei zusehen, wie eine Zigarre entsteht. Zwar wird der Großteil der kubanischen Zigarren in Fabriken in Havanna produziert. Doch in Viñales lässt sich auch der ein oder andere „Veteran“ finden, der die Gäste in die Kunst des Zigarren-Rollens einweiht. Mit ein bisschen Glück darf die vor den eigenen Augen gerollte Zigarre sogar mitgenommen werden.

Trendstudie Veranstaltungssicherheit

Das Thema Veranstaltungssicherheit ist allgegenwärtig und beschäftigt viele Menschen. Doch wie gut ist die Branche lntegrated Brand Experiences für den Ernstfall vorbereitet? Das untersucht die Technische Universität Chemnitz im Auftrag des Research Institute for Exhibition and Live-Communication R.I.F.E.L. e. V. im nun vorliegenden Trendbericht Veranstaltungssicherheit Mit der Veröffentlichung der Studie stellt das Institut den aktuellen Stand der Diskussion dar und zeigt die Herausforderungen auf, welchen die Branche sich im Bereich Veranstaltungssicherheit stellen muss.

Die Grundlage der Studie bilden eine umfassende Sekundäranalyse sowie leitfadengestützte Tiefeninterviews mit wichtigen Experten der Veranstaltungssicherheit aus ganz unterschiedlichen Fachbereichen, beispielsweise von Agenturseite, Instituten sowie technischen und rechtlichen Experten.

Zehn zentrale Trends können zusammenfassend formuliert werden:

- Das Sicherheitsbedürfnis von Veranstaltungsbesuchern hat vor allem auf Großveranstaltungen wie großen Public Events und Messen in den vergangenen Jahren deutlich zugenommen. Vor dem Hintergrund der erhöhten Sensibilität der Besucher wächst auch deren Verständnis für Sicherheitsvorkehrungen und -kontrollen
- Die Themenfelder der Veranstaltungssicherheit sind vielfältig und komplex. Neben externen Bedrohungen (z. B. Naturereignisse, Gewalt und Terrorismus) gelangen zunehmend auch grundlegende interne Bedrohungen (z. B. Veranstaltungstechnik, bauliche Sicherheit, Gesundheits und Brandschutz) in das Bewusstsein
- Sicherheitskonzepte und Risikoabschätzungen werden zu einem zunehmend wichtigeren Bestandteil von Veranstaltungskonzepten für Events und Messen werden
- Ein zuverlässiges Risikomanagement muss zukünftig noch stärker in den Fokus rücken
- Durch technische Entwicklungen entstehen bisher nicht bekannte Bedrohungen
- Spezifische Technologien, aber auch die fortschreitende Digitalisierung bieten jedoch ebenso neue Möglichkeiten zur Sicherheitsplanung, Gefahrenverhütung und effektiven Reaktion im Ernstfall
- Das richtige Verhalten im Ernstfall erfordert definierte Verantwortlichkeiten und eindeutige Kommunikationsstrukturen. Das betrifft alle zentralen Beteiligten wie Veranstalter, Agenturen, Dienstleister, Sicherheitskräfte, Behörden und Polizei sowie medizinische Einsatzkräfte
- Regelmäßige Weiterbildungen und Schulungen zum Thema Veranstaltungssicherheit sind essentiell. Hier sehen die Experten sowohl bei den Veranstaltern als auch den Agenturen einen deutlichen Nachholbedarf
- Eine Vielzahl von Richtlinien und Verordnungen verursachen Intransparenz und Unsicherheit
- Veranstaltungssicherheit wird sich als zentrales Branchenthema in der Zukunft weiter verfestigen Die Trendstudie steht unter www.rifel-institut.de zum Download zur Verfügung.

Qatar: Visa-Freiheit für über 80 Länder

Das Innenministerium Qatars, die Qatar Tourism Authority und Qatar Airways haben bekannt gegeben, dass ab sofort Bürger aus insgesamt 80 Ländern, darunter auch Deutschland, ohne Visum in den Wüstenstaat einreisen dürfen. Somit besteht für diese Staatsangehörigen keine Visumspflicht mehr. Stattdessen wird ein Multi-entry-waiver am entsprechenden Flughafen kostenfrei ausgestellt, wenn ein Pass, noch mindestens sechs Monate gültig ist sowie ein Rückflugticket vorgelegt wird.

Deutscher Medienkongress 2018 im Januar in Frankfurt

News, Trends und Inspirationen – der Deutsche Medienkongress gilt seit Jahren als eines der wichtigsten Treffen für Entscheider aus Politik, Medien, Agenturen und Marken. Das Top-Event liefert über zwei Tage brandaktuelle News, Meinungen und Diskussionen mit Branchen-insidern. Jetzt ist sein offizielles Programm veröffentlicht worden und wartet mit hochkarätiger Prominenz auf: Als Keynote Speaker konnte jetzt auch noch der Weltautor und Medienexperte Frank Schätzing gewonnen werden. Er ergänzt das ohnehin schon erstklassige Line-up der Veranstaltung, zu dem Branchenexperten und Persönlichkeiten wie unter anderem Sportler und Unternehmer Dr. Wladimir Klitschko, Hornbach-Vorstand Karsten Kühn, Lieferando-Gründer Jörg Gerbig und SPIEGEL-Chefredakteur Klaus Brinkbäumer zählen. Ein weiteres Highlight des Deutschen Medienkongresses ist die feierliche Verleihung des HORIZONT AWARDS an die „Männer und Frauen des Jahres 2017“.

IMPRESSUM
Convention International | November 2017

Verlag:
SOFAP S.à.r.l.
36, Route de Luxembourg
L-8077 Bertrange

Redaktionsbüro Neuwied:
Wiedbachstraße 50
56567 Neuwied
Tel.: +49 2631 9646-35
Fax: +49 2631 9646-40
www.convention-net.de

Herausgeber:
Heinz-Dieter Gras

Verlagsleitung:
Katharina Gras

Redaktionsleitung:
Anna-Lena Gras [ag], V.i.S.d.P.

Redaktion:
Nadine Laske [nl], Hans Rodewald [hr]

Anzeigen:
Knut Mans, Sandra Dillenberger

Korrektorat:
Kirsten Skacel, Lektorat Rotstift

Layout/DTP:
Günther Müller, Jennifer Albrecht, Paul Rommel, Caroline Minor

Titelfoto:
weerasak saeku/shutterstock, Inc.

Druck:
Druckhaus Cramer
Hansaring 118, 48268 Greven

Versand:
FORMA Lettershop GmbH,
Beim Weißen Stein 4, 56579 Bonefeld

Nächste Ausgabe:
26. Februar 2018

Kontrollierte Druckauflage:
03. Quartal 2017: 12.500

Beilagenhinweis:
boerding messe GmbH & Co. KG,
Best of Events

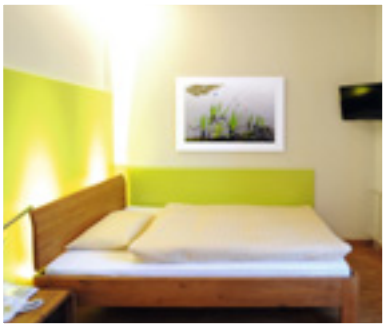
Es gelten die Anzeigenpreise in den Mediadaten vom 01. 01. 2017. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos wird keine Gewähr übernommen. Für namentlich gekennzeichnete Fremdbeiträge übernimmt der Verlag keine Haftung.

hotel
bildungszentrum 21
basel

Tagen und feiern im hotel bildungszentrum 21

Planen Sie
eine grössere Tagung,
Feier, Ausstellung
oder einen
grösseren Event?

Unsere Räumlich-
keiten im Oekolampad
bieten Ihnen für
bis zu 400 Personen
wunderbare
Möglichkeiten.



- Zentrale Lage, mitten im Park
- Lichtdurchflutete Räume
  für 2–200 Personen
- Gratis WLAN
- Praktische Seminarpauschale
- Attraktive Rahmenprogramme
- 73 renovierte Hotelzimmer
- Parkplätze und guter ÖV-Anschluss

hotel bildungszentrum 21 im Park
Missionsstrasse 21, 4055 Basel
www.bz21.ch, Tel. 061 260 21 21

„Die Digitale Schnitzeljagd“:

Wie ein Kinderspiel die Geschäftswelt erobert

von Michael Haufe

Einer der wichtigsten Werte in meinem Leben ist es, mich jeden Tag und jeden Moment lebendig zu fühlen. Dabei sind mein soziales Umfeld, meine Selbstbestimmtheit, Kreativität, Bewegung, aber auch stetige Veränderungen wesentlich. Oftmals nimmt unser berufliches und privates Leben eine unerwartete Wendung. Viele empfinden diesen Wandel als negative Belastung und hoffen auf Routine, um Zeit und Energie zu sparen. Doch fühlen wir uns im Alltagstrott eigentlich noch lebendig? Wie viele unter uns wünschen sich auszubrechen und etwas Verrücktes oder „Unnormales“ zu tun?

Lasst uns das innere Kind wiederentdecken und täglich gemeinsam Abenteuer erleben! Damals bauten wir Boote aus Rinde und waren Kapitäne auf dem Bach hinterm Haus! Wir liebten Fangen, Verstecken und Schnitzeljagden. Dabei lösten wir Rätsel, verfolgten einen Plan mit Freunden und waren immer in Bewegung. Diese Spielfreude begeistert noch heute Millionen Erwachsene, z. B. beim Wissensquiz „Wer wird Millionär“, beim Lösen von Sudokus und vielen anderen Rätseln. Darüber hinaus wird die Bewegung, die wir noch als Kinder hatten, für die Gesundheit und den Alltagsausgleich immer wichtiger.

Hieraus ergeben sich große Chancen einer neuen Spielform für Erwachsene – wir nennen sie „die digitale Schnitzeljagd“! Sie fügt den allgemeinen Rätsel- und Bewegungstrends auch noch Spaß und Wettkampf hinzu. Die digitale Schnitzeljagd ist kein Sport, keine Grenzerfahrung, oder übertriebenes Motivationstraining. Sie bringt die Teilnehmer in Veranstaltungen, beim Lernen, oder am Arbeitsplatz in Bewegung, fördert bei Teams das Wir-Gefühl und macht starre Prozesse lebendig.

Diese Methode des „Digital Game based Learning“ ist nicht neu. Sie ist die Verschmelzung von Spiel mit Wissensvermittlung bei Computer- und Videogames. Dieses Lern- und Motivationspotential wird zum Aneignen von Fachwissen verwendet. Ein authentisches sowie unterhaltsames Erlebnis steht hier im Mittelpunkt.
Im April 2010 boten die ersten Tablet-PCs technologische Voraussetzungen für neue Veranstaltungs- und Lernformate. GPS-Ortung gekoppelt mit mobiler Datenübertragung und zentralem Cloud-Datenmanagement ermöglichten ein Echtzeit-Strategiespiel (RTS – real time strategy). Die bisher an Festrechner gebundene Computerspielmethode „Serious Games“ (ernsthafte Spiele) wurde mobil und damit lebendig. Zusätzlich erzeugt die Verbindung von Lernprozessen mit körperlicher Aktivität eine höhere Nachhaltigkeit. Darüber hinaus ist es gesundheitsfördernd und motivierend.

Doch auch ein allgegenwärtiges Problem im Berufsalltag kann durch die digitale Schnitzeljagd gelöst werden. Denn der massive Einzug von Mobil-Geräten und deren Nutzung im Alltag erzeugt in zweierlei Hinsicht einen hohen Bedarf. Zum einen müssen die Nutzer an den sinnvol-

len und optimalen Einsatz der modernen Kommunikationsmittel herangeführt werden. Für die Leistungssteigerung täglicher Aufgaben sollten sie die effektive Applikationsanwendung erlernen. Zum anderen müssen Inhalte die richtige Information in der notwendigen Menge liefern. Diese sollten interessant und motivierend sein sowie zum gewünschten Zeitpunkt zur Verfügung stehen.

Die Herausforderung der Zukunft besteht also in der Modulation innovativer, methodisch didaktischer Veranstaltungen. Sie geben Orientierung und lassen Teilnehmer in einen Dialog treten. Die Verbindung aus mobilen ernsthaften Spielen (mobile serious games) mit Unternehmensthemen ist die wahre Chance dieser Technologien. Der sogenannte „Flow“ und eine eigene Gruppendynamik unterstützen diesen Prozess und ermöglichen eine intensive und wirksame Lernerfahrung.

Wie das im Detail funktioniert? Mit der digitalen Schnitzeljagd können Teilnehmer an beliebigen Orten interessante Rätsel finden, lösen, bewerten, Punkte sammeln, eigene Rätsel erstellen und sich mit anderen Spielern zusammenschließen. Man kann sie einzeln, in kleinen Gruppen oder großen Teilnehmerzahlen spielen.

Die wirtschaftlichen Vorteile sind Skalierbarkeit für jede Gruppengröße, Durchführung an jedem Ort zu jeder Zeit mit vertretbarem Aufwand, Spiel und Kommunikation in Echtzeit, sowie Adaption der Inhalte an unterschiedliche Zielstellungen des Auftraggebers. Mobile Lösungen gestalten Prozesse der täglichen Arbeit lebendiger, stellen Informationen sofort sicher bereit und fördern die individuelle Wertschätzung durch direktes Feedback.

Beispiele aus der Praxis

Gästerundgang | Mit seinem Smartphone entdeckt der Privatgast schnell alle informativen, besonderen und außergewöhnlichen Stationen seines Gastgebers. Videos und Bilderrätsel geben einen Eindruck von der Erlebniswelt im und um das Hotel. Erweitert das Hotel die Cloud im Umfeld, so werden Stadt oder Countrytouren auf eigene Faust unternommen.

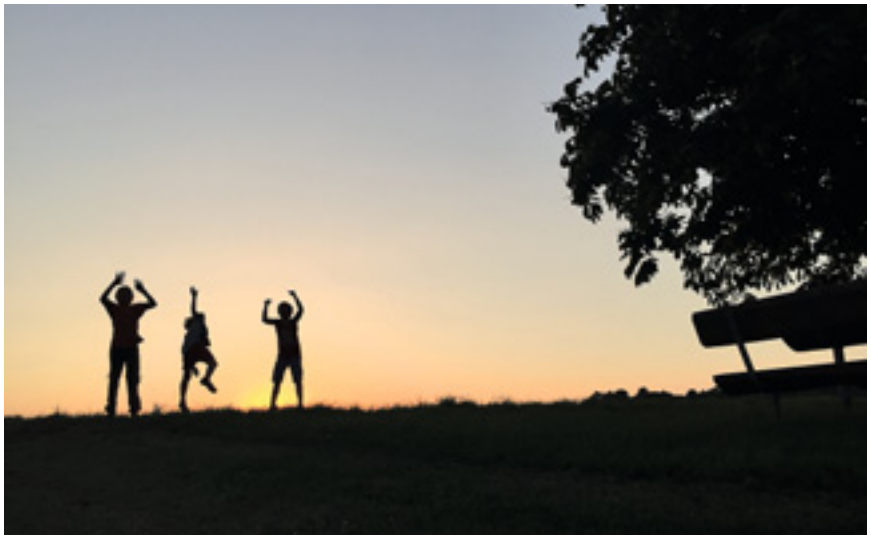
Gästeführung | Über den Gästerundgang hinaus wird der Geschäftskunde und Veranstaltungsplaner von einem Wegweiser begleitet. Er ist der Qualitätscoach, der eine hohe Prozesssicherheit ermöglicht, gleich welcher Verkäufer mit welchem Kenntnisstand den Gast betreut. Bei häufig wechselnder Belegschaft im Verkaufsteam durch Demografie und Fachkräftemangel ist dieser Helfer ein wichtiger Garant für gleichbleibende Qualität und für die Wahrung vorhandenen Wissens.

Trainer | Sehr häufig sind Trainer die entscheidende Zielgruppe bei der Auswahl des Tagungshotels. Diesen Entscheider unterstützten die Hotels und Locations, indem sie ihm neue Möglichkeiten für sein Trainingsdesign der Zukunft bereitstellen. So können z. B. zehn frei definierbare Punkte für die Trainerschaft bereitgestellt werden. Der Trainer kann somit schnell und einfach sein Seminar aufwerten und inhaltlich wirksamer gestalten.

Stamm- & Neu-Personal | Eine Schnittmenge aus allen oberen Anwendungen ist ideal für einen digitalen Rundgang. Mitarbeiter erhalten neben einer Auffrischung der Unternehmensphilosophie wichtige Informationen über Veränderungen im Haus und lernen neue Produkte oder Mitarbeiter kennen. Neben einer hohen Prozesssicherheit motiviert die Technologie neue Mitarbeiter, das Unternehmen in kurzer Zeit nachhaltig kennen zu lernen.

Fehlermanagement | Ein Mängeldetektiv erlaubt sofortige Hinweise jedes Mitarbeiters an die jeweilige Stelle oder Geschäftsführung über auffällige Störungen oder Mängel unabhängig von seinem Standort. Ein nachgelagerter Prozess leitet den Hinweis weiter und gibt Feedback über seine Beseitigung.

Letztlich müssen wir beachten, dass es unsere Aufgabe ist Chancen und Grenzen der heutigen Technologie durch eigenes Erleben und Reflektieren zu erkennen. Lassen Sie uns einen Weg und eine Lösung dahin finden, dass uns Digitalisierung nicht Lebenszeit kostet, sondern schenkt!



Prof. Stefan Luppold. Foto: Sascha Reichert

Trends werden zu Innovationen – Transmission Possible!

Es vergeht kaum eine Woche, ohne dass mir eine neue Trendstudie zugeschickt oder angeboten wird. Ein ehemals knappes Gut – seinerzeit beschränkt auf das einmal im Jahr erscheinende „Meeting- und Event-Barometer“ von EVVC und GCB – ist jetzt ein, zumindest bei mir auf dem Schreibtisch, dauerhafter Muss-Gelesen-Werden-Stapel. Der Schreibtisch ist in dieser Hinsicht ein digitaler, der Lesestapel wird dadurch nur optisch kleiner. Die Freude über eine Reduzierung der Höhe weicht der Anspannung, sobald sich wieder der substanzielle Neuschnee weiterer Reports, Analysen und Studien auf den Gipfel legt.

Unser Kolumnist **Prof. Stefan Luppold** leitet den Studiengang „Messe-, Kongress- und Eventmanagement“ an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) in Ravensburg. Er ist im Beirat des Micelab:bodensee und leitet die Landesfachkommission „Messe-, Event- und Tourismuswirtschaft“ des Wirtschaftsrats Baden-Württemberg.
2009 gründete Luppold das „Institut für Messe-, Kongress- und Eventmanagement“ (IMKEM), welches er auch leitet. Neben zahlreichen Buchbeiträgen und Fachartikeln ist er Herausgeber der Buchreihe „Messe-, Kongress- und Eventmanagement“ sowie der „Studienreihe Messe-Management“.

So in den vergangenen Tagen die wertvolle *Xing* „Event-Vermarktungs-Studie 2017“; sie gibt Auskunft darüber, welche Vermarktungsmaßnahmen die Branche einsetzt. Ebenso die Berichte von Branchenverbänden – die VDR-Geschäftsreiseanalyse, der AUMA Messetrend 2017 und die ICCA-Jahresstatistik beispielsweise. Eine Delphi-Studie der Hochschule für angewandte Wissenschaften FH München berichtet über „Hybride Events im Kongressbereich“, weitere Erkenntnisse widmen sich etwa der Akzeptanz von Eventtechnologie in Abhängigkeit vom Alter der Teilnehmer, den sozialen und ökonomischen Nutzenpotenzialen von Messen oder der digitalen Transformation. Und da sind auch immer wieder neue und durchaus inspirierende Veröffentlichungen zu interaktiven und kollaborativen Veranstaltungsformaten.

Fast schon Luxus, möchte man meinen – wäre da nicht die Ur-Mutter aller Fragen, die nach dem Nutzen dieser Studien. Für uns an der Hochschule zweifelsfrei Futter fürs Professoren- und Studenten-Hirn. Brainfood!
Apropos Brainfood: „What’s in for me?“ würde der Kongressveranstalter in London oder die Geschäftsführerin einer Veranstaltungsstätte in Liverpool, der CEO eines Event-Technik-Unternehmens in Birmingham oder die Leiterin eines Kongress- und Tagungsbüros in Manchester fragen. Bildungs- und Branchen-Input, Orientierungswissen – aber hinsichtlich einer konkreten Handlungsempfehlung für mich und mein Arbeitsgebiet? Unverdaulich?

In den vergangenen Jahren konnte ich in diversen Projekten eine Übertragung von Trends auf konkrete Situationen begleiten; diese Transmissions-Anstrengungen sind immer erforderlich, um aus dem Allgemeinen das Konkrete herzustellen, aus dem Möglichen das Relevante herauszuschälen und damit auch Unsicherheit, die Zukunft betreffend, etwas zu relativieren. Was bedeutet das für mich? Wie wirkt sich das für uns aus? Sind wir davon betroffen? Sollen wir hier reagieren und wenn ja wie? Das können Studien nur oberflächlich konstatieren, es „kommt halt drauf an …“!

Mit einem Messebauunternehmen der Reed-Exhibitions-Gruppe haben wir im Format einer sogenannten „Zukunftswerkstatt“ aus allgemeinen Trends und Entwicklungen einen Entwurf für den „Messestand der Zukunft“ destilliert. Das Unternehmen stellt sich jetzt sukzessive darauf ein und ergänzt sein Leistungsportfolio entsprechend.

Studenten waren gemeinsam mit mir zu der Arbeitsgruppensitzung eines großen MICE-Verbandes eingeladen. Die Studie „Tagung und Kongress der Zukunft, mit den identifizierten Megatrends und ihrer Relevanz für die Veranstaltungswirtschaft, diente als Grundlage. Mithilfe des Formats „World Café“ identifizierten wir sehr umfassend – und sehr greifbar – Handlungsoptionen mit den und gleichzeitig für die Anwesenden (in diesem Fall etwa 30 Geschäftsführer von Locations).

In einem gerade vorgestellten SNOW White Paper finden sich Ergebnisse eines Workshops, bei dem es um die Konkretisierung von Anforderungen ging, die sich aus dem Projekt *Future Meeting Space* ergeben. Ein zehnköpfiges Team formulierte Anwendungsanforderungen aus Sicht des Betreibers einer Veranstaltungsstätte: als Leitplanken für einen Interieurhersteller und dessen zukünftige Produkte.

Nur im Team kann aus all diesen wertigen Studien und Reports die Übertragung – Transmission – eingeleitet werden. Eigentlich logisch, oder? Wo wir doch nun reichlich über kollaborative Formate in unserer Branche nachgedacht haben! Schneller Internetzugang für hybride Events oder alte Schultafeln und Kreide? Oder beides? Eine feste Raumbestuhlung oder „Hocker to go“? Oder beides?

Gemeinsam lässt sich der prognostizierte Wandel beleuchten, entstehen Innovationen auf der Basis von Trends. Und wir treiben nicht jede Sau durchs Dorf.

Kongress trifft Kultur
und findet sie überhaupt nicht zu dick

Frau Kultur und Herr Kongress
sitzen auf der Galerie des leeren Konzertsaals.
Auf der Bühne stehen malerisch noch ein paar Requisiten
der soeben abgeschlossenen Veranstaltung herum.
Aus den tiefen des Gebäudes
sind die Geräusche handwerklicher Tätigkeiten zu hören.
Nachdem die beiden eine Weile lang geschwiegen haben,
legt Frau Kultur plötzlich ihre Hand
auf den Arm von Herrn Kongress und sagt:

Weiterlesen unter www.kongresskultur.com/kongress-trifft-kultur

Kongresskultur
Bregenz
The Art of Hosting

Success feels at home here

In this global capital for commerce and trade, connecting big names from around the world, you will discover a cutting-edge business hub. Bring your ambition to content-driven conferences, trade exhibitions or unique incentive programmes, and shake hands with opportunity at every turn. From energy and healthcare, to retail and tourism, doing business is great for business in Abu Dhabi.

Abu Dhabi Tourism & Culture للسياحة والثقافة

CONVENTION BUREAU

Visit abudhabi-cb.ae