

01/22 | Mai 2022 | 41. Jahrgang | 8,50 €

# convention INTERNATIONAL

DAS MAGAZIN FÜR VERANSTALTUNGSPLANER



**Abu Dhabi** | IMEX | Colja M. Dams | Prag  
Female Leaders | Sustainability | Meetings Forward



**MICE**  
NOW

「international. together」

We build your brand in MICE!

[www.micenow.net](http://www.micenow.net)



Endlich wieder ...

*Das ist wohl der Satz, den ich in den letzten Monaten am häufigsten gehört und auch selbst gesagt habe. Endlich wieder! Events, Messen, Reisen und ein bisschen Planungssicherheit. Endlich wieder!*

*Was vor Corona gerne als lästiges Beiwerk abgetan wurde, hat jetzt deutlich mehr Gewicht und emotionale Wirkung. Flughafenhektik, Reisevorbereitungen und Badges ausdrucken. Früher Alltag, heute – irgendwie – doch wieder etwas Besonderes ... Und ist das nicht eigentlich das viel schönere Gefühl: sich wieder bewusst auf alles zu freuen? Auch wenn es bis zur IMEX tatsächlich noch etwas hin ist, liegt mein Badge bereits ausgedruckt auf meinem Schreibtisch – das habe ich früher maximal einen Tag vor einer Messe, wenn nicht sogar am Morgen der Messe getan – und wartet auf seinen Einsatz. Und ich denke, dass nicht nur ich, sondern sehr viele aus der Branche sehr lange darauf gewartet haben. Endlich wieder!*

*Sicherlich herrscht jetzt nicht plötzlich eitel Sonnenschein, denn neben Corona kämpft die Branche mit vielfältigen und tiefergehenden Problemen. Personalmangel, die Frage nach dem, was im Herbst passiert, oder auch der Krieg in der Ukraine. Faktoren, die das positive „Endlich wieder“-Gefühl dämpfen und beeinflussen. Gerade zu Beginn des Krieges in der Ukraine stellte sich oft die Frage: Kann ich jetzt einfach weitermachen? Ein Bild von einer Pressereise posten, während ein paar hundert Kilometer entfernt Menschen um ihr Leben und das Überleben einer ganzen Nation kämpfen? Auf diese Fragen lässt sich nicht leicht eine Antwort finden und eine Patentlösung schon gar nicht. Viele Initiativen sind in den letzten Monaten ins Leben gerufen worden, die Unterstützung für die Ukraine ist enorm. Initiativen Handelns bedarf es in Zeiten wie diesen einfach immer. Initiative schafft Perspektive. Und die wiederum brauchen wir nicht nur in Krisenzeiten, sondern immer.*

Anzeige

# SOLLTE HÄTTE KÖNNTE WÜRDE MACHEN!

**KOMPETENTE BERATUNG  
OHNE KONJUNKTIV:  
SALZBURG CONVENTION  
BUREAU.**

In Zeiten der Unsicherheit ist nichts wichtiger als ein verlässlicher Begleiter – und ein Veranstaltungsort mit vielen Optionen: Stadt und Land Salzburg. Als Ihr persönlicher Berater führen wir Sie durch alle Möglichkeiten für Ihre nächste Veranstaltung in Salzburg. Wir helfen dabei kostenfrei und objektiv. Flexibel und individuell. Unser gemeinsames Ziel ist Ihre erfolgreiche Veranstaltung.

team@meetsalzburg.com  
WWW.MEETSALZBURG.COM

**SALZBURG**  
CONVENTION BUREAU

# Inhalt

Mai 2022



[www.convention-net.de](http://www.convention-net.de)

[@Convention\\_Int.](https://twitter.com/Convention_Int)

[www.facebook.com/Convention.International](https://www.facebook.com/Convention.International)



6

Mit den Fokusthemen Nachhaltigkeit & Innovation im Blick machte die MICE Trophy Stopp in Abu Dhabi. Foto: Bojan Milinkov / shutterstock.com

- 6 Abu Dhabi**  
Die MICE Trophy im Wüstenemirat
- 20 CCH**  
Feierlich eröffnet
- 22 Female Leaders**  
Kathrin Herz, Multi Property Manager Marriott International
- 23 Venues**  
Hofburg Vienna
- 24 IMEX**  
20 Jahre IMEX – und endlich wieder live!
- 28 Sustainability**  
Stefan Lohmann
- 32 Colja Dams**  
Das neue hybride Mindset prägt die Planung von Events und Live-Marketing
- 34 Interview**  
Nadja Kahn
- 36 Meeting- & Eventbarometer**  
Hybride Formate treiben Transformation des Veranstaltungsmarktes
- 40 Prag**  
Viel Neues in der tschechischen Hauptstadt

Zum 20. Jubiläum endlich wieder live: Die IMEX Frankfurt.  
Foto: IMEX Group

24



Mit dieser Ausgabe startet unsere neue Gastbeitrags-Serie von Stefan Lohmann zum Thema Nachhaltigkeit.  
Foto: PopTika / shutterstock.com

28



40

In Prag hat sich während der Pandemie viel getan. Renovierungen, neue Venues und neue Hotels. Eines davon ist das Stages Hotel, das sich nahtlos in das Portfolio des O2 Universums einfügt. Foto: Stages Hotel

- 45 **Interview**  
Paul Black, Head of Business Events  
Visit Britain/Visit England
- 48 **Meetings Forward**  
Matthias Schultze:  
Die Zukunft in Szenarien denken
- 50 **Venues**  
Montfortaus Feldkirch
- 50 **Impressum**

„MeetingsForward“: Die Kolumne von Matthias Schultze, Managing Director des GCB German Convention Bureau e.V.

48



# Innovation & Sustainability: MICE Trophy #InAbuDhabi | Von Anna-Lena Gras



**Vier Jahre waren vergangen, seit die MICE Trophy zuletzt einen Stopp in Abu Dhabi eingelegt hatte. Passend zu den umfassenden Reiselockerungen sollte es uns dann in diesem Frühjahr erneut in das Wüstenemirat locken, dieses Mal allerdings unter dem Motto Sustainability & Innovation. Ein spannendes Programm lag also vor den insgesamt 15 MICE-Profis aus Deutschland.**



Abu Dhabi ist nicht nur das flächenmäßig größte Emirat, sondern auch die Hauptstadt der Vereinigten Arabischen Emirate. Welche Möglichkeiten der Wüstenstaat für die MICE-Branche bereithält, konnten wir im Rahmen der MICE-Trophy #InAbuDhabi entdecken.

Foto: Bojan Milinkov / shutterstock.com

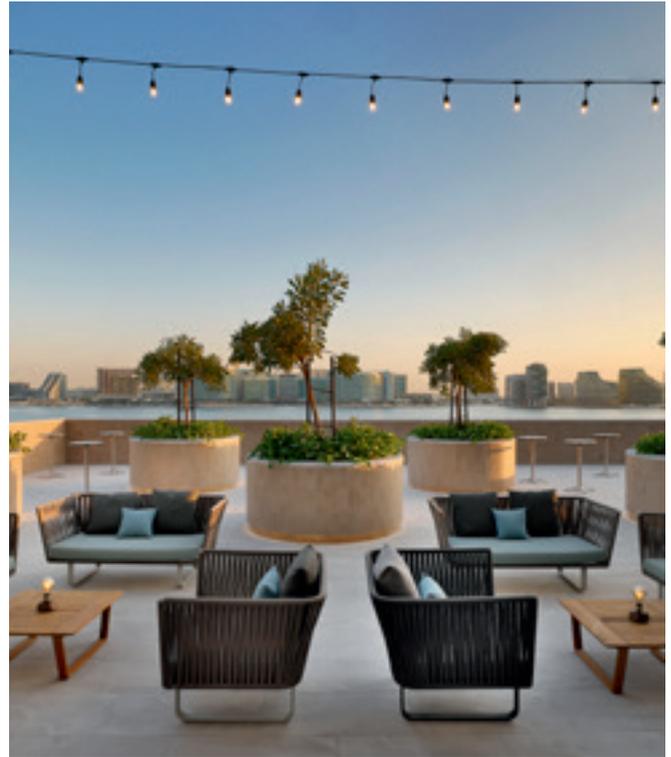
**DIESE MACHTEN** sich jeweils von München oder Frankfurt mit der Etihad Airways auf den Weg nach Abu Dhabi. Mit nur kurzer zeitlicher Differenz landeten die beiden Maschinen am internationalen Flughafen. Mit einer Flugverbindung pro Tag verbindet Etihad Airways derzeit die beiden großen deutschen Flughäfen mit Abu Dhabi. Diese tägliche Verbindung sowie die zeitlich nah beieinander liegenden Landungen gestalten es für Planer aus Deutschland sehr angenehm, auch größere Gruppen an den Golf zu bringen.

Zunächst ging es für uns zu unserem ersten Ziel: dem Hilton Yas Island, das nur etwas mehr als acht Kilometer vom Flughafen entfernt ist. Das erst vor einem Jahr eröffnete Resort liegt auf der für ihren Entertainment-Charakter bekannten und berühmten Yas-Insel. So ist hier im Rahmen jeder Übernachtung zum Beispiel ein Tagesticket für einen der vielen Themenparks auf der Insel inkludiert. Das Hilton selbst wurde erst vor knapp einem Jahr eröffnet und präsentiert sich als weitläufiges Resort mit vielen Möglichkeiten für Events.

Auf der großzügigen Terrasse der Osmo Lounge & Bar, die direkt von der Lobby aus erreichbar ist, fand unser offizieller Welcome-Drink statt. Ein guter Zeitpunkt, um die weiteren Partner besser kennenzulernen. Denn getreu dem Motto der Trophy waren, neben dem Gastgeber, der durch Frank Müllauer von DCT Abu Dhabi vertreten wurde, noch weitere Partner vor Ort, um einen größeren Mehrwert für die Teilnehmer zu generieren. So konnten die mitgereisten Planer nicht nur die Destination selbst erkunden, sondern zeitgleich die neuesten Informationen und Trends der anderen Partner erfahren. Bei dieser Ausgabe waren daher Alexandra Freemann (Kärnten), Daniel Kusenbach (ProSky), Matthias Lemcke (Namibia) und Carol Kahmann (STRpro MICE) mit dabei. Als ausführende DMC zeichnete Magic Arabia verantwortlich, deren Vertreter Tarek Farouk uns die gesamten nächsten Tage begleiten sollte und als Ansprechpartner zur Seite stand.

Nach einem kleinen Snack ging der erste, sehr kurze Tag in Abu Dhabi schon seinem Ende entgegen.





## ← Day 2 #Innovation

Der erste volle Tag unter der arabischen Sonne sollte uns direkt wieder aus Abu Dhabi herausführen. Denn auf dem Programm stand die Expo 2020. Die Weltausstellung fand bekanntermaßen coronabedingt ein Jahr später statt, was es uns wiederum ermöglichte, im März 2022 noch einen Abstecher auf das Gelände zu machen. Der erste Termin führte uns gemeinsam in den Deutschland-Pavillon. Bei einer individuellen Führung konnten wir uns einen eigenen Eindruck vom deutschen Beitrag zur Expo verschaffen. Im Anschluss an die Führung war es nun Zeit, sich den ersten MICE Trophy-typischen Challenges zu stellen. Jeder Partner markierte dabei ein Team. Anhand spezifischer Hinweise galt es verschiedene Pavillons zu finden, dort Fragen zu beantworten und einige Gruppenfotos als Beweis für die erledigte Aufgabe zu schießen.

Nach einem interessanten Tag auf der Expo ging es für uns wieder nach Yas Island. Zurück im Hilton konnten wir alle ein bisschen freie Zeit genießen. So lud beispielsweise die großzügig angelegte Pool-Landschaft zum Verweilen ein.

Der nächste offizielle Programmpunkt führte uns in den Meetingbereich des Fünf-Sterne-Hauses. Dieser erstreckt sich über fast 5.000 m<sup>2</sup> und bietet gleich zwei Ballsäle in unterschiedlicher Größe.

Je nach Set-up finden im Yas Grand bis zu 1.350 Personen, im Yas Stada – dem kleineren der beiden Säle – maximal 640 Personen Platz. Durch die Teilbarkeit der einzelnen Räume ergibt sich eine Gesamtzahl von bis zu 20 beispielbaren Meetingräumen. Ein kleines Highlight ist der Innenhof, der ebenfalls für Events genutzt werden kann. Wer größere Kapazitäten im Outdoor-Bereich benötigt, sollte sich die dem Meetingbereich eigene Terrasse inklusive Blick auf den Golf und die Hotelanlage genauer ansehen. Ergänzend zu den großzügigen Foyer-Flächen, die alle Meetingräume umgeben, ermöglicht die Terrasse Kaffeepausen oder Abend-Events unter freiem Himmel. Korrespondierend zu den großen Eventflächen verfügt das Hilton Yas Island über 486 Zimmer und 59 Suiten. Sollten die Kapazitäten vor Ort nicht ausreichen, finden sich in direkter Umgebung weitere Hotels, die fußläufig oder per kurzem Transfer problemlos zu erreichen sind. Ebenfalls interessant für Planer: die direkt nebenan gelegene Etihad-Arena. Dieser recht neue Meilenstein im Portfolio Abu Dhabis stand allerdings erst am nächsten Tag auf der Agenda.

### Dinner an der Promenade

Für uns ging es jetzt erst einmal zur Dinner Location: die Siddharta Lounge. Sie ist Teil der Entwicklung der Ufer-Promenade, die sich direkt vor dem Hilton befindet.

---

**o. li.:** Vor etwa einem Jahr öffnete das Hilton Yas Island seine Türen. Das großzügig angelegte Resort ist der ideale Fixpunkt für Veranstaltungen auf Yas Island. Fotos: Hilton Hotels

---

**o. re.:** Die Terrasse des Konferenzbereichs im Hilton Yas Island ist eine sehr gute Ergänzung zu den vorhandenen Kapazitäten und ermöglicht Networking-Events oder Coffee-Breaks unter freiem Himmel.

---

Gäste gelangen bequem durch den hotel-eigenen Ausgang hierher. Unmittelbar am Wasser entstand ein mehrere Restaurants umfassender Ausgeh-Bezirk, an dessen Ende auch das The Trilogy by Buddha Bar liegt. Wie der Name schon vermuten lässt, befinden sich drei kulinarische Outlets – alle betrieben und gemanagt von der weltbekannten Marke Buddha Bar – im Gebäude: auf der unteren Ebene das Bushra mit vorwiegend arabischer Küche und das Zeera, in dem hauptsächlich indische Gerichte kredenzt werden.

Auf der oberen Etage liegt dann die Siddharta Lounge. Hier stehen hauptsächlich mediterrane Gerichte kombiniert mit asiatischer Küche auf der Karte. Die entspannte Lounge-Atmosphäre eignet sich hervorragend für ungezwungene Abendveranstaltungen. Für größere Gruppen gibt es außerdem die Möglichkeit, die Lounge exklusiv zu nutzen.



IMEX IN FRANKFURT  
20  
YEARS

Auch genug von  
Gesichtern in Kacheln  
auf deinem  
Bildschirm?

SCHLUSS  
DAMIT.

**Persönlichkeiten, Emotionen und echte  
Begegnungen auf der IMEX 2022.**

Triff deine Peers **LIVE** auf der IMEX in  
Frankfurt 2022 und gestalte die Zukunft.



 **FRANKFURT**  
31. MAI-2. JUNI, 2022

#IMEX22 #wewillmeetagain



Die Etihad Arena ist eine der neuesten Ergänzungen des MICE-Portfolios in Abu Dhabi. Bis zu 18.000 Personen finden hier Platz. Foto: Etihad Arena

### ← Tag 3 #Nature & Beyond

Tag 3 begann für uns mit einem interessanten Programmpunkt. Im Januar 2021 öffnete die Etihad Arena, die während der Bauphase noch als Yas Bay Arena bekannt war, ihre Türen. Die Indoor-Arena befindet sich direkt neben dem Hilton Yas Island. Daher pflegen die Arena und das Fünf-Sterne-Haus eine enge Beziehung. Hotelgäste können beispielsweise über einen separaten Ausgang direkt auf die Plaza der Etihad Arena gelangen.

Für die moderne Architektur zeichnet ein amerikanisches Architektenbüro verantwortlich, das schon bei der Planung höchsten Wert auf nachhaltige Aspekte legte. Die Geometrie genauso wie die Außenhaut des Gebäudes wurden optimiert, um der Sonne und der teilweise extremen

Hitze so wenig Angriffsfläche wie möglich zu bieten. Darüber hinaus wurden Solar-Paneele in die Fassade eingelassen, verstellbare Sonnenschutz-Lamellen installiert und Übergangsbereiche geschaffen, die verhindern, dass die heiße Luft von außen nicht direkt in den Innenbereich strömen kann.

Die Hightech-Fassade, bestehend aus 28.000 Streckmetall-Paneelen, reduziert die Sonnenwärme im Inneren tagsüber erheblich und nutzt die gespeicherte Energie, um bei Nacht die angrenzende Promenade und die Yas Bay zu beleuchten.

Als ob das alles nicht schon überzeugend genug wäre, wartet die Etihad Arena zusätzlich mit ihren Kapazitäten auf. Bis zu 18.000 Sitzplätze können in der Arena positioniert werden. Natürlich sind auch

kleinere Veranstaltungen ohne Probleme möglich. Events mit weniger als 500 Personen beziehungsweise Sitzplätzen sollten sich allerdings in den weiteren Räumlichkeiten umsehen.

Mit seinen 1.200 m<sup>2</sup> und einer Maximalkapazität von 1.584 Personen ist der Große Ballsaal auf den ersten Blick nicht prädestiniert für kleinere Veranstaltungen. Der Saal lässt sich allerdings in bis zu drei Sektionen mit jeweils 400 m<sup>2</sup> unterteilen. Für kleinere Meetings bieten sich außerdem die insgesamt 12 Luxury Suiten, die bei Konzerten als VIP-Logen fungieren, an.

### Den eigenen Fußabdruck minimieren

Das Thema Nachhaltigkeit ist ein wichtiger Faktor für viele Planer, Teilnehmer



Nachhaltigkeit im Fokus: Per Kayak ging es in Mangroven-Wälder, um einige Setzlinge dieses Alles-Könner zu pflanzen.

Abwasser filtern und einen Beitrag zur Klimaregulierung leisten, und sie bieten Lebensraum für mehr als 3.000 Fischarten. Ein wirklicher Alleskönner. Umso schöner also, dass wir die Chance hatten, einen kleinen Teil zur Aufforstung der Mangrovenwälder beizutragen!

### Adrenalinreicher geht es weiter

Den nächsten Programmpunkt konnten wir frei wählen. Es bestand die Möglichkeit eines Besuchs der Ferrari World, einem absoluten Highlight für Achterbahn-Junkies, oder einem Indoor-Skydiving-Abenteuer im CLYMB. Die größte und breiteste Flugkammer der Welt ist, ebenso wie der Eingang zur Ferrari World, in der Yas Mall verortet. Daher lassen sich beide Aktivitäten hervorragend miteinander verbinden. Für alle, die nicht auf der Suche nach einem Adrenalin-Kick sind, ist die Yas Mall mit ihren zahlreichen Ge-

schäften, Cafés und Restaurants ein passender Ausgleich.

### Rebranding am Yas Marina Circuit

Im Dezember öffnete das W Abu Dhabi Yas Island unter neuer Flagge. Das ehemalige Viceroy, gelegen an der Grand-Prix-Strecke Yas Marina Circuit, wurde einem vollständigen Rebranding unterzogen und reiht sich nun nahtlos in das Portfolio der trendigen, lebendigen und musikalischen W-Marke von Marriott ein.

Insbesondere in der Lobby wird der neue Vibe ersichtlich. Das vollständig in Weiß gehaltene Design aus Viceroy-Zeiten ist dunklen, satten Grau- und Schwarztönen gewichen. Stylistische Akzente runden das Bild ab und sorgen für diese spezielle W-Atmosphäre. Für unsere Site-Inspection hat sich das Team des W etwas einfallen lassen. Aufgeteilt in die Trophy-Teams, galt es kleine Rätsel in einer Art Schnit-

und Veranstalter. Deshalb wollten wir im Rahmen der MICE Trophy etwas für unseren ökologischen Fußabdruck tun. Ausgerechnet auf unseren CO<sub>2</sub>-Verbrauch war daher unser nächster Programmpunkt fokussiert.

Eine beliebte Aktivität – ebenfalls für Gruppen – ist generell das Kayaken in den Gewässern vor der Küste. In Zusammenarbeit mit einem lokalen Partner vor Ort organisierte Magic Arabia für uns die Möglichkeit, mit einem Kayak in die Mangroven zu paddeln und dort ebendiese selbst zu pflanzen. Der positive Effekt von Mangrovenwäldern ist unumstritten. Die salztoleranten Pflanzen leisten einen enormen Beitrag zur Stabilisierung des weltweiten Ökosystems. Sie können Küsten kostengünstiger schützen als von Menschen gebaute Wellenbrecher,



Adrenalin-Rausch gefällig? In der größten und breitesten Flugkammer der Welt überhaupt kein Problem. Das Indoor-Skydiving ist auch für Gruppen realisierbar und schafft sicherlich bleibende Erinnerungen. Fotos: CI



← zeljagd zu lösen. Diese Rätsel führten uns fast durch das gesamte, sehr weitläufig angelegte Haus und gaben einen Einblick in das vielfältige Angebot. Mit seinen 499 Zimmern und Suiten ist das Fünf-Sterne-Haus in Abu Dhabi das größte W der Welt. Jedes der stilvoll eingerichteten Zimmer offeriert den Ausblick auf die Rennstrecke – somit also die perfekte Adresse für Automobil-Fans. Erst der letzte Punkt der Schnitzeljagd führte unsere gesamte Gruppe wieder zusammen. Ziel war die etwas mehr als 400 m<sup>2</sup> große Extreme Wow Suite. Die Wohnfläche verteilt sich auf zwei Ebenen, bietet einen 180-Grad-Ausblick auf Yas Island und sollte unsere zwanglose Lunch-Location sein. So konnten wir aus erster Hand erfahren, dass sich die größte Suite des W hervorragend für Events beschreiben lässt.

Insgesamt finden Planer im W fast 4.500 m<sup>2</sup> Meeting- und Eventfläche, verteilt auf 26 Räume und Outdoor-Facilities. Eine besondere Freiluft-Location ist zweifelsfrei das sogenannte Wetdeck. Auf der obersten Etage des Hotels gelegen, verfügt das Wetdeck über Platz für Veranstaltungen mit bis zu 400 Teilnehmern. Diese nahezu einzigartige Location lässt

sich sowohl tagsüber als auch für Abend-Events in Szene setzen. Das offene Dach gibt den Blick auf den Sternenhimmel frei und verstärkt die Atmosphäre des Events noch einmal.

### Discover the Magic of the desert

Was wäre ein Aufenthalt in Abu Dhabi ohne einen Ausflug in die Weiten der Rub Al-Khali? Richtig! Nicht viel. Die größte Sandwüste der Welt beginnt direkt vor den Stadttoren Abu Dhabis und bietet Planern eine riesige Spielwiese. Welche Möglichkeiten es gibt, konnten wir an diesem dritten Abend unserer Reise selbst entdecken.

Vor dem Hotel standen sechs Allrad-Fahrzeuge bereit, die uns in die Wüste bringen sollten. Was uns dort erwarten würde, wussten wir nicht. Denn das war die große Überraschung des MagicArabia-Teams.

Ist erst einmal die Luft aus den Reifen gelassen, um im feinen Wüstensand überhaupt fahren zu können, offenbart sich auch gleich die Schönheit dieser Landschaft. Die untergehende Sonne tut ein Übriges. Sobald wir etwas tiefer die Wüste gelangt waren, zeigten die Fahrer

schon ihr Können. Die Motoren heulten bei den steilen und rasanten Fahrten über die Dünen. Dune-Bashing, wie das Fahren über die Dünen genannt wird, ist nicht unbedingt für jeden etwas. Daher fragten unsere Fahrer im Vorfeld, wer dabei sein möchte und wer nicht. Im Anschluss wartete ein kleiner Aperitif inmitten der Dünen auf uns. Gemütliche Sitzmöglichkeiten, der Sonnenuntergang hinter den Dünen und ein Falkner, der seine Falken in die Abendsonne fliegen ließ und uns zeitgleich interessante Einblicke in die Arbeit mit diesen edlen Tieren gab, rundeten den ersten Teil des Abends ab. Allerdings wussten wir zu dem Zeitpunkt noch nicht, dass dies nur der erste Teil sein sollte. Denn versteckt hinter einer Düne hatte das Team von Magic Arabia den Traum aus 1001 – um das beliebte Klischee einmal aufzugreifen – für uns aufgebaut. Mit unzähligen Kerzen und Laterne stiegen wir über die Düne. Dann fiel unser Blick das erste Mal auf das eigens für uns aufgebaute Wüstencamp – wobei das Wort Camp hier etwas irreführend ist. Denn in den individuell auf den jeweiligen Kundenwunsch zugeschnittenen Luxus-Camps hat es alles, was Planer brauchen. Sogar Übernachtungen in der Wüste sind möglich. Wer seinen Kunden etwas ganz Besonderes bieten möchte, ist bei Magic Arabia an der richtigen Adresse. Das Ambiente, das durch die Liebe zum Detail entsteht, bildet den perfekten Rahmen für unvergessliche Erlebnisse. Zum Dinner nahmen wir an einer langen Tafel im Kerzenschein und unter dem Sternenhimmel Platz und konnten typisch arabische Gerichte genießen. Untermauert wurde die Szenerie von arabischer Musik. Aber damit war der Köcher der DMC noch lange nicht leer. Neben der Tafel erwartete uns ein Stuhlkreis inklusive Lagerfeuer. Nachdem wir alle dort Platz genommen hatte folgte eine Entertainment-Einlage: Ein Feuerkünstler demonstrierte sein Können. Durch die absolute Dunkelheit der Nacht war das Feuerspiel ein faszinierender und wirklich passender Abschluss für unseren Abend in der Wüste. →



**o. li. :** Individuell installierte Wüstencamps sind eine Spezialität von Magic Arabia. Fotos: Carol Kahmann

**u. li. :** Neben der unglaublichen Stimmung innerhalb des Camps können auch verschiedene Entertainment-Elemente ins Programm eingebaut werden.

Save the Date

# MICE TROPHY

KÄRNTEN

25. - 28. 08. 2022



Kärnten Convention lädt zum Perspektivwechsel ein!

Während eines exklusiven Road Trips vom 25. bis 28. August 2022 werden Eventplaner zu Entdeckern atemberaubender Panoramastraßen und uriger MICE-Venues. Neben den MICE-Highlights von Österreichs südlichstem Bundesland gibt es, getreu dem Konzept der MICE Trophy, die Möglichkeit, mit weiteren Destinationen und Branchenpartnern zu networken. So sind neben dem Gastgeber diesmal auch VisitScotland Business Events und das Catalan Tourist Board mit von der Partie und geben exklusive Einblicke in die Neuigkeiten ihres jeweiligen Portfolios.



## ← Day 4 #Sustainability & Education

Beim Thema Nachhaltigkeit in Abu Dhabi führt kein Weg an Masdar City vorbei. Schließlich ist das ambitionierte Projekt der Vereinigten Arabischen Emirate ein Paradebeispiel für den nachhaltigen Städtebau der Zukunft. Das 6 km<sup>2</sup> große Areal befindet sich seit dem Spatenstich 2008 in ständiger Entwicklung. Zahlreiche Firmen haben die Free Zone Masdar City bereits als Standort gewählt. So ist beispielsweise auch Siemens mit seinem Middle East Headquarter auf dem Campus angesiedelt. Apropos Campus: Den gibt es vor

City zu einem richtigen Think-Tank für Zukunftstechnologien entwickelt. Selbst das Thema Mobilität wird aufgegriffen. Innerhalb der Stadtgrenzen fahren beispielsweise autonome Busse. Sie pendeln zwischen den Parkmöglichkeiten außerhalb und den verschiedenen Plätzen innerhalb der Stadt und bieten der in Masdar arbeitenden Bevölkerung einen einfachen und gleichsam klimaneutralen Weg, um von A nach B zu gelangen.

Nach dem Ausflug nach Masdar ging es für uns nach Al Qana. Das noch relativ junge Stadtviertel wurde als Unterhal-

## Regional und nachhaltig

Mit einer Fülle an Informationen und gesammeltem Input ging es zum Lunch. Dieser fand in den Räumlichkeiten der kleinen Ausstellungsfläche des The Bridge statt – und wurde ganz bewusst ausschließlich aus lokalen und nachhaltigen Zutaten konzipiert, ganz getreu dem Tagesmotto der Trophy. Zusätzlich verzichteten die Köche vollständig auf Fisch und Fleisch. Wenn auch heutzutage grundsätzlich nicht mehr ungewöhnlich, erscheint dies dennoch in Bezug auf Abu Dhabi nicht wirklich typisch, mag man



Masdar City sollte für jeden auf der Agenda stehen, der sich in Abu Dhabi aufhält. Die Planstadt mit Fokus auf Zukunftstechnologien ist weltweit einzigartig. Foto: CI

Ort nämlich im wahrsten Sinne des Wortes, denn die Mohamed bin Zayed University of Artificial Intelligence ist ebenfalls in Masdar beheimatet.

Am Eingang zur CO<sub>2</sub>-neutralen Planstadt wurden wir von Michelle Sabti erwartet. Die gebürtige Australierin nahm uns mit auf die Reise durch das Zukunftsprojekt Masdar City. Anhand der unterschiedlichen Gebäude erklärte sie, welche Ideen und Entwicklungen seit dem Spatenstich im Jahr 2008 hier umgesetzt oder wieder verworfen wurden. Denn nicht alles, was in Masdar errichtet wurde, konnte den Bedingungen in der Wüste standhalten. Daher werden hier ständig verschiedene Baumaterialien am „lebenden Objekt“ zum Einsatz gebracht und auf ihre Tauglichkeit in der rauen und vor allem heißen Umgebung der Wüste geprüft. Mittlerweile hat sich Masdar

Events nutzen können. Neben dem National Aquarium, dem wir im Anschluss noch einen Besuch abstatten sollten, liegt The Bridge. Der sogenannte Lifestyle Hub hat neben einem Fitness- und Wellnesscenter ein Restaurant sowie eine kleine Ausstellungsfläche und einen Raum für Präsentationen. Das war schließlich auch der Grund, warum wir uns dort einfanden. Denn an eben dieser Stelle fand der MICE Trophy Workshop statt, bei dem sowohl einige lokale Supplier als auch die mitgereisten Partner sich und ihre Destinationen beziehungsweise Produkte vorstellen konnten. Ein absoluter Mehrwert für die mitreisenden Planer. Schließlich gab es auf diesem Weg neben den informativen Erlebnissen vor Ort weitere Informationen zu anderen Destinationen beziehungsweise von anderen Partnern. Und das aus erster Hand.

tungs- und Freizeitviertel konzipiert und bietet neben der kilometerlangen Promenade am Al-Maqta-Kanal verschiedene Anlaufstellen, die MICE-Profis für Rahmenprogramme oder Social

im ersten Augenblick denken. Der Lunch im The Bridge allerdings belehrte uns eines Besseren!

## Deep Dive into Culture

Der nächste Programmpunkt führte uns an eine der kulturell wichtigsten Stätten des Emirats: die Sheikh Zayed Grand Mosque. Der Sakralbau ist der größte seiner Art in den Emiraten und gilt darüber hinaus als einer der größten der Welt. Das strahlend weiße Monument erhebt sich majestätisch in den meist blauen Himmel und ist schon allein durch seine Größe beeindruckend. Hinzu kommt die Architektur außen so wie im Inneren. Wir hatten die Möglichkeit, auf einer geführten VIP-Tour nahezu jede Ecke der großen Moschee zu entdecken und etwas mehr über die Religion, das Bauwerk selbst und die Abläufe bei den Gebeten zu erfahren.

Für den Besuch in der Moschee ist es wichtig zu wissen, dass es spezielle Regeln bezüglich der Kleidung gibt. So müssen sowohl bei Männern als auch bei Frauen Arme und Beine bedeckt sein, Frauen sollen außerdem ihr Haar nicht zeigen und möglichst weite Kleidung tragen. Um es Frauen einfacher zu machen, können am Eingang zur Moschee soge-



nannte Abayas geliehen werden. Mit diesem traditionellen Kleidungsstück kann man in der Moschee nichts falsch machen. Für uns wartete Magic Arabia vor Ort mit einer kleinen Überraschung auf: Als Geschenk erhielten wir alle eine Abaya, die wir für den Besuch der Moschee überstreifen.

### Szenerie-Wechsel: Auf nach Saadiyat Island

Unser zweites Zuhause auf Zeit wurde das Jumeirah Saadiyat Island. Das Resort ist zwar eine Luxus-Adresse, hat sich aber schon von Baubeginn an der Nachhaltigkeit verschrieben. Neben zahlreichen bautechnischen Maßnahmen wird hier eine strenge No-Plastic-Policy verfolgt. So erhält beispielsweise bei der Anreise jeder Gast wiederverwendbare Wasserflaschen.

Das direkt am Strand gelegene Fünf-Sterne-Haus überzeugt durch seine Weiträumigkeit, die sich schon in der Lobby zeigt. Die hellen, zurückgenommenen Farben lenken den Blick auf die riesige Glasfassade, die wiederum den Blick auf die Gartenanlage sowie den Strand und den arabischen Golf freigibt.

Insgesamt 285 Zimmer und Suiten stehen im Jumeirah Saadiyat Island zur Verfügung. Ähnlich wie schon in der Lobby zieht sich das dezente Farbkonzept auch durch die verschiedenen Zimmerkategorien. Ein großer Pluspunkt: Balkon oder Terrasse bieten alle Zimmer. Hier lässt es sich zwischen Meetings hervorragend E-Mails bearbeiten – Blick auf den Golf inklusive.

Apropos Meetings: Neben den Indoor-Möglichkeiten des Hauses, die kleinere

Boardmeetings und große Events im Ballsaal (400 pax.) ermöglichen, gibt es auf dem großzügigen Gelände zusätzlich den Event-Rasen. Unter freiem Himmel können hier bis zu 600 Personen feiern oder dinieren. Gerade bei der Wettergarantie vor Ort stellt dies eine attraktive Ergänzung zu den innenliegenden Kapazitäten dar.

### Zurück in die Stadt

Am Abend ging es für uns dann wieder nach Abu Dhabi Stadt. Der erste Anlaufpunkt war das Coya. Bei einem Aperitif hatten wir die Möglichkeit, uns dieses peruanische Restaurant genauer anzuschauen.

Die Terrasse des Rosewood Hotels, nur einen Katzensprung vom Coya entfernt, sollte unser kulinarisches Outlet für diesen Abend werden. In entspannter Atmosphäre am Pool kredenzte uns das Team typisch arabische Speisen. Die derzeit 28 Häuser betreibende Hotelgruppe aus Hong Kong bietet Gästen in Abu Dhabi 148 Zimmer und 41 Suiten, sieben Restaurants und Bars sowie acht Event Spaces in unterschiedlicher Größe. →



**o.:** Das Jumeirah Saadiyat Island verbindet die Leichtigkeit eines Strand-Resorts mit hervorragenden Business-Möglichkeiten. Hinzu kommen einige interessante Ansätze in punkto Nachhaltigkeit. Gerade bei einem Luxushotel nicht selbstverständlich. Fotos: Jumeirah

**u.li.:** 189 Zimmer auf 34 Etagen bietet das Rosewood Hotel in Abu Dhabi. Foto: Rosewood Hotel Group

## ← Day 5 #Discovery

Am Morgen des letzten Tages in Abu Dhabi sollten wir uns wieder in unseren Gruppen zusammenfinden. Die letzten Aufgaben im Rahmen der Trophy standen auf dem Programm. Alle Teams steuerten in Kleinbussen unterschiedliche Ziele an. Vor Ort mussten dann wieder kleinere Aufgaben gelöst werden – passend zur jeweiligen Location. So galt es beispielsweise am traditionellen Fischmarkt den Fisch zu finden, der ausschließlich in den Golfstaaten beheimatet ist. Ein anderes Team suchte das Hotel St. Regis an der Corniche auf, um sich von den einzigartigen Eventmöglichkeiten zu überzeugen. Denn die Präsidentensuite ebenso wie der Helipad des Fünf-Sterne-Hauses lassen sich exklusiv für Veranstaltungen bespielen.

Interessante Eindrücke hinterließ auch das etwas außerhalb der Stadt gelegene Falkenhospital. Sicherlich bedarf es aufgrund der längeren Anfahrtszeit eines entsprechenden Zeitmanagements, ist aber in jedem Fall einen Besuch wert. Als kulturelle Anlaufstellen standen der neue repräsentative Palast Qasr al watan sowie das älteste und bedeutendste Gebäude des Emirats Qasr al Hosn auf der To-Do-Liste der einzelnen Teams.

Der letzte Programmpunkt an diesem Vormittag führte uns dann wieder zusammen. Eine Besichtigung des Louvre Abu Dhabi, dessen Sammlung von der Antike bis hin zum 21. Jahrhundert reicht, stand auf der Agenda. Das ikonische, moderne Kunstmuseum ist eines der meistbeachteten Bauwerke des Emirats und für seine Architektur, insbesondere für das imposante Kuppeldach, weltweit bekannt. Ein Besuch hier sollte in keinem Programm fehlen!

Im Anschluss fanden wir uns im Jumeirah Saadiyat Island zum Lunch ein. Währenddessen konnten sich alle Teams über ihre Erfahrungen und Erlebnisse während der Challenges austauschen.

### Der letzte Abend

Nach dem ausgiebigen und recht späten Lunch konnten wir noch ein bisschen Freizeit im Jumeirah genießen, das hierfür einen wirklich gelungenen Rahmen bietet.

Der letzte Programmpunkt der MICE Trophy war das Edition Hotel, das seit etwa vier Jahren unter Marriott-Flagge seine Gäste empfängt. Insgesamt 198 Zimmer und Suiten sowie 57 private

Residenzen verteilen sich auf den von Ian Schrager konzipierten Komplex. Zentraler Mittelpunkt ist die Lobby, mit ihrer faszinierenden Kunstinstallation „In 20 Steps“.

Für uns führte der Weg zunächst in die Premier Suite. Hier konnten wir bei Snack und Aperitif die Aussicht von der umlaufenden Terrasse auf die Al Bateen Marina genießen. Außerdem konnten wir, im letzten Partner-Workshop der Trophy, mehr über ProSky erfahren. Im geräumigen Wohnzimmer der Suite informierte uns Daniel Kusenbach über die Produkte. Sehr interessant: Find & Fly. Dieses Tool ermöglicht Planern eine unkomplizierte Recherche und Buchung für Gruppenreisen. Also unbedingt einmal reinschauen!

Danach ging es für uns noch in eines der insgesamt drei Restaurants des Edition. Sie wurden allesamt von Tom Aikens, dem jüngsten jemals mit zwei Michelin-Sternen ausgezeichneten Koch, konzipiert. Das Alba Terrace, in dem wir uns einfanden, ist auf die mediterrane Küche spezialisiert. Auf der Terrasse genossen wir unser Dinner, um anschließend zum letzten Programmpunkt des Abends zu starten: The Annex.

Gegenüber dem Hoteleingang gelegen, ist das elegante Annex der hoteleige-



Auf jeden Fall einen Besuch wert: Der Louvre Abu Dhabi. Foto: Mohamed Somji

ne „Social Space“, der sich auf drei Ebenen erstreckt und dort jeweils unterschiedliche Outlets bietet. Auf uns wartete der Rooftop Garden. Hier lässt es sich entspannt netzwerken und den Abend beschließen. Für uns stand allerdings noch die Siegerehrung im Rahmen der Trophy auf dem Programm. Mit knappem Vorsprung konnte sich das Heimteam den Sieg holen. Die große Überraschung war der Hauptpreis: die Teilnahme an der MICE Trophy Namibia im Februar 2023!

Nach einem ausgelassenen Abend fuhrn wir dann zurück nach Saadiyat Island, wo auch bereits am nächsten Morgen sehr früh der Flughafen-Shuttle auf uns wartete. Mit vielen Ideen, Inspirationen und neuen Eindrücken aus einer Destination, die viele schon kannten, im Rahmen der Trophy aber neu kennenlernen konnten, ging es schließlich mit der Etihad zurück nach Deutschland.



Architektonisch beeindruckend: Das Edition Hotel Abu Dhabi. Foto: Edition Hotels

# Stimmen zur MICE Trophy in Abu Dhabi



Wir von der Kärnten Convention haben uns sehr gefreut, bei diesem spannenden Format als Partner dabei zu sein.

Uns überzeugt vor allem der Mehrwert für Eventplaner\*innen, die auf einen Schlag mehrere Kontakte knüpfen und ihre Destinationskenntnisse vertiefen können. Die Zeit zwischen den einzelnen Programmpunkten konnten wir ideal für einen intensiven Austausch nutzen.

Dabei ist sogar eine Incentive-Anfrage für Kärnten entstanden. Auch die Inhalte unserer Strategie „Change your Perspective“, die

sich vorwiegend um Nachhaltigkeit, CSR-Programme und Slow Food drehen, wurden von den Eventplaner\*innen interessiert aufgenommen. Um das erfolgreiche Format der MICE Trophy weiterzuführen, lädt Kärnten Convention vom 25. bis 28. August 2022 ins südlichste Bundesland Österreichs ein. Stay tuned!

**Alexandra Freeman, MICE Marketing Manager & Sales Manager, Kärnten Convention**



langen Selfdrive durch Wüste, Oasen, Bergstraßen und die Stadt erkundet wurde – stand 2022 die Metropolregion Abu Dhabi mit den Schwerpunkten „Nachhaltigkeit & Innovation“ im Fokus. Die Expo 2020, direkt vor den Toren Abu Dhabis, war der perfekte Einstieg in ein intensives und sehr abwechslungsreiches Programm, um die unterschiedlichsten Facetten der Destination zu entdecken.

Dazu trug das neue Viertel Yas Bay mit der Waterfront genauso bei wie das prägende Erlebnis beim Mangrovenpflanzen. Die einzigartige Atmosphäre im Wüstencamp von Magic Arabia genauso wie der Besuch des Louvre oder die Roof-Top Dinner in der Stadt. Durch die Team-Challenges am letzten Tag konnten die Teilnehmer noch einmal unterschiedliche Orte und Locations kennenlernen und sich beim Farewell-Dinner darüber austauschen.

Das Teilnehmerfeld war sehr vielfältig – von Junior bis Senior, von Corporate bis Agentur, von Incentive bis Konferenz war alles vertreten und bot entsprechend unterschiedliche Blickwinkel und eine gute Möglichkeit für die Weiterentwicklung des eigenen Standpunktes. Innerhalb weniger Tage hat sich ein toller Team-Spirit und eine schon fast familiäre Atmosphäre entwickelt.

Ich bin ein absoluter Fan des MICE-Trophy-Formats und freue mich schon, wenn ich hoffentlich bald wieder eine Trophy #InAbuDhabi ausrichten darf.

Dass Wirtschaftsminister Habeck quasi „unser Follower“ wurde und nur eine Woche nach uns Masdar City besucht hat, zeigt, dass wir einen guten Riecher für die relevanten Themen und Locations hatten.

Abu Dhabi bietet unerwartet viele Anknüpfungspunkte für jegliche Art von Veranstaltung, und das konnte bei der MICE Trophy eindrucksvoll unter Beweis gestellt werden. Nun freue ich mich darauf, die kommenden Anfragen bei der Planung von A bis Z zu unterstützen. Mit unserem Förderprogramm „Advantage Abu Dhabi“ und dem neu präsentierten Joint Business Event Fund für Events auf Yas Island stehen uns hier sehr hilfreiche und interessante Möglichkeiten zur Verfügung.

**Frank Müllauer, Senior Executive MICE, Abu Dhabi Convention & Exhibition Bureau**

Was für eine tolle Reise, mit super-interessanten Teilnehmern, tollen Partnern und vielen neuen Highlights in Abu Dhabi zu entdecken. Die MICE Trophy #InAbuDhabi ging bereits in die zweite Runde. Im Gegensatz zur ersten Trophy in Abu Dhabi im Februar 2018 – bei der das Emirat auf einem 750 Kilometer



Kulinarik durften 15 MICE Planer gemeinsam mit den Gastgebern und Partnern der MICE Trophy entdecken und erleben.

Der Veranstaltungsplanung sind in diesem aufstrebenden Hotspot auf der arabischen Halbinsel kaum Grenzen gesetzt und für jeden Eventmanager war etwas dabei, um Abu Dhabi als ideale MICE Destination in Erinnerung zu behalten.

Durch die MICE Trophy habe ich nicht nur eine für mich neue Destination kennenlernen dürfen, sondern in vielen persönlichen Gesprächen mehr über die Arbeitswelt der Veranstaltungsplaner, deren Herausforderungen bei der Umsetzung von MICE-Anlässen sowie deren Erwartungshaltung gegenüber ProSky als Gruppenflugspezialist erfahren.

Ich bin sehr dankbar für diese großartige Zeit und freue mich auf die nächste MICE Trophy.

**Daniel Kusenbach, Director Sales DACH, ProSky**

Die MICE Trophy machte es möglich – endlich wieder LIVE netzwerken und dann noch in einer Destination der Superlative: Abu Dhabi.

Schon die Fluganreise mit Etihad war ein komfortables Erlebnis. Knapp sechs Stunden entspannen, gut essen und locker mit den Veranstaltungsplanern plaudern. Vor Ort dann „Vorhang auf und Bühne frei“ für ein facettenreiches fünftägiges FAM-TRIP-Programm, das keine Wünsche offen ließ.

Luxushotels, top ausgestattete und innovative Locations, einzigartige Aktivitäten und feinste



Wir waren begeistert, als wir die Möglichkeit vom Abu Dhabi Convention & Exhibition Bureau bekamen, mit unserem Partner DMC Magic Arabia das Programm in Abu Dhabi für die MICE Trophy mitzugestalten und umzusetzen.

Mit dem Fokus auf die Themen Nachhaltigkeit und Innovation, die heute mehr denn je in der MICE Branche präsent sind, konnten wir diverse nachhaltige MICE-Programmelemente in

das Abu Dhabi MICE Trophy Programm einfließen lassen. Wir haben nicht nur einen Teil unseres CO<sub>2</sub> Fußabdrucks mit der Bepflanzung der Mangroven kompensiert, sondern konnten die Teilnehmer auch erleben lassen, dass man in der Wüste mit dem Eco-Chic Wüstencamp von Magic Arabia einen „nachhaltigen“ Eindruck hinterlassen kann.

Informative Besuche in der Ökostadt „Masdar City“ und der Expo 2020 in Dubai sowie genügend Zeit für Networking zwischen Partnern und MICE-Planern rundeten das Programm perfekt ab. Die MICE Trophy ist ein tolles Konzept, um eine Destination aus MICE-Sicht zu erleben und gleichzeitig mit Kollegen und Partnern aus der Branche zu networken!

**Carol Kahmann, Director, STR proMICE**



Die MICE Trophy Abu Dhabi war für uns als Partner eine sehr erfolgreiche und inspirierende Plattform, um sich mit MICE-Planern auszutauschen und um die MICE-Destination Namibia zu präsentieren. Neben den gemeinsamen Erlebnissen teilten wir mit den teilnehmenden Pla-

nern auch die Begegnungen mit interessanten Persönlichkeiten aus Abu Dhabi sowie spannende Diskussionen und Impulse aus der MICE-Branche. Intensives Networking ließ uns die Bedürfnisse und Fragen der Planer zur Destination Namibia aufnehmen und besser verstehen.

Und die guten und perspektivreichen Gespräche mit den Planern mündeten bereits in erste konkretere Planungen, was mich sehr zufriedenstellt mit meiner Teilnahme als Partner der MICE Trophy.

**Matthias Lemcke, Acting Area Manager Europe & Manager Marketing and PR Europe, Namibia Tourism Board**

# Die Wirtschaftsmetropole München

Ein ideales Umfeld für Kongresse, Tagungen und Events



Fotos: München Tourismus, Christian Kasper

**ALS FÜHRENDER** Universitäts- und Wissenschaftsstandort bietet die Landeshauptstadt München ein ideales Umfeld für Kongresse, Tagungen und Events. Zahlreiche Wirtschaftskluster sowie das florierende Umfeld machen die Stadt zu einer attraktiven Wahl für Fachleute aus aller Welt, inspirieren zu kreativem Austausch und ziehen Start-Ups an. Besonders bekannt ist München für den Erfolg in den drei Branchen Fahrzeugbau, Finanzdienstleistung sowie IT- und Informationstechnik.

## Im Fahrzeugbau sind rund 50.000 Menschen beschäftigt

In München sitzen mehrere relevante, internationale Konzerne der Automobilbranche wie etwa die BMW Group und der Nutzfahrzeughersteller MAN/Volkswagen Gruppe. Hinzu kommen diverse Zulieferer und weitere Dienstleistungsunternehmen. Über 50.000 Menschen sind in München unmittelbar im Fahrzeugbau tätig. Damit ist die Branche einer der größten Arbeitgeber der Region.

## Die Isarmetropole ist Versicherungsstandort Nr. 1 in Deutschland

Zahlreiche Unternehmen aus dem Banken- und Versicherungsbereich, aus der Vermögensverwaltung sowie aus den Be-

reichen Risikokapital, Leasing und Factoring haben ihren Hauptsitz oder eine Niederlassung in München (z.B. Allianz, Munich RE, Swiss RE, Stadtparkasse München, Versicherungskammer Bayern). Als Versicherungsstandort ist München Deutschlands Nummer Eins und folgt Frankfurt als Bankplatz an zweiter Stelle. Im Bereich der Rückversicherungen ist München sogar

## IT- und Informationstechnik – München gilt als Silicon Valley Deutschlands

Nirgendwo in Deutschland gibt es mehr Unternehmen in der IT-, Software-, und Kommunikationsbranche als in und um München. Hierzu gehören beispielsweise Unternehmen wie Apple, Google, Microsoft, IBM, Cisco Systems oder Huawei Technologies. Rund 1.300 Neugründungen im Segment IT- und Kommunikationstechnik werden pro Jahr in der Region München verzeichnet – neun Prozent aller Neugründungen in Deutschland. Das Gründungszentrum UnternehmerTUM der Technischen Universität München unterstützt Gründun-

einfach   
**MÜNCHEN**

gen von Beginn an und gilt als „Schmiede Nr. 1“.

## Zahlreiche Netzwerke und Förderungen für Forschung und Start-Ups

München ist außerdem führender „Internet of Things“-Standort. Das Munich Institute of Robotics and Machine Intelligence MIRMI ist eines der führenden Institute für interdisziplinäre Forschung im Bereich künstliche Intelligenz. Außerdem gibt es das Innovations- und Gründungszentrum für Smart City Solutions MUNICH URBAN COLAB von UnternehmerTUM und der Landeshauptstadt München.

Das Munich Quantum Valley (MQV) ist eine Initiative zur Förderung der Quantenwissenschaften und Quantentechnologien in Bayern.

Beim Digital Hub Mobility arbeiten etablierte Unternehmen mit Innovationspartnern aus der Gründerszene und Wissenschaft zum Thema Mobilität zusammen. Die Non-Profit Innovationsplattform InsurTech Hubs bringt internationale Versicherungs- und branchenübergreifende Partner, Start-Ups, Investoren, Hochschulen und staatliche Stellen zusammen. Beide Netzwerke sind Teil der deutschlandweiten Digital Hub Initiative des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz.



## Das CCH ist nun offiziell eröffnet

**Nach einer über fünf Jahre dauernden, umfassenden Renovierungsphase öffnete das Congress Centrum Hamburg – CCH – am 29. April offiziell wieder seine Türen. Mit einer stimmungsvollen Einweihungsfeier wurde dieser Tag in einem der größten und modernsten Konferenzzentren Europas, das damit wieder „back to business“ ist, begangen.**



Foto: Jürgen Nerger

Nach der offiziellen Eröffnung und der symbolischen Übergabe von Salz und Brot an Heike Mahmoud und Bernd Aufderheide konnten sich die mehr als 450 geladenen Gäste ein eigenes Bild von den neuen Räumlichkeiten machen. Alle Teile des Gebäudes sind über ein helles, lichtdurchflutetes und mit einer durchgängigen Glasfassade ausgestattetes Foyer erreichbar. Treppen, Rolltreppen ebenso wie Aufzüge garantieren einen leichten Zugang zu allen Ebenen. Ein weiterer, entscheidender Vorteil des Hauses ergibt sich dadurch, dass bis zu drei Veranstaltungen hier parallel und absolut autark voneinander realisiert werden können.

Wer sich während des individuellen Rundgangs im Saal Z wiederfand konnte einerseits die neue Bestuhlung einem Test unterziehen, andererseits auch kleine, informative Videos anschauen: Zu den Modernisierungsmaßnahmen aus den letzten Jahren oder zur Historie des Hauses, das im nächsten Jahr sein 50. Jubiläum feiert.

### Das alte CCH ist nicht ganz verschwunden

Jedem Besucher, der das CCH betritt, wird im ersten Moment die riesige Pendelleuchte im Eingangsbereich des Hauses, übrigens die größte ihrer Art auf der ganzen Welt, auffallen. 1,2 Tonnen wiegt das filigran anmutende Leuchtmittel und bringt in Kombination mit der übrigen Raumgestaltung das neue Verständnis im Haus zum Ausdruck: Elegant, design-affin und auf dem neuesten Stand der Technik. Dennoch sind nicht alle Elemente aus den alten Tagen des Kongresszentrums der Renovierung zum Opfer gefallen. Vielmehr wurde Wert daraufgelegt, die Historie in die Neugestaltung einfließen zu lassen und eine harmonische Verbindung herzustellen. So sind beispielsweise die denkmalgeschützten Backsteinwände in Saal 1 genauso erhalten worden, wie die sogenannten Kanalenleuchten in Saal 3.



Foto: Michael Zapf

Tschentscher, die Bedeutung des CCH in seiner Rede anlässlich der Neueröffnung. Mit beeindruckenden 12.000 m<sup>2</sup> Ausstellungsfläche, 12.000 m<sup>2</sup> Foyerfläche sowie Platz für 12.000 Teilnehmer gleichzeitig – davon 3.000 Plätze allein im größten Saal des Hauses – und insgesamt 50 Räumen und Sälen auf einer Gesamtfläche von 36.000 m<sup>2</sup> wartet das Konferenzzentrum im Herzen der Hansestadt nun auf. Damit ist auch das neue CCH wieder eines der größten Konferenzhäuser in Europa.

„Das neue CCH wird mit seiner hohen Funktionalität Maßstäbe setzen und den Ansprüchen heutiger Kongressveranstalter absolut gerecht werden. Dank unserer jahrzehntelangen Expertise im Kongressgeschäft werden wir die Erfolgsgeschichte des CCH – Congress Center Hamburg – fortschreiben und viele interessante Gäste für unsere Hansestadt gewinnen“, sagte Bernd Aufderheide, Vorsitzender der Hamburg Messe und Congress GmbH und unterstrich damit ebenfalls die enorme Bedeutung, die das CCH insbesondere für die Zukunft des Kongressstandortes Hamburg hat.

„Mit dem neuen CCH bekommt Hamburg ein modernes, leistungsfähiges Kongresszentrum in attraktiver Lage mitten in der Stadt. Es bietet optimale Voraussetzungen, um mit internationalen Kongressen und Veranstaltungen die Themen der Zukunft anzugehen. Das neue CCH ist ein Gewinn für den Tourismus und das Gastgewerbe in Hamburg und unterstreicht die Bedeutung unserer Stadt als internationaler Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort“, erläutert der Erste Bürgermeister der Freien und Hansestadt Hamburg, Dr. Peter

CAFÉ LICHTBLICK, 360°  
WWW.INNSBRUCK.INFO  
#MYINNSBRUCK

**INNS'  
BRUCK**

unlimited

# MEETING



Foto: Innsbruck Tourismus / Laakner

## **360° EVENT-EXPERIENCE IN DER REGION INNSBRUCK ERLEBEN!**

Tagen und Nächtiqen in der Region Innsbruck bedeutet vor allem eins: grenzenlose Angebotsvielfalt ohne Kompromiss. Hier wird jedes Event zum unvergesslichen 360-Grad-Erlebnis in einzigartiger Veranstaltungskulisse.

Innsbruck Convention Bureau  
[www.innsbruck.info/convention](http://www.innsbruck.info/convention)  
meeting@innsbruck.info | Tel. +43 512 / 53 56 730  
LinkedIn: [at.linkedin.com/company/innsbruckconventionbureau](https://at.linkedin.com/company/innsbruckconventionbureau)

# „Die größte Hürde befindet sich in unseren Köpfen!“

Frauen in Führungspositionen sind ein heiß diskutiertes Thema. Für uns Grund genug, einige der „Female Leaders“ genauer vorzustellen. Für diese Ausgabe sprach CI mit Frau Kathrin Herz, Multi Property Manager für Marriott in Abu Dhabi.



Foto: Marriott International

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

Derzeit arbeite ich in Abu Dhabi als Multi Property General Manager und bin für das Marriott Downtown Hotel, das Marriott Executive Apartments und das luxuriöse The Abu Dhabi EDITION zuständig. Ich bin seit 24 Jahren bei Marriott International, davon 23 Jahre mit The Ritz-Carlton Company auf der ganzen Welt unterwegs, von Barcelona, Wolfsburg, Miami, Lissabon, Moskau, Dubai bis Muscat und Abu Dhabi – es war eine spannende Reise!

## Was macht die MICE-Branche für Sie besonders spannend?

Ich liebe die Welt der Hotels und Veranstaltungen - Gäste aus der ganzen Welt in unseren wunderschönen Häusern willkommen zu heißen und bleibende Erinnerungen zu schaffen. Keine Veranstaltung ist wie die andere. Durch meinen Job war ich bei indischen Hochzeiten, der Markteinführung von

Luxusautos und großen MICE-Veranstaltungen für Unternehmen dabei – ich liebe es, wie viel Arbeit in der Planung steckt, die großartige Teamarbeit, die jeweils dahintersteht, um unvergessliche Veranstaltungen für unsere Gäste zu schaffen.

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

In unseren Köpfen! Wir müssen mit der Voreingenommenheit brechen und nicht mehr von der „weiblicher Führung“ sprechen. Wir müssen uns gegenseitig unterstützen und an die Spitze bringen.

## Hatten Sie in Ihrer bisherigen Laufbahn mit Vorurteilen zu kämpfen?

Ja, aber das hat mich nur noch stärker gemacht. Komischerweise kommen die meisten kritischen Kommentare von anderen Frauen, nicht von Männern! Wie bringen Sie Familie und Arbeit unter einen Hut, verbringen Sie genug Zeit mit

den Kindern? Kein Mann hat mir jemals diese Fragen gestellt.

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

Leidenschaftlich. Mit gutem Beispiel vorangehen, ein Vorbild sein. Involviert und sichtbar sein. Ein Hotel oder ein großes Team lässt sich einfach nicht per E-Mail managen.

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

Ich hatte das Glück, mit vielen großartigen General Managern zu arbeiten, die immer an mich geglaubt, mich unterstützt und gefördert haben. Sie machten mich zu dem, was ich heute bin.

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

Finden Sie einen Job, den Sie lieben, und umgeben Sie sich mit einem großartigen Team. Sowohl am Arbeitsplatz als auch zu Hause.

## Welche positiven Eigenschaften besitzen Frauen am Arbeitsplatz, aus denen wir alle mehr machen sollten?

Emotionale Intelligenz sowie Einfühlungsvermögen. Wir fördern den Aufbau vielfältiger Teams und suchen eher nach einer Win-win-Lösung anstatt unser Ego in den Vordergrund zu stellen.

## Warum, glauben Sie, reden wir immer noch über Geschlechterungleichheit bei der Arbeit? Und warum, glauben Sie, entwickelt das Thema heute so eine Dynamik, vielleicht mehr als jemals zuvor?

Weil wir nicht da sind, wo wir sein sollten. Frauen werden immer noch schlechter bezahlt und sind in hohen Führungspositionen unterrepräsentiert. Ich denke nicht, dass wir ein Verhältnis von 50/50 anstreben müssen, aber Chancengleichheit und die gerechte Verteilung der Jobs sind entscheidend.

## Was wünschen Sie sich für die Zukunft?

Von vielen glücklichen, erfüllten und erfolgreichen Geschäftsführerinnen umgeben zu sein, die ihren Job genauso lieben wie ich.

Sie machten mich zu dem, was ich heute bin.

# HOFBURG Vienna – Trends erkennen & Zukunft gestalten

**HOFBURG Vienna hat von Beginn der Krise an sehr rasch gehandelt, sich bestmöglich auf die geänderten Marktbedingungen eingestellt und ist damit dem veränderten Anfrageverhalten nachgekommen. „Wir alle mussten uns in dieser Zeit der großen Umstrukturierungen auf eine neue Normalität einstellen“, so die Geschäftsführerin A. Kaszay. Auch wenn die Hofburg Ballsaison leider 2021 und 2022 nicht wie gewohnt stattfinden kann, so war es möglich durch den Einsatz digitaler Eventtechnik große internationale Veranstaltungen im Vorjahr umzusetzen, indem sie aus der HOFBURG Vienna ausgestrahlt wurden.**



Fotos: HOFBURG Vienna

**DIE CHANCE HEISST** nach wie vor Mobilität. Dabei gehe es nicht nur um physische, sondern auch um Ideen-Vielfalt und das Interagieren neuer Möglichkeiten, wie neuester Veranstaltungstechnologien und Digitalisierung. Die Rahmenbedingungen der Geschäftsfelder ändern sich in vielen Wirtschaftszweigen rasant. Als internationales Kongress- und Veranstaltungszentrum muss man mit diesen Entwicklungen nicht nur Schritt halten, sondern sie im Vorfeld antizipieren und Geschäftsstrategien proaktiv anpassen. Gestaltende Kreativität ist gefragt!

Gekonnte Bühnensettings mit der richtigen Ausleuchtung und Kameraführung, die ein perfektes Bild ergeben, sind mehr denn je gefragt. Die Kreativität liegt in der Gestaltung von Bewegtbildern. Beide Zielgruppen – Präsenz und digital – müssen ein gleichwertiges Erlebnis geboten wer-

den. Es muss zu einer sinnvollen Interaktion zwischen den beiden Teilnehmergruppen kommen. Engagement Tools wie Umfragen, Chats oder Videotalks, genauso wie Co-Creation-Technologien, bewähren sich. Das HOFBURG Vienna Team unterstützt innovative Konzepte zu entwerfen, um die Botschaften erlebbar zu machen und der „Zoom-Fatigue“ entgegenzuwirken. Einzigartiger Background und Atmosphäre spielen dabei eine entscheidende Rolle. Veranstaltungen sind heute inszeniert, interaktiv und multisensorisch. HOFBURG Vienna versteht sich als Full-Service-Partner für die Konzeption, Gestaltung, Planung und Umsetzung von Events.

„Wir waren, sind und bleiben Vorreiter der Diversität. Es geht darum, die Dinge aus einer neuen Perspektive zu sehen. Dies führt zu einer neuen Wahrnehmung und zu neuer Motivation. Wird dieser Spirit verinner-

licht, bleiben wir in Bewegung und tappen nicht in die Routine-Falle. Um die Spitzenposition und Wettbewerbsfähigkeit langfristig zu sichern, werden zukunftsorientierte organisatorische, technologische und räumliche Konzepte für erfolgreiche Events laufend entwickelt. Veranstaltungen sind kreative Pools, lebendige Formate, die den Zeitgeist widerspiegeln.

Trotz aller Widrigkeiten zum Jahresbeginn und der momentan Corona-Situation sind wir für das zweite Halbjahr ab April 2022 zuversichtlich. Mit einem optimistischen Blick ins Frühjahr – so es die Pandemie erlaubt – freuen wir uns auf interessante Fachkongresse und Messerveranstaltungen. Das Interesse hochkarätige Events durchzuführen, ist ungebrochen und wir stehen in den Startlöchern diese interaktiv und multisensorisch zu realisieren.

## 20 Jahre IMEX – und endlich wieder live!

**Pandemiebedingt fand die letzte IMEX in Frankfurt 2019 statt. Mehr als zwei Jahre liegen mittlerweile dazwischen. Zusätzlich ist es das 20. Jubiläum. Was ist zu erwarten? Was gibt es Neues? Carina Bauer, CEO der IMEX, hat uns einige Fragen zur diesjährigen IMEX beantwortet.**

**Carina, Sie mussten coronabedingt zwei IMEX Messen in Frankfurt absagen – worauf freuen Sie sich besonders?**

Wir freuen uns alle schon sehr darauf, unsere gesamte internationale Branche und vor allem alle Menschen – Besucher, Hosted Buyer, Aussteller – endlich wieder persönlich zu treffen. Nach zwei

Jahren Pause haben wir gesehen, wie wichtig persönliche Begegnungen sind und wie sehr wir diese vermisst haben!

Außerdem freuen wir uns sehr über die große positive Resonanz – wir bekommen täglich viele neue Registrierungen – für Fachbesucher wie auch für unser Hosted-Buyer-Programm. Mitte April hatten sich bereits ca. 3000 Planer aus über 70 Ländern registriert – darunter Agenturen, Corporate-Planer aus Unternehmen, Verbänden und Selbstständige bzw. Freelancer. Das entwickelt sich täglich.

**Auf was dürfen wir uns freuen?**

Nature ist ja auch in diesem Jahr unser großes Fokusthema – da wir aufgrund von COVID-19 nicht die Möglichkeit hatten, unsere vielen tollen Ideen zu zeigen, haben wir Nature eine zweite Chance gegeben sozusagen. Das Fokusthema zieht sich durch das gesamte IMEX-Erlebnis. Erstmals haben wir auf der IMEX in Frankfurt unser People and Planet Village, wo wir Best Practices und Ideen unserer Branche zu sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit vorstellen. Außerdem verleihen wir in diesem Jahr wieder unseren Innovation in Sustainability Award und präsentieren die herausragenden Projekte und Ideen der 14 nominierten Einreicher. Neu haben wir den People & Planet Pledge ins Leben gerufen, hier schlagen wir vier Aktionsbereiche vor, an denen jeder teilnehmen kann: Es geht darum, einfach und schnell nachhaltiger bei der Eventplanung zu werden – und gleichzeitig Spaß dabei zu haben.

Nachhaltigkeit zeigt sich auch in allen inhaltlichen Bereichen: unserer Weiterbildung, in den Workshops und Sessions, über das Food-Konzept bis hin natürlich zu den vielen wunderbaren nachhaltigen Messeständen unserer Aussteller! Wir haben ja zwei White Paper

rund um Nachhaltigkeit in den letzten beiden Jahren veröffentlicht: einmal the Regenerative Revolution und einmal Nature of Space – beide wirklich sehr tiefgängig und lesenswert, kostenlos auf unserer Website als Download verfügbar. Außerdem haben wir eine Podcast-Reihe zum Thema Nature und Nachhaltigkeit aufgelegt. Nun legen wir mit einem deutschsprachigen White Paper nach, bei dem wir Orientierung und ganz praktische Tipps rund um Nachhaltigkeitszertifikate und Gütesiegel geben. Dieses stellen wir auf der IMEX in Frankfurt vor.

Unsere diesjährige Show wird sehr persönlich und vor allem auf Interaktionen und Begegnungen ausgerichtet sein. So haben wir die Halle 9 in einen experimentellen Raum verwandelt – der neue Name lautet „Experience Hall“.

Die She Means Business haben wir in diesem Jahr an allen drei Messetagen mit inspirierenden Sessions in die Messe integriert – gemeinsam wollen wir die großen herausfordernden Themen Gender Equality und Diversität in unserer Branche angehen.

Wie wichtig die mentale und physische Gesundheit ist, haben wir alle während der Pandemie gesehen. Dafür haben wir neu unser Listening Lab entwickelt – in dem Coaches und Therapeuten einfach zuhören! Hier kann jeder hinkommen, der ein Thema hat, und findet Gehör, für viele, die beispielsweise noch nie ein Coaching gemacht haben, ist es eine ganz neue Erfahrung, einfach einmal erzählen zu dürfen. Hier wollen wir niedrigschwellig einen Zugang dazu schaffen, sich in herausfordernden Situationen Unterstützung zu holen.

Und natürlich gibt es wieder unseren beliebten IMEXrun und unsere Well-being Lounge!

**Wie schaut es ausstellerseitig aus?**

Ausstellerseitig tut sich im Moment täglich sehr viel. Wir haben gerade in den letzten Wochen eine starke Nachfrage aus dem asiatischen Markt – sobald die Länder öffnen, melden sie sich als Aussteller bei uns an. Was vor wenigen Wo-

Carina Bauer, Foto: privat





Fotos: IMEX Group

chen noch undenkbar war: Jetzt werden Thailand, Singapur, die Philippinen und Hong Kong ausstellen! Das zeigt uns auch, wie resilient unsere Branche ist – und wie groß der Bedarf nach persönlichen Begegnungen!

Wir freuen uns unter anderem auf Österreich Werbung, das Ministry of Heritage and Tourism – Sultanate of Oman, die Zimbabwe Tourism Authority, Visit Portugal, das Malaysia Convention & Exhibition Bureau, das Switzerland Convention & Incentive Bureau, das Bergen Convention Bureau, Destination Toronto, MEET Riga, das Finland Convention Bureau, das Munich Convention Bureau, das Convention Bureau Tirol, das CVB Istanbul, das Melbourne Convention Bureau, Tourism Australia und das Lima Convention and Visitors Bureau, Peru.

**Ab April haben sich ja die COVID-Vorschriften deutlich gelockert. Wie schaut das Sicherheits- und Hygienekonzept für die IMEX 2022 aus?**

Seit dem 2. April sind offiziell weder Impfungen noch Tests vorgeschrieben. Natür-

lich ist Sicherheit – wie wir es ja auch auf der IMEX America im letzten Jahr gezeigt haben – nach wie vor unser oberstes Gebot. Für die IMEX in Frankfurt arbeiten wir eng mit der Messe Frankfurt zusammen. Uns ist es sehr wichtig, dass unsere Besucher und Aussteller sich sowohl physisch wie auch psychisch sicher fühlen.

Unser Hygiene- und Sicherheitskonzept umfasst deshalb nach wie vor breitere Gänge und natürlich weiterhin regelmäßige Desinfektionen und stationäre Desinfektionsspenden. Außerdem sorgt das Ventilationssystem der Messe Frankfurt für die größtmögliche Frischluftzufuhr. Wer Maske tragen möchte, kann dies natürlich sehr gerne tun. Es ist uns wichtig, auf die psychologische – subjektiv empfundene – Sicherheit Rücksicht zu nehmen. Offiziell gibt es keine Maskenpflicht, entsprechend den offiziellen Regelungen. Sollten sich diese wieder ändern, reagieren wir natürlich schnell und transparent.

**Wird es auch in diesem Jahr messebegleitende IMEX-Events geben?**

Dass unsere Branche das Potenzial hat, Menschen zu verbinden – quer durch Religionen, Generationen und Geschlechter –, steht gerade jetzt in einem neuen Licht. Unser Policy Forum bringt politische Entscheidungsträger auf städtischer und nationaler Ebene, Verbandsleiter, Branchenführer und Vordenker zusammen. Dabei geht es einerseits um das wirtschaftliche Potenzial wie auch um den Wissenstransfer, den unsere Branche durch Business-events in Destinationen bringen kann – andererseits auch um die aktuell so wichtigen Themen Völkerverständigung und friedliche Ko-Existenz.

Auch in diesem Jahr wird es die beliebten und erfolgreichen Formate Association Focus für Verbändeplaner und Exclusively Corporate für Corporate-Planer mit einem tollen maßgeschneiderten Weiterbildungs- und Netzwerk-Programm geben. Außerdem unser Agency Directors Forum für den Austausch auf Augenhöhe von Agenturinhaberinnen und -inhabern in Form einer Co-created Veranstaltung.

Neues IMEX White Paper

# Nachhaltigkeitszertifikate im Vergleich – ein Guide für Planer und Unternehmen

Für Unternehmen und Organisationen ist ein umweltbewusstes und nachhaltiges Denken längst kein „Nice-to-have“ mehr. Konsumenten sind kritischer gegenüber Produkten und Dienstleistungen und aufmerksamer gegenüber plumpen „Greenwashing“-Aktionen.

Die Gesellschaft sehnt sich nach Nachhaltigkeit. Der vom Zukunftsinstitut identifizierte Megatrend „Neo-Ökologie“

hat sich in unserer Gesellschaft fest etabliert und beeinflusst das Handeln von Konsumenten und Organisationen wortwörtlich nachhaltig. Die MICE-Branche ist davon nicht ausgeschlossen. Auch hier wollen Kunden mehr Maßnahmen in Richtung nachhaltige Events.

Das neue kostenfreie IMEX White Paper gibt Orientierung und einen Überblick über die verschiedenen Standards,

Siegel und Zertifikate der Nachhaltigkeit sowie praktische Tipps und konkrete Hilfestellung. Zum Download einfach auf den QR-Code gehen!



## Hilfe, wo geht's lang? Eine Reise durch den Dschungel der Nachhaltigkeitszertifikate, Normen und Standards

Clemens Arnold, Partner 2bdifferent, und Tanja Knecht, Brand Ambassador IMEX Group – deutsch

**12:00 – 12:30, Mittwoch, 1. Juni 2022**  
Research and Workshops, Inspiration Hub, Hall 9

Clemens Arnold, Partner 2bdifferent, und Tanja Knecht, Brand Ambassador IMEX Group, besprechen Nutzen und Unterschiede der Zertifikate, Standards und Normen anhand des IMEX-Whitepapers „Nachhaltigkeitszertifikate im Vergleich – der Guide für Planer und Unternehmen“.

- Welche Zertifikate gibt es?
- Was sind die wesentlichen Unterschiede?
- Wie wähle ich das passende Zertifikat für meine konkreten Anforderungen aus?

## Best Practice: Glamourös und nachhaltig – der Deutsche Filmpreis geht den Weg zur ISO-20121-Zertifizierung

Jürgen May, Founder und Partner 2bdifferent, Moderation Tanja Knecht, Brand Ambassador IMEX Group – deutsch

**12:30 – 13:15, Dienstag, 31. Mai 2022**  
Research and Workshops, Inspiration Hub, Hall 9

Dass sich Glamour und Nachhaltigkeit nicht ausschließen, hat der Deutsche Filmpreis bereits bewiesen. Seit 2019 geht die LOLA den Weg zum nachhaltigen Veranstaltungskonzept. Im Filmpreisjahr 2021 hat die Deutsche Filmakademie Produktion nun mit dem Zertifizierungsprozess nach ISO 20121 begonnen.

- Was zeichnet eine nachhaltige Veranstaltung aus – und wie lassen sich Verbesserungen erreichen?
- Die Besonderheit der international anerkannten ISO-Norm 20121
- Der ganzheitliche Ansatz des Nachhaltigkeitsmanagements

## IACC meeting room of the future

**11:00 – 11:30, Mittwoch, 1. Juni 2022**  
MPI Booth – englisch

Der IACC 2022-Report befasst sich eingehend mit den Tagungsumgebungen, die globale Organisationen in der Zukunft benötigen werden. Der führende Forschungs- und Trendbericht beleuchtet jedes Element des Tagungserlebnisses, einschließlich physischer Tagungsräume, Food & Beverage, Technologie und Wellbeing.

- Gewinnen Sie Einblicke in optimale Räumlichkeiten für kleinere Konferenzen und Meetings mit weniger als 200 Personen.
- Entdecken Sie kleinere Konferenzorte, die in Bezug auf Design und Betrieb richtungsweisend sind.
- Verstehen Sie, wie die Dezentralisierung von Arbeitsbereichen die Nachfrage nach externen Tagungsräumen ankurbelt.

## She Means Business Session: Future of work: Diversity's role in creating the work culture of tomorrow

**11:00 – 12:00, Dienstag, 31. Mai 2022**  
Ocean Room, Inspiration Hub, Hall 9

Die Daten zeigen, dass sich die Pandemie unverhältnismäßig stark auf Frauen und Angehörige von Minderheiten auswirkte und jahrelange Zuwächse in den Bereichen Beschäftigung, Gehalt und Arbeitsplatzsicherheit zunichte machte. 60 % der Veranstaltungsfachleute geben an, dass sie Schwierigkeiten haben, Stellen in der Veranstaltungsbranche zu besetzen. Welche Rolle spielen die Unternehmen bei der Umkehrung dieses Trends, und wie kann diese Umkehrung die Zukunft der Arbeit in der Veranstaltungsbranche verändern?

- Entdecken Sie Strategien, die ein Gleichgewicht zwischen den Geschlechtern, Kulturen und Altersgruppen ermöglichen, um Menschen, den Planeten und den Profit zu unterstützen.
- Diskutieren Sie, wie Stereotypen und gläserne Decken durchbrochen werden können, um eine stabile Zukunft aufzubauen, die den kreativen Austausch von Ideen fördert.
- Erfahren Sie, wie Vielfalt als Beschleuniger für neue Ansätze und Lösungen dienen kann.

# Center Parcs: interaktive Business-Events mitten im Grünen

**Das Bedürfnis nach Präsenzmeetings und Networking-Events ist nach langer Pandemiephase groß. Hinzu kommt verstärkt der Wunsch Events im Grünen und möglichst interaktiv stattfinden zu lassen. Center Parcs als Business-Eventlocation bietet genau für diese Anforderungen ideale Voraussetzungen. Intensives Arbeiten auf der einen sowie ein hoher Fun- und Networking-Faktor auf der anderen Seite ergänzen sich perfekt und lassen Team zusammenschweißen.**



**VON DEN INSGESAMT** 27 Center Parcs Parkanlagen liegen die deutschen Top Business Parks in den schönsten Regionen: an der Nordseeküste, in der Lüneburger Heide, im Hochsauerland und im Allgäu. Die Parks bieten dabei ein Komplettpaket aus komfortablen Hotelzimmern und Häusern, einer abwechslungsreichen Gastronomie und einzigartigen Eventflächen. Die Auswahl der Eventflächen reicht dabei von modern ausgestatteten Business Centern über Multifunktionshallen und Freiflächen für Hallenbauten bis hin zu ganz besonderen Eventlocations wie z.B. dem Aqua Mundo, einer tropischen Badelandschaft. Die Häuser in verschiedenen Größen und mit unterschiedlichem Komfortlevel laden zu Workgroup Sessions oder einem gemeinsamen BBQ auf der Terrasse ein und bieten den Teilnehmern eine weitere Networking-Plattform im Rahmen des Events.

Zur Charakteristik der Parks gehört auch das große Outdoor- und Teambuilding-Angebot, das je nach Park variiert. Im Park Bispinger Heide lassen sich Motivation

und Teamgeist unter den Mitarbeitern z.B. mit einem Zip Wire Erlebnis über den See, Kletterpartien am Kletterturm oder einem Floßbau-Turnier, pflegen. Im Park Allgäu können Rafting Touren oder Wanderungen in der unmittelbaren Umgebung des Parks unternommen werden. Und der brandneue Hochseilgarten mit Seilbahn- und Rutsche lädt zu einem Teambuilding in luftiger Höhe ein. Aber der Teamgeist lässt sich auch im Rahmen gemeinsamer CSR-Projekte wie z.B. dem Pflanzen von Bäumen oder der Renaturierung von Landschaften stärken.

Beachtenswert ist die Möglichkeit, einen gesamten Park exklusiv für große Events oder eine Hausmesse anzumieten. Von einem exklusiven Branding der Parks, über die flexible Nutzung sämtlicher Parkflächen, bei einem Park Buy Out sind den Möglichkeiten für Business-Events keine Grenzen gesetzt.

Alle Parks bestechen mit einer unvergleichlichen Lage inmitten der Natur. Dabei legt Center Parcs größten Wert auf einen scho-

nenden und nachhaltigen Umgang mit den vorhandenen Ressourcen und wurde für dieses Engagement mit dem Green-Key-Gütesiegel sowie mit den ISO 14001 und ISO 55001-Zertifikaten für Umweltmanagement ausgezeichnet. So ist der Aufenthalt in den Häusern dank intelligenter Thermostate und wassersparender Duschköpfe nachhaltig und energieeffizient. Und das tropische Dekor im Market Dome besteht aus bedrohten Pflanzen, Vögeln und Fischen, denen hier ein zweites Leben geschenkt wird.

Mehr Infos zu Center Parcs als Business-Eventlocation finden Sie unter [www.centerparcs.de/business](http://www.centerparcs.de/business)

Fotos: Center Parcs

## Ihr direkter Ansprechpartner:

Tabea Niederreiter  
Senior Key Account Manager MICE  
0221-973030-45  
[tabea.niederreiter@groupepvcp.com](mailto:tabea.niederreiter@groupepvcp.com)

# Welche Verantwortung haben Locations für die Zukunft der Veranstaltungsindustrie?



Foto: shutterstock.com/PopTika

**2019 WURDEN** zwei der größten deutschen Festivals aufgrund von Unwettern abgebrochen und 2020 erlebten wir Unwetterkatastrophen auf der ganzen Welt: verheerende Waldbrände in Kanada, Brasilien, Griechenland, Türkei, das Auftauen der Permafrostböden in Russland (wodurch Methangas entweicht und der Klimawandel beschleunigt wird), das Abtauen der Eismassen in Grönland, die Abschwächung des Golfstroms – der eigentlich für unser mildes Klima sorgt – und natürlich die extremen Folgen durch den schwachen Jetstream, der dafür sorgt, dass die unglaublichen Wassermassen nur an wenigen Orten aberegnet sind – mit vielen Todesopfern.

Auch der aktuelle IPCC-Bericht des Weltklimarates zeigt, wie wichtig es ist, jetzt aktiv zu werden und schnell zu handeln. „Die Folgen der Erderwärmung werden immer klarer und der angestrebte Klimaschutz reicht nicht: Das ist das Fazit des neuen Weltklimaberichts. Be-

reits 2030 droht eine Erderwärmung um 1,5 Grad – zehn Jahre früher als bisher prognostiziert.“

Tagesschau:



Das Klima ändert sich und unsere Branche ist akut betroffen. Um das Schlimmste zu verhindern, müssen wir das 1,5-Grad Ziel des Pariser Klimaabkommen einhalten. Bei dieser Transformation der Veranstaltungswirtschaft hin zu einer nachhaltigen und klimaneutralen Kreislaufwirtschaft gibt es keine Zuschauerplätze.

Wenn der Klimawandel weiter so ungebremst voranschreitet, dann werden wir es noch erleben, dass Open-Air-Veranstaltungen nicht mehr zu versichern sind und grundsätzlich unwirtschaftlich werden bzw. das Risiko einfach viel zu groß ist.

Deshalb ist es so wichtig, dass die Veranstaltungswirtschaft als sechstgrößter Wirtschaftszweig Verantwortung übernimmt und jetzt aktiv wird. Nur gemeinsam mit der Gesamtwirtschaft und der Politik können wir das 1,5-Grad-Ziel noch erreichen.

Wir brauchen einen Green Deal auch für die Veranstaltungswirtschaft.

Hier geht es zum Aufruf zur Förderung einer nachhaltigen und klimaneutralen Veranstaltungswirtschaft:



## Einmalige Chance

Wissenschaftler sind sich einig, dass wir das Schlimmste verhindern können, wenn wir die nächsten 10 Jahre nutzen, um radikal gegenzusteuern.

Diese Chance sollten wir als Branche nutzen, um uns jetzt zukunftsfähig zu machen. Denn nachhaltiges Wirtschaften ist der größte Markt, der sich aktuell vor uns auftut, denn alle Firmen, alle Produkte und Services müssen laut Klimaschutzgesetz klimaneutral werden. Und diese Firmen, Produkte, Services müssen entsprechend klimaneutral und nachhaltig erlebbar gemacht werden.

Alle Firmen, Veranstalter\*innen, Künstler\*innen, Locations, Theater, Museen, Lieferant\*innen etc. müssen jetzt endlich Verantwortung übernehmen und alle brauchen eine Nachhaltigkeitsstrategie, um die deutschen und europäischen Klimaziele zu erreichen, die durch das Urteil des Bundesverfassungsgerichts noch mal verschärft wurden.

### Die Lösungen sind bereits vorhanden

Das Gute für unsere Branche ist, dass es die nachhaltigen Lösungen und Lieferant\*innen für die Eventbranche schon gibt – wir müssen sie nur nutzen!

Viele der nachhaltigen Lösungen und Anbieter\*innen findet man kostenlos unter:



**Schlüsselrolle der Eventlocations – hier entscheidet sich, wie nachhaltig eine Veranstaltung wirklich ist**

### Welche Vorteile bietet die Nachhaltigkeit für Locations?

Zukunftssicherheit, Rechtssicherheit, Qualitätssteigerung, Senkung des negativen Impacts und Imagegewinn bei gleichzeitiger Kostensenkung. Es ist sogar möglich, Events zu gestalten mit einem positiven Impact auf Natur und Gesellschaft. Events im Einklang mit der Natur, die einen zusätzlichen Nutzen auch für die Gesellschaft bieten. Events bringen Menschen zusammen und fördern den Gemeinschaftssinn, Austausch, Diskussi-

on, Diversität, Liberalität, Inklusion, Kultur und die Freude! Events sind Erlebnisse, die die Menschen stark beeinflussen. Wir sind die Branche, die das alles bewirken kann. Das macht uns als Branche und die Locations im Speziellen zukunftsfähig, unersetzlich und relevant.

### Welchen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten Locations?

Es gibt zum Glück schon einige Locations, die sich nachhaltig oder klimafreundlich aufgestellt haben. Die MUK in Lübeck zum Beispiel oder die Dortmunder Westfalenhallen, Markthalle Hamburg, Messe Stuttgart, Besondere Orte Berlin, Axica und Humboldt Carré Berlin, aber auch das Olympiastadion in Berlin. Es gibt also Locations jeder Art und jeder Größenordnung, die einem Veranstalter helfen können, den negativen Impact deutlich zu verringern.

Zu den Leistungen einer nachhaltigen Veranstaltung gehören zum Beispiel Ökostrom, Energiemanagement, Abfall-

Anzeige

LOCATIONS DER MESSE MÜNCHEN

**1.021 Biergärten, 7 DAX-Unternehmen, aber nur eine Adresse für Top-Veranstaltungen.**

**Sie haben Großes vor und für Ihre Kunden ist Ihnen das Beste gerade gut genug? Geht uns genauso.**

Ob Messe, Corporate Event oder (Groß-)Kongress, ganz egal. Die vier hochmodernen, kombinierbaren Locations der Messe München bieten die ideale Flexibilität für jede Veranstaltung – auch Ihre. Der Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort München zeigt sich hier von seiner besten Seite und glänzt durch Top-Infrastruktur sowie das unvergleichliche Lebensgefühl Bayerns. Sprechen Sie mit uns!



MESSE  
MÜNCHEN



management, Barrierefreiheit, Pfandsysteme, Mehrwegbecher, Vermeidung von Müll, Verbot von Einwegplastik, fairer Einkauf nachhaltiger und langlebiger Produkte, Partnerschaften mit nachhaltigen und lokalen Lieferant\*innen, nachhaltiges Catering, faire Bezahlung, Gleichberechtigung, Diversität, Inklusion, nachhaltiges Design, Kommunikation und vieles mehr. Wer als Veranstalter\*in nachhaltige Events organisieren will, aber keine Ahnung von Nachhaltigkeit hat, sollte eine nachhaltige Location buchen, dadurch wird einem viel Arbeit abgenommen. Eine nachhaltige Lieferkette inklusive Location sorgt für nachhaltige Veranstaltungen!

Fakt ist aber auch, dass wenn Künstler\*innen wie Billie Eilish, Coldplay oder Seeed eine nachhaltige Tour in Deutschland planen, diese Künstler\*innen nicht einmal flächendeckend Ökostrom beziehen können. Das heißt, die Grundlage für eine nachhaltige Tournee ist gar nicht gegeben in einem Land, das bis 2045 klimaneutral sein will. Es fehlt also aktuell noch an den einfachsten Grundlagen.

### **Klimaneutral und nachhaltig ist die Veranstaltungswirtschaft leider noch lange nicht.**

Das sieht man vor allem bei Messen, die keine gesetzeskonforme Mülltrennung haben.

Ein weiteres Manko bei Locations ist die Pauschalisierung des Stroms. Die Tagespauschalen oder Strom-Anschlusspauschalen bei den Vermietungen der Locations führen dazu, dass sich niemand die Mühe macht, Energie einzusparen. Wenn es eine kilowattstundengenaue Abrechnung geben würde, dann würde man feststellen, wie viel Stromkosten man einsparen kann. Dabei darf und muss eine Location für den Ökostrom auch entlohnt werden, aber bitte ganz transparent und als kalkulierbarer Aufschlag bei einer kilowattstundengenauen Abrechnung.

Bei Open Air Locations ist es wichtig, dass auch entsprechende Stromleitungen verlegt werden, damit keine Dieselmotoren eingesetzt werden müssen. Wo das nicht möglich ist und Generatoren

eingesetzt werden müssen, ist es wichtig, dass man Kooperationen hat mit Lieferanten von Stromaggregaten aus der Umgebung und idealerweise diese auch in der Nutzung richtig berechnet und Batterien als Puffer nutzt, um Stromspitzen abzufangen und die Anzahl an Generatoren zu verringern, die dann auch in der effizienten Auslastung laufen. Das spart übrigens auch wieder Kosten. Das Rheinenergie Stadion in Köln sorgt gerade dafür, dass dort keine Generatoren mehr benötigt werden. Auch Mehrwegsysteme wurden bei Getränkebechern bereits eingeführt.

### **Vergleichbarkeit für Tourneeplanung**

Das Problem dabei ist wiederum, dass es keine einfache Vergleichbarkeit für Locations gibt.

Wenn man sich die Homepages und die blumigen Texte anschaut, dann sind plötzlich alle nachhaltig. Aber wer was genau macht, das wird selten aufgelistet.

Hier wäre ein übersichtliches und schnell vergleichbares System sinnvoll, damit Veranstalter\*innen, Mieter\*innen und Künstler\*innen sofort sehen, ob deren Kriterien erfüllt werden.

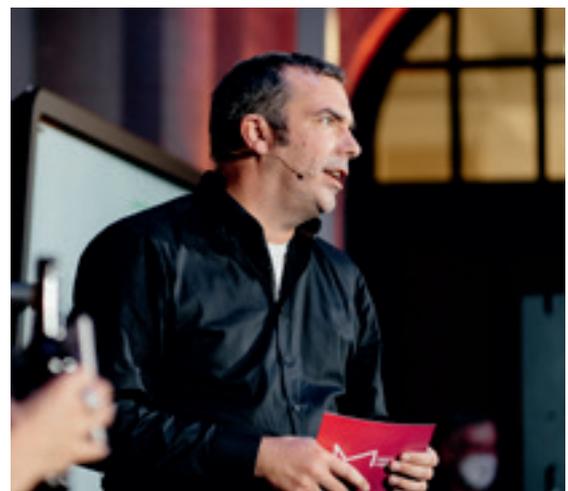
Locations wird eine immer größere Verantwortung zuteil, die diese auch nutzen sollten – zum Wohle der Natur und der Gesellschaft.

Let's go creative together for sustainable events with a positive impact on nature and society.

#### **Über den Autor**

##### **Stefan Lohmann**

Stefan Lohmann ist ein Hamburger Talent Buyer und Artist Relations Manager. Zu seinem Leistungsportfolio gehören Live-Entertainment Konzepte für Konzerte, Festivals, Firmenevents, TV-Formate, Sportevents und Open-Air-Veranstaltungen. Seine Leidenschaft ist die kreative Zusammenarbeit mit den Künstler\*innen und Veranstalter\*innen, um



emotionale und unvergessliche Erlebnisse zu schaffen und, wenn es erforderlich ist, das Unmögliche möglich zu machen.

Als Experte für Nachhaltigkeit in der Eventbranche schreibt er regelmäßig Artikel in den wichtigsten Fachzeitschriften und Buchbeiträge und ist aktiv in verschiedenen Netzwerken und Verbänden. Sein Ziel ist die Transformation der gesamten Veranstaltungsbranche hin zu einer klimaneutralen und nachhaltigen Veranstaltungswirtschaft.

Seit vielen Jahren betreut Stefan Lohmann den Deutschen Nachhaltigkeitspreis als Artist Relations Manager und ist offizieller Partner. Künstler beim Deutschen Nachhaltigkeitspreis: Billie Eilish, Joss Stone, Elton John, Annie Lennox, Jamie Cullum, Westernhagen, Die Fantstischen 4, Jan Delay, Joy Denalane Milky Chance, Jack Johnson, Rea Garvey, ...

Stefan Lohmann ist Co-Gründer des nachhaltig agierenden Berlin Show Orchestra, das Platz 1 der Albumcharts erreichte zusammen mit dem erfolgreichsten deutschen Elektro-Künstler Schiller, und viele internationale Stars begleitet und Live-Entertainment-Konzepte für unterschiedlichste Veranstaltungsformate umsetzt.

Zudem ist er Gründer von Sustainable Event Solutions, einer Online-Plattform und Netzwerk, das die nachhaltigen Lösungen und Lieferant\*innen der Eventbranche sichtbar macht. Stefan Lohmann berät und unterstützt Veranstalter\*innen, Supplier und Künstler\*innen, um klimaneutrale und nachhaltige Veranstaltungen umzusetzen. Foto: MEET Germany



Andrea Aulkemeyer  
Foto: Deutsche  
Messe

## Andrea Aulkemeyer wird neue CFO der Deutschen Messe

Der Aufsichtsrat der Deutschen Messe AG hat **Andrea Aulkemeyer** (57) mit Wirkung zum 1. Mai 2022 zur neuen Finanzvorständin (CFO) des Unternehmens bestellt. Damit obliegt ihr die Gesamtverantwortung für die Geschäftsbereiche „Finance & Administration“ sowie „Operations“. Dr. Jochen Köckler verantwortet als Vorsitzender des Vorstandes (CEO) die Bereiche „Trade Fair & Product Management“ und „Sales“. Die CFO-Stelle wurde im Rahmen der Restrukturierung der Deutschen Messe AG neu geschaffen. Vom 1. Mai 2022 an ist der Vorstand der Deutschen Messe mit Dr. Jochen Köckler als CEO und **Andrea Aulkemeyer** als CFO komplett.



Peter Berhörster  
Foto: Dolce/Hauler

## Peter Berhörster ist neuer General Manager im Dolce by Wyndham Bad Nauheim

**Peter Berhörster** ist neuer General Manager im Dolce by Wyndham Bad Nauheim. Der 53-Jährige übernahm im April 2022 den Staffstab von Harald Hock, der das Hotel insgesamt über neun Jahre in verschiedenen Führungspositionen erfolgreich begleitet hat. Sein Nachfolger **Peter Berhörster** verfügt über mehr als 30 Jahre Erfahrung in der Vier- und Fünf-Sterne-Hotellerie. Seine Expertise brachte er als Vorstandsmitglied bereits in mehreren Gremien der Branche ein – darunter die Frankfurt Hotel Alliance sowie die Tourismus Boards in Frankfurt und Darmstadt. Im Laufe seiner Karriere war er in die Opening-Phasen einiger Häuser involviert, lenkte oft maßgeblich die entsprechenden Prozesse – zuletzt im Greet Hotel Darmstadt. Im Intercity Hotel Frankfurt zeichnete er zuvor in der gleichen Position für das Re-opening und Re-branding nach umfangreicher Renovierung verantwortlich. Unter seiner Leitung gelang 2018 auch die Integration in die Kollektion der World Hotels. Zu den weiteren Häusern, in denen der gebürtige Paderborner tätig war, zählen das Residence Inn by Marriott Frankfurt, das Maritim Hotel Frankfurt, das Rocco Forte-Haus Villa Kennedy Frankfurt, das Pestana Berlin Tiergarten und das Victor's Residenz-Hotel Berlin.



Anne Bosse  
Foto: koelnmesse

## Anne Bosse wird Mitglied der Geschäftsleitung

**Anne Bosse** (43), seit 2018 Zentralbereichsleiterin Personal der Koelnmesse GmbH und seit 2008 im Unternehmen tätig, wird mit Wirkung vom 1. Juni 2022 in die Geschäfts-



Benny Dippe, Gary  
Payn, Lukas von  
Monkiewitsch  
Foto: Uniplan

## Uniplan mit drei neuen Creative Directors

Uniplan hat drei erfahrene Kreativkräfte verpflichtet: **Benjamin „Benny“ Dippe** und **Gary Payn** verstärken jeweils als Creative Director seit dem 1. April 2022 das Team um ECD Mark Bernhardt, **Lukas von Monkiewitsch** seit 1. Mai. Die beiden mehrfach ausgezeichneten Kreativdirektoren Dippe und Payn sind in der kreativen Konzeption zu Hause, Dippe mit Fokus auf Brand Experience und Payn mit Schwerpunkt CX. Der auf Bewegtbild spezialisierte Kreativdirektor von Monkiewitsch verstärkt die Kreativabteilung der Agentur im Bereich Motion Design.

**Benny Dippe** ist seit mehr als 20 Jahren in der Branche tätig und wurde in dieser Zeit mehrfach für seine Arbeiten ausgezeichnet. Er war davor für unterschiedliche Unternehmen und Agenturen tätig, unter anderem als Kreativdirektor bei Fischer-Appelt. Vor seinem Wechsel zu Uniplan war er viele Jahre Creative Director bei „DO IT!“, einer Agentur für Live-Kommunikation.

**Gary Payn** ist strategisch-konzeptioneller Kreativdirektor mit mehr als 18 Jahren Berufserfahrung in Werbe- und Digitalagenturen. Der gebürtige Südafrikaner hat im Laufe seiner Karriere ebenfalls eine Reihe Awards gewonnen und kommt von Gator (ehemals Gedankentanken), wo er Head Creative und Design Director war. Davor war Payn Executive Creative Director Digital bei Jung von Matt Neckar und bei weiteren namhaften Agenturen in Südafrika beschäftigt.

**Lukas von Monkiewitsch** beschäftigt sich seit über zehn Jahren mit ganzheitlichen Gestaltungsansätzen mit dem Schwerpunkt auf Film und Motion. Zuvor war von Monkiewitsch Geschäftsführer und Kreativdirektor seines eigenen Design-Studios, das er nach seiner Tätigkeit als Art- bzw. Kreativdirektor bei Meiré und Meiré gründete. Darüber hinaus war er in den vergangenen Jahren regelmäßig als Dozent an diversen Hochschulen tätig.



## Das neue hybride Mindset prägt die Planung von Events und Live-Marketing | von Colja M. Dams

**EVENTS HABEN** sich in den digitalen oder hybriden Raum verlagert. Digitalisierung ist erfolgreich im Event angekommen. Mit der fortschreitenden Digitalisierung eröffnen sich für Events im Live-Marketing immer mehr Möglichkeiten, mit den Zielgruppen in Kontakt zu treten.

Zunehmend zeigt sich im Live-Marketing ein neues hybrides Mindset – das Bewusstsein über die Wahlfreiheiten in der Planung von Events – live, digital und hybrid. Diese Wahlfreiheit und Unabhängigkeit begleiten uns im Live-Marketing immer mehr.

Mit digitalen und hybriden Events wird die Art und Weise, wie wir in Zukunft Veranstaltungen planen, designen und erleben, nachhaltig transformiert und die Kraft des Live-Erlebnisses deutlich herausstellt.

Aktuell zeigt sich deutlich: Die Menschen möchten physisch face-to-face mit anderen Menschen zusammenkommen –

die Rückkehr von echten Live-Events, von Messen, Kongressen haben alle sehnlichst erwartet. Die kraftvolle Wirkung von Live-Events basiert auf dem tiefen menschlichen Verlangen nach Gemeinschaft, dem sozialen Kontakt zu anderen Menschen – dem „Lagerfeuer Gen“ in jedem von uns. Es ist die kommunikative Kraft des direkten Kontakts, die das Live-Event so stark macht.

In den vergangenen zwei Jahren hat sich der Umgang mit Geschäftsreisen jedoch sehr gewandelt. Das neue digitale Arbeiten in Unternehmen hat zu einem digitalen Selbstverständnis geführt. Auch haben sich die Bedürfnisse der Zielgruppen geändert. Autonomie und Wahlfreiheiten des Einzelnen rücken immer mehr ins Zentrum.

Bei digitalen Formaten steht die Reichweite der Kommunikation im Fokus. Digitale Formate werden in aller Regel orts- und zeitunabhängig genutzt und sind nahezu immer und überall verfügbar sind.

Weitere Argumente sind Nachhaltigkeit (z.B. Reduzierung von Emissionen durch Reduzierung von Reisen zu physischen Treffen), Effektivität und Effizienz (z.B. durch die Reduzierung der Reisezeit zu physischen Treffen) sowie Convenience (es ist bequemer, die Veranstaltung auf dem eigenen Monitor zu verfolgen).

Es zeichnet sich immer mehr ab, dass hybride Events die Zukunft sein werden. Das bedeutet, digitale Events werden bleiben, unterstützt durch punktuelle Live-Events. Bei hybriden Events werden Menschen digital und vor Ort miteinander vernetzt. Sie ermöglichen Gästen eine Teilnahme „in-person“ oder digital und bieten dabei jeweils ein gleichwertiges Markenerlebnis. Sie schaffen echte Interaktionsmöglichkeiten zwischen Teilnehmenden und Veranstaltenden – und zwar ganz gleich, ob diese vor Ort sind oder digital zugeschaltet sind und bieten damit die Flexibilität, die heute mehr denn je gefordert wird.



Colja Dams, CEO VOK DAMS Events & Live-Marketing, Foto: VOK DAMS

## So nah an der Realität, wie noch nie: Events im Metaverse

Die nächste Stufe der Event-Evolution steht bevor. Mit der Digitalisierung von Events werden die Grenzen zwischen virtueller und echter Welt zunehmend aufgebrochen. Das Metaverse wird diese Barrieren für echte live Events im digitalen Raum komplett einreißen. Unsere Realität wird sich um neue, virtuelle Realitäten erweitern, in der es möglich sein wird, lebendige Begegnungen und realistische, immersive Erfahrung mit einer erweiterten digitalen Identität zu sammeln – mit unseren eigenen Avataren.

Es werden sich eine neue Wirtschaft, ein neues Umfeld für Arbeit und Socialising, neue Währungen und Verhaltensweisen in VR-Welten etablieren. Es wird zum neuen Operating System für Hybrid Events werden, das den Möglichkeiten für Brand Experiences keine Grenzen setzt.

Das Potenzial wird von Marken wie Coca-Cola, Burberry oder Nike in ersten Metaversum-ähnlichen Welten bereits erfolgreich genutzt. Die Dynamik nimmt zu. Wir befinden uns jetzt in den entscheidenden Momenten für das Metaverse, wie es die Zukunft prägen wird. Wie sich Events, Konferenzen und Messen im hybriden Raum revolutioniert werden.

### Events im Metaverse der Zukunft – Next-Level Hybrid-Erlebnis

Events im Metaverse finden als Erweiterung der Realität in Echtzeit statt. Es ist eine Verschmelzung von Live und Digital – es werden echte Live-Erfahrung im dreidimensionalen Raum gesammelt. Das Metaverse umfasst die digitale und die physische Welt, es umfasst private und öffentliche Erlebnisse, offene und geschlossene Veranstaltungen. Das Erlebnis erreicht ein völlig neues Level der Immersion.

#### 1. Interaktionen werden menschlicher – Serendipity Effect

Die erweiterte, digitale Identität in Form eines Avatars kann während einer digitalen Veranstaltung in 3D gehen, sprechen, händeschütteln, teilen, liken, kommentieren und konsumieren. Man kann sich frei bewegen, erlebt Zufallsmomente, zufällige Begegnungen und kann genauso interagieren, wie auf jedem echten Live Event. Digitale Interaktionen werden humanisiert, die Partizipation gesteigert. Die menschlich-emotionale Komponente findet durch die vielen Interaktionsmöglichkeiten einen neuen starken Weg im digitalen Raum. Und es sind die Emotionen, die jede Brand Experience so einzigartig und unvergesslich machen.

#### 2. Unbegrenzte Anzahl an Nutzern

Events im Metaverse kennen kein Limit an Teilnehmenden. Jeder hat die Möglichkeit an einem Event, Ort oder einer Aktivität teilzuhaben, während gleichzeitig jedem Nutzer ein individuelles Gefühl der "Präsenz" vermittelt wird. Events sind nicht durch die Kapazität oder das Design des digitalen Raums eingeschränkt, was eine unbegrenzte Skalierbarkeit ermöglicht. Ein Veranstaltungsort im Metaversum kann so gestaltet werden, dass er genau auf die

Bedürfnisse der Teilnehmenden und des Eventformats zugeschnitten ist.

#### 3. Ein völlig neues Ökosystem für Events

Das Metaverse wird zu einem völlig neuen Ökosystem. Hier können Dinge erschaffen, besitzt, verkauft und investiert werden. In diesem Zusammenhang werden Blockchain-fähige Güter wie z.B. NFTs für das digitale Markenerlebnis eine zentrale Rolle spielen.

#### 4. Das Metaversum wird zum neuen Operating System für Hybrid Events

Das Metaversum kann ständig durch neue Inhalte erweitert werden – es lebt von Content und Erlebnissen, die sich mit offenen Plattformlösungen nahtlos einfügen lassen. Es wird zum neuen Betriebssystem, Operating System für Hybrid Events.

Mittelfristig werden digital und real durch AR verschmelzen. So entstehen die ultimativen Hybrid Events. Virtuelle Welten erweitern reale Räume, Avatare und reale Menschen interagieren nahtlos. Die vollendete Vision des Metaverse in 3D ist noch nicht marktreif aber es gibt schon heute spannende Möglichkeiten für immersive Markenerlebnisse, die von Brands wie z.B. McDonalds, Adidas oder Burberry erfolgreich genutzt werden, um mit Kundi\*innen auf der ganzen Welt zu interagieren.

Schon heute gibt es Metaversum-ähnliche Welten, die entscheidende Elemente des zukünftigen Metaverses integrieren und so einen neuen, starken Weg für die Brand Experience bieten. Dazu zählen zum Beispiel Meta Horizon Worlds, Decentraland, Microsoft AltSpaceVR oder Microsoft Mesh for Teams.

Hier kann man die Vision des Metaverse schon heute erleben und die Brand Experience auf ein neues Level heben.

Die technischen Möglichkeiten werden uns permanent beschäftigen. Da Trends längerfristig nicht das Verhalten von Menschen verändern können, werden sich nur die Trends erfolgreich etablieren können, die sich an den Bedürfnissen der Menschen orientieren. Eventformate verändern sich analog den Bedürfnissen der Besucher\*innen. Bedürfnisse wie Wertschätzung, Erlebnis, Relevanz, Emotionalität, Storytelling, Mehrwert, Authentizität – das werden die Maßstäbe für erfolgreiches Next Level Marketing sein.

## „Das Beste liegt immer vor uns“

**Nadja Kahn ist seit Jahren erfolgreich mit ihrer Agentur Kahn Events am Markt. Wie sie die letzten zwei Jahre erlebt hat, welche Erkenntnisse sie gewonnen und welche Trends abzusehen sind, hat sie uns in einem Interview geschildert.**



Nadja Kahn ist mit ihrer Agentur Kahn Events seit fast 20 Jahren am Markt etabliert. Die gelernte Reiseverkehrskauffrau und studierte Diplom-Betriebswirtin gab uns einen Rückblick auf die letzten zwei Jahre und einen äußerst positiven Ausblick auf die Zukunft.

Foto: Nadja Kahn

**Frau Kahn, es liegen zwei mehr als herausfordernde Jahre hinter uns. Die Pandemie hat die gesamte Branche in jedem Aspekt durchgeschüttelt. Wie haben Sie die letzten 2 Jahre erlebt?**

Die letzten zwei Jahre haben uns enorm wachsen lassen. Innerlich, aber auch was unsere Aufgabenbereiche angeht. Wir haben bereits im März 2020 die Online-Party-Box ins Leben gerufen, als wir festgestellt haben, dass man keine Live-Events mehr machen kann und die Menschen nicht mehr zum Event gehen können. Deswegen haben wir gesagt, dann bringen wir das Event eben zu den Menschen und sorgen wie im richtigen Leben für die Location, die dann eben digital ist.

**Hatten sie vor Corona daran gedacht, dass sie digitale Events organisieren?**

Ganz ehrlich gesagt, hätte ich im Vorfeld nie vermutet, dass ich mich einmal mit

digitalen Veranstaltungen auseinandersetze. Was uns sicherlich zugutekam, war die Tatsache, dass wir intern das Teilnehmermanagement bereits professionalisiert hatten. Wir haben auch von Anfang an gesagt wir brauchen nicht viel, aber dafür gute Technik. Und genau diese hatten wir im Bereich Teilnehmermanagement bereits implementiert, bevor es mit den digitalen Events richtig los ging. Das hat uns in jedem Fall geholfen in den digitalen Bereichen schnell Fuß zu fassen und uns entsprechend gut auszukennen. So konnten wir auch schnell sagen was brauchen wir noch, oder was können wir bereits nutzen? Welche Tools können wir im Back-Office vielleicht selber aufsetzen? Das hätten wir alles sicherlich nicht getan, hätte es Corona nicht gegeben und wenn diese Zeit nicht so gewesen wäre.

**Wie haben sich diese Entwicklungen ausgewirkt?**

Deswegen sagte ich, wir sind enorm gewachsen. Auch wenn es eine unfassbare harte Zeit war, in der wir durchgeschüttelt wurden – auch was das Team angeht – haben wir tolle neue Kontakte kennengelernt und sind jetzt zwei Jahre später an dem Punkt, wo wir zusätzlich zu den digitalen Events und den Boxen auch wieder live anbieten können. Und auch tun.

**2022 startete sehr verhalten. Sind dennoch Änderungen bei den Kunden sicht- und spürbar?**

Es gibt deutliche Veränderungen zu den Vorjahren. Das heißt wir haben wirklich wieder Live-Events, auch im Ausland. Wir planen derzeit beispielsweise in Valencia, in Budapest und Lissabon. Aber auch in Deutschland stehen schon einige Events im Kalender. Es kommen auch sehr viele Events zurück, die wir bis 2020 regelmäßig durchgeführt haben, die dann in den digitalen Raum verlagert wurden, oder aber ausgefallen sind, die jetzt aber doch nachgeholt werden sollen.

Auch Kunden, die wir in den letzten zwei Jahren über digitale Events kennengelernt haben, kommen jetzt auf uns zu und möchten Live-Events mit uns machen. Das ist natürlich eine ganz besonders schöne Sache.

**Und wie sieht es bei den Budgets aus? Es gab viele Theorien, dass Events kleiner und exklusiver werden? Ist davon etwas zu merken?**

Unsere Anfragen, die wir aktuell auf dem Tisch haben, oder bestätigte Projekte, haben durchaus größere Personenzahlen. Wir haben Reisen, die wir mit 150 Gästen planen und wir haben auch einen Familientag in Planung, wo wir mit 5.000 Gästen planen. Daher kann ich nicht sagen, dass man im Moment klein denkt.

**Also eher größere, aber dafür nicht so viele Events?**

So pauschal kann man es auch nicht sagen. Eher: Jetzt ist der Moment und wir machen's! Das englische Sprichwort Live is life trifft es wirklich sehr passend. Denn genau das ist es was die Menschen jetzt wollen: Leben. Die Menschen wollen eben nicht mehr nur vor einem Bildschirm sitzen, sondern sie wollen wirklich die Atmosphäre wieder teilen, sie wollen ein echtes Gespräch, auch wenn man verstanden hat, dass man digital natürlich auch zusammenkommen kann, aber live ist eben das geteilte Komplett-Erlebnis. In gewisser Weise soll das eben auch nachgeholt werden. Das was in den letzten zwei Jahren eben einfach nicht möglich war.

**In einer LinkedIn-Umfrage hatten Sie sich auch direkt an die Teilnehmer von digitalen Events gewendet, um herauszufinden wie sich die Gäste-Quote seit März 2020 entwickelt hat. Welche Ergebnisse haben Sie bekommen?**

Generell lässt sich sagen, dass die Teilnehmer über die Zeit deutlich weniger geworden sind. Und das Interesse an Online-Events lässt deutlich nach. Es ist einfach so.

**Laufen Live-Events den digitalen Ausgaben also (wieder) den Rang ab?**

Ich sehe das Ganze eher wie eine Pendelbewegung. Es gab erst einmal einen extremen Online-, aktuell gibt es einen extremen live-Trend. Mit der Zeit wird es sich aber einpendeln und zu einer ausgewogenen Mischung der Formate führen. Es wird schließlich auch in Zukunft solche Formate geben, bei denen es absolut sinnvoll ist, sich gezielt für den Part on-

line dazuzuschalten, der für den jeweiligen Teilnehmer interessant ist. Diese Erweiterung der Möglichkeiten, die die vergangenen Jahre zwangsläufig mit sich gebracht haben, empfinde ich als einen großen Gewinn – auch für die Zukunft.

**Welche Formate werden Ihrer Meinung nach auch in Zukunft stark von Online-Events geprägt sein?**

In jedem Fall die Veranstaltungen, bei denen primär die Wissensvermittlung Thema ist. Also wenn es darum geht, dass ich up-to-date sein will. Wenn beispielsweise Ministerien über Gesundheitsprogramme informieren, oder neue Richtlinien vorgestellt werden. Es ist deutlich einfacher und zeitsparender sich dort online einzuwählen, anstatt teilweise mehrere Stunden Fahrtzeit zu investieren, um vor Ort dabei zu sein. Ich glaube Online-Events dieser Art werden in jedem Fall Bestand haben, weil sie die Möglichkeit

bieten, unkompliziert informiert zu bleiben. Eine Einschränkung sehe ich allerdings im Netzwerk-Anteil beziehungsweise der Möglichkeit zum Netzwerken und persönlichen Austausch. Sollte dieser Aspekt eine Plangröße sein,

wird die Veranstaltung eher live als digital stattfinden.

**Netzwerk-Möglichkeiten sind also auch für Sie ein wichtiger Teil des erfolgreichen Event-Konzeptes?**

Ja, in jedem Fall! Der Austausch ist bei einigen Themengebieten und Formaten einfach unersetzlich und fehlt bei digitalen Events noch.

**Gibt es für Sie noch weitere Aspekte, die Live-Events so besonders machen?**

Ein Live-Event ist ja auch deshalb so besonders, weil es eben keine Aneinanderreihung von Tätigkeiten ist. Ein Event erzählt eine Geschichte. Und diese erzählen wir wiederum mit allen Sinnen. Und genau das ist es, was online oder digitale Events so schwierig macht. Es gibt zwar verschiedene Möglichkeiten die Sinne anzusprechen. Auch beispielsweise mit unseren Event-Boxen. Aber man erreicht nie das gleiche Erlebnis. Es ist einfach nicht das gleiche. Es ist eine Ergänzung und eine Möglichkeit, aber das langdauernde

Erlebnis kann ich online einfach schwieriger abbilden.

**Erhalten Live-Events dadurch vielleicht auch wieder mehr Wertschätzung?**

In jedem Fall! Und dafür bin ich auch dankbar. Denn vor Corona war schon eine gewisse Inflation spürbar. Früher wurde schnell verglichen und gemeckert. Heute hingegen ist Dankbarkeit spürbar, wenn ein Veranstalter sagt, wir machen eine Veranstaltung. Diese Momente werden achtsamer und mit mehr Dankbarkeit gelebt. Auch das Thema No-Shows wird sich etwas verändern. Durch die Dankbarkeit kommt auch die Achtsamkeit wieder. Die Selbstverständlichkeit schwindet wieder. Und das ist auch gut so!

**Sind zusätzlich zur gestiegenen Wertschätzung weitere Trends zu erkennen?**

Unsere Branche war zwar schon immer sehr flexibel, doch dies hat sich den letzten Monaten noch weiter verstärkt. So suchen wir beispielsweise auch schon proaktiv nach größeren Locations. Also mit einer höheren Kapazität, als wir eigentlich benötigen, um entsprechende Ausweichmöglichkeiten zu haben. So können wir garantieren, die dann geltenden Regeln auch umsetzen zu können. Hier ist das Stichwort Abstandsregelung ein wichtiger Punkt. In diesem Zusammenhang sind dann natürlich die Locations die absoluten Gewinner, die diese Flexibilität mitanbieten können.

**Gibt es denn auch von Kundenseite her speziellere Wünsche?**

Exklusivität wird sehr gerne gewünscht. Einfach um die Risiken zu minimieren. Das ist das eine und wenn es Außenbereiche gibt, werden diese immer bevorzugt. Und auch hier zeigt sich, dass Locations, die beides anbieten können, also im Zweifel auch eine Schlecht-Wetter-Alternative haben, auf der Gewinner-Seite stehen.

**Wie sehen Sie die Zukunft?**

Es wird in der nahen Zukunft sicherlich noch einige Herausforderungen geben, die es zu meistern gilt. Und das auch auf ganz unterschiedlichen Ebenen. Das haben ja auch die letzten Monate sehr deutlich gezeigt. Allerdings war ich schon immer ein eher positiver Mensch. Und daher sage ich mir immer: Das Beste liegt immer vor uns! Und daran glaube ich ganz fest!

Die letzten zwei Jahre haben uns enorm wachsen lassen.

# Meeting- & EventBarometer 2021/22: Hybride Formate treiben Transformation des Veranstaltungsmarktes

Nach den starken Verlusten im ersten Corona-Jahr ging die Zahl der Geschäftsreisenden insgesamt aus Europa nach Deutschland 2021 nach Analysen von IPK International noch einmal um zwölf Prozent zurück. Trotzdem führte Deutschland das Ranking der europäischen Geschäftsreiseziele mit großem Abstand weiter an. Von den 29,7 Millionen Geschäftsreisen der Europäer im Jahr 2021 führten 4,4 Millionen nach Deutschland. Auf den Plätzen zwei und drei folgen Frankreich mit 2,4 Millionen und Italien mit 2,3 Millionen. Das Segment der promotablen Geschäftsreisen trug 2,1 Millionen Reisen zum deutschen Incoming im Business Travel-Markt bei. Aus den USA stabilisierte sich das Geschäftsreiseaufkommen im zweiten Corona-Jahr mit 300.000 Geschäftsreisen, davon waren 71 Prozent MICE-Reisen.

## Meeting & EventBarometer 2021/22



Hybride Formate treiben Transformation des Veranstaltungsmarktes



Megatrends Digitalisierung und Nachhaltigkeit prägen die Transformation



Aktuelle Entwicklungen beeinflussen die Transformation des Marktes



Rückkehr von Präsenzteilmehmer\*innen erwartet



Märkte: Long-Haul Destinationen kommen zurück



Personalbedarf ist eine der großen Herausforderungen für die Erholung des Marktes



© GCB German Convention Bureau e.V.

**DIE PROGNOSEN** für das Jahr 2022 sind positiv: Laut Studien von IPK International planen 23 Prozent der Befragten weltweit Geschäftsreisen ins Ausland. In Asien (38 Prozent) und Amerika (33 Prozent) sind die Geschäftsreiseabsichten deutlich stärker ausgeprägt als in Europa (14 Prozent). Im Vergleich zu den weltweiten Reiseabsichten übersteigt bei den Deutschlandinteressierten die Nachfrage nach MICE-Reisen mit 79 Prozent das Segment der traditionellen Geschäftsreisen mit 49 Prozent deutlich.

Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstands der DZT: „Deutschland als führen-

des Geschäftsreiseziel im internationalen Vergleich ist auf das New Normal bestens vorbereitet. Zum einen haben sich die Akteure mit innovativen Produkten auf die künftigen Anforderungen des Marktes eingestellt: Hybride Formate verbinden die Stärken virtueller Veranstaltungen mit der besonderen Atmosphäre persönlicher Begegnungen. Zugleich kann über digitale Vernetzung der Wirkungsradius von Events vergrößert werden, ohne den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck durch stetig wachsendes Reiseaufkommen zu erhöhen – ein wertvoller Beitrag zu einem nachhaltigeren Geschäftsreisesegment. Zum anderen sehen

wir einen deutlichen pent up demand. In den Märkten, die von den Reisebeschränkungen durch Corona mehr betroffen waren, steigen die Reiseabsichten überproportional. Das bestätigt die große Bedeutung von Präsenzteilmehmern im Mix aus Online-, Analog- und Hybridveranstaltungen. In der Verbindung aus innovativen Angeboten, Sensibilität für einen ressourcenschonenden Tourismus und hoher Nachfrage sehen wir große Chancen, die Top-Position Deutschlands als Geschäftsreiseziel auszubauen.“

## Der deutsche Veranstaltungsmarkt

Das zweite Jahr der Corona-Pandemie zeigt klare Perspektiven für den Veranstaltungsmarkt in Deutschland auf. So ist die Zahl der Präsenzteilnehmer gegenüber dem Vorjahr um 10,3 Prozent gestiegen. Verantwortlich dafür ist neben der reinen Präsenzteilnahme insbesondere der starke Anstieg derjenigen, die sich für die Vor-Ort-Teilnahme an hybriden Formaten entscheiden. Von allen 68,4 Mio. Menschen, die 2021 ein Business Event vor Ort besuchten, nahmen 50 Mio. an einer reinen Präsenzveranstaltung teil (2020: 60 Mio.), 18,4 Mio. (2020: 1,8 Mio.) an einem hybriden Format. Während die Zahl der Teilnehmer an reinen Präsenzveranstaltungen Pandemie-bedingt leicht zurück ging, erwiesen sich also hybride Formate, das heißt Präsenzveranstaltungen mit der Option zur Online-Teilnahme, als Treiber des Marktes. 2021 fanden in Deutschland über alle Formate – online, hybrid, analog – hinweg insgesamt 4,2 Mio. Veranstaltungen (2020: 2,3 Mio.) mit 432 Mio. Teilnehmer (2020: 232,5 Mio.) statt. Die Angebotsseite, d.h. die Zahl der Veranstaltungsstätten, blieb auch im zweiten Krisenjahr stabil. Die Entstehung neuer Locations mit angepassten Leistungen, beispielweise durch die Umnutzung von Bestandsgebäuden, untermauert die grundsätzlich positiven Zukunftserwartungen.

Beruflich motivierte Reisen nehmen im Vergleich zum Vorjahr wieder zu, wenn auch weiterhin mit Kapazitätsanpassungen und eingeschränktem internationalen Reiseverkehr. Diese Einschränkungen spiegeln sich auch in den Zahlen internationaler Teilnehmer wider. Ihr Anteil betrug im Jahr 2021 durchschnittlich 2 Prozent.

## Digitalisierung trifft Nachhaltigkeit

Die Bedeutung der Digitalisierung ist durch die Corona-Pandemie stark vorangetrieben worden. Virtuelle Formate haben den Veranstaltungsmarkt strukturell verändert und gleichzeitig auch ein höheres Bewusstsein für nachhaltiges Handeln bei Business Events geprägt. 79 Prozent der befragten Veranstalter gaben an, dass Nachhaltigkeit für sie eine wichtige Rolle spielt und ihre Entscheidungsfindung maßgeblich beeinflusst. Besonderes Gewicht haben dabei Mobilitätsthemen rund um Veranstaltungen. Angesichts der Verzahnung

der Megatrends Digitalisierung und Nachhaltigkeit gewinnen hybride Veranstaltungen doppelt an Bedeutung. Sie haben im Jahr 2021 mit 0,36 Millionen durchgeführten Veranstaltungen einen überragenden Zuwachs von 280 Prozent erzielt. Mit 3 Millionen Veranstaltungen stieg auch der Anteil virtueller Formate um 120 Prozent. Die Anzahl reiner Präsenzveranstaltungen lag bei 0,8 Millionen und ist somit im Vergleich zum Vorjahr leicht zurückgegangen. Gleichwohl: Die Vor-Ort-Teilnehmer von hybriden Formaten bilden gemeinsam mit den Teilnehmer an reinen Präsenzformaten eine wachsende Gruppe von Menschen, die sich persönlich treffen will.

## Business Events der Zukunft sind mehrdimensional

Diese Zahlen verdeutlichen den Bedarf nach einem doppelten Fokus auf persönlicher Begegnung und virtueller Vernetzung, der sowohl von den befragten Veranstaltern als auch von den Anbietern mit Blick auf die Marktentwicklung der nächsten Jahre bestätigt wird. Die Flexibilität, die Teilnehmer dadurch erleben, erhöht auch die Reichweite der Veranstaltungen spürbar. „Die Ausdifferenzierung der Teilnahmeart spiegelt eine übergeordnete Entwicklung wider: Die Zukunft von Business Events ist nicht eindimensional, sondern eröffnet unterschiedliche Szenarien“, sagt Matthias Schultze, Geschäftsführer des GCB. „Während sich die einen maximal flexible Remote-Angebote wünschen, bevorzugen andere den persönlichen Draht in authentischer Umgebung. Diese gewandelten Kundenanforderungen gilt es künftig noch differenzierter zu betrachten und entsprechende Angebote zu schaffen. Der Tagungs- und Kongressstandort Deutschland ist auf die Vielfalt der Nachfrage mit seinem ebenso vielfältigen Angebot bestens eingestellt.“

## Personalbedarf ist eine der großen Herausforderungen für die Erholung des Marktes

Absagen und Verschiebungen aufgrund staatlicher Corona-Maßnahmen, insbesondere Veranstaltungsverbote und Kapazitätsbeschränkungen, beeinflussten auch 2021 die Umsatzentwicklung: Die Anbieter erzielten rund 62 Prozent weniger Umsatz als im Jahr 2019, verglichen zum Vorjahr jedoch ein Plus von 0,7 Prozent. Der Ausblick

in die Zukunft ist positiv: Veranstaltungszentren, Tagungshotels und Eventlocations erwarten in den nächsten Jahren konstantes Wachstum, das teilweise sogar das Vorkrisen-Niveau überträfe. Zur größten Herausforderung wird dabei das Thema Personal: Ein großer Teil der Betriebe sucht neue Mitarbeiter quer durch alle Qualifikationsebenen, hat derzeit jedoch Schwierigkeiten, den Bedarf zu decken. „Die deutschen Veranstaltungsstätten sind aktuell noch stark von der Corona-Pandemie betroffen, können angesichts zukunftsfähiger Angebote aber optimistisch nach vorne blicken“, so Ilona Jarabek, Präsidentin des EVVC. „Um die künftige Nachfrage in gewohnt hoher Qualität bedienen und Arbeitskräfte für unsere Branche gewinnen zu können, brauchen wir jedoch neue Arbeitszeitmodelle, Nachwuchsförderung und gezielte Weiterbildung. Das gilt umso mehr, als dass ein umfassendes Serviceangebot zu den Top-Entscheidungsfaktoren bei der Wahl einer Location gehört.“

## Transformation setzt sich auch unter aktuellen Entwicklungen fort

Die Ergebnisse des Meeting- und EventBarometers 2021/2022 zeigen: Nachhaltigkeit und Digitalisierung sind die Grundvoraussetzungen für die gelungene Erholung des deutschen Veranstaltungsmarktes. Anbieter und Veranstalter haben den Nutzen digitaler und hybrider Formate wie auch den Wunsch nach bedeutsamer persönlicher Begegnung an authentischen Orten erkannt und passen sich den entsprechend veränderten Bedürfnissen im Markt an. Veranstaltungen mit einem hohen Anteil an Teilnehmer vor Ort bilden weiterhin den Kern einer zukunftsfähigen Branche im Wandel.

Neben Megatrends wie Digitalisierung und Nachhaltigkeit wird die Transformation des Marktes auch von aktuellen Entwicklungen geprägt. In einer aktuellen Analyse im Auftrag des GCB zeigt Oxford Economics unter Berücksichtigung der Entwicklung der Corona-Pandemie, der Einschränkungen internationaler Lieferketten sowie des Krieges in der Ukraine drei unterschiedliche Prognosen auf. Gemäß des mittleren „Baseline“-Szenarios rechnen die Analysten bereits bis 2024 mit einer weitgehenden Erholung des Marktes in Bezug auf die Zahl der Veranstaltungsteilnehmer.

## Grenzenloses Eventdesign – Wissen für gute Veranstaltungskultur



Die Impulspapiere von Convention Partner Vorarlberg vermitteln Wissen für die Veranstaltungsbranche. Sie zeigen Zutaten, praktische Beispiele und wichtige Voraussetzungen für lebendige Veranstaltungsformate und richten sich an alle, die Veranstaltungen organisieren und durchführen.

Die erste Ausgabe widmet sich dem Thema "Wirksame Begegnungen". Die Veranstaltungsbranche lebt bekanntlich vom menschlichen Drang nach Begegnung. Eine hohe Begegnungsqualität ist kein Luxus, auf den im beruflichen Kontext verzichtet werden muss. Im Gegenteil! Vielmehr ist sie die Grundlage, damit Menschen gemeinsam lernen, co-kreieren und kooperieren können.

Wie müssen Veranstaltungen also gestaltet sein, um erfolgreiche Begegnungsräume zu schaffen? Und was sind Elemente einer lebendigen Begegnungskultur? Das Impulspapier 01 gibt Antworten dazu.

„Unser Anliegen ist es Veranstaltungen lebendiger und nachhaltiger zu gestalten. In unseren Impulspapieren vermitteln wir, wie das gelingt. Die erste Ausgabe beschäftigt sich mit dem Thema Wirksame Begegnungen und richtet sich an alle, die Veranstaltungen für und mit Menschen gestalten wollen. Viel Freude beim Lesen!“, Anja Neumann, Convention Partner Vorarlberg.

Zum kostenlosen Download:



## Singapur: für vollständig Geimpfte entfällt die Testpflicht vor Einreise

Singapur hat weitere Lockerungen der COVID-19-Reiseanforderungen im Rahmen des „Vaccinated Travel Framework“ (VTF) bekannt gegeben. Das VTF wurde am 1. April 2022 eingeführt, seither richten sich die Einreisebestimmungen nach dem Impfstatus des Reisenden. Vollständig geimpfte Personen können grundsätzlich jederzeit und auf jedem

Weg (Luft, See, Land) quarantänefrei nach Singapur einreisen. Auch die Pflicht zum Vorlegen eines negativen Covid-Tests sowie zu weiteren Tests vor Ort in Singapur besteht seit dem 26. April 2022 nicht mehr.

Auch die Maßnahmen für MICE-Veranstaltungen wurden weitgehend gelockert. Events mit bis zu 500 vollständig geimpften Teilnehmern können wieder stattfinden, ohne dass vorher eine behördliche Genehmigung beantragt oder eine maximale Gruppengröße beachtet werden muss. Detaillierte Informati-

onen zu den Einreisebestimmungen: <https://safetravel.ica.gov.sg/>.

Informationen zu den „Safe Management Measures“ für MICE Events:



## Eurowings Discover erhöht Flüge zwi- schen Deutschland und Namibia

Namibia wird als Reiseziel immer beliebter. Das hat auch die Lufthansa Group erkannt und daher wird Windhoek in diesem Sommer das am häufigsten angeflogene Ziel im Flugplan der Eurowings Discover sein. Zusätzlich werden erstmals drei Flüge pro Woche mit einem kurzen Zwischenstopp in Windhoek zu den Viktoriafällen angeboten. Damit ist Eurowings Discover die erste internationale Airline, die die beliebte Attraktion in Simbabwe anfliegt.

Ab dem 27. März heben die Flugzeuge ganzjährig sieben statt fünf Mal pro Woche von Frankfurt am Main zum Nonstop-Flug in Richtung der namibischen Hauptstadt ab. In der zwischen dem 2. Juli bis und dem 11. September 2022 liegenden Hochsaison erhöht die Airline die wöchentliche Taktung um drei weitere Flüge, die jeweils mittwochs, freitags und sonntags in Windhoek starten.

Ein weiteres Highlight im Flugplan von Eurowings Discover ist die Verbindung Windhoek Victoria Falls in Simbabwe (März bis November 2022). Somit können Namibiaurlauber in nur zwei Flugstunden ein weiteres überragendes Naturwunder besuchen. Neu ist, dass die Verbindung Windhoek – Victoria Falls auch losgelöst von der Langstreckenverbindung gebucht werden kann und nunmehr Stop-overs in Namibia auf dem Rückflug aus Victoria Falls Airport möglich sind.

„Namibia ist ein überwältigendes Land, das seine Besucherinnen und Besucher immer wieder in seinen Bann zieht. Wir freuen uns sehr, dass die Lufthansa Group mit diesem Schritt mehr Menschen Möglichkeiten bietet, die Schönheit des afrikanischen Landes zu entdecken und dabei gleichzeitig die namibische Wirtschaft unterstützt, die auf den Tourismus angewiesen ist“, sagt Matthias Lemcke, Acting Area Manager Europe & Manager Marketing and PR Europe des Namibia Tourism Board.

## Let's meet in Brussels



Mit mehr als 200 Veranstaltungsorten und rund 20 000 Gästezimmern bietet Brüssel vielfältige Möglichkeiten für unterschiedliche Veranstaltungsgrößen und -konzepte.

Zahlreiche Veranstaltungsorte und Dienstleistungsangebote wurden als nachhaltig zertifiziert und tragen entweder das Green Key Label oder das Logo für ISO14001 oder ISO 20121.

Letzteres wurde speziell für die Veranstaltungsbranche konzipiert, d. h. für Agenturen, Veranstalter, Eventanbieter, Hotels & Veranstaltungsorte.

Brüssel ist durch seine zentrale Lage nicht nur eine strategisch günstige, sondern auch eine nachhaltige Wahl. Kürzlich sind zahlreiche neue, große Veranstaltungsorte hinzugekommen und haben sich erfolgreich in das bestehende Angebot eingefügt: Da wäre zum Beispiel Skyhall, die neu gestaltete Abflughalle des ehemaligen Flughafens, aber auch die beliebten Veranstaltungsorte auf dem Gelände von Tour & Taxis – darunter Les Sheds und Gare Maritime sowie das Maison de la Poste im Brüsseler Norden – in der Nähe des zentral gelegenen Veranstaltungsviertels Rogier.

In den nächsten zwei Jahren kommen weitere Top-Locations wie die Belgian Beer World (2023) oder das Kanal Centre Pompidou (2024) hinzu. Damit verfügt Brüssel über insgesamt 25 Veranstaltungsorte für Tagungen mit mehr als 1000 Teilnehmern. Angesichts der zahlreichen Hauptsitze internationaler Unternehmen, der EU-Institutionen und Verbände in der Stadt, der Lobbyisten, Medienschaffenden und Wissenschaftler, ist es ein Leichtes, Top-Redner und führende Köpfe für Ihre Veranstaltung zu gewinnen.

Let's Meet in Brussels 2022 Convention Guide:



## Estland entdecken

Das nordeuropäische Land ist eine aufregende Destination, das einzigartige Erlebnisse und Konferenzorte mit historischem Charme verbindet. Durch die vielen geschichtlichen Epochen kann das Land einige unvergessliche und einzigartige Veranstaltungsorte präsentieren.

Die Altstadt Tallins verfügt über einen der besterhaltenen Stadtkerne aus dem Mittelalter, während andere Konferenzorte wie die Universitätsstadt Tartu, der Badeort Pärnu oder die weiten Gebiete unberührter Natur kleinere Stadtmilieus in ruhigerer Umgebung bieten.

Wie wäre es mit einer Tagung im gotischen Rathaus von Tallinn oder im großen Auditorium der Universität Tartu? Oder Alternativ mit einem Galadinner in einem mittelalterlichen Turm, einem jahrhundertalten Wasserflugzeughafen oder einem alten Kraftwerk, das in einen Kulturraum umgewandelt wurde? Kreativen Ideen sind kaum Grenzen gesetzt.

Ein weiterer Vorteil sind die kompakten Stadtzentren Estlands, die die Organisation von Veranstaltungen einfach gestalten. Die konzentrierte Stadtkerne erleichtern das Pendeln zwischen zwei Orten für Gruppen enorm. Innerhalb weniger Minuten sind Ortswechsel ohne Busse oder Taxen möglich.

Estland ist ein grünes und umweltbewusstes Land. Umgeben von über 2000 Inseln und großflächiger Waldlandschaft ermöglicht es Besuchern eine Balance zwischen Natur und Stadt bei interessanten Programmen im Freien. Mit starkem Zum Schutz der hiesigen Natur liegt ein intensiver Fokus auf der Entwicklung nachhaltiger Veranstaltungslösungen.



# Prague InSpires | Von Anna-Lena Gras

**So lautet der offizielle Claim des Convention Bureaus der tschechischen Hauptstadt. Klingt im ersten Moment nach typischer Marketing-Sprache, trotz des kleinen Wortwitzes, denn Spire ist das englische Wort für Turmspitze. Und schließlich wird Prag die Stadt der 100 Türme genannt. Doch nimmt man sich die Zeit und geht auf Entdeckungsreise durch die Stadt, merkt man schnell, wie treffend der Spruch tatsächlich ist.**

**WÄHREND DER LETZTEN** zwei Jahre, die auch für Prag im Hinblick auf die Pandemie nicht einfach waren, herrschte hier kein Stillstand. Viele Hotels und Venues wurden renoviert, andere haben trotz der Pandemie eröffnet oder sind kurz davor. Wie beispielsweise das Andaz Prague, das erst vor einigen Wochen seine Türen öffnete, oder das The Julius Prague.

## Von der Bauform inspiriert

Eines der größten Konferenzhotels der Stadt, das Pyramida, gehört zu den Orea Hotels, der größten tschechischen Hotelkette. Die gute Anbindung des Pyramida überzeugt: Es liegt einerseits nur etwa

zehn Kilometer vom internationalen Flughafen entfernt, andererseits bedarf es nur eines kurzen Transfers, um zu allen wichtigen Sehenswürdigkeiten der Stadt zu gelangen. Erst kürzlich wurde das Vier-Sterne-Haus vollständig renoviert und empfängt seine Gäste nun in insgesamt 340 Zimmern und Suiten.

Für Planer ist nicht nur diese Zahl interessant, denn auch 12 Konferenzräume stehen unter dem pyramidenartig angelegten Haus zur Verfügung.

Die meisten Kapazitäten befinden sich in einem an die Lobby angeschlossenen, aber dennoch separaten Bereich im Erdgeschoss. Hier gibt es insgesamt sie-

ben kleinere Salons sowie das Herzstück des Hauses: die Conference Hall. Der tagelichtdurchflutete Saal erstreckt sich über 520 m<sup>2</sup> und ist exakt in der Mitte in zwei kleinere Einheiten teilbar.

## Gelebte Geschichte

Ende des 19. Jahrhunderts wurde das Nationalhaus Vinohrady im Neo-Renaissance-Stil erbaut und ist heute eine feste Adresse im MICE-Portfolio der Stadt. Wer hier tagt, feiert oder konferiert, profitiert zunächst vom Ambiente des historischen Gebäudes. Breite Marmortreppen, kunstvoll gestaltete Wandmalereien und enorm hohe Decken sind nur einige der Vorteile, die



zu nennen sind. Bei einer exklusiven Anmietung des gesamten Ensembles kann mit bis zu 1.200 Personen geplant werden. Allerdings lassen sich alle Räumlichkeiten auch einzeln bespielen. Die größten Kapazitäten entfallen dabei auf den historischen Ballsaal, die Mayakovsky Hall mit

Platz für bis zu 700 Personen bei einem Cocktail-Empfang. Neben der für einen Ballsaal obligatorischen Tanzfläche mit Echtholzparkett kann die installierte Bühne für weitere Event-Elemente genutzt werden. Je nach Veranstaltungsart kann zusätzlich der auf einer höheren

Ebene liegende und umlaufende Balkon miteinbezogen werden.

Die beiden kleineren Räume – Rais Hall (350 pax.) und Social Hall (250 pax.) – verfügen über nicht weniger Charme und sind für kleinere Events die richtige Wahl. Kulinarisch ist das Nationalhaus ebenfalls hervorragend ausgestattet. Mit Foodway Catering gibt es einen exklusiven Catering-Partner, der nicht nur das Haus kennt und versteht, sondern auch jeden Kundenwunsch mit dem höchstmöglichen Anspruch an Qualität und Kreativität umsetzt.



**o.:** Prag ist bekannt für seinen historischen Charme und das besondere Flair. Für die MICE-Branche bietet die Stadt der 100 Türme außerdem Top-Bedingungen. Foto: SAHAS2015 / shutterstock.com

**o.re.:** Erst kürzlich wurde das Hotel Pyramida vollständig renoviert. Modernes Design, Funktionalität und Wohlfühl-Atmosphäre inklusive. Foto: Orea Hotels



Die Mayakovsky Hall im Nationalhaus Vinohrady verleiht jeder Veranstaltung etwas Besonderes. Daher sind hier nicht nur Bälle oder rauschende Feste am richtigen Ort. Foto: Nationalhaus Vinohrady/ MgA.Richard Navara

← **Beeindruckende Zahlen**

5.000 m<sup>2</sup> Veranstaltungsfläche, fast 800 Zimmer und Suiten, 38 Meetingräume, ein Ballsaal, eine Kongresshalle, drei Restaurants und zwei Bars – das sind die Argumente, die für das Hilton Prag sprechen. Als wäre das nicht schon genug, punktet das Fünf-Sterne-Haus darüber hinaus mit seiner Lage zwischen der historischen Alt- und der modernen Neustadt sowie der Nähe zum Flughafen.

Kein Wunder also, dass sich in der Vergangenheit schon zahlreiche Veranstalter hier einfanden. Um auch in Zukunft für Planer attraktiv zu sein, wurden alle 791 Zimmer erst kürzlich renoviert und präsentieren sich nun als zeitgemäße und gemütliche Homes-away-from-home im klassischen Hilton-Stil.

Etwas Besonderes bietet das Konferenzhotel mit der Cloud 9 Sky Bar. Die in 40 m Höhe gelegene Bar lässt sich hervorragend für private Feiern, Pressekonferenzen oder Events bespielen.

Wer nicht auf Hilton als Partner verzichten möchte, jedoch nicht ganz so

verfügt. Im Gegensatz zum etwas moderner anmutenden Hilton Prag herrscht in der Altstadt als Designthema Art déco vor.

**Direkt gegenüber**

Wer sich in der Nähe des Hilton Prague Old Town mit Teilnehmern und Veranstaltungen aufhält, sollte das Červený Jelen ebenfalls in seine Planungen einbeziehen. Denn das historische Gebäude liegt fast direkt gegenüber dem Hotel und bietet neben Tagungskapazitäten und einem Restaurant auch eine authentische und interessante Geschichte. Das Palais Sweerts-Sporck war ursprünglich ein im Barock-Stil erbauter Stadtpalast mit einem wunderschön angelegten Garten inmitten des Stadtzentrums. Zwischenzeitlich wurde er zum Sitz der Anglo-Tschechoslowakischen Bank und präsentiert sich heute als Top-Adresse im MICE-Ensemble der tschechischen Hauptstadt. Auf mehrere Etagen verteilen sich Restaurant-Flächen, Meeting-Räume und eine Brauerei.

Die größten Kapazitäten entfallen dabei auf die Bank Hall, die im Normal-

betrieb als Restaurant fungiert. Bis zu 300 Personen fasst dieser Bereich, jeweils weitere 90 die Terrassen.

Eine Etage tiefer befindet sich der Bank Vault mit einer Kapazität von 140 Personen. Eine Besonderheit ist die riesige Tresortür, die noch aus den Zeiten der Anglo-Tschechoslowakischen Bank stammt. Eine weitere Etage tiefer offeriert der Bereich The Lounge (100 pax.) weitere Möglichkeiten.

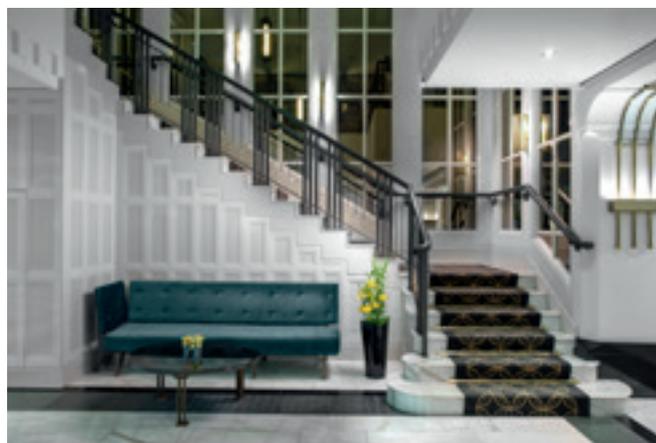
Wer nach Räumlichkeiten für Meetings oder Konferenzen sucht, muss sich in den oberen Stockwerken des Gebäudes umschauen. Die ehemaligen Büros der Bankangestellten wurden entsprechend für diese Zwecke umgenutzt, wobei glücklicherweise der historische Charme erhalten wurde. Insgesamt sechs Räume und eine eigene Bar offeriert der sogenannte Private Floor des Červený Jelen.

**Etwas außerhalb, dafür top ausgestattet und hervorragend angebunden**

Im Prager Business-Viertel und direkt an der U-Bahn-Station Pankrac liegt das Cubex Centre Prague. Das 2019 bei den Global Eventex Awards als bestes neues Venue ausgezeichnete Kongresshaus präsentiert sich als wandelbare Adresse, die mit ihrem cleanen Design sehr viel Spielraum für das persönliche Branding liefert. Nächster Vorteil ist die direkte Verbindung zum benachbarten City Conference Centre mit weiteren Konferenzmöglichkeiten. Allerdings stehen inhouse bereits 3.700 m<sup>2</sup> zur Verfügung, die Veranstaltungen mit bis zu 1.700 Personen ermög-



Die Lobby ist der Mittelpunkt des Hilton Prag und eignet sich hervorragend für Events. Fotos: Hilton Hotels



Ein völlig anderes Konzept verfolgt das Hilton Prague Oldtown. Deutlich kleiner und historischer präsentiert sich das Haus in der Altstadt.

lichen. Diese Kapazitäten verteilen sich auf zwei Stockwerke, die sowohl durch die großzügige Treppe als auch Aufzüge miteinander verbunden sind.

Halle A, die in der ersten Etage liegt, lässt sich flexibel auf die unterschiedlichsten Anforderungen anpassen. Mehrere kleinere Sektionen oder eine große Konferenzhalle sind ohne Weiteres möglich. Hinzu kommt der „Chamäleoneffekt“, wie die Betreiber des Konferenzhauses das Design genannt haben. Die weißen Wände lassen sich mit Licht oder LED-Screens vollständig auf die Corporate Identity des Veranstalters anpassen.

Um die Halle A herum finden sich mehrere kleinere Meetingräume sowie äußerst großzügige Foyerflächen, die sich hervorragend für Pausen, Networking-Events oder begleitende Ausstellungen bespielen lassen.

### Zurück in der Altstadt

Die Prager Burg ist nicht nur für Historiker und Touristen ein Anziehungspunkt in der tschechischen Hauptstadt. Das großzügige Areal bietet außerdem einige Möglichkeiten für MICE-Planer. So zum Beispiel im Palais Lobkowitz: Das 1550 erbaute Stadtpalais war einst der repräsentative Sitz der Familie Pernstein, bis es durch Heirat in den Besitz der Lobkowitz überging. Heute ist das Stadtpalais das einzige in Privatbesitz befindliche Gebäude des Burgareals und fungiert als Familienmuseum ebenso wie als Venue für Veranstaltungen. Insgesamt 16 Konferenzräume finden sich in dem historischen Gemäuer. Ein Highlight ist in jedem Fall der Balkon-Saal. Denn, wie der Name schon vermuten lässt, ist hier ein Balkon vorgelagert, der nicht nur für Empfänge genutzt werden kann, sondern zusätzlich einen unvergleichlichen Ausblick über die Stadt bietet. Als Rahmenprogramm zum Event sollte eine Führung durch die Museumsräume nicht fehlen! Anhand verschiedener Exponate wird die bewegte Geschichte der Familie Lobkowitz erzählt.

Angrenzend an die Prager Burg finden Planer zudem eine weitere Adresse, die es sich anzuschauen lohnt. Das Gebäude, um das es sich handelt, stammt in Teilen aus dem 16. Jahrhundert und ist heute die Prager Adresse der Lindner Hotels. Für den nächtlichen Komfort stehen 138 Zimmer und Suiten bereit, die die Gäste bewusst mit auf eine kleine Zeitreise nehmen sollen. Deckenbalken, die noch aus dem 16. Jahrhundert stammen, groß-

flächige Fotos aus der Vergangenheit Prags und andere kleine Details, die die Geschichte der Stadt würdigen, sind Bestandteil des Interieur-Designs der Zimmer und schaffen eine sehr gemütliche Atmosphäre. Korrespondierend mit der Zimmeranzahl präsentieren sich die Konferenzmöglichkeiten. Fünf Tagungsräume, allesamt auf einer Ebene, gibt es innerhalb des Hotelkomplexes. Die Größe variiert zwischen 35 und 170 m<sup>2</sup>, wobei der größte Raum Veranstaltungen bis zu 110 Personen in parlamentarischer Bestuhlung erlaubt.

### Zwei spannende Neueröffnungen

Am Senovážné-Platz liegen die beiden bereits angesprochenen Neueröffnungen, die das Hotelportfolio der Stadt bereichern. Eine Gemeinsamkeit ist auch die Herkunft der Bauträger: Wien. Während das The Julius, das im Besitz der Wiener Julius Meinl AG steht, im Frühsommer seine Türen öffnen wird, empfängt das Andaz Prag bereits seit März dieses Jahres seine Gäste im ehemaligen Zuckerpalast. Nach einer zweieinhalbjährigen Umbauphase öffnete das stylische Hotel der Hyatt-Gruppe im neoklassizistischen und denkmalgeschützten Gebäude, das ursprünglich – zu Beginn des 20. Jahrhunderts – für den Versicherungsverein der Zuckerindustrie gebaut worden war. Schon beim Betreten der Lobby wird das Besondere der Hyatt-Marke sichtbar: Statt einem einzigen großzügigen Entrée verbinden sich verschiedene Salons, die alle jeweils einem anderen Designthema folgen, zur Lobby. Das Besondere steht bei Andaz im Vordergrund. Das individuelle, teilweise kontrastreiche Design in den Zimmern unterstreicht den Design-Anspruch des Hauses. Dunkle Accessoires gepaart mit ansonsten heller Farbgebung machen die Zimmer zu modernen „Schlafstätten“, in denen das Wohlfühlen an erster Stelle steht.

Jedoch kommt der MICE-Part im Fünf-Sterne-Haus auch nicht zu kurz. Fünf Konferenzräume und insgesamt 450 m<sup>2</sup> Veranstaltungsfläche zählt das Andaz Prague, alle ebenso in historischem Ambiente gehalten wie das gesamte Haus.



Design und Individualität: Das Cubex Centrum im Prager Business-Distrikt.  
Foto: CUBEX Centre Praha

Die ehemaligen Büros der „Zucker-Barone“ wurden zu Meetingräumen umfunktio- niert und zeigen viele kleine Details aus der Vergangenheit. Von der künstlerisch gestalteten Holzvertäfelung über beeindruckende Kamine bis hin zu den hohen, verzierten Decken sind alle Elemente des Interieur-Designs bis zum heutigen Tag erhalten worden.

### Vom Gewürzgeschäft zum Hotelbetreiber

1862 eröffnete Julius Meinl das erste Geschäft für grüne Kaffeebohnen in Wien. Über die Jahrzehnte hinweg wurde das Unternehmen zu einem der wichtigsten Österreichs. Bis 1939 zählte Julius Meinl 1.000 Geschäfte und 65 Produktionsstätten in ganz Europa. Bedingt durch den Zweiten Weltkrieg verblieben jedoch nur die österreichischen Filialen in Familienbesitz. Eine weitere Krise Ende des 20. Jahrhunderts führte zu einer Neu- ausrichtung der Firmenstruktur. Mit der



Eine der neuesten Ergänzungen im Hotel-Portfolio der Stadt: das Andaz Prague. Abb.: Hyatt



← Julius Meinl Living, die das Investment im Hospitality-Segment erweitern sollte, wurde 2016 ein neuer Unternehmenszweig ins Leben gerufen. „Luxury home away from home“ ist der Grundsatz der jungen Betreibergesellschaft, die derzeit über drei Immobilien verfügt. Während Belgrad und Prag noch in der Entwicklung beziehungsweise kurz vor der Eröffnung stehen, ist das Haus in Budapest mit 50 Apartments bereits vollständig in Betrieb. Das Prager Haus, an historischer Stätte gelegen, ist eine Mischung aus Long-Stay-Angeboten und Hotelzimmern, die allesamt den besonderen Grundsatz der Marke aufgreifen. Im Meinl möchte man auf charmante Art und Weise Business-Gäste, Touristen und MICE-Gruppen miteinander verbinden. Daher finden sich 119 m<sup>2</sup> reiner Meetingspace – unterteilbar in drei Sektionen – ebenso wie 43 m<sup>2</sup> Coworking-Spaces auf einer Etage des Hotels. Die charmanten Treppenhäuser inklusive imposanter Wendeltreppen in dem historischen Gebäude am Senovážné-Platz sind restauriert und somit erhalten worden. Die hervorragende Verbindung aus diesen Elementen mit den modernen Annehmlichkeiten und dem von Matteo von Thun erarbeiteten Design ergeben ein äußerst harmonisches Gesamtbild.

### Ein Universum für Veranstaltungen

2019 öffnete das O2 Universum seine Türen. Es wurde als Ergänzung zur bereits seit 2004 – damals als Sazka Arena – bestehenden O2 Arena im Stadtteil Libeň geplant und umgesetzt. Hier werden Planern fast unbegrenzte Möglichkeiten in puncto Kapazität und Flexibilität eröffnet.

Unter dem Dach des Kongress- und Konferenzentrums befinden sich insgesamt 39 Räume, Säle und Hallen in unterschiedlichen Größen für verschiedene Anlässe.

Die Kapazitäten bewegen sich zwischen 28 und 4.500 Personen, wobei insbesondere in der größten Halle die Anzahl

durch das jeweilige Bühnen-Set-up oder Ähnliches der Veranstaltung beeinflusst wird.

Ein großer Vorteil des O2 Universums ist außerdem das strategisch clever angelegte Wegesystem. So können drei eigenständige Eingänge genutzt werden, was nicht nur einen reibungslosen Ablauf bei Großveranstaltungen garantiert, sondern parallel stattfindende Events ohne Schwierigkeiten zulässt.

Den Mittelpunkt des Areals bildet die O2 Arena. Sowohl Sportveranstaltungen – die Multifunktionshalle ist unter anderem Heimat des Eishockeyclubs HC Sparta Prag – als auch Konzerte, Shows und Konferenzen wurden in der mit fast 20.000 Sitzplätzen ausgestatteten Arena bereits veranstaltet. Doch selbst wenn es nicht so viele Teilnehmer oder Gäste sind, kann die O2 Arena punkten. Einzelne Bereiche oder Ränge lassen sich abtrennen und bieten daher ebenso kleineren Veranstaltungen einen entsprechend angemessenen Rahmen.

Die neueste Ergänzung des Universum-Portfolios ist das Stages Hotel. Das als Tribute Collection Hotel zur Marriott-Gruppe gehörende Vier-Sterne-Haus liegt direkt gegenüber der Arena und ist daher der perfekte Standort für Planer und Veranstalter.

Der Rundbau verfügt insgesamt über 300 Zimmer und Suiten, die sich aufgrund der Gebäudeform immer ein klein wenig voneinander unterscheiden. Gemeinsam haben aber alle Räume den Bezug zur Musik und der Bühnenshow. So erinnert das Design stark an eine Garderobe hinter der Konzertbühne. Dunkle, dramatische Farben an den Wänden in Kombination mit hellem Holz unterstreichen diesen Eindruck zusätzlich. Neben den Kapazitäten im O2 Universum bietet das Stages Hotel sechs eigene Meetingräume für bis zu 300 Personen.

Kulinarisch offeriert das Haus mit dem Backstage Restaurant und der gleichnamigen Bar eine gute Anlaufstelle mit

160 Sitzplätzen. Wer es etwas privater möchte, kann den separaten Meet & Eat Room (50 pax.) nutzen.

### Spanisches Flair in der tschechischen Hauptstadt

Insgesamt drei Häuser betreibt die spanische Hotelgruppe Barceló in der tschechischen Hauptstadt. Für Planer besonders interessant ist das Occidental Hotel Praha. Das 14 Stockwerke zählende Gebäude verfügt über 230 Zimmer und Suiten im klassischen, modernen Barceló-Stil.

Der hoteleigene Meetingbereich befindet sich vollständig auf einer Ebene und ist für eine bessere Übersicht namentlich unterteilt. Der Konferenzbereich „Balearen“ bietet Möglichkeiten zwischen 20 und 300 m<sup>2</sup>, während der Bereich „Kanaren“ zwischen 24 und 90 m<sup>2</sup> variiert.

### Mit Blick über die Stadt

Wer Teilnehmern einen besonderen Ausblick bieten möchte, sollte sich das Oblaca Restaurant merken. Das ikonische Gebäude im Tower Park kombiniert kulinarische Genüsse mit einem Ausblick auf die Altstadt Prags. Bei entsprechender Planung kann das kleine, aber feine Restaurant exklusiv für Veranstaltungen gebucht werden. Aber auch kleine Gruppen können die Atmosphäre genießen. Denn selbst die Einwohner Prags wählen dieses Restaurant gern für besondere Ereignisse aus.

---

**o.i.:** Hotel mal anders gedacht: Das The Julius kombiniert Longstays mit Hotelaufenthalten. Hinzu kommen ein einzigartiges Design und viel Liebe zum Detail. Abb.: Julius Meinl Living

---

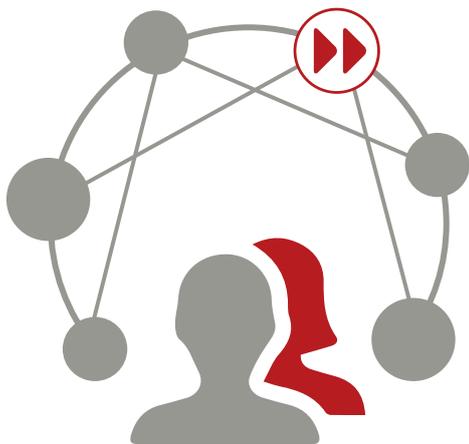
**o.mi.:** Von Großevents bis hin zu kleingliedrigen Kongressveranstaltungen. Das O2 Universum bietet den richtigen Rahmen. Foto: O2 Universum

---

**o.mi.:** Die spanische Hotelgruppe ist mit mehreren Häusern in der tschechischen Hauptstadt vertreten. Für Planer besonders interessant ist das Occidental Hotel Praha. Foto: Barceló

---

## Die Zukunft in Szenarien denken



**WIE VERÄNDERN** Megatrends wie Nachhaltigkeit, die Flexibilisierung der Arbeitswelt oder ein erhöhtes Sicherheitsbedürfnis der Menschen die Veranstaltungen von morgen? In unserer VUCA-Welt mit komplexen und teilweise divergenten Herausforderungen fällt der Blick auf das „große Ganze“ mitunter schwer. Im Innovationsverbund Future Meeting Space (FMS) untersucht das GCB German Convention Bureau e.V. gemeinsam mit dem Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO bereits 2015



### Matthias Schultze

Managing Director GCB German Convention Bureau e.V.

Seit 2010 verantwortet Matthias Schultze beim GCB German Convention Bureau die nationale und internationale Positionierung und Vermarktung Deutschlands als führende Tagungs- und Kongressdestination. Ein besonderer Fokus liegt auf dem Ziel, Tagungen und Events als wichtige Plattformen für den Wissensaustausch fit für die Zukunft zu machen, z.B. durch den Innovationsverbund Future Meeting Space.

Foto: Michael Pasternack

anhand unterschiedlicher Fragestellungen, wie die Zukunft von Business Events aussehen kann. Das jüngste Resultat sind drei Trendszenarien für die Post-Corona-Ära, die eine Vielzahl an Einflussfaktoren auf Wirtschaft, Gesellschaft und Politik in Betracht ziehen. Anhand dieser Szenarien lassen sich mehrere „Zukünfte“ für Business Events skizzieren.

### Szenario 1: Zurück zu „business as usual“

Im Szenario "Tried and trusted – renaissance of the real" stellen wir uns eine Welt vor, in der wir zu Vertrautem zurückkehren und die persönliche Begegnung das A und O bleibt. Zentrale, große Veranstaltungsorte, die möglichst viele Teilnehmer\*innen aufnehmen können, dominieren. Die Räume sind dabei klassisch gestaltet, verfügen aber auch über spezielle clubähnliche Bereiche sowie persönliche Arbeits- und Erholungsräume.

Ähnlich konventionell fallen die Veranstaltungsformate aus: Sie sind stark vernetzt und setzen auf klassische Präsentationen, während interaktive oder kreative Formate nur sehr selektiv eingesetzt werden. Da der persönliche Austausch für die Teilnehmer\*innen oberste Priorität genießt, sind intensive Networking-Möglichkeiten gefragt.

Im "bewährten" Szenario benötigen Veranstaltungen weniger technisches Equipment, weil sie rein analog durchgeführt werden und somit keine digitalen oder hybriden Setups erfordern. Digitale Tools werden nur dann eingesetzt, wenn sie das physische Erlebnis verbessern und die persönliche Interaktion fördern.

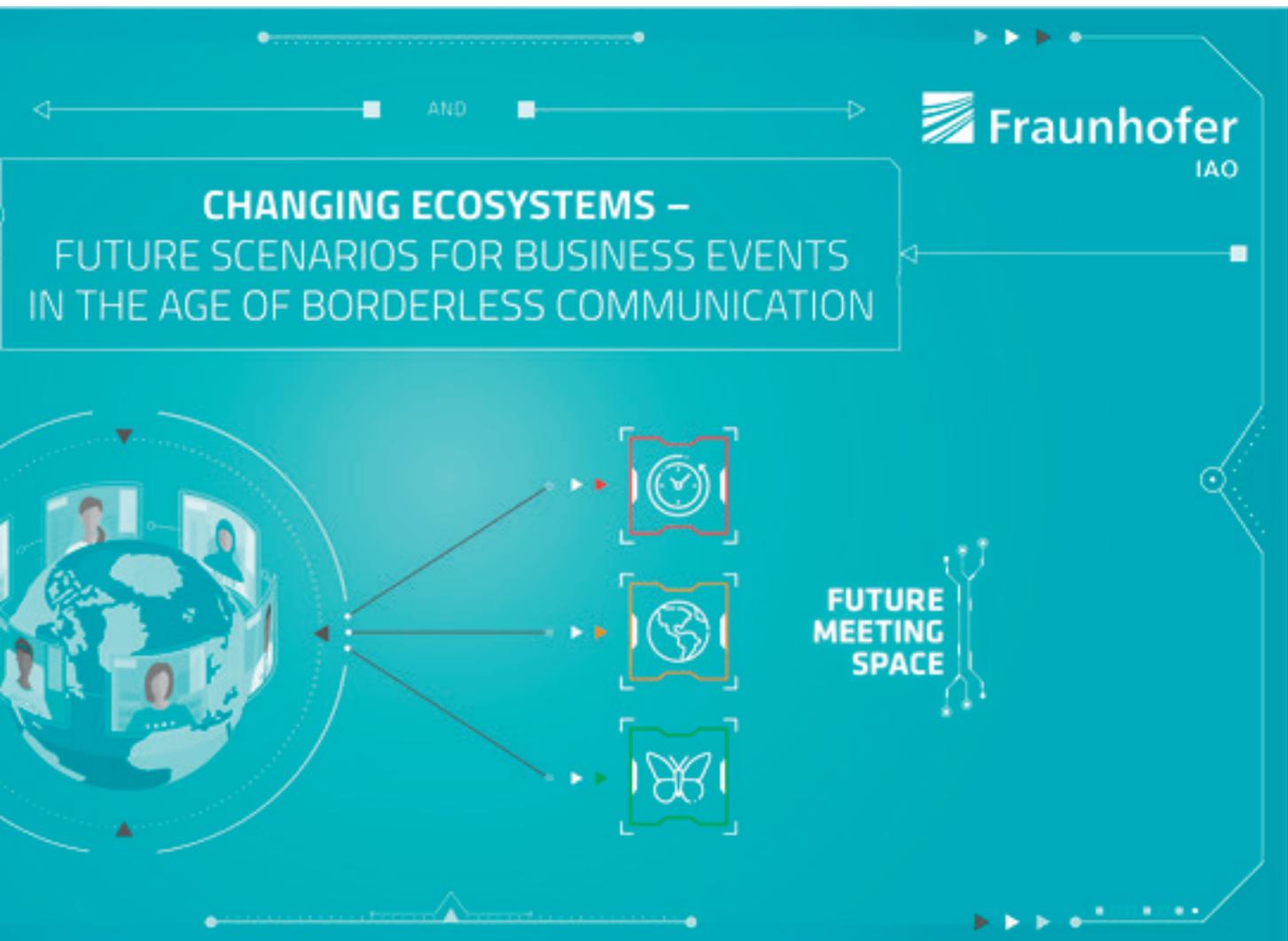
### Szenario 2: Flexibilität in allen Belangen

Das Szenario "Diverse and flexible – the global community" ist das Gegenteil des „tried and trusted“-Ansatzes: Flexibilität in Zeit und Raum ist das Maß aller Dinge. Veranstaltungen sind nicht mehr an einen Ort gebunden, da eine digitale Teilnahme problemlos möglich ist. Es entstehen weltweite Kooperationen zwischen Locations und technologiegestützte Multi-Site-Events werden zum Massenphänomen. Bevorzugt werden kleinere Veranstaltungsräume in Stadtzentren, die auch für andere Zwecke genutzt werden.



Wenn Menschen vor Ort an Veranstaltungen teilnehmen, entscheiden sie sich ganz bewusst dafür. Die persönliche Begegnung mit anderen Menschen hat dann oberste Priorität, da Networking und Socialising im digitalen Raum nur sehr begrenzt möglich sind. Die reine Vermittlung von Informationen nimmt hingegen ab. Neue modulare Workshop-Formate können von den Teilnehmer\*innen individuell gestaltet werden. Dies fördert einen hohen Partizipationsgrad bereits im Vorfeld von Veranstaltungen, was wiederum mutige und innovative Konzepte hervorbringt.

Virtuelle Kommunikationsplattformen und digitale Tools sind in diesem Szenario integraler Bestandteil von Events. Hybride Formate werden zum Standard. „Smart Surfaces“ in den Locations verbes-



sern dabei die Interaktion zwischen physischen und virtuellen Teilnehmer\*innen. VR/AR-Technologien unterstützen die virtuelle Teilnahme zusätzlich. Da der Besuch von Veranstaltungen aus Effizienzgründen häufiger mit privaten Reisen verknüpft wird, kommen Apps zum Kennenlernen des jeweiligen Reiseziels zum Einsatz.

### Szenario 3: Nachhaltiges Handeln fördert innovative Events

Im Szenario "Green and aware – the net zero society" ist Nachhaltigkeit das Leitprinzip allen Handelns. Bereits bestehende Gebäude werden als Veranstaltungsorte gewählt, damit sie optimal und möglichst ohne Leerstand genutzt werden. Große Locations dienen daher auch z.B. als Bildungseinrichtungen oder temporäre Arbeitsräume. „Green Events“ mit au-

thentischen und ganzheitlichen Nachhaltigkeitskonzepten werden zur zentralen Marketingstrategie.

Klassische Frontalveranstaltungen verschwinden weitgehend – stattdessen sind neue Formate gefragt, die die natürliche Umgebung stärker einbeziehen und beispielsweise auch unter freiem Himmel stattfinden können. Improvisation und die Entwicklung innovativer Lösungen gemeinsam mit den Teilnehmer\*innen stehen im Vordergrund. Tatsächlich stellen die Veranstalter zunehmend nur noch die Plattform zur Verfügung, ohne ein festes Programm vorzugeben.

Die Investitionen in digitale Technologien steigen, um neue Lösungen für ein nachhaltiges und ökologisches Ressourcenmanagement zu schaffen. Auch das

Gesundheitsmanagement spielt bei Veranstaltungen eine größere Rolle, da die Menschen immer mehr auf ihre geistige und körperliche Gesundheit achten. Kognitive Umgebungen, die sich an die spezifischen Nutzerbedürfnisse anpassen lassen, werden zum Megatrend.

Wer mehr über die drei Szenarien und ihr Zukunftspotenzial für Business Events erfahren will, kann sich die vollständige Studie „Ökosysteme im Wandel“ hier kostenfrei herunterladen:



# Im Gespräch mit Paul Black

**In seiner neuen Position als Head of Business Events bei VisitBritain/VisitEngland sprach Paul Black mit uns über Entwicklungen und Neuigkeiten im Vereinten Königreich.**



Foto: Destination Bristol, Gary Newman



Paul Black, Head of Business Events bei VisitBritain/VisitEngland

Foto: MeetEngland

**Seit Ende 2021 sind Sie als Head of Business Events bei VisitBritain/VisitEngland tätig. Können Sie uns mehr über Ihre Rolle erzählen und darüber, welche Ziele es bei MeetEngland in den nächsten Jahren gibt?**

MeetEngland konzentriert sich darauf, das Vertrauen aus Sicht von internationalen und nationalen Käufern wiederzugewinnen und England sowie unsere herausragende Veranstaltungsinfrastruktur und erstklassigen Destinationen, Veranstaltungsorte und den Status als Branchenführer zu bewerben. Dazu gehört es auch, Plattformen zu erstellen und Chancen zu schaffen, beispielsweise durch die Teilnahme an MeetGB Virtual. Zudem ist es wichtig, dass wir Käufern und Organisationen unsere Städte näherbringen, unsere internationale Präsenz durch das Team in Nordamerika und Europa stärken und regelmäßig auf Messen vertreten sind.

Es hat auch Priorität, die Branche für Firmenevents effektiv zu unterstützen und unseren Destinationen zu helfen, das zukünftige Geschäft zu sichern.

Nachhaltige Erholung ist unser wichtigstes Anliegen. Wir möchten Anbieter bei ihrer Arbeit unterstützen, unter anderem bei langfristig nachwirkenden und nachhaltigen Veranstaltungen, Community-Interaktionen und technologischen Innovationen. Wir werden eng mit unseren Destinationspartnern und anderen Branchenvertretern zusammenarbeiten, um laufend Unterstützung und Tipps zu bieten, wie wir mit diesen kontinuierlichen Herausforderungen und Chancen umgehen.

Wir freuen uns darauf, bei Veranstaltungen und Messen wieder persönlichen Kontakt mit Kollegen, Kunden und Menschen in der Veranstaltungsbranche zu haben, unter anderem bei der IMEX Frankfurt und bei MEETGB, wo wir neben vielen anderen Anbietern aus England vertreten sind. In den nächsten Jahren wird es in England so viele positive und spannende Entwicklungen geben. Unter anderem steht die Eröffnung unseres neuesten Messezentrums in Newcastle-Gateshead an. Die Branche muss in vielen Bereichen neu ausgerichtet werden

und wir freuen uns, Käufern dabei zu helfen, zukünftige Events und Incentives neu zu denken.

### Welche Lehren hat die Branche aus der Pandemie gezogen und welche Trends ergeben sich dadurch?

Unsere Branche musste zeigen, dass sie flexibel, kreativ und beständig wie nie zuvor sein kann. Innovationen und Kooperationen sind die Eckpfeiler für die Erholung unserer Geschäfte.

Das wurde zuerst durch die Verwendung von Technologien sichtbar. Da persönliche Meetings und Veranstaltungen 2020 und 2021 nur sehr eingeschränkt möglich waren, stellten Destinationen und Veranstaltungsorte in ganz England auf hybride und virtuelle Event-Technologien um. Planer erhielten dadurch alternative Möglichkeiten, in Verbindung zu bleiben, Geschäfte zu machen und dafür zu sorgen, dass unsere herausragenden internationalen Veranstaltungen im Gedächtnis blieben. Destinationen und Veranstaltungsorte im ganzen Land haben in eigene Technologien investiert, darunter Städte wie Birmingham, wo kürzlich weitere sieben Millionen Pfund in die technische Ausstattung investiert wurden, um erfolgreiche Veranstaltungen zu ermöglichen und die betriebliche Effizienz zu steigern. Zudem wurde Newcastle-Gateshead dank der wegweisenden technischen Innovationen zur „smartesten City Englands“ gekürt.

Transparenz, Sicherheit und Flexibilität sind wichtige Überlegungen bei der Auswahl eines Veranstaltungsorts für zukünftige Events. Unsere Forschungen haben gezeigt, wie wichtig es auch weiterhin ist, das Vertrauen zu stärken. Planer sind bei der Auswahl von Veranstaltungsorten für zukünftige Events weiterhin flexibel und haben nachhaltiges Interesse an Zielen an der Küste und auf dem Land sowie an Outdoor-Events. Veranstaltungsorte und Ziele passen sich entsprechend an, um dieser Nachfrage gerecht zu werden.

Auch Nachhaltigkeit spielt in der Branche eine immer größere Rolle. Und das wird in ganz England gewürdigt. Die britische Regierung hat es sich zum Ziel gesetzt, bis 2050 klimaneutral zu werden. Auch viele Destinationen und Veranstaltungsorte in England haben Nachhaltigkeit zum zentralen Thema gemacht und konzentrieren sich darauf, ihre

CO -Bilanz durch biologisch abbaubare Verpackungen beim Catering, weniger Müll, regionale Lebensmittel und eine optimierte Energieeffizienz zu verbessern. Das nordenglische Liverpool schloss sich 2021 beispielsweise dem Global Destination Sustainability Movement an, um Geschäftsreichen und Event-Strategien nachhaltiger zu gestalten. Bristol, im Süden des Landes, hat den European Green Capital Award erhalten und verfügt über führende nachhaltige

Veranstaltungsorte wie We The Curious, ein wissenschaftliches Bildungszentrum, in dem es um nachhaltige Praktiken, Interaktionen und Partnerschaften geht. Zudem findet in London vom 25. Juni bis 3. Juli 2022 die London Climate Action Week statt. Bei dieser Veranstaltung speziell für Klimaexperten und Gemeinden wird darüber gesprochen, wie sich Treibhausgasemissionen in der Stadt reduzieren lassen. Die Branche in England arbeitet auch daran, neue Messtools für Planer zu entwickeln, um die Auswirkungen ihrer Events zu beurteilen.

Die globale Pandemie hatte ohne Zweifel deutliche Auswirkungen darauf, wie Meetings verwaltet und abgehalten werden. Dank des enormen Engagements der Teams und Mitarbeiter in unserer Branche konnten in den letzten zwei Jahren trotzdem einige wirklich unglaubliche Events stattfinden – sowohl online als auch live. Das hat gezeigt, dass wir in der Lage sind, uns auf neue Situationen einzustellen und unsere Arbeit zu machen, unabhängig von den Bedingungen.

### Nach der Pandemie und den Auswirkungen, die sie auf die Veranstaltungsbranche hatte, was macht England zur ersten Wahl für Business-Events?

Die Branche für Business-Events in England hat kontinuierlich gezeigt, wie stark sie ist und wie gut die Zusammenarbeit funktioniert. Alle haben gemeinsam dazu beigetragen, dass Besucher zur richtigen Zeit zurückkehren konnten.

Im letzten Jahr konnte in England trotz Pandemie der G7-Gipfel abgehalten werden, der im Juni 2021 in der Grafschaft Cornwall an der Südwestküste stattfand. Dieses weltweit bedeutende

Event war ein großer Wendepunkt in der Branche. Er bestätigte nicht nur, dass Präsenzveranstaltungen wieder möglich waren, sondern zeigte auch, dass wir in der Lage sind, große Business-Events in einer sicheren, hochwertigen und inspirierenden

Umgebung durchzuführen. England hat sich dank seiner innovativen und engagierten Destinationen, Veranstaltungsorte und Anbieter seinen Platz auf der Weltbühne gesichert.

Auch der Beginn der Impfkampagne

spielte uns in die Karten, um unsere Geschäftstätigkeiten langsam wieder aufzunehmen. England konnte so die Reisebeschränkungen deutlich reduzieren und Gästen von Events oder Teilnehmern an Incentives mehr Planungssicherheit bieten.

Anbieter in ganz England waren auch in der Lage, Mitarbeitern, Planern, Delegierten und der lokalen Bevölkerung durch das Programm We're Good to Go von VisitBritain zu zeigen, dass die staatlichen und öffentlichen Gesundheitsrichtlinien während der Pandemie eingehalten wurden. Dank des von VisitEngland, VisitScotland, Visit Wales und Tourism Northern Ireland unterstützten und vom World Travel & Tourism Council (WTTC) anerkannten Programms konnten Unternehmen ihre COVID-19-Richtlinien präsentieren, um die Delegierten zu schützen.

England wird auch weiterhin seine Expertise in wichtigen Sektoren wie „Gesundheit und Life Science“, „Cleantech“, „Essen und Trinken“, „Fintech“ und „Fortgeschrittene Fertigungstechnologien“ erweitern. Laufende Investitionen und Forschung in diesen Kernbereichen haben dafür gesorgt, dass wir uns als führende Destination für zukünftige Konferenzen von Verbänden und Messen etablieren konnten. Das führte dazu, dass in England einige wichtige Verbandskonferenzen stattfinden werden, unter anderem der World Congress on Railway Research 2022 in Birmingham und der 23. Weltkongress der World Federation for Mental Health in London. Wir freuen uns auch, neue und bestehende B2B-Handelsmessen wie ShopTalk und die SpaceComm in Farnborough mit an Bord zu haben.

## England wird auch weiterhin seine Expertise [...] erweitern.



Foto: Mark Savage

Außerdem werden kontinuierlich Investitionen getätigt, um unser bereits sehr attraktives Incentive-Angebot weiter zu optimieren. Von exklusiven Führungen durch die bekanntesten Sportarenen Englands über einen Aufenthalt in luxuriösen historischen Herrenhäusern und bis hin zu actiongeladenen Aktivitäten inmitten unserer atemberaubenden Nationalparks – wir bieten Teams einmalige Erlebnisse, die ihnen noch lange in Erinnerung bleiben werden. Gemeinsam mit wichtigen Branchenpartnern haben wir einige versteckte Schätze in England aufgefunden gemacht und zeigen Destinationen und Städte, die Planer vor der Pandemie vielleicht eher nicht auf dem Schirm gehabt hätten.

Gepaart mit unserer Auswahl an führenden Veranstaltungsoptionen, kontinuierlichen Investitionen zur Maximierung unserer Zugangsmöglichkeiten und der Kombination verschiedener angebotener Destinationen trägt das dazu bei, dass England auch in Zukunft ein Top-Player in der Branche für Business-Events ist.

**Wie fühlt es sich an, nach einer zweijährigen Zwangspause zur IMEX Frankfurt zurückzukehren? Und was können Teilnehmer am Stand von MeetEngland und seinen Partnern bei der Messe erwarten?**

Dass die IMEX Frankfurt als Präsenzveranstaltung stattfindet und eine persönliche Teilnahme möglich ist, ist ein wichtiger Schritt dafür, dass sich unsere Branche langsam erholt. Es zeigt sicher wieder einmal, wie stark unser Sektor ist.

Die IMEX Frankfurt war schon immer ein einflussreiches Event für Fachleute und eine wichtige Plattform für Branchenvertreter, um sich auszutauschen, Geschäfte zu tätigen und Networking zu betreiben und gleichzeitig das Beste zu erleben, was der Meeting- und Veranstaltungssektor zu bieten hat.

In diesem Jahr ist auch MeetEngland wieder zusammen mit zwölf Stand-Partnern vertreten. Wir zeigen nicht nur, was England für zukünftige Events und Incentives zu bieten hat, sondern inspirieren auch Käufer und ermutigen sie dazu, neue Facetten von England kennenzulernen und etwas völlig Unerwartetes zu entdecken. Es wird auch eine Abendveranstaltung mit einem unserer wichtigsten Partner geben, der European Society of Association Executives (ESAE). Delegierte erhalten dort die Möglichkeit, neue Kontakte zu knüpfen und sich mit wichtigen Verbandsmitgliedern auszutauschen.

Anlässlich des Platin-Jubiläums der Queen laden wir schließlich Käufer und Teilnehmer an unseren MeetEngland-Stand ein, um mit uns gemeinsam diesen bedeutenden Meilenstein zu feiern.

**Welche spannenden Entwicklungen zeichnen sich in der englischen Branche für Business-Events ab und was erwartet uns in Zukunft?**

Dieses Jahr finden in England einige wichtige Events statt, beispielsweise das Platin-Jubiläum der Queen, die Birmingham Commonwealth Games und die prestigeträchtige One Young World in Manchester, bei der mehr als 2.000 der

aufstrebendsten jungen Führungskräfte zusammenkommen. Diese drei inspirierenden Veranstaltungen werden jeweils das Profil Englands auf dem internationalen Markt stärken und unsere Fähigkeit unter Beweis stellen, nach der Pandemie wieder Tausende Besucher aus der ganzen Welt zu empfangen. Ein wichtiger Schritt in Richtung Normalität und eine spannende Zeit für unsere Destination!

Es gibt im ganzen Land auch einige innovative Entwicklungen in Sachen Infrastruktur und Städte investieren weiterhin in den Ausbau ihrer Portfolios für Business-Events.

Blackpool hat vor Kurzem das Blackpool Conference and Exhibition Centre eröffnet, das mit einer Veranstaltungsfläche von mehr als 2.400 m<sup>2</sup> aufwartet und direkt in die renommierten Blackpool Winter Gardens integriert ist. Somit bietet das neue Zentrum Platz für 1.600 bis 7.000 Delegierte. 2024 kommt auch noch ein 260 Millionen Pfund teures Kongresszentrum hinzu – The Sage in Newcastle-Gateshead –, das ebenfalls über eine Veranstaltungsfläche von mehr als 2.400 m<sup>2</sup> verfügt.

Das Veranstaltungszentrum London ExCeL wird um eine 12.000 m<sup>2</sup> große Fläche im Erdgeschoss erweitert und ist auch während der Umbauarbeiten zugänglich. Nach der Eröffnung der neuen Elizabeth Line in London in diesem Jahr wird das Zentrum auch an den Flughafen Heathrow angeschlossen sein, was Delegierten das Reisen deutlich erleichtert.

Und das sind nur ein paar der neuen Produkte, die in den nächsten Jahren anstehen. In Zukunft möchten wir uns vor allem darauf konzentrieren, internationale Fachleute in der Veranstaltungsbranche dabei zu unterstützen, die richtige Lösung für ihre Events zu finden. Mit einem größeren Fokus auf Nachhaltigkeit, Inklusion und Nutzung der vielen Sektoren, in denen wir erfolgreich wachsen, hilft England Käufern dabei, ihre Veranstaltungen und Incentives in unserem Land auf kreative Weise neu zu denken.

**MeetEngland** 

**Weitere Informationen:**  
[www.meetengland.com](http://www.meetengland.com)

# Montforthaus Feldkirch ist Österreichs erstes klimaneutral zertifiziertes Kongresshaus

**Das Montforthaus Feldkirch ist ausgezeichnet klimaneutral. Das international tätige Unternehmen ClimatePartner hat damit das Engagement honoriert, das bereits beim Neubau des Hauses begann und sich heute bis zum klimafreundlichen Restaurant fortsetzt. Übrig bleibende CO<sub>2</sub>-Emissionen werden mit Investitionen in Umweltprojekte ausgeglichen, heuer in Kolumbien und Ruanda.**



Im Jahr 2014 wurde das Montforthaus Feldkirch nach den Plänen von Hascher Jehle Mitiska Wäger Architekten neu gebaut. Foto: Petra Rainer

**SEIT HERBST 2021** berechnete Zertifizierungspartner ClimatePartner Österreich den CO<sub>2</sub>-Ausstoß des Montforthauses. „Die Berechnung wird jedes Jahr durchgeführt, um auch gesetzte Maßnahmen und deren positiven Auswirkungen zu überwachen“, erklärt Co-Geschäftsführer Alexander Maurer. Das nun vorgestellte Ergebnis lässt ihn und sein 50-köpfiges Team jubeln: Das Montforthaus Feldkirch ist das erste klimaneutral zertifizierte Kongresshaus in Österreich.

te verarbeitet werden und kreative vegetarische und vegane Speisen auf den Tisch kommen.

Die zentrale Lage kommt der Bewertung ebenso zugute. Besucher:innen erreichen innerhalb der Stadt Feldkirch das Haus zu Fuß oder mit den öffentlichen Verkehrsmitteln.

## Green Building, Green Meeting

Die konsequent ökologische Ausrichtung spielte bereits beim Neubau des Hauses

Dazu tragen viele Maßnahmen bei, beispielsweise die Wärme- und Kälteversorgung. „Sie wird über eine Grundwasserwärmepumpe gesteuert, während die Lüftungsanlage an eine hocheffiziente Wärmerückgewinnung gekoppelt ist“, weiß Maurer. Ein weiterer Faktor ist das Restaurant inklusive Catering, bei dem vornehmlich regionale und saisonale Produk-

im Jahr 2014 eine große Rolle. Es wurde als sogenanntes Green Building gebaut und mit Klimaaktiv-Gold-Standard errichtet. Dazu zählen eine optimale Dämmung und schadstoffarme Baumaterialien. Klimaneutrale Veranstaltungen gelten als weiterer wichtiger Bestandteil der Umweltbotschaft des Montforthauses. So wird mit der detaillierten CO<sub>2</sub>-Berechnung – von der Planung bis zur Durchführung einer Veranstaltung – auf Klimaschutz geachtet. Daher tragen viele Events hier auch das Green-Meeting-Zertifikat.

## Kompensationsprojekte

Überschüssige CO<sub>2</sub>-Emissionen gleicht das Unternehmen im Sinne der Klimaneutralität aus. Heuer fließen 3.000 Euro in zwei Projekte: Im ersten geht es um den Schutz des kolumbianischen Regenwaldes, das zweite ist ein Wasserkraft-Projekt in Ruanda. Mit der Umsetzung der empfohlenen Sparmaßnahmen sollten die Investition von 3.000 Euro wieder hereingespielt werden.

„Das Montforthaus trägt mit all diesen Maßnahmen weiter zur Optimierung des CO<sub>2</sub>-Fußabdruckes hin zur Klimaneutralität bei. Es stellt sich somit auch in diesem Bereich den geforderten Themen der Zeit, macht das nachhaltige Engagement sichtbar und wird seiner Verpflichtung für die Zukunft gerecht“, sagt Alexander Maurer.

## IMPRESSUM

Convention International | Mai 2022

Verlag:  
HWG Verlag  
Wiedbachstraß 50  
Tel.: +49 2631 9646-0  
Fax: +49 2631 9646-40  
www.convention-net.de

Herausgeber: Heinz-Dieter Gras  
Verlagsleitung: Katharina Gras

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

Redaktion:  
Anna-Lena Gras [ag], Katharina Gras [kg],  
Hans Rodewald [hr]

Anzeigen:  
Stephanie Müller, Stefan Zwingers

Korrektur:  
Kirsten Skacel, Lektorat Rotstift

Layout/DTP:  
Caroline Minor

Titelfoto:  
Vandathai / shutterstock.com

Druck:  
Görres Druckerei und Verlag GmbH  
Niederbieberer Straße 124  
56567 Neuwied

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

Nächste Ausgabe:  
Herbst 2022

Druckauflage:  
10.000

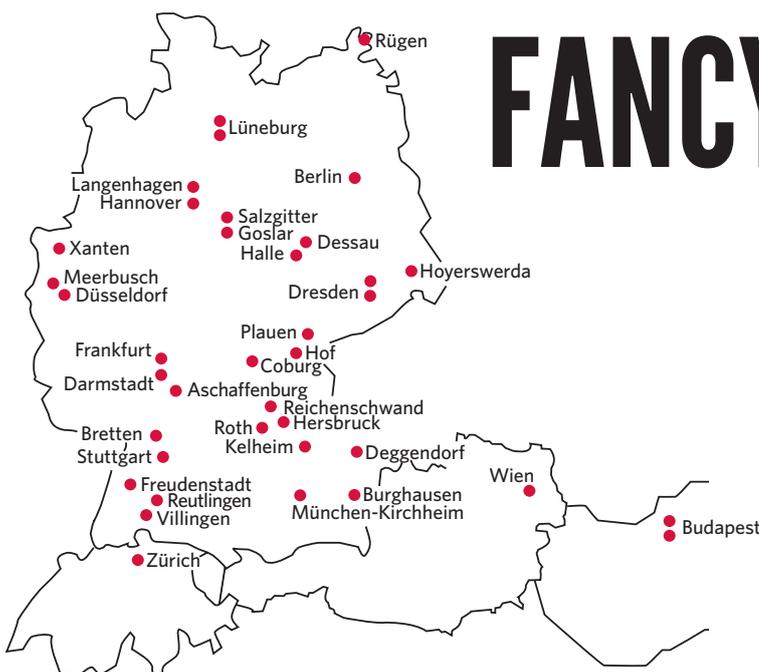
Es gelten die Anzeigenpreise in den Mediadaten vom 01.01.2022. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos wird keine Gewähr übernommen. Für namentlich gekennzeichnete Fremdbeiträge übernimmt der Verlag keine Haftung.



# DORMERO

## 38 FANCY HOTELS IN EUROPA

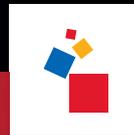
*Tagungen, Meetings, Businessreise, Städtetrip, Wellness- oder Strandurlaub – DORMERO hat das perfekte Hotel am richtigen Standort.*



## FANCY EVERYWHERE

*Wir sind da, wo du uns brauchst!*

Aschaffenburg, Berlin, Bretten, 2x Budapest, Burghausen, Coburg, Darmstadt, Deggendorf, Dessau-Roßlau, 2x Dresden, Düsseldorf, Frankfurt, Freudenstadt, Goslar, Halle, Hannover, Hannover-Langenhagen, Hersbruck, Hof, Hoyerswerda, Kelheim, 2x Lüneburg, Meerbusch, München-Kirchheim, Plauen, Reichenschwand, Reutlingen, Roth, Rügen, Salzgitter, Stuttgart, Villingen-Schwenningen, Wien, Xanten, Zürich



# Möglich- macher für Ihren Erfolg mitten in Frankfurt.

Smart Locations  
und Full Service

Treffen Sie uns  
auf der IMEX  
Stand F030