

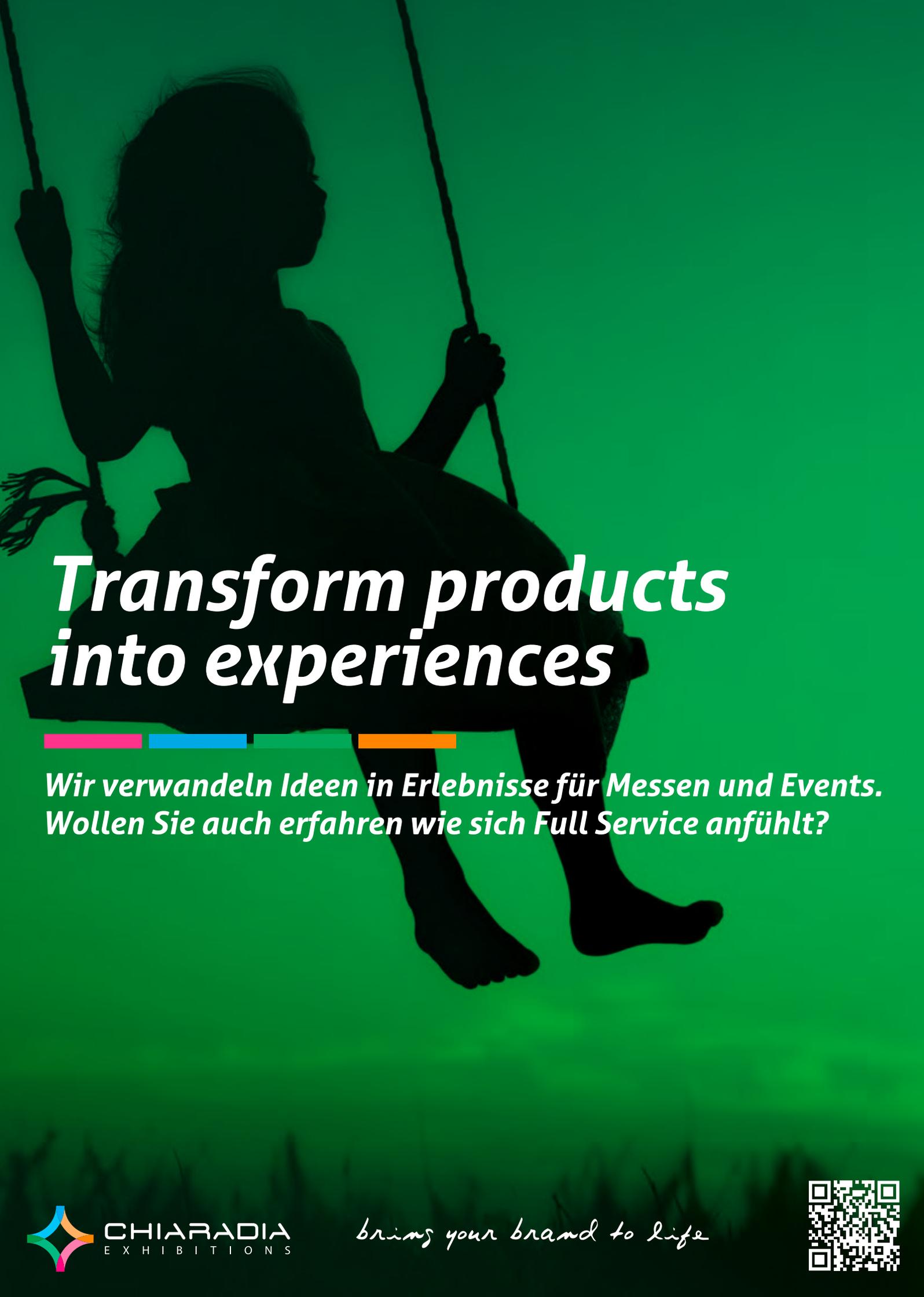
01/23 | März 2023 | 42. Jahrgang | 8,50 €

convention INTERNATIONAL

DAS MAGAZIN FÜR VERANSTALTUNGSPLANER



Algarve | VDVO | Marriot Genf | Oman
Heidelberg | Kempinski Cancún | Meetings Forward



Transform products into experiences

*Wir verwandeln Ideen in Erlebnisse für Messen und Events.
Wollen Sie auch erfahren wie sich Full Service anfühlt?*





Das Jahr 2023 startete mit der BOE, und auch die ITB findet wieder als Präsenzveranstaltung statt. Generell sind die Aussichten positiv, auch wenn es immer noch viele Faktoren gibt, die unserer Branche das Leben nicht unbedingt leicht machen. Ein Faktor – die fehlende Sichtbarkeit der Branche auf Seiten der Politik – zeigte sich deutlich während der Pandemie. Dieser Thematik hat sich der VDVO angenommen, geht aktiv in den Dialog mit Berlin und steckt sich außerdem ambitionierte Ziele für dieses Jahr. Genau aus diesem Grund gibt es ab sofort in jeder Ausgabe der Convention alles Wissenswerte rund um den VDVO zu lesen.

Ebenfalls und weiterhin fester Bestandteil unserer Ausgaben sind die Female Leaders, hier stand uns Isabel Haufe von der teamgeist GmbH Rede und Antwort. Auch Matthias Schultze und Colja Dams geben wieder interessante Einblicke in Entwicklungen und Trends der Branche.

Mit der Algarve und dem Oman hatten wir die Gelegenheit, zwei vollkommen unterschiedliche MICE-Destinationen kennenzulernen – und waren von beiden absolut begeistert. Ebenso überzeugte uns das Kempinski Cancún, das nach dem umfassenden Rebranding hervorragend für die MICE-Branche aufgestellt ist. Alles in allem konnten wir viele interessante Einblicke für Sie vor Ort gewinnen.

Und auch wenn die Live-Events schneller und stärker als prognostiziert zurückgekommen sind, ist die digitale Variante nicht gänzlich verschwunden. Wie eine erfolgreiche Umsetzung aussehen kann, erzählte uns Sascha Syndicus von face2face. Mit Joinera hat die Kölner Agentur eine eigene Plattform für digitale Events geschaffen, die schon sehr erfolgreich genutzt wurde.

Wir wünschen Ihnen nicht nur viel Spaß beim Lesen!

Aua-Lena Gas

Tagen. Feiern. Natur. Historie.

**Ihre Event-Location
in der
Rhein-Main-Region**



**Einmaliges Tagungshotel
mit historischen und
modernen Räumlichkeiten**

**2.750 m²
Veranstaltungsfläche
für bis zu 700 Personen
zzgl. Außenflächen**

**Kreatives Teambuilding
und abwechslungsreiche
Rahmenprogramme**



Kontaktieren Sie uns

06032 303 682

conference@dolcebadnauheim.com

www.dolcebadnauheim.com

Elvis-Presley-Platz 1
61231 Bad Nauheim

Inhalt

März 2023



www.convention-net.de



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



www.facebook.com/Convention.International



[@convention.international](https://www.instagram.com/convention.international)



6

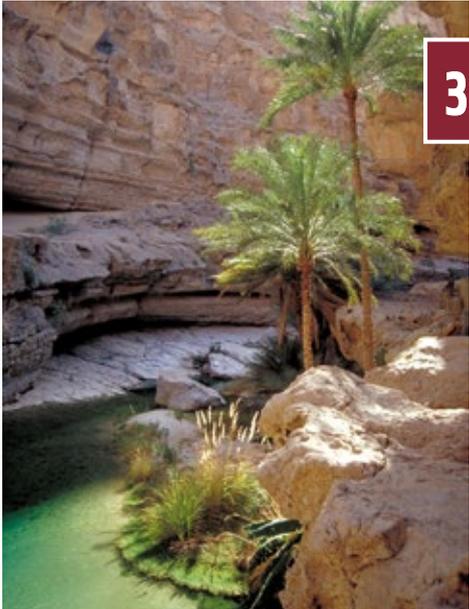
Die Algarve ist bekannt für ihre Strände und die zahlreichen Golf-Resorts und gilt daher als klassische Leisure-Destination. Die vorhandene Infrastruktur macht die südlichste Region Portugals allerdings ebenso für die MICE-Branche interessant.

- 6 Algarve**
Prädestiniert für MICE
- 16 Venues**
Messe Frankfurt eröffnet Halle 5
- 18 Colja M. Dams**
DE&I als Schlüssel für nachhaltige, erfolgreiche Events
- 20 Hotels**
Marriott Geneva setzt neue Maßstäbe in puncto Nachhaltigkeit
- 22 VDVO**
Gewachsene Bedeutung, hohe Präsenz und ambitionierte Ziele
- 24 Heidelberg**
HCC eröffnet im Frühjahr 2024
- 26 Female Leaders**
Isabel Haufe, Geschäftsführerin teamgeist GmbH
- 32 Oman**
Das Sultanat überzeugt mit Authentizität und Vielfalt
- 39 Jörg Isler**
Wie die Branche dem Fachkräftemangel begegnet
- 41 Branche**
Joinera von Face2Face: Im Gespräch mit Sascha Syndicus

Im Frühjahr 2024 öffnet nach jahrelanger Planung und Bauphase das Heidelberg Congress Centrum.



24



32

Der Oman ist derzeit ein absolutes Trend-Ziel: Und das nicht ohne Grund. Die Möglichkeiten im Sultanat sind vielfältig und beeindruckend.

363 Zimmer und Suiten, 1.000m² Meetingfläche und verschiedene Outdoor-Venues bietet das neueste Haus des Kempinski-Portfolio in Cancún.



44



18

Colja M. Dams: Gleichheit und Fairness gegenüber allen Menschen ist keine Modeerscheinung, sondern eine unaufhaltsame Entwicklung.

44 **Hotels**
Kempinski Cancún

48 **Meetings Forward**
Open Data - Schlüssel zum Standortmarketing der Zukunft

49 **Impressum**

50 **Branche**
Im Trend: WIR-Gefühl mit Playful Business

Dass auch die gehobene Hotellerie nachhaltig sein kann, zeigt das erst Ende des Jahres offiziell eröffnete Marriott Geneva. Elektrochrome Fenster, Fernwärme und ein Fokus auf ausschließlich regionale Produkte sind dabei nur einige der Schlagworte.

Foto: Marriott Hotels

20





Die Algarve: Ein kleines Paradies für die MICE-Branche |

Von Anna-Lena Gras

Die Algarve ist bekannt für ihre kilometerlangen Strände, die einzigartige Kultur und prädestiniert für Hochzeiten und Urlaube. Doch die Infrastruktur der Destination lässt sich genau aus diesen Gründen ebenfalls für MICE bespielen. Und das auch noch hervorragend! Nicht umsonst hat insbesondere die Automobil-Branche den südlichsten Landstrich Portugals schon vor Jahren für sich entdeckt.

BESONDERS GEEIGNETE MONATE für die MICE-Branche sind alle außerhalb der Hochsaison im Sommer. Gerade Frühjahr und Herbst sind ideal. Dann sind die Verfügbarkeiten in den Hotels entsprechend vorhanden und die Preise haben sich auf einem günstigeren Niveau eingependelt.

Der einfachste Weg an die Algarve führt über den Flughafen Faro. Mit dem Sommerflugplan ab Ende März gibt es beispielsweise Direktflüge zwischen Frankfurt und Faro. Im Winterflugplan bietet die TAP Flüge mit kurzem Zwischenstopp in Lissabon an, während die Direktflüge

ausschließlich von Low-Cost-Carriern wie Ryanair durchgeführt werden. Die Fahrt vom Flughafen in die Innenstadt Faros dauert etwa 15 Minuten und ist daher recht einfach zu organisieren. Generell sind die Wege an der Algarve eher kurz. So sind fast alle Städte und Regio-



Die Algarve ist bekannt für ihre Strände. Aber die Region im Süden Portugals hat noch viel mehr zu bieten. Foto: shutterstock.com / DaLiu

Bausubstanz nicht mehr bewohnt werden können, deren jeweiliges Erdgeschoss aber von Einzelhandelsgeschäften und Restaurants besiedelt ist. Dadurch entsteht ein besonderes Flair, das viele Großstädte vermissen lassen.

Mitten im Zentrum liegt das Nossa Senhora da Assunção. Das ehemalige Kloster wurde bereits 1519 erbaut und blickt auf eine bewegte Geschichte zurück. Schon während der verschiedenen Bauphasen wechselte der Baustil. So finden sich typische Elemente aus der Spätgotik, während der Kreuzgang und das Portal der Kirche eher der Renaissance zugeordnet werden können. Heute beherbergen die alten Mauern das städtische Museum. Die Exponate reichen von Gemälden europäischer Künstler bis hin zu arabischen Keramiken und römischen Mosaiken in den archäologischen Dauerausstellungen. Für Planer sind allerdings nicht nur die Artefakte als Rahmenprogramm interessant. Denn der charmante Kreuzgang und der dazugehörige Innenhof lassen sich für Events mit bis zu 120 Personen bespielen. Die außergewöhnliche Atmosphäre kommt durch die Besonderheit des Gebäudes von allein.

nen von Faro aus in etwas mehr als einer Stunde zu erreichen.

Doch schon die Hauptstadt der Region liefert einige interessante Möglichkeiten für Veranstaltungen. Ein großer Vorteil besteht in der Fußläufigkeit innerhalb des historischen Stadtkerns. Generell ist Faro mit seinen etwas mehr als 45.000 Einwohnern mehr gemütliche Kleinstadt als wuselige Metropole. Aber gerade darin begründet sich zugleich der Charme. Das Zentrum besteht hauptsächlich aus im 17. und 18. Jahrhundert erbauten Gebäuden, die zwar aufgrund ihrer teils schlechten

Nur eine Straßenecke weiter liegt zudem die Igreja Santa Maria. Diese Kirche aus dem Mittelalter beherbergt ebenfalls ein Museum, das sich passend zur Gebäudeart eher der sakralen Kunstgeschichte widmet. Vor ebendieser Kirche befindet sich ein großes Areal, das bei entsprechender Planung und Absprache mit der Stadt für Veranstaltungen genutzt werden kann. Da es sich um öffentliche Straßen und Parkplätze handelt, ist eine langfristige Planung unabdingbar.

Faro kann aufgrund der unterschiedlichen und zahlreichen Hotels als Hauptstandort für eine Konferenz oder ein Meeting fungieren. Durch die kurzen Wege lassen sich weitere Orte und Städte der Region problemlos in die jeweiligen Programme einarbeiten.

Pousada: Ein Ort der Ruhe

1942 wurden die Pousadas de Portugal – seinerzeit als staatliche Organisation – gegründet, heute ist sie teilweise im Besitz der Pestana Gruppe und wird von dieser betrieben. Pousadas sind wörtlich



Das ehemalige Herrenhaus in Estoi bietet heute die perfekte Kulisse für MICE-Events. Foto: Pestana Hotels

übersetzt Orte der Ruhe und, zumindest in Portugal, meist in historischen Gebäuden angesiedelt. So auch die Pousada Palácio de Estoi, die sich nur etwa 15 Minuten Fahrt von Faro entfernt befindet. Das ehemalige Herrenhaus zählt mit seinen 63 Zimmern offiziell zu den Small Luxury Hotels of the world und bietet eine sehr gelungene Mischung aus historischen Räumlichkeiten im Haupthaus und modernen Hotelzimmern im Anbau.

Schon beim Betreten des Hauses über den Eingang auf der obersten Etage wird die Geschichte des Hauses deutlich. Eine Mischung von opulenten Elementen aus Neoklassizismus, Neorokoko und Art Nouveau macht die Lobby zu einem Highlight für Kunstliebhaber.

Die gesamte obere Etage des Hauses wurde liebevoll restauriert und offeriert drei Salons zum Verweilen. Alle sind in unterschiedlicher Grundfarbe und anderem Ambiente. Ebenfalls auf dieser Ebene angesiedelt ist das Restaurant mit angren-



➔ zender Terrasse. Durch die überschaubare Größe – im positivsten Sinne – ist eine exklusive Nutzung des gesamten Hauses möglich.

Die 63 Zimmer und Suiten des Palácio de Estoi auf den tiefergelegenen Etagen bilden einen starken Kontrast zum historischen Gebäude. Und das bewusst: Die Zimmer sind in einem modernen Neubau untergebracht. Dieser Neubau wurde allerdings so konzipiert, dass er sich in die umliegende Natur nahtlos einpasst. Um dies zu erreichen, wurden beispielsweise die Dächer mit verschiedenen Gräsern und Blumen bepflanzt.

Der terrassenartig angelegte Garten des ehemaligen Herrenhauses lässt sich insbesondere bei Buy-Outs hervorragend für Events bespielen, sei es ein Dinner entlang des historischen Säulengangs oder ein Cocktail-Empfang an einem der verschiedenen Springbrunnen.

Meeting im ehemaligen Pferdestall

Klassische Event- und Meetingflächen gibt es selbstverständlich auch. Die ehemaligen Pferdeställe des Anwesens wurden vollständig renoviert und beherbergen heute den Konferenzbereich. Etwas abseits des Haupthauses gelegen, jedoch über eine Allee mit diesem verbunden, finden Planer hier eine flexible Veranstaltungsfläche mit etwas mehr als 200 m². Ein kleiner Tipp an dieser Stelle: Die Allee selbst kann ebenfalls für Empfänge und sogar Dinner genutzt werden. Hieraus ergibt sich eine hervorragende Kombinationsmöglichkeit für In- und Outdoor-Events.

Location-Wechsel

Eine komplett andere Atmosphäre erwartet Gäste und Planer im Real Marina Hotel & Spa. Das zur portugiesischen Real Hotel Group gehörende Fünf-Sterne-Haus garantiert, direkt an der Marina von Olhão gelegen, einen ungestörten Blick über das Naturschutzgebiet Ria Formosa.

Das im modernen Stil erbaute Hotel bietet einerseits 144 Zimmer und Suiten und zusätzliche 80 Apartments in zwei nebenan befindlichen Wohnkomplexen.

Der Konferenzbereich des Hauses erstreckt sich auf drei Ebenen, die direkt miteinander verbunden sind. Auf insgesamt 15 multifunktionale Räume können Planer vor Ort zurückgreifen. Der größte Raum fasst dabei bis zu 700 Personen. Ebenfalls für Events

beispielbar ist die riesige Poolterrasse. Diese kann sowohl für Dinner als auch für Empfänge in Szene gesetzt werden.

Zwei interessante Adressen

Mit gleich zwei Standorten, die für Planer interessant sind, ist die zu den NH Hotels zählende Marke Tivoli an der Algarve vertreten: das Tivoli Carvoeiro in der Nähe von Portimão und das Tivoli Marina Vilamoura in der gleichnamigen Stadt. Während Vilamoura etwa 30 Minuten Fahrtzeit von Faro entfernt liegt ist der Weg ins etwa 50 Kilometer entfernte Carvoeira etwas länger.

Dafür erwartet die Gäste in dem auf ein Kliff an der Küste gebauten Fünf-Sterne-Haus ein pittoreskes Panorama. Bodentiefe Fensterfronten, helle Farben und ein luftiges Design lenken den Blick schon von der Lobby aus auf den Atlantik und die schroffen Felswände der Klippen. Insgesamt 248 Zimmer und Suiten zwischen 23 und 74 m² gibt es im Tivoli Carvoeiro, die allesamt zum Meer hin ausge-



li.o. : Das Real Marina Hotel & Spa bietet zahlreiche Möglichkeiten sowohl im Konferenzbereich als auch bei der Zimmerauswahl. Foto: Real Hotel Group

re.o. : Viel Tageslicht, helle Farben und dezentes Design: So präsentiert sich das Tivoli Carvoeiro. Fotos: NH Hotels

li.u. : Konferenz mit Blick auf die Marina: Das Algarve Conference Center lässt sich in Kombination mit dem Tivoli Vilamoura hervorragend bespielen.

Eurowings
discover.

Aus dem Flieger direkt auf Safari.

Entdecken Sie Namibia, Simbabwe, Tansania, Kenia,
Mauritius oder Südafrika. Direkt und bequem mit uns.
Mehr auf [eurowings-discover.com](https://www.eurowings-discover.com)

Afrika
Jetzt ab
Frankfurt





→ richtet sind und jeden Gast den Ausblick von Balkon oder Terrasse genießen lassen.

Für den geschäftlichen Anlass sind insgesamt sieben Meeting-Rooms verfügbar, die bei einem Empfang insgesamt bis zu 1.100 Personen erlauben. Der größte Saal des Ensembles namens Almansor ist eine Kombination aus fünf der Meeting-Rooms, die sich sowohl in Kombination als auch einzeln bespielen lassen. Nicht mehr teilbar ist der Saal Carvoeiro. Mit seinen 250 m² bietet er allerdings Platz für bis zu 400 Personen während eines Empfangs und 300 Personen in Theaterbestuhlung.

Hotel mit Konferenzzentrum

Die zweite Adresse, die MICE'ler in ihre Planungen einbeziehen sollten, ist das Tivoli Vilamoura, das ebenfalls auf Fünf-Sterne-Niveau agiert und insgesamt 383 Zimmer und Suiten bereithält. Zusätzlich interessant wird es durch den Anschluss an das Algarve Convention Center, das als eines der schönsten in Europa gilt. Nicht zuletzt wegen der Lage an der Marina wurde das Convention Center so geplant, dass es an allen Seiten, die zum Ozean ausgerichtet sind, vollverglaste Fensterflächen hat, um sowohl aus den Foyers als auch aus den Konferenzräumen den Blick auf die Umgebung freizugeben. Ein weiterer Pluspunkt sind die Kapazitäten. Veranstaltungen mit bis zu 3.000 Personen sind vor Ort ohne Probleme möglich. Und das beschränkt sich nur auf eines der Stockwerke. Eine weitere Etage offeriert zusätzlich zwei Säle à 420 m², die wiederum in sich in acht kleinere Partitionen unterteilt

bar sind. Daher sind die häufig benötigten Breakout-Rooms bei großen Konferenzen ohne Probleme zu organisieren. Hinzu kommen das Rooftop (3.500 pax.) und mehrere Terrassen mit unterschiedlichen Kapazitäten. Trotz der vielseitigen Möglichkeiten im Convention Center verfügt das Tivoli Vilamoura über eigene Konferenzräume und Eventflächen.

Mehr als 600 Hektar und ein breites Portfolio

Seit etwas mehr als 50 Jahren besteht das Resort Quinta do Lago in Almancil – ebenfalls nur etwa 15 Minuten vom Flughafen Faro entfernt und daher hervorragend erreichbar. Das heute auf 645 Hektar angelegte Areal, das von zusätzlichen 2.000 ha Naturpark umgeben ist, geht auf die Idee eines einzelnen Mannes – André Jordan – zurück. Der portugiesische Immobilienentwickler hatte die Idee zum „Masterplan für die Quinta do Lago“ – wie er es selber beschreibt –, als er auf einem Hügel stand, an dessen Fuß sich heute eines der zahlreichen Restaurants des Resorts befindet. Damals stand dort nur ein einfaches Bauernhaus, der Ausblick von dort auf das umliegende Gebiet ließ die Idee in seinem Kopf reifen. Heute gilt Quinta do Lago als Luxusresort, das seinesgleichen sucht – nicht nur im Hinblick auf die Immobilien-Entwicklung der letzten mehr als 50 Jahre, sondern auch die Bereiche Nachhaltigkeit und Innovation. Den Grundstein dafür legte Jordan.

Der Anfang des Resorts vollzog sich eher zurückhaltend. Da sich Portugal Anfang der 70er-Jahre politisch in einer schwierigen Situation befand, die in der

Nelkenrevolution und dem damit eingeleiteten Ende der Diktatur 1974 gipfelte, war der Zeitpunkt für Jordans Idee sicherlich nicht der geeignetste. Aber der gebürtige Pole rückte nicht von seiner Idee ab und begann 1972 mit den Bauarbeiten.

Die erste Phase umfasste die Umwandlung des Bauernhauses in ein Anwesen mit Restaurant –, heute das Casa Velha – 20 Timesharing-Apartments, einer Diskothek, einem Tennisclub und einem Reitzentrum sowie die Erweiterung des Sees und Schaffung von insgesamt 27 Löchern zum Golfen. Ein weiteres Projekt in der ersten Phase war der Bau der etwa einen Kilometer langen Holzbrücke, die Gäste über die Lagune zum Sandstrand führt. Diese Brücke ist heute eines der Wahrzeichen Quinta do Lagos. Mit der Revolution, mit der eine Verstaatlichung der Banken einherging, wurde das Voranschreiten des Vorhabens dann jäh gestoppt. Das Resort wurde letztlich in staatlichen Besitz überführt und André Jordan ging nach Brasilien. Am Ende war es nur der Entschlossenheit der etwa 300 verbliebenen Mitarbeiter zu verdanken, dass das Resort diese schwierige Zeit überstand und man die Möglichkeit erhielt, sich nach

li. : Das Resort Quinta do Lago erstreckt sich auf mehr als 600 ha und bietet für nahezu alle Anforderungen die passende Lösung.

Mi.: Das Wyndham Grand Algarve wurde als All-Suites-Hotel konzipiert und überzeugt durch seine Weitläufigkeit und das stimmige Design. Fotos: Quinta do Lago



mehreren Jahren Stillstand doch – wieder – weiterentwickeln zu können, was auch geschah. Nach mehreren Wechseln in der Führungsspitze umfasst Quinta do Lago heute insgesamt drei mehrfach ausgezeichnete 18-Loch-Golfplätze, fünf Restaurants, ein Sportzentrum, zahlreiche Wohnimmobilien und mehrere Hotels. Und alle diese Bestandteile sind für Planer beispielbar.

Drei Möglichkeiten

Ein wichtiger Baustein im Rahmen der Planung einer Veranstaltung ist sicherlich die Unterkunft. Dafür gibt es auf dem Gelände von Quinta do Lago drei Varianten. Die erste und gleichzeitig kleinste ist das Magnolia Hotel, das von der Quinta do Lago-Gruppe selbst betrieben wird. Das Boutique Hotel bietet 74 Zimmer und sieben Cottages. Designtechnisch leben hier die 50er Jahre wieder auf, daher bestimmen gerade im Restaurant kräftige Farben in Kombination mit Pastelltönen das Bild.

Mit dem Conrad Algarve und dem Wyndham Grand sind zwei starke Marken in Quinta do Lago zuhause. Ersteres verfügt über 154 Zimmer und Suiten und einen eigenständigen und flexibel nutzbaren Konferenzbereich auf etwa 500m².

re.o. : Auf dem Campus steht Sport im Mittelpunkt. Hochprofessionell wird dieses High-Performance-Center innerhalb des Resorts betrieben. Neben zahlreichen Sportarten können hier aber auch Events und Incentives den richtigen Rahmen finden.

Alle Räume punkten mit Tageslicht und aktueller Medientechnik. Die beiden größten Säle (280 pax. und 125 pax.) sind in sich unterteilbar und erlauben verschiedenste Events.

Etwas tiefer im Resort liegt das Wyndham Grand Algarve mit seinen 132 Zimmern. Das All-Suite-Hotel ist nur wenige Gehminuten vom Strand entfernt und zeichnet sich außerdem durch den direkten Zugang zu einem der Golfplätze des Resorts aus. Auch hier finden sich knappe 500 m² Konferenzbereich auf einer Ebene unterhalb der Rezeption, die per Treppe und Lift erreichbar sind. Auf fünf Veranstaltungsräume, darunter das hochmoderne Konferenzzentrum für bis zu 400 Personen, können Planer vor Ort zurückgreifen. Darüber hinaus gibt es für den Bereich eine eigene Terrasse, die für Pausen und Empfänge bespielt werden kann. Wer nicht unbedingt auf feste Räumlichkeiten setzt, kann außerdem die großzügigen Gartenflächen des Wyndham Grand ins Auge fassen. Durch die Nähe des Resorts zum Strand sind beeindruckende Cocktail-Empfänge mit Blick auf den Atlantik realisierbar.

Ein großer Vorteil bei der Zimmerplanung des Hauses ist die Tatsache, dass der einzige Unterschied zwischen den Zimmern in der Anzahl der Schlafzimmer besteht: Einfach alle Zimmer wurden nämlich als Suiten konzipiert. Während die beiden Penthouse-Suiten über jeweils drei Schlafzimmer verfügen, sind alle weiteren Suiten entweder mit einem oder zwei Schlafzimmern inklusive En-Suite-Badezimmer sowie einer vollausgestat-

teten Küche versehen. Ein angenehmer Vorteil, gerade bei längeren Aufenthalten.

Wer trotz eigener Küche nicht selbst den Kochlöffel schwingen möchte, der kann sich aus mehreren Restaurants das passende aussuchen. Für größere Gruppen bietet sich das Caravela an, das zu allen Mahlzeiten Themenbuffets kredenzt. Etwas kleiner und intimer präsentiert sich das Dourado, das sich auch exklusiv bespielen lässt. Hier wird kulinarische Raffinesse mit lokalen Zutaten kombiniert und alles direkt in der offenen Showküche vor den Augen der Gäste zubereitet.

Ein ganzer Campus für den Sport

Eines der letzten großen Projekte, das im Quinta do Lago realisiert wurde, ist der Campus. Die hochmoderne Anlage ist vollkommen dem Sport gewidmet und schon Heimat zahlreicher Trainingslager verschiedener Spitzen-Sportmannschaften aus Fußball und Rugby gewesen. Für Planer lässt sich der Campus daher hervorragend in Rahmenprogramme einbauen. Neben den großzügigen Rasenflächen, die vorrangig von Sportmannschaften genutzt werden, gibt es hier mehrere Tennis- und Paddle-Tennis-Plätze, ein zweistöckiges Fitnesscenter, einen beheizten Swimmingpool mit 25-Meter-Bahnen sowie mehrere Kursräume für Yoga, Pilates und andere Sportarten. Bei Bedarf können für jede der genannten Sportarten auf dem Campus auch private Trainer hinzugezogen werden, die mit Rat und Tat zur Verbesserung des körperlichen Wohlbefindens oder der Fitness beitragen. Mittelpunkt des Campus ist außerdem ei-



Das Casa do Lago ist eine klassische Beachfront-Location, die drinnen 150 Sitzplätze offeriert und auf der großen Terrasse 200 Personen erlaubt.



Sehr relaxed präsentiert sich The Shack. Zwanglose Events sind hier genau richtig.



Früher Bauernhaus, heute Adresse für Fine-Dining: das Casa Velha. Fotos: Quinta do Lago

raum und 80 Personen auf der Terrasse. Gerne können auch beide Bereiche kombiniert werden. Insbesondere Hochzeitsgesellschaften bevorzugen das Casa Velha aufgrund seines Eingangsbereichs. Denn der Terrasse vorgelagert befindet sich ein weiterer Bereich mit einem kleinen Pool, der sich sehr stimmungsvoll für die Zeremonie in Szene setzen lässt.

From Farm to fork

Trotz der Orientierung an der französischen Spitzengastronomie setzt das Casa Velha seine Menüs äußerst nachhaltig um. Dieses Vorhaben wird von der Quinta do Lago eigenen Farm tatkräftig unterstützt. So wird jegliches Gemüse, das im Casa Velha auf den Tisch kommt, auf den Gemüsebeeten im Herzen des Resorts angebaut und von dort direkt ins Restaurant geliefert. Allerdings stammen alle weiteren Zutaten, die verwendet werden, hauptsächlich von lokalen Zulieferern.

Bovino – das moderne Steakhouse

Etwas größere Kapazitäten als das Casa Velha ermöglicht das direkt nebenan gelegene Bovino. Durch die kulinarische Ausrichtung als Steakhouse sind hier auf den ersten Blick vorrangig Fleischliebhaber exakt richtig. Ein zeitgemäßes Steakhouse versteht sich aber natürlich darauf, alle Gäste anzusprechen – daher bietet das Bovino auch vegetarische und vegane Alternativen an. Bei einer exklusiven Buchung des Restaurants finden bis zu 500 Gäste Platz. Für kleinere Gruppen ergibt sich allerdings der Vorteil, dass sich die

einzelnen Bereiche wie Bar, Terrasse und Restaurant einzeln in Szene setzen lassen und man mit einer Eventdramaturgie arbeiten kann. Denkbar wäre zum Beispiel ein Cocktail-Empfang auf der Terrasse, ein anschließendes gesetztes Dinner im Restaurant und der Ausklang des Abends im gemütlichen Bar-Bereich, dessen Team übrigens für seine innovativen Cocktails und Mixturen bereits ausgezeichnet wurde. Mit Vorhängen und Markisen sind die Bereiche dergestalt voneinander trennbar, dass die Gäste nicht sehen, was im nächsten Bereich auf sie wartet.

Events mit Blick auf das Wasser

Innerhalb des Resorts ist der See. Das riesige Gewässer wurde bereits in der ersten Bauphase angelegt und ist seitdem absoluter Fixpunkt auf dem Gelände. Entlang des Sees finden Planer zwei weitere Adressen, die mit ihrem jeweils unterschiedlichen Ambiente äußerst interessante Möglichkeiten offerieren.

Etwas gediegener präsentiert sich das Casa do Lago, dessen Lage direkt am See schon der Name vermuten lässt. Das Casa do Lago bietet einen Innenbereich mit 150 Sitzplätzen, rundherum verglast schweift der Blick aus dem Inneren an allen Seiten auf das Wasser, das zum Design des Restaurants inspirierte. Viel Weiß in Kombination mit Hellblau verleiht jeder Veranstaltung ein maritimes Flair, gemütliche

→ ne der zahlreichen kulinarischen Anlaufstellen innerhalb Quinta do Lagos: Dano's, das passend zum Umfeld als Sportsbar eingerichtet wurde. Ob exklusiv oder nur teilweise bespielt, bietet das Dano's eine sehr gelungene Möglichkeit für Gruppen. Durch mehrere Fernseher im Innenraum ebenso wie auf der Terrasse, die im Regelbetrieb die wichtigen Sportereignisse des Tages zeigen, kann hier bei Bedarf präsentiert oder die firmeneigene CI entsprechend aufgespielt werden.

Ein Restaurant-Duo für Veranstaltungen

Das bereits erwähnte Casa Velha präsentiert sich heute als Fine-Dining-Adresse innerhalb des Resorts. An dem Standort des ehemaligen Bauernhauses wurde das charmante Restaurant errichtet und bietet Platz für bis zu 70 Personen im Innen-

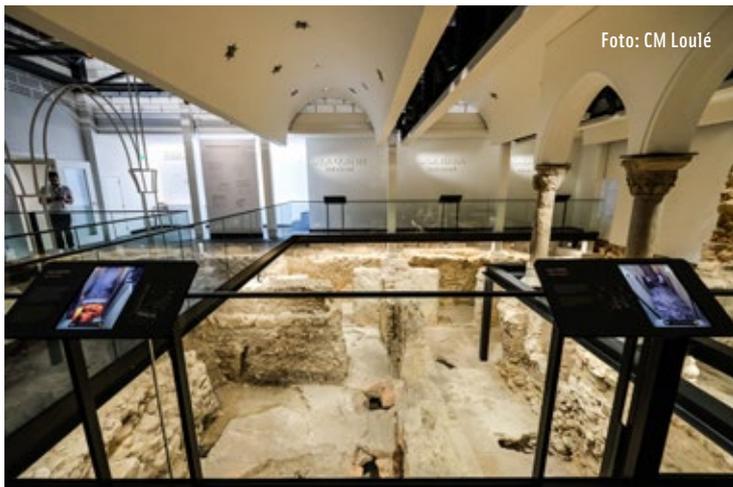


Foto: CM Loulé



Foto: Jorge Gomes & Algarve Convention Bureau

Events in historischem Ambiente: In Loulé lässt sich die reiche Geschichte perfekt für Events nutzen, um so einzigartige Erlebnisse zu kreieren.

Sitzmöglichkeiten und natürliche Materialien wie Holz runden das Gesamtbild ab. Die Glasflächen sind außerdem als Schiebetüren konzipiert und erlauben eine Kombination des Innenraums mit der Terrasse, die weiteren 200 Gästen Platz bietet. Sogar die Karte ist an die Szenerie und den Look des Casa do Lago angepasst. Daher findet sich hauptsächlich frisches Seafood auf der Karte.

Nur einen Katzensprung entfernt liegt die zweite Waterfront-Location: The Shack. Das nur in den Sommermonaten geöffnete Restaurant ist sozusagen die kleine „coole“ Schwester des Casa do Lago. Die entspannte Atmosphäre der Location eignet sich für ungezwungene Empfänge und Dinner ebenso wie für Lunches. Regelmäßig finden hier Sommerpartys statt, die sowohl von Einheimischen als auch Touristen gerne besucht werden. Sogar Live-Musik erlaubt die Infrastruktur des – an die ursprünglichen Fischerhütten der Algarve angelegten – Restaurant & Bar. In puncto Kapazität liegt die Grenze bei 180 Personen.

Loulé: Kreatives Städtchen

Etwa 20 Minuten Fahrzeit – von Faro und dem Palácio de Estoi – entfernt liegt die 70.000 Einwohner zählende Stadt Loulé. Bereits seit der Altsteinzeit ist die Gegend besiedelt und blickt daher auf eine reiche Geschichte zurück. So wurden beispielsweise bei Bauarbeiten an einem Privathaus die Überreste eines arabischen Badehauses gefunden. Liebevoll und unter Berücksichtigung der engen Straßen innerhalb der Altstadt wurden die Grund-

mauern des Hammams freigelegt und in ein Museum integriert. Generell werden die kulturellen Schätze der Stadt gepflegt und wenn möglich zusätzlich in das MI-CE-Portfolio integriert. Daher sind beispielsweise auch Events in den Räumlichkeiten des Badehauses möglich. Der offene gestaltete Vorplatz erlaubt bis zu 100 und in den einzelnen Räumen des Museums etwa 25 Personen.

Ein interessantes Konzept, das in Loulé schon häufiger Anwendung gefunden hat, ist die Nutzung der gesamten Altstadt mit ihren unterschiedlichen Locations. So können größere Gruppen in den engen Gassen und historischen Gebäuden der Altstadt ihren Platz finden. Dies ist möglich, wenn man das Event als eine Art Spaziergang in wiederum kleineren Gruppen plant. Während des Rundgangs kann ein weiteres Projekt der Stadt eingebunden werden: Loulé Creativo. Im Rahmen dieser Initiative wurden Künstler und Handwerker gewonnen, die in kleinen Shops, die im Logo der Initiative erkennbar sind, ihre Arbeit und ihre Waren präsentieren. Das Besondere hierbei ist allerdings, dass sogar teilweise schon in Vergessenheit geratene Künste wie das Korbflechten mit Palmenblättern, Töpferei, Schmiede- und Metallarbeiten wiederbelebt wurden. Um das zu erreichen, sprach die Stadt die „alten Meister“ dieser Künste an – man holte sie teilweise sogar aus dem Ruhestand zurück ins aktive Berufsleben, um jüngere Einwohner der Stadt die Techniken zu lehren und auf diese Weise die alten Künste nicht aussterben zu lassen.

Von der Burg ins Schloss und auf den Markt

Eine weitere Option im Altstadt-Ensemble ist das Castelo de Loulé. Diese mittelalterliche Burg wurde von den Arabern im 13. Jahrhundert erbaut und beherbergt heute innerhalb ihrer Steinmauern das städtische Museum. Für Veranstaltungen lässt sich der Innenhof für bis zu 200 Personen in Szene setzen.

Wer es weniger rustikal bevorzugt, sollte sich den Palácio de Gama Lobos genauer ansehen. Der Palast wurde um 1760 erbaut und ist ebenfalls Teil des Loulé Creative-Projekts. Zwar fungiert das Gebäude einerseits als Museum, andererseits aber können die örtlichen Künstler und Handwerker hier Workshops anbieten, die sich wiederum um Rahmenprogramm-Gestaltung hervorragend eignen. Neben den beiden genannten Möglichkeiten sind die Räumlichkeiten ebenfalls für Events beispielbar. Der sich durch die kunstvoll gearbeiteten Stuckverzierungen an den Decken, die bodentiefen Fenster mit französischem Balkon und die alten Holzböden ergebende historische Charme ist beeindruckend. Durch die farblich neutral weiß gehaltenen Wände lenkt er allerdings nicht vom eigentlichen Event-Setup ab. Während im Inneren des Palácio de Gama Lobos etwa 100 Personen Platz finden, ergibt sich im Außenbereich eine Maximalkapazität von 200 Gästen.

Letzter Baustein im Portfolio von Loulé ist der Mercado Municipal. Der im orientalischen Stil erbaute Mercado wurde 1908 eröffnet und dient noch heute jeden Morgen als Marktplatz für Händler



Flexibel in allen Bereichen: das Grande Real Santa Eulália. Foto: Real Hotel Group



Nicht nur das umliegende Gelände macht das Pine Cliffs Resort besonders. Auf 72ha erstreckt sich das Resort mit zahlreichen Optionen für MICE. Foto: Pine Cliffs Resort

→ von regionalen Produkten und Waren. Schließen dann die Marktstände am Mittag, können Planer sich nach Herzenslust austoben. Bei entsprechender Planung in Absprache mit der Stadt kann der Markt für Veranstaltungen geöffnet und der gesamte Bereich genutzt werden. Bis zu 500 Personen sind unter dem Kuppeldach der Markthalle kein Problem.

Weitere Regionen entdecken

In der Nähe von Albufeira, einem ehemaligen Fischerdorf, finden sich gleich zwei Adressen, die für Planer interessant sind. Sowohl das Pine Cliffs als auch das Grande Real Santa Eulália sind als Resorts angelegt, unterscheiden sich durch ihren jeweiligen Stil aber deutlich voneinander.

Portugiesischer Charme

An der farbenfrohen Kultur des Landes orientiert sich das Grande Real Santa Eulália, das zweite Haus der Real Hotels Group an der Algarve. Das Fünf-Sterne-Hotel liegt direkt am gleichnamigen Strand in der Region Albufeira und bietet Planern insgesamt 345 Zimmer, Suiten und Apartments, drei Restaurants, fünf Bars, zwei Foyers sowie 15 Konferenzräume. Letztere befinden sich alle auf einer Ebene und sind über eine ausladende Steintreppe von der Lobby aus erreichbar. Auf dieser Ebene befindet sich außerdem das Hauptrestaurant des Hauses mit 360 Sitzplätzen, wenn man die Terrasse mit einbezieht.

Für personenstarke Konferenzen ist der Salão mit einer Maximalkapazität von bis zu 700 Personen geeignet. Absolute Flexibilität herrscht im Grande Real vor.

Die größtmögliche Kombination erlaubt auf 435 m² bis zu 500 Personen. Dies kann über eine Kombination von drei Räumen erreicht werden.

Zudem sind diese drei Räume wiederum in sich teilbar. Daher sind ebenfalls kleinere Konferenzen mit 40 Personen in diesen Räumlichkeiten realisierbar.

Mit zusätzlichen fünf Breakout-Rooms à 15 m² sowie einem Executive-Room (12 pax.) ist das Grande Real Santa Eulália bestens für komplexe Anfragen gewappnet.

Durch die Bauweise des Hotels mit einem Haupthaus und mehreren kleineren Wohneinheiten, in denen die Apartments mit je einem oder zwei Schlafzimmern verortet sind, können Planer bei der Unterkunftswahl ebenfalls sehr flexibel agieren. Je nach Gruppengröße können entweder das gesamte Resort oder aber die Apartments respektive das Hotel separat gebucht werden. Im Hotel selbst gibt es durch die beiden Flügel, die sich rechts und links von der Lobby befinden, außerdem die Möglichkeit, jeweils nur einen Flügel exklusiv zu bespielen.

72 Hektar Resort

Das Pine Cliffs präsentiert sich im Gegensatz zum Grande Real Santa Eulália in architektonischer Hinsicht eher als modernes Resort, bei dem auf portugiesische und maurische Formen und Muster als Designakzente gesetzt wurde. Das gesamte Resort erstreckt sich auf 72 ha und bietet schon allein durch seine Größe zahlreiche

Möglichkeiten für die MICE-Branche. Das als Dorf konzipierte Pine Cliffs offeriert vier verschiedene Unterkunftsmöglichkeiten: von klassischen Hotelzimmern und -suiten im Haupthaus über mehrere Apartment-Komplexe bis hin zu eigenständigen Villen. Die Gesamtzahl der Zimmer beläuft sich auf 1250 Betten.

Aufgrund der direkten Nachbarschaft der 217 Zimmer im Haupthaus und der 148 Ocean Suites – Ein- und Zwei-Zimmer-Apartments – im Nebengebäude ergibt sich eine größere Flexibilität in puncto Unterkunft: Im Rahmen der Auswahl des Zimmertyps kann aus allen verschiedenen Einheiten gewählt werden und trotzdem wohnen alle Teilnehmer der Gruppe nicht allzu weit auseinander.

Von beiden Gebäuden aus gelangen die Gäste auf die großzügigen Gartenflächen des Resorts, die sich hervorragend für Events bespielen lassen. Nahezu alle Flächen des gesamten Resorts können zu Event-Locations umfunktioniert werden und erlauben daher enorme Personenanzahlen. Auch wenn sich die riesigen Außenflächen insbesondere für Produkt- und Carlaunches eignen, finden sich 13 elegante Function-Rooms im Pine Cliffs. Insgesamt 2.184 m² stehen für Events und Meetings zur Verfügung, darunter ein Ballsaal für bis zu 700 Personen. Drei kleinere Meetingräume erlauben zwischen 60



Morgado do Quintão: stimmungsvolle Events mit individuellem Charakter.
Foto: Morgado do Quintão

und 250 Personen. Zusätzlich gibt es drei Breakout- und zwei Boardrooms.

Der Wein steht im Mittelpunkt

Abseits der alltäglichen Hektik bietet das familiengeführte Weingut Morgado do Quintão in der Nähe von Portimão eine entschleunigende Möglichkeit für Events. Auf sieben Hektar erstreckt sich das gesamte Weingut und ist das Zuhause einiger der ältesten Reben an der Algarve sowie jahrhundealter Oliven-, Pflaumen-, Feigen- und Johanniskrautbäume. Herzstück des Weinguts ist das alte Farmhaus, das mit seinem angrenzenden Garten für Gruppen bespielt werden kann. Bis zu 200 Personen finden unter dem riesigen Olivenbaum des Gartens Platz. Das Farmhaus selbst ermöglicht bis zu 50 Personen im Inneren. Kleinen Gruppen offeriert das Morgado do Quintão die zusätzliche Möglichkeit des Farmstays. Neben dem Haupthaus stehen noch drei weitere Häuser zur Vermietung bereit – insbesondere für Management-Tagungen eine interessante Option. In jedem Fall sollte jedoch die Chance genutzt werden, etwas über



Das komplette Angebot bietet das Vidamar Resort Algarve in der Nähe von Albufeira: 260 Zimmer, 12 Konferenzräume und verschiedene weitere Venues für Social Events sind in dem großzügigen Resort beispielbar. Foto: Vidamar Hotels

die Philosophie und die Art der Bewirtschaftung vor Ort zu lernen. Denn das Weingut arbeitet ausschließlich ökologisch, was sich sowohl in der Weinherstellung als auch in den zubereiteten Gerichten niederschlägt. Daher sollte eine Führung unbedingt Teil des Aufenthalts sein.

Zurück an die Küste

Durch die kurzen Wege an der Algarve ist die Einbindung eines Weingutes wie Morgado do Quintão von fast allen Standorten möglich. Etwa 30 Minuten entfernt liegt das Vidamar Resort Algarve mit seinen 260 Zimmern und Suiten. Das direkt an der Küste bei Albufeira ligende Resort punktet aber nicht nur mit seinen großzügig bemessenen Zimmern, sondern vor allem mit seiner Flexibilität für MICE-Planer.

Angefangen bei den klassischen Meeting- und Konferenzräumen: Davon gibt es insgesamt 12, die sich aufgrund ihrer unterschiedlichen Größe für verschiedenste Gruppengrößen eignen. Zwei der Räume befinden sich direkt über der Lobby und sind sowohl einzeln als auch in Kombination (278 m²) beispielbar. Direkt neben den Meeting- und Konferenzräumen liegt außerdem eines der Restaurants des Hauses. Das kleinste und wohl exklusivste Restaurant mit dem Namen Olivo Meat&Wine verfügt über 56 Sitzplätze und ist die neueste Addition im Portfolio des Vidamar.

Auf der Lobby-Ebene finden Planer weitere sechs Räume, die zwischen 72 und 113 m² groß sind. Korrespondierend damit ermöglicht das Foyer, von dem aus alle Säle erreichbar sind, Pausen oder Empfänge mit bis zu 590 Personen.

Weitere Möglichkeiten finden sich auf der dritten Etage des Hotels: Weitere 546 m² sind hier in total beispielbar. Der Bereich ist in insgesamt vier Sektionen teilbar. Bei der Teilung sollte jedoch beachtet werden, dass nur die jeweils äußeren Räume einen direkten Zugang zu der 110 m² großen Terrasse haben.

Neben den Meetingräumen gibt es Optionen, die sich wiederum für begleitende oder Stand-Alone-Events eignen. So sind beispielsweise alle Restaurants – von den insgesamt fünf – für Gruppen und Events nutzbar. Eine Variante stellt das Primadonna Ristoranta Italiano (120 pax.) dar, das nur etwas abgesetzt vom Hotelgebäude verortet ist, aber über einen zusätzlichen Eingang von außen verfügt. So ist das Primadonna Ristoranta Italiano auch für Nicht-Hotelgäste ohne Probleme erreichbar.

Ebenfalls etwas abseits des Hotels findet sich die Special-Event-Location des Fünf-Sterne-Hauses. Le Palmeraie ist – einfach gesprochen – ein fast vollständig verglastes Bungalow mit eigener Terrasse inmitten des Palmengartens. Sowohl auf der Terrasse als auch im Inneren finden jeweils 120 Personen einen Sitzplatz. Wer den Palmengarten ringsherum für einen Empfang nutzen möchte, kann sogar mit bis zu 200 Personen planen.

„Poetischer Funktionalismus“ in Frankfurt

Am 03.02.23 eröffnete die Messe Frankfurt den Neubau der Halle 5. Mehr als 18.000 Quadratmeter Fläche stehen auf zwei Etagen zur Verfügung. Das benachbarte Congress Center ist durch ein Schiebetor direkt angebunden.



Das symbolische Band zur Eröffnung der Halle 5 durchschneiden (v.l.) Architekt Prof. Helmut Kleinkraneburg, Architekt Martin Gruber, Messe-Geschäftsführer Detlef Braun, Stadträtin Stephanie Wüst, Wirtschaftsminister Tarek Al-Wazir und Messe-Geschäftsführer Uwe Behm. Foto: CreativK



Mit ihrer goldfarbenen Fassade im Zick-Zack-Muster setzt die neue Halle 5 spannende Akzente auf dem Gelände der Messe Frankfurt. Foto: Messe Frankfurt

„**WIR HABEN WERT** darauf gelegt, dass die neue Halle flexibel nutzbar ist“, erläutert Messe-Geschäftsführer Uwe Behm. Die alte Halle 5 wurde fast 50 Jahre genutzt.

Die neue Halle ist innen etwa 180 Meter lang und rund 54 Meter breit. Sie ist auf zwei Ebenen nutzbar. Im Erdgeschoss tragen zwei Säulenreihen die Geschossdecke. Messestände können hier rund vier Meter hoch gebaut werden. Auf der oberen, säulenfreien Ebene stehen rund acht Meter Bauhöhe für Stände zur Verfügung. „Die enorme Spannweite des Daches war eine Herausforderung. Das Konstruktionsergebnis kann sich sehen lassen“, freut sich Architekt Martin Gruber.

Perfekte Einbindung in die Hallenlandschaft

Zeitgleich erneuerte die Messe am westlichen Ende der Halle den Übergang zur Halle 6. Den einfachen Durchgang erweiterten die Konstrukteure zu einem einladenden Foyer mit einer Galerie in der oberen Ebene.

An der Ostseite der Halle 5 schaffte die Messe einen flexiblen Durchgang zum benachbarten Congress Center. Ein rund vier Meter hohes und etwa 14 Meter breites

Schiebetor verbindet die obere Hallenebene mit der Bühne des Saals Harmonie im Congress Center. Zwei weitere Zugänge ermöglichen die flexible Nutzung beider Gebäudeteile, um für größere Kongresse genügend Raum anzubieten.

Besonders stolz ist Architekt Gruber auf die goldfarbene Süd-Fassade: „Die Halle strahlt Power und Poesie aus. Das ist wichtig bei einem Funktionsgebäude“, sagte er bei der Eröffnung. „Ich würde es als „poetischen Funktionalismus“ bezeichnen. Die Fassade lebt. Da ist eine Melodie drin.“ Die Süd-Fassade bietet einen temperamentvollen Kontrast zu den Hallenfassaden rings um die Freifläche „Agora“. Gefaltete, goldene Metallbleche in variablen Dimensionen bilden ein abwechslungsreiches Zick-Zack-Muster. Ein breiter Balkon ermöglicht den freien Blick über den gekapselten Messerundweg „Via Mobile“ hinweg auf die Agora und die angrenzenden Hallen.

Moderne Technik und grünes Dach

Modernste Technik für Beleuchtung und Belüftung in der Halle korrespondiert mit Sedum auf dem Hallendach. Diese Pflanzengattung aus der Familie der Dickblattgewächse soll für ein günstiges Mikroklima sorgen.

Eventplaner können die beiden Ebenen der Halle 5 komplett oder partiell nutzen. Ihre Feuertaufe bestand die Halle bereits. Vom 3. bis 7. Februar 2023 war sie Teil der „Christmasworld“ und bot Raum für saisonale Dekorationen, Floristenbedarf und Gartengestaltung. Zum Messtrio „Ambiente, Christmasworld und Creative World“ wurde jeder Quadratmeter gebraucht: 4561 Aussteller belegten fast 353.000 Quadratmeter auf dem Messegelände in Frankfurt. Damit feierte die Messe Frankfurt einen neuen Flächenrekord für Konsumgüter-messen.

Die richtige Entscheidung während der Pandemie

„Die Entscheidung war richtig, den Neubau der Halle 5 voranzutreiben“, blickte Behm zurück. Covid-19 hatte den Messebetrieb zum Stillstand gebracht. Der Bau wurde fortgesetzt. „Man vertraute der wirtschaftlichen Stabilität der Messe Frankfurt“, zeigte sich Behm begeistert.

Frankfurts Stadträtin Stephanie Wüst erinnerte daran, dass die Messebesucher für steigende Geschäftsreiseumsätze in der Region sorgen. „Es ist unser Ziel, die Messe für die Zukunft fit zu halten“, lautete ihr Fazit. (hr)



SPREEWALD – DIE PERFEKTE MICE-DESTINATION

MEETINGS - INCENTIVES - CONVENTIONS - EVENTS



*„Wir sind Ihr
Ansprechpartner für
einzigartige Erlebnisse
im Spreewald.“*

Spreewald
www.spreewald.de

Wir freuen uns auf Ihre Anfrage!

Tourismusverband Spreewald
Christian Matschke
Projektmanagement Reiseservice & M.I.C.E.
Telefon: +49 35433 58117
Mail: events@spreewald.de

www.spreewald.de

DE&I als Schlüssel für nachhaltige, erfolgreiche Events

von Colja M. Dams

#metoo und #blacklivesmatter – der Fokus auf Fragen der Vielfalt war nie größer als heute. Es ist immer selbstverständlicher geworden, für Gleichheit und Fairness für alle Menschen einzutreten. Es ist keine „Modeerscheinung“, sondern eine unaufhaltsame Entwicklung.



DE&I STEHT FÜR „Diversity, Equity and Inclusion“, also Diversität/Vielfalt, Gerechtigkeit und Inklusion. Immer mehr Unternehmen, Organisationen, öffentliche Verwaltungen und Einrichtungen werden sich einig, dass DE&I eine zeitgemäße und erfolgsversprechende Antwort auf eine Gesellschaft im Wandel ist. Das Bewusstsein wächst und damit auch das Verständnis für die Komplexität dieses Themas. DE&I ist ein Thema, mit dem wir zunehmend konfrontiert werden und dass nicht nur unsere Gesellschaft, der Art und Weise wie wir Arbeiten, sondern auch das Design, die Gestaltung und Durchführung von Events und Marketing-Maßnahmen betrifft. Was dazu führt, dass sich auch Agenturen immer mehr mit dem Thema beschäftigen müssen und gefordert sind die Entwicklung mitzugestalten. DE&I sind drei verschiedene Komponenten mit unterschiedlichen Schwerpunkten, die jedoch nur funktionieren, wenn sie zusammen gedacht und gelebt werden.

Nachhaltigkeit wird häufig in einem rein ökologischen Kontext verstanden. Im Eventbereich kommt noch der Wirkungskontext hinzu, wenn wir mit Events eine nachhaltige Wirkung der Botschaften er-

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

möglichen. Aber Nachhaltigkeit umfasst viel viel mehr. Und dazu gehört auch DE&I. DE&I spielt eine beständige Rolle in der Nachhaltigkeit. Das lässt sich anhand der vielen Parallelen zwischen der sozialen Dimension der Nachhaltigkeit und DE&I feststellen und lässt darauf schließen, dass Nachhaltigkeit ohne DE&I nicht möglich ist. Auch um die Sustainable Development Goals (SDGs), die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung der Agenda 2030, zu erreichen, kommt man nicht ohne DE&I aus. Gesundheit und Wohlergehen, hochwertige Bildung, Geschlechtergleichheit, menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum, Industrie, Innovationen und Infrastruktur, weniger Ungleichheiten und Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen. Nachhaltigkeit ist also mehr als ökologisches Handeln. Nachhaltigkeit beinhaltet immer auch wirtschaftliche und soziale Faktoren.

Diversität, Gerechtigkeit und eine starke Kultur der Inklusion sind für Events und Live-Marketing Schlüssel zum Erfolg.

Gerade bei Events kommen viele unterschiedliche Menschen mit ganz unterschiedlichen Bedürfnissen zusammen. Und somit gibt es hier sehr viele Möglichkeiten für Missverständnisse, für Gefühl von Ausgrenzung oder Zurückweisung. Daher sind Events im Besonderen angehalten, DE&I von vornherein bei der Planung und Umsetzung mitzudenken. Ein Event kann als erfolgreich beschrieben werden, wenn sich alle Gäste wohl und willkommen fühlen.

Eine Veranstaltung sollte so konzipiert und durchgeführt werden, dass niemand zurückgelassen oder ausgegrenzt wird und Nachhaltigkeit in ihrer ganzen Entfaltungsmöglichkeit gelebt werden kann. Das gilt sowohl für die Teilnehmenden als auch die Dienstleistenden. Dazu zählen alle Maßnahmen, bei denen der Mensch im Mittelpunkt steht: z.B. Diversität (Anerkennung und Einbeziehung von Vielfalt), Gerechtigkeit (Gleichberechtigung), Inklusion (Teilhabe Aller), faire Arbeitsbedingungen und Entlohnung. Es gibt Wege, eine offenere, vielfältigere und integrativere Umgebung für Veranstaltungen mithilfe von DE&I zu schaffen, die das Engagement der Gäste durchgehend aufrechterhalten kann. Dies wiederum kann sich sehr positiv auf die Innovationskraft, Kreativität und Motivation auswirken, sowie das Teambuilding während Events fördern.

VOK DAMS entwickelt Maßnahmen, wie sich Vielfalt, Gerechtigkeit und Inklusion bei Events umsetzen lassen. Der Hauptfokus liegt dabei auf den Handlungsfeldern Kommunikation, Programm, Location und Catering. Ziel ist es, Diversitätspolitik in jeden einzelnen Schritt der Veranstaltungsplanung miteinzubeziehen. Bei der Planung wird sich nicht auf ein Merkmal, wie z.B. ethnische Zugehörigkeit beschränkt. Betrachtet wird die gesamte Bandbreite der Vielfalt, einschließlich Geschlecht, ethnische Zugehörigkeit, Sprache, sexuelle Orientierung, Fähigkeiten, Religion usw. Entscheidend ist, dass die Veranstaltungsphilosophie an die Gäste kommuniziert wird und das Event als "inklusiv" gekennzeichnet wird. Denn dann fühlen sich die Menschen wohler, wenn sie angeben, welche Anpassungen sie wünschen.

Die Expert*innen für Events und Live-Marketing von VOK DAMS arbeiten bei in-

klusiven Events mit einem komplexen Leitfadensystem, das relevante, inklusionsfördernde Elemente enthält und ständig erweitert wird. Unter die einzelnen Clusterungen fallen u.a. die folgenden Aspekte:

KOMMUNIKATION

Darunter fällt u.a. die geschlechtergerechte und inklusive schriftliche und mündliche Formulierung in der internen und externen Kommunikation sowie barrierefreie Kommunikationsmaterialien. Weiter wird empfohlen, Videos, die während der Veranstaltung verwendet werden, mit Untertiteln zu versehen, damit z.B. Hörgeschädigte den Inhalten problemlos folgen können. Bei der Anmeldung sollte unbedingt nachgefragt werden, ob ein/e Gebärdensprachdolmetscher*in oder Mobilitätshilfe bereitgestellt werden soll und ob Nahrungsmittelallergien und -einschränkungen bestehen. Bereits bei der Anmeldung kann die Wahl der Geschlechterpronomen für die Namensschilder erfragt werden und der Verhaltenskodex des Kunden geteilt werden, um den Ton für die Veranstaltung vorzugeben.

PROGRAMM

Bei der Programmgestaltung zählt z.B. die Berücksichtigung von religiösen und andere Verpflichtungen der Teilnehmer*innen (z.B. Feiertage, örtlichen Schulzeiten). Aber beispielsweise auch die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Ein Start am Montag und ein Veranstaltungsende am Donnerstag, unterstützt die Vereinbarkeit von Familie und Beruf genauso, wie die Ermöglichung der Teilnahme aus der Ferne durch Online-Streamings oder hybriden Events. Repräsentieren Redner*innen und/oder andere Personen mit einer aktiven Rolle (z. B. für Moderation, Unterhaltung) eine breite Vielfalt an Geschlecht, LGBTQ+-Status, nationaler Herkunft, Fähigkeiten, Geografie usw.? Besteht die Möglichkeit, dass sie von jemandem als beleidigend empfunden werden könnten? Könnten sie als Aneignung betrachtet werden? Dies ist nur ein Ausschnitt der Aspekte, die in Bezug auf das Programm eines inklusiven Events zu prüfen gilt.

EVENTLOCATION

Der Veranstaltungsort eines inklusiven Events sollte z.B. über geschlechtsneutrale Toiletten oder die Möglichkeit verfügen, bestimmte Toiletten als geschlechtsneutral zu kennzeichnen. Für Menschen im Roll-



stuhl müssen u.a. rollstuhlgerechte Toilettenanlagen und rollstuhlgerechte Aufzüge zur Verfügung stehen sowie Stufen und Höhenunterschiede vermieden werden. Kurze Wege, Sitzgelegenheiten auf Wegen in regelmäßigen Abständen, rutschfeste Böden sind u.a. relevante Maßnahmen für Menschen mit Gehbehinderung. Für Menschen mit Sehbehinderungen und Blinde sollten z.B. Hindernisse auf Wegen vermieden werden, Stufenkanten markiert oder verständliche, akustische Informationen zur Verfügung gestellt werden. Hörsysteme, Untertitel für Videoinhalte oder Gebärdensprachdolmetscher*innen sind Maßnahmen, die Menschen mit Hörbehinderungen und Gehörlose einbeziehen.

CATERING

Beim Catering eines inklusiven Events steht u.a. die Berücksichtigung von Speise- und Serviereinschränkungen (z. B. koschere Mahlzeiten, Halal, vegetarische, vegane, milchfreie und glutenfreie Optionen oder Mahlzeiten nach Sonnenuntergang/ vor Sonnenaufgang während Ramadan) und die deutliche Kennzeichnung von Mahlzeiten in Buffetform im Fokus. Aber auch eine große Auswahl an Getränken, einschließlich heißer und kalter, koffeinhaltige und entkoffeinierte, alkoholische und alkoholfreie Optionen und die Bereitstellung von Wasserstationen im gesamten Veranstaltungsbereich gehört u.a. zu einem inklusiven Event.

EVENT EVALUIERUNG

Zur Optimierung von inklusiven Events ist für VOK DAMS die Event-Evaluierung entscheidend. Es ist wichtig sich ein klares Bild davon zu machen, welche Aspekte ein Event integrativer machen und welche

außer Acht gelassen wurden. Dazu werden die Event-Teilnehmenden darüber befragt, wie zufrieden sie mit der Veranstaltung gewesen sind und wie sie einladender hätte gestaltet werden können. Das Event-Team bei VOK DAMS schaut sich während der Veranstaltung oder über die Fotodokumentation des Events genau an, wer an dem Event teilnimmt. Die Ergebnisse werden nach der Veranstaltung zunächst intern und schließlich mit dem Kunden besprochen, um das nächste Event zu optimieren. Die Event-Evaluierung dient weiter der Erweiterung des VOK DAMS DE&I-Leitfadens. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass es wichtig ist, sich ein klares Bild davon zu machen, welche Aspekt ein Event integrativer machen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass sich DE&I zu einem festen Bestandteil einer offeneren Gesellschaft und Unternehmenskultur entwickelt und deswegen nicht auf Events zu vernachlässigen ist. Der Schlüssel für ein erfolgreiches Event ist die offene Konzeption und Durchführung einer Veranstaltung, bei der sich niemand zurückgelassen oder ausgegrenzt fühlt und Nachhaltigkeit in ihrer ganzen Entfaltungsmöglichkeit gelebt werden kann. Das gilt sowohl für die Teilnehmenden als auch die Dienstleistenden. Dafür ist eine Umsetzung von DE&I bei der Registrierung, Kommunikation, Location, Catering und beim Programm und die offene Kommunikation darüber notwendig. Anerkennung und Einbeziehung von Vielfalt, Gleichberechtigung und Teilhabe aller sind die Werte von DE&I und einer offenen, modernen Gesellschaft, ohne die eine erfolgreiche Veranstaltung unmöglich geworden ist.

Nachhaltig, intelligent und gemütlich: das Marriott Geneva



Nur fünf Minuten Fahrtzeit vom Flughafen Genf entfernt liegt das erst kürzlich eröffnete Marriot Geneva.

MIT EINER GROSSEN Feier öffnete das Marriott Hotel Geneva im November offiziell seine Türen. Damit einhergehend präsentiert Marriott sein neues Design, das mehr an ein Zuhause als ein Hotel erinnert, erstmals in der Schweiz. Aber nicht nur das Design birgt Überraschungen. Denn das Fünf-Sterne-Haus überzeugt auch absolut im Bereich Nachhaltigkeit. Schon während der Planungs- und Bauzeit wurden viele Maßnahmen ergriffen,

um das Marriott Geneva entsprechend den höchsten Standards führen zu können.

Elektrochromes Fensterglas

Das Design des Marriott Hotel Geneva beinhaltet ringsum riesige Glasflächen. Aufgrund der dadurch grundsätzlich hohen Sonneneinstrahlung und der damit verbundenen Erwärmung des Gebäudes wäre die entsprechend notwendige Kühlung mittels Klimaanlage ein großer Minuspunkt in der Nachhaltigkeitsbilanz des Hauses. Um diesen Effekt zu eliminieren, wurden alle Fenster mit elektrochromem Glas ausgestattet. Dieses spezielle Glas lässt sich elektronisch abtönen. Während in den Hotelzimmern der Gast die Hoheit über die Stufe der Glastönung hat, läuft der Prozess in den öffentlichen Bereichen vollautomatisch. Je nach Lichtintensität werden die Scheiben dunkler und verhindern dadurch, dass die Wärme ins Gebäude dringen kann. Durch diese innovative Lösung kann der Gesamtenergieaufwand um etwa 20 Prozent gesenkt werden.

Allerdings sind die Fenster nicht die einzige Maßnahme, um das Gebäude energieeffizient kühl zu halten. So wurde die Fassade ebenfalls entsprechend innovativ gestaltet. Zwischen der Fassade und der Außenwand wurde eine Lücke

Gemütlich und in stimmigem Design präsentiert sich die Lobby des Marriott Geneva, die mehr an ein Wohnzimmer als an eine klassische Hotellobby erinnert. Fotos: Marriott Hotels

gelassen. Diese Technik bezeichnet man als hinterlüftete Fassadenkonstruktion, die den Austausch von Wärme, Luft und Licht zwischen dem Inneren und Äußeren des Gebäudes dämpft. Der entstehende Kamineffekt drückt die erwärmte Luft nach oben und die Hotelwand bleibt kühl. Im Winter ist es genau umgekehrt und die Wand bleibt warm.

Wer allerdings doch die Klimaanlage anwirft, muss nicht direkt ein schlechtes Gewissen haben. Denn schon während des Baus vermutete man nützliches Grundwasservorkommen unterhalb des Geländes. Und damit lag die Chevally Group, in deren Besitz das Gebäude ist, genau richtig: Durch die Bohrungen konnte eine natürliche Wasserquelle erreicht werden. Ihre Energie, die durch den Wasserfluss entsteht, wird heute zur Kühlung des Gebäudes genutzt. Im Rahmen eines Kreislaufs wird das Wasser wieder in die Erde zurückgeführt, ohne dieses dabei zu belasten.

Der letzte Punkt im Energiehaushalt

beziehungsweise in dessen Optimierung liegt in der systematischen Nutzung von Fernwärme aus erneuerbaren Energien.

An vielen Stellen weitergedacht

Architekten, Eigentümer und Betreiber hörten bei der Planung des Hauses allerdings nicht beim Thema Energieversorgung und -effizienz auf. So verarbeitet die Cocktailbar zur Herstellung von Sirup und Kräutermazeraten ausschließlich Zutaten, die im hoteleigenen Dachgarten angepflanzt werden. Die Ausrichtung des Restaurants ist orientiert an lokalen Zutaten und Weinen, welche außerdem zu 95 Prozent aus nachhaltiger Produktion stammen. Zudem werden die Uniformen des Personals – beziehungsweise Teile davon – aus Meerestextil und ökologischen Fasern hergestellt. Darüber hinaus werden Speisekarten und Rechnungen auf recyceltem, kompostierbarem und pflanzlichem Papier erstellt. Sehr angenehm für Gäste und ebenfalls energieeffizient ist übrigens – nebenbei angemerkt – der Shuttle-Service zwischen dem Hotel und dem nur einen Katzensprung entfernten Flughafen. Für die kurze Strecke wird hier ein vollelektrischer Kleinbus eingesetzt, der zu regelmäßigen Zeiten hin und her pendelt.

Insgesamt also ein sehr einheitliches Konzept, das nicht nur aufhorchen lässt, sondern zeigt, wie die Hotellerie – durchdacht – einiges für eine nachhaltige Zukunft tun kann.

Home away from home

Die neue Design-Strategie der Marriott-Gruppe für ihre Kernmarke erlebte in den letzten Jahren einen großen Wandel. Von der klassischen Hotelloobby rückte man ab und verwandelte den Bereich eher in eine große Living-Area mit gemütlichen Sitzmöglichkeiten, der Bar in der Mitte und einem Restaurant mit Open Kitchen. Warme Farben, Holzvertäfelungen und ein guter Mix aus verschiedenen Stoffen und Mustern runden das Bild im sogenannten Great Room ab.

Ähnlich gemütlich wurden die 263 Zimmer und Suiten gestaltet. Sie bieten nicht nur genügend Platz, sondern wurden zusätzlich an die Anforderungen des modernen Gastes angepasst. In Zeiten, in denen der Bleisure-Trend ein immer wichtigerer Bestandteil für Reisende wird, gibt es in allen Zimmern des Marriott einen Platz zum Arbeiten. Die Studio-Suiten

des Hauses ermöglichen mit einer Küche zusätzlich Longstays.

Für Planer sind zudem die Sky View Suite und die Präsidentensuite nicht ganz uninteressant, denn beide können für Events bespielt werden. Die Sky View Suite punktet darüber hinaus noch mit einer 90 m² großen Terrasse mit Blick auf die Umgebung Genfs.

Mehr als 1.000 m² Meetingfläche

Im ersten Stock des Hauses liegen die insgesamt acht Veranstaltungsräume des Hauses, die sowohl einzeln als auch in Kombination nutzbar sind. Bei Belegung des gesamten Bereichs können Events mit bis zu 1.120 Personen realisiert werden. Das Designkonzept der Lobby wurde zusätzlich auf den Konferenzbereich ausgedehnt. So finden sich außerhalb der Räume kleine Sitznischen, die geradezu dafür gemacht sind, individuelle Gespräche zu führen. Entstanden sind diese unterschiedlichen Sitzmöglichkeiten, um der Entwicklung Rechnung zu tragen, dass Co-Working Spaces immer wichtiger werden. Um den Bereich für Nicht-Hotelgäste als temporären Arbeitsplatz attraktiv zu machen, wurde außerdem eine Kaffeebar installiert, die alle gängigen koffeinhaltigen Getränke offeriert.

Die größten Kapazitäten entfallen auf den Saal La Clémence. Der mit bodentiefe Fenstern versehene Raum misst ca. 340 m² und fasst bis zu 350 Personen. Mit einer Deckenhöhe von knapp unter fünf Metern gibt es hier im wahrsten Sinne des Wortes genügend Luft, um aufwendige Aufbauten zu ermöglichen. Der zweitgrößte Raum Jean Calvin (280 pax.) ist in sich teilbar und verfügt ebenfalls über Tageslicht. Die kleineren Meetingräume haben Flächen zwischen 90 und 50 m².

Rahmenprogramme in Genf – Die Wichtigkeit des Drumherum

Die Region und die jeweilige Kultur sind immer wichtige Bestandteile bei der Gestaltung des Rahmenprogramms. In Genf finden sich dazu sehr originelle Ideen. Die wohl eindrucksvollste ist der Uhrnenworkshop von Initium. Während des

Workshops lernen die Teilnehmer nicht nur etwas über die Art und Weise wie Uhren zusammengesetzt werden, sondern können selbst Hand anlegen. Denn das Besondere dieses Workshops ist es, dass sich jeder Teilnehmer eine eigene Uhr zusammenbauen kann – Vom Armband über das Ziffernblatt und die Zeiger werden alle Teile individuell ausgesucht. Unter



Die hohe Kunst der Uhrenherstellung selber erleben: Beim Workshop von Initium können Teilnehmer genau das selbst erfahren. Foto: Initium

fachkundiger Anleitung werden die Zeitmesser dann selbst hergestellt.

Kein Aufenthalt in der Schweiz ohne Schokolade

Eine weitere Möglichkeit für ein ansprechendes Rahmenprogramm ist eines der zugleich beliebtesten Mitbringsel aus der Schweiz: Schokolade. Einen Workshop mit dem Endresultat einer eigens kreierten Tafel Schokolade – mit oder ohne kunstvolle Verzierungen – bietet beispielsweise La Bonbonnière an. In den Räumlichkeiten der Chocolaterie inmitten der Genfer Innenstadt können Gäste in die Welt der Schokolade eintauchen, einiges lernen und ganz individuell nach eigenem Geschmack kreativ werden.

Last but not least

Die Region um den Genfersee ist bekannt für ihre fruchtigen und süffigen Weißweine aus der Chasselas-Traube. Um einen guten Einblick in die Genfer Weinwelt zu erhalten, bietet das familiengeführte Weingut Berthaudin Wines verschiedene Optionen. Eine Verkostung gehört natürlich zum Standardrepertoire.

Verband der Veranstaltungsorganisatoren e.V.

Gewachsene Bedeutung, hohe Präsenz und ambitionierte Ziele!

2004 gegründet, hat sich der Verband der Veranstaltungsorganisatoren e.V. (VDVO) mittlerweile zum größten Branchenverband für die Entscheider und Führungskräfte der Meeting- und Eventbranche entwickelt. Die derzeit knapp 600 aktiven Mitglieder sind Veranstaltungsplaner aus DAX-Konzernen, mittelständischen Unternehmen, Institutionen und Verbänden, Eventmanager aus Agenturen sowie Vertreter der Leistungsanbieter. Der Verband versteht sich als lebendige Plattform für Networking und Wissensvermittlung, informiert über Trends und Innovationen, vermittelt fundiertes Fachwissen, verknüpft Expertenwissen mit Marktentwicklungen und setzt auf eine starke Vernetzung aller Stakeholder.



Geschäftsführer Thorsten Schwarz (links), die Vorstandsmitglieder Doreen Biskup (2.v.li.) und Gerd Kulhavy (rechts) und der Vorstandsvorsitzende Bernd Fritzsche (2.v.re.) haben in 2023 viel vor.

Foto: H.J. Heinrich

DIE KONTINUIERLICH ausgebaute Performance im Markt mit zahlreichen Kooperationen setzt Europas größter Planer-Verband auf vielen Ebenen um. Derzeit wird die Digitalisierung der verbandsinternen Kommunikation optimiert. Auf dem neuen Mitgliederportal bündelt sich alles, was den Zusammenhalt einer Community befördert, vom Newsletter über Event-Ankündigungen und Vernetzungs-Opportunities bis hin zu allerlei Wissenswerten. Im Wissensforum werden alle Bereiche von Experten geleitet, die im Forum per Email mit Fragen angespielt werden können. Und – nicht zu vergessen! – im Mitgliederportal findet man

auch eine Übersicht über die zahlreichen Rabattvorteile, die VDVO-Mitglieder genießen für den vergleichsweise kleinen Jahresbeitrag von nur 60,- Euro!

Starkes Engagement für Unternehmens-Neugründungen

In den vergangenen Jahren hat sich der VDVO auch einen Namen gemacht mit der Präsentation und Prämierung von Start Ups und Innovatoren in der Branche. Unter dem Motto „CAPTAIN MICE FUTURE“ stellte der Verband alljährlich auf einer Roadshow durch vier deutsche Städte Neugründungen vor, auf der die Gäste – allesamt Veranstaltungsplaner – über ihren Favoriten abstimmen konnten. Erstmals 2022 geschah das in strategischer Partnerschaft mit dem SmartCityEventIncubator CEI der Victoria Internationale Hochschule. Seit 1. Juli 2022 werden in dem vom Europäischen Strukturfonds und Berliner Senat geförderten Projekt

Start-ups gefördert, die innovative, nachhaltige oder inklusive Lösungen für die Veranstaltungswirtschaft entwickeln. Der SCEI ist ein europäischer Start-up-

Inkubator für die Veranstaltungswirtschaft mit einem 6-monatigen Trainingsprogramm sowie einem Stipendium für Gründer:innen. Die Zusammenarbeit mit der Victoria Internationale Hochschule wird derzeit konzeptionell überarbeitet und fortgesetzt.

Volle Konzentration auf die ITB Berlin mit dreifacher Präsenz

In Hinblick auf Messebeteiligungen setzt der Verband auf Konzentration bei maximaler Auftrittsqualität.

Die Entscheidung ist gefallen, die Kräfte in vielfältiger Weise auf einer Messe zu bündeln und zwar in starker Präsenz auf der ITB. Der VDVO arbeitet bereits länger sehr erfolgreich mit der Messe Berlin zusammen und hat auf der ITB den MICE-Bereich maßgeblich mit aufgebaut und gestärkt. 2023 wird es dort erstmals in Halle 3.1 einen 250 qm großen VDVO-Gemeinschaftsstand geben unter dem hochaktuellen Motto „CoCreative Sessions & Hybride Meetings“. 12 Anbieter, darunter der IT- & Netzwerk-Spezialist Cisco, Air Partner, Aida Cruises, Ilberhaus Marketing, Fiylo, Arcona Hotels, das ITB-Partnerland Georgien, die Event Companies, Italia plus und MICE DESK bieten eine breit gefächerte Roadmap für Planer. Ein zeitgemäßes Set Up mit klassischen Ständen, Co-Working-Spaces und Begegnungsflächen wird für viel Arbeits- und Aufenthaltsqualität sorgen.

Darüber hinaus bespielt der VDVO am 9. März von 10:30 Uhr bis 13:45 Uhr den MICE-Track auf dem ITB-Kongress mit spannenden Speakern und Themen. Der VDVO-Klassiker, die ITB MICE



Auf der Abendveranstaltung des letztjährigen Kongresses in Leipzig wurde der MICE ACHIEVEMENT an VOK DAMS verliehen. Auf die Prämierung während der ITB MICE NIGHT 2023 darf man gespannt sein.



„Volle Hütte“ beim Vortrag von GCB- Geschäftsführer Matthias Schultze auf dem Leipziger Kongress „Building Bridges“. Fotos: Heinrich

NIGHT, geht am 8. März ab 19 Uhr im Hotel Berlin, Berlin über die Bühne. In

diesem Rahmen wird auch der MICE ACHIEVEMENT AWARD 2023 an eine bekannte Persönlichkeit aus der Veranstaltungswelt verliehen. Tickets für einen stimmungsvollen All Inklusiv-Abend gibt es für 99,- Euro.

Auch 2023 wieder ein verbandseigener Kongress

Ein weiteres starkes Signal auf dem erfolgreich beschrittenen Weg vom Mitläufer zum Taktgeber und für die Bündelung der Aktivitäten ist ein eigener Kongress. Highlight des Verbandsjahres wird daher zweifellos der zweite verbandseigene Kongress sein, der nach dem Erfolg 2022 in Leipzig nun am 30. Juni 2023 in Berlin stattfindet.

Der Fokus liegt auf Inspiration, Begegnung und persönlicher Weiterentwicklung.

Per Definition ist diese Veranstaltung ein Kongress, der die Veranstaltungswirtschaft verbindet und Brücken zu anderen Bereichen wie Wirtschaft, Forschung und Entwicklung sowie Politik schlägt. Das Motto ist erneut „Building Bridges“ und diesmal geht es rund um die Themen

„Was sie persönlich tun können, um Brücken im Business zu bauen und langfristig erfolgreich zu sein“. Vier Schlüssel für den Erfolg werden präsentiert mit denen jeder sein Business auf das nächste Level bringen kann. Es geht darum, warum Piloten versagen und Manager Fehler machen. Was es mit dem Heldendilemma auf sich hat und warum Super-Wo(man) nicht glücklich ist, was eine wirkungsvolle Feedbackkultur ausmacht und wie Spitzensportler maßgebliche Erfolgsfaktoren identifizieren, mit System anwenden und Spitzenleistung erzielen. Gastgeber des VDVO-Kongresses 2023 ist das Mövenpick Hotel in der Nähe des Potsdamer Platzes.

Neu: Regionaldirektoren und ein Jahr kostenlose Schnupper-Mitgliedschaft

Politiker sprechen gerne von „Bürger-nähe“. Aber wie schafft man bei einem nationalen Verband maximale Mitglieder-nähe? Eine wichtige Maßnahme zur Stärkung der Mitgliederbindung hat der VDVO unlängst mit der Implementierung von Regionaldirektoren:innen getroffen. Sie sollen als regionale „Prominenz“ in der Fläche Ansprechpartner im Alltag sein. Fünf Regionaldirektionen wurden bereits über Deutschland verteilt etabliert

und organisieren je eine Veranstaltung pro Quartal in ihrer Region. Dort treffen sich VDVO-Mitglieder zum zwanglosen abendlichen Austausch und kleinen Vorträgen bei Essen & Trinken in besonderen Locations.

Also alles bestens? „Nein,“ sagt VDVO-Geschäftsführer Thorsten Schwartz. „Wir wollen weiter stark wachsen!“ Für dieses große Ziel im Jahr 2023 verkündet er gemeinsam mit dem dreiköpfigen Vorstand ein besonderes Angebot: die kostenlose Schnuppermitgliedschaft für ein Jahr! Schließlich sind hohe Mitgliederzahlen eine wichtige Vorbedingung, um auf politischem Parkett Gehör zu finden. Dort ist er VDVO mit einem eigenen Hauptstadt-Lobbyisten und einem Positionspapier präsent, das sich auf drei Kernthemen fokussiert: Den Strukturwandel in der Veranstaltungswirtschaft, die Bedrohung der wirtschaftlichen Grundlagen für die Leistungsträger in der Veranstaltungswirtschaft und last but not least die Margenbesteuerung, bei der der VDVO schon wichtige Teilerfolge errungen hat. Beliebte Formate sind das Politische Frühstück und die Parlamentarischen Abende, die auch im Jahr 2023 fortgesetzt werden. (jh) www.vdvo.de



Impressionen von Regionalveranstaltungen in Frankfurt, Köln und Baden-Baden. Fotos: VDVO

Große Begeisterung in Heidelberg |

Von Hans Rodewald

Nach vielen Jahren der Konzeption und intensiven Planung soll das neue Heidelberg Congress Center HCC im Frühjahr 2024 eröffnen. Die Geschäftsführer der Kultur- und Kongressgesellschaft, Mathias Schiemer und Thomas-W. Sante, freuen sich auf High-End-Kongresse im neuen HCC. Es entsteht direkt am Bahnhof und damit unweit der idyllischen Altstadt und des reizvollen Schlosses. „Modern tagen - romantisch feiern“ lautet entsprechend der Slogan in Heidelberg.



Mathias Schiemer (l.) und seit November 2022 Thomas-W. Sante führen die Geschäfte der Kultur- und Kongressgesellschaft Heidelberg. Im kommenden Jahr soll das Heidelberg Congress Center eröffnet werden.
Foto: Hans Rodewald CreativK.de

SEIT NOVEMBER 2022 führt Thomas-W. Sante, gemeinsam mit Mathias Schiemer, die Geschäfte der Kultur- und Kongressgesellschaft. Nachdem er 2018 das Rhein-Main Congress Center in Wiesbaden miteröffnete, fließen seine Erfahrungen nun in die Planungen zur Eröffnung des HCC ein. „Wir bilden Teams, verknüpfen Nahtstellen und schaffen Strukturen für erfolgreiche Kongresse“, beschreibt Sante seine Aufgaben.

Mit einem rund 20-köpfigen Team sollen die Kernaufgaben Sales, Projektmanagement, Veranstaltungstechnik und Facility Management bewältigt werden. Darüber hinaus kommt die Kompetenz externer Unternehmen zum Einsatz. „Wir haben hier im Umkreis Top-Unternehmen aus der Veranstaltungswirtschaft. Deren langjährige Erfahrungen sind in unsere Planungen eingeflossen“, berichtet Schiemer.

Nachhaltige Ausstattung

Im hauseigenen Studio beispielsweise waren einige Insider für einen Green-Screen als Hintergrund. Andere favorisierten LED-Wände. Um allen Ansprüchen gerecht zu werden, hat man nun beides geplant. Zusätzlich sind die Regieräume für Licht und Ton auf Wunsch trennbar.

„Einige bevorzugen die Ruhe, andere die offene Kommunikation. Bei uns werden alle glücklich“, freut sich Schiemer.

Buchungsanfragen für die nächsten Jahre liegen bereits vor. Unternehmen aus der Wirtschaft sind ebenso wie wissenschaftliche Einrichtungen gespannt auf die Fertigstellung. Die International Alliance of Academies of Childhood Disability IAACD in Kooperation mit der European Academy of Childhood Disability EACD möchten ihren zweitägigen Kongress 2025 in Heidelberg ausrichten und weltweit live übertragen.

Für die Gestaltung des Kongresszentrums erhielten die Planer Lob vieler internationaler Experten. „Man erkennt offensichtlich, dass das HCC von innen nach außen gedacht wurde“, erläutert Schiemer. Die Einbindung der Eventplaner, Cateringunternehmen und Mediadesigner führte zu einer exquisiten Ausstattung in allen Bereichen. Dazu zählt unter anderem eine knapp 15 Meter breite und etwa fünf Meter hohe LED-Wand, die künftig inklusive angeboten werden soll.

Ein weiteres Highlight ist „The Kitchen“. „Das ist der größte Chef's-Table, den ich kenne“, sagt Schiemer. Ein großer Tisch um drei Live-Cooking-Stationen biete reichlich Platz für bis zu 50 Personen und gestatte den direkten Blick in die Zentralküche. Ebenso ist eine Live-Übertragungen aus der Küche möglich.

Spannend wird das Sky Forum im zweiten Obergeschoss. Das Amphitheater mit nachhaltiger Bambusausstattung bietet rund 60 Personen Platz für Events unter freiem Himmel.

Begeisterung sollen die vielfältigen Sichtachsen auslösen. Vom Foyer oder den Foren kann man auf angrenzende Etagen schauen. Dennoch können unterschiedliche Tagungen zeitgleich stattfinden. Das PopUp-Forum im Erdgeschoss bietet Raum für temporäre Kunstausstellungen wie für konferenzbegleitende Poster-Ausstellungen. Die Fläche kann mit wenig Aufwand in ein PopUp-Restaurant inklusive Bar umgebaut werden.

„Die Planungen übererfüllen sicher aktuelle Ansprüche“, meint Sante. „Aber wir denken nachhaltig und damit an die künftigen Ansprüche. So vermeiden wir kostspielige Ergänzungen.“

Platz für mehr als 1.800 Personen

Der große Saal soll Platz für 1.800 bis maximal 2.800 Teilnehmer bieten. In den zweiten Saal passen etwa 740 bis 1.300 Personen. Events dieser Größenordnung ließen sich in Heidelberg in der Vergangenheit indoor nicht realisieren.

Das hauseigene Parkhaus bietet 330 Parkplätze, davon 70 Ladestationen für E-Autos und weitere 50 Ladestationen für E-Bikes.

Ebenso modern ist die Ausstattung hinter den Kulissen des HCC. Parallele Anlieferungen für mehrere Events zeitgleich sollen problemlos möglich sein. „Auf den Ladehof passen zwei 40-Tonner gleichzeitig. Der Bereich ist ebenerdig und überdacht. Und in unseren Lastenaufzug passt auch ein größeres Auto“, berichtet Schiemer.

Sehr wichtig ist den beiden Geschäftsführern die Nachhaltigkeit. Die Stühle werden beispielsweise in Baden-Württemberg produziert. Das Essen wird in der hauseigenen Produktionsküche frisch zubereitet.

Bauliche Umgebung des HCC bildet der junge Stadtteil „Bahnstadt“. In dieser Passivhaussiedlung auf dem Gelände des ehemaligen Güterbahnhofs entstehen seit etwa zehn Jahren mehr als 7.000 Wohn- und Gewerbeeinheiten.

Kongress und Marketing Hand in Hand

Die enge Verzahnung zwischen der Kultur- und Kongressgesellschaft und Heidel-

berg Marketing bietet Planern wichtige Vorteile. „Wir liefern unsere Services quasi aus einer Hand. Die Räumlichkeiten und die Technik ebenso wie die Kontakte zu Beherbergung und zur Freizeitgestaltung. Besser kann es kaum gehen“, zeigt sich Schiemer begeistert.

„Die persönliche Bindung zu den Kunden steht bei uns im Vordergrund“, ergänzt Sante. „Das leben wir in unseren Teams vor. So wird die Zusammenarbeit intern und extern viel angenehmer.“ Ein neues Haus in einer schönen Stadt mit einem attraktiven Umfeld erleichtere die Mitarbeiterfindung.

Mit der Bauphase des HCC sind im Umfeld auch zahlreiche neue Beherbergungen entstanden. Die Zahl der Betten hat sich um etwa ein Drittel auf über 10.000 erhöht. „Dabei achten wir immer auf die Ansprüche der Konferenzteilnehmer“, erläutert Schiemer. „Wissenschaftler haben andere Ansprüche als Führungskräfte aus der Wirtschaft. Für alle Ansprüche haben wir eine reiche Auswahl. Von familiengeführten Gästezimmern bis zu den 5-Sterne-Luxushäusern mit Blick auf das Schloss.“

Zahlreiche Hotels sind in der Bahnstadt und in der Altstadt, fußläufig vom HCC erreichbar. Weitere Hotels befinden sich gerade im Bau, darunter beispielsweise das ATLANTIC Hotel Heidelberg mit 310 Zimmern nach Passivhaus-Standard.

Jede Veranstaltung hat andere Besonderheiten“, betont Schiemer. „Wie schön, dass wir für moderne Tagungen und Kongresse ebenso gut aufgestellt sind wie für romantische Abendgestaltung. Wir bieten sprichwörtlich den Biedermeier-Schrank neben dem Designermöbel.“

An der Zukunft des MICE Geschäftes hegen die beiden Geschäftsführer keine Zweifel. „Jeder Mensch möchte andere Menschen persönlich treffen. Das ist ein Grundbedürfnis. Tagsüber in Tagungen und Konferenzen, abends gemütlich in der Altstadt“, sagt Sante. Vor allem die Gesellschafts- und Hauptversammlungen der Unternehmen im näheren Umkreis sieht er neben den Wissenschaftlern aus aller Welt als attraktive Zielgruppe.

Dass die Kongressteilnehmer ihren Aufenthalt in Heidelberg erweitern, erwartet Schiemer: „Üblicherweise bleiben viele Kongressteilnehmer noch einige Tage länger, wenn sie schon in Heidelberg sind.“

„Ich wünsche mir eine Welt, in der miteinander gesprochen, zugehört und andere Meinungen auch respektiert werden.“

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 Isabel Haufe, Geschäftsführerin von teamgeist GmbH.



Foto: Privat

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

Ich bin seit 2004 Geschäftsführerin der Teamgeist GmbH und gleichzeitig auch Vorstand der Teamgeist AG. Unser Unternehmen ist seit über 30 Jahren größter Anbieter von Team Events in Deutschland. Bei der teamgeist GmbH bin ich für den Ausbau des B2B-Bereichs zuständig. Seit 2010 wachsen wir stetig mit weiteren Teamgeist Gesellschaften in der DACH-

Region. Aktuell haben wir elf Standorte. Für das zweite Halbjahr 2023 haben wir uns ein Megaprojekt vorgenommen: Dann startet die Preopeningphase des 360° Teamgeist Resorts, wo wir Beruf, Familie und Freizeit ideal verbinden und unsere Gäste ein zweites zu Hause am See finden. Die Eröffnung ist für 2024 geplant. Wir werden darüber berichten!

Nun zu meiner Person: Ich bin in Jena geboren und in einer sportbegeister-

ten Wassersportfamilie mit zwei älteren Brüdern aufgewachsen. Meine Leidenschaft gilt klar dem Sport. Als Dipl. Sportmanagerin (Leipzig) und ehemalige Geräteturnen-Leistungssportlerin probiere ich immer wieder gern etwas Neues aus. Aktuell bin ich vom Wing Foiling fasziniert. Ich bin aber auch Hochseeskipperin, Surferin und Sportkajak-Segellehrerin.

Als Mutter von zwei Kindern und mit einer neuen Patchworkfamilie mit weiteren zwei Kindern bin ich total krisenerprobt und glücklich. Wie ich alles unter einen Hut bekomme?

Mein Motto: „Wenn du ein Lächeln aussendest, kehrt es zu Dir zurück.“

Änderungen im Leben betrachte ich immer von der positiven Seite. Wichtig für mich war und ist, dass ich im hier und jetzt bin und nicht alle Dinge auf einmal mache. So verfolge ich mein erfolgreiches Konzept für Arbeit und privat: zwei Wochen bin ich mit meinen Kindern am Stück zusammen und gebe ihnen ungeteilte Aufmerksamkeit. In der Zeit nehme ich keine geschäftlichen Termine am Nachmittag oder am Wochenende an. Die restlichen zwei Wochen arbeite ich dann sehr intensiv an unseren Projekten, fokussiere mich auf unsere Mitarbeiter und die Gesundheit sowie meinen Mann,

mit dem ich gern Work & Travel verbinde.

Was macht die MICE-Branche für Sie besonders spannend?

Die MICE-Branche ist geprägt von echten Begegnungen, Emotionen und einer gewissen Leichtigkeit. Wir alle sind kreative und positive, offene Menschen mit Leidenschaft.

Für uns stehen gemeinsame Erlebnisse und das WIR-Gefühl im Vordergrund.

Neben dem Austausch und dem Wissenstransfer ist die MICE-Branche eine wertschätzende Branche, von der man viel lernen kann.

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

Für mich ist diese Branche nicht als typisch männlich oder weiblich zu betrachten. Hier wird jedes Geschlecht mit den verschiedenen Stärken geschätzt. Meist tritt man den Beruf in jungen Jahren an und wächst mit den unterschiedlichen Rollen. Um Familie und Job in Balance zu bringen, ist ein strategisches Personalressourcenmanagement und ein effektives Zeitmanagement sehr wichtig. Natürlich gibt es manchmal Zeithürden, aber wo nicht. Wichtig ist hier die Fokussierung auf das Wesentliche und auch einmal Nein zu sagen.

In unserer Branche wird ein Kind nicht als Hindernis gesehen. Als Familienunternehmen liegt uns die Wertschätzung unserer Teammitglieder am Herzen und wir unterstützen wachsende Familien, um Beruf, Familie und Freizeit in Einklang zu bringen.

Hatten Sie in Ihrer bisherigen Laufbahn mit Vorurteilen zu kämpfen?

Nein, ich habe sie zumindest nicht beachtet.

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

Ich bin ein sehr kooperativer Mensch. Denken Sie an eine Trainerin am Spielfeldrand - ich motiviere, gebe Verantwortung und fordere aber auch. Oder stellen Sie sich eine Feel Good Managerin vor: ich kümmere mich darum, dass es meinem Team physisch und psychisch gut geht. Bei uns gibt es keine hierarchische Ordnung. Unsere KollegInnen sind Experten auf ihrem Gebiet und für ihren Bereich selbst verantwortlich. Jede und jeder kann seine Meinung einbringen und Vorschläge zur Qualitätssteigerung und zum Kundennutzen unterbreiten. Wir haben eine offene Feedbackkultur. Als familiengeführtes Unternehmen ist es uns wichtig, dass Familie, Beruf und Homeof-

fice gut miteinander funktionieren. Und dass unsere KollegInnen sich wohl fühlen und auch gesund bleiben. Dafür haben wir zum Beispiel eine Personal Trainerin engagiert, mit der wir einmal wöchentlich trainieren. Wir beziehen auch gern ihre Familien ein und planen auch immer wieder gemeinsame Ausflüge.

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

Mein Vater! Er hat immer gesagt: „Du schaffst alles, was du dir vornimmst! Mach, was Dir Spaß macht und worin Du deine Leidenschaft siehst.“ Daher habe ich mein Hobby zum Beruf gemacht.

Mein Mann inspiriert mich auch immer wieder mit seinem Pragmatismus und seinen Unternehmensvisionen. Als ich 1999 als Studentin mit teamgeist den ersten Kontakt hatte, wurde ich gleich „ins kalte Wasser geworfen“ und habe schnell schwimmen gelernt. Diese Verantwortung damals hat mich geprägt für eine erfolgreiche Kundenakquise.

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

Sei leidenschaftlich und überzeugt mit einer Portion Leichtigkeit. Höre auf Deine innere Stimme. Am Beispiel Sauerstoff im Flugzeug: Nicht aufopfern! Wenn es Dir zuerst gut geht, dann geht es auch den anderen gut.

Wie schon gesagt: Auch mal Nein sagen und die eigene Meinung auf Sachebene kommunizieren. Die Glaubenssätze und Prinzipien auf den Prüfstand stellen und sich bewusst werden, wie man leben möchte. Nicht das Leben der „Anderen“ leben, dem Unbewussten Paroli bieten! Ich vergleiche viel mit dem Segeln. Man kann jeden Hafen (jedes Ziel) erreichen und es ist egal, woher der Wind kommt (welche Herausforderungen man überwinden muss), man muss nur die Segel richtig setzen. Wenn der Kurs klar ist (also die eigenen Ziele), treibt man nicht ziellos auf dem großen Ozean umher.

Passend dazu habe ich eine schöne Erinnerung: Ich habe 2004 als Skipperin eine reine Frauencrew trainiert, die als einzige mit acht Teilnehmerinnen an der

längsten Langstreckenregatta Deutschlands – „Rund Bornholm“ - drei Tage und drei Nächte teilgenommen hat. Eine absolut fabelhafte Erfahrung!

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

Es ist bekannt, dass wir Frauen ein Blick für Details und das Wesentliche haben. Wir sind empathisch und haben besondere Antennen, die auch mal emotional sein können.

Wir, insbesondere Frauen mit Kindern, kennen und können Zeitmanagement (ohne alle anderen „abstempeln“ zu wollen). Wir können Fehler eingestehen und uns entschuldigen. Ich kann aber auch sagen, dass wir flexibler, resilienter und stressfähiger sind. Für uns zählt nicht der Status sondern die Echtheit.

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?

Das Gros der Gesellschaft hinkt noch alten Rollenbildern hinterher, auch wenn wir im „New Normal“ schon längst angekommen sind. Wir können immer noch ein Liedchen von ungleicher Bezahlung singen. Wir als Frauen werden oft in unseren verschiedenen Rollen verglichen: Frau mit Kind versus ohne. Mütter werden in der Gesellschaft eher wertgeschätzt als alleinstehende Frauen, die bewusst Karriere machen wollen. Wir als Frauen müssen uns auch untereinander mehr stärken und fördern sowie auch Männern die Möglichkeit geben, uns bewusst zu unterstützen.

Was wünschen Sie sich für die Zukunft?

Ich wünsche mir eine Business-Welt mit mehr Wir-Gefühl! Ein echtes Miteinander!

Kooperationen und Zusammenarbeit sind notwendig, um die großen Herausforderungen von kleinen und großen Themen dieser Zeit zu beantworten.

Ich wünsche mir eine Welt, in der miteinander gesprochen, zugehört und andere Meinungen auch respektiert werden; in der der Mensch im Fokus steht und mit all seinen Fehlern und Problemen akzeptiert wird. Wir haben uns alle ein Lächeln verdient, das auch gern vergibt.

Meine Mission ist es, mehr Teamgeist in die Welt zu bringen.

Du schaffst
alles, was du dir
vornimmst!

Nachhaltigkeit und grüne Innovationen in Estland

Nachhaltigkeit erfordert langfristiges Engagement. Auch Tallinns Auszeichnung als Grüne Hauptstadt Europas 2023 hat eine Vorgeschichte. So bot die Hauptstadt ihren Bewohnern schon 2013 die kostenfreie Nutzung des Öffentlichen Personennahverkehrs. Bis 2035 soll der ÖPNV dazu CO₂-neutral werden. Tram-Bahnen werden bereits zu 100 Prozent mit erneuerbarer Energie betrieben. Weitere Kriterien für den Titel: Jeder Bezirk Tallinns verfügt über öffentliche Gärten; insgesamt ist ein Drittel der Fläche der Stadt von Grünflächen bedeckt. 80 Bienenstöcke auf öffentlichem Grund und 300 Kilometer Radwege beweisen, dass Tallinn Natur und nachhaltigem Lebensstil Raum gibt. Biodiversität, die Verkleinerung des ökologischen Fußabdrucks und eine nachhaltige Verwaltung der Stadt sind ihre Ziele als Grüne Hauptstadt Europas. Im Herbst 2023 münden Projekte und Neuerungen in eine Messe zum Thema grüne Innovation.

Nachhaltig handeln: Vom Schnellschuss zum globalen Projekt

Gute Ideen sofort umzusetzen, zählt zu Estlands Kernkompetenzen. Auch beim Umweltschutz. So taten sich 2008 fünfzigtausend Esten zusammen, um fünf Stunden lang Müll zu sammeln. Es war die Geburtsstunde einer weltweiten Bewegung. Zehn Jahre später befreiten beim ersten World Clean-up Day 18 Millionen Menschen in 157 Ländern ihre Umwelt binnen eines Tages von Millionen Tonnen illegal entsorgten Mülls. Heute ist die einst von tatkräftigen Esten initiierte Maßnahme die größte Freiwilligen-Aktion der Welt im Kampf gegen den Müll. Auch im Tourismus setzt Estland auf Umwelt- und Klimaschutz. Nachhaltigkeit ist eines der strategischen Ziele der Tourismusförderung des Landes. Seit 2021 ist Estland zudem Mitglied des Globalen Rats für nachhaltigen Tourismus (Global Sustainable Tourism Council). Die gemeinnützige Organisation legt Standards für eine nachhaltige Entwicklung im Reisektor fest.

Lokale Produkte und Zero Waste

Saisonalität, Regionalität und Produkte aus der Natur wie Beeren, Pilze, Fisch und Wild sind seit jeher die Eckpfeiler



der estnischen Küche. Mit diesem Ethos und konsequent nachhaltigen Konzepten haben estnische Restaurants jetzt die ersten Grünen Sterne im Guide Michelin für Estland errungen. Etwa das Restaurant Fotografiska, das in Tallinn schönste Blicke auf die Altstadt öffnet und nordische Gerichte nach Zero-Waste-Prinzip bietet. Alle Zutaten werden mit Stumpf und Stiel verarbeitet, 80 Prozent stammen aus der Umgebung, Kräuter und Honig vom eigenen Dachgarten. Auch das ebenfalls mit einem Grünen Stern ausgezeichnete Restaurant Põhjaka in einem ehemaligen Gutshof zwischen Tallinn und Tartu arbeitet hyperlokal. Gemüse, Obst und Kräuter kommen aus dem Garten. Das Team sammelt Pilze und Waldfrüchte, hält Hühner und Schafe, räuchert Fisch und Fleisch und betreibt eine eigene Brennerie.

Gründe Destinationen: Natur erleben, die Umwelt schonen

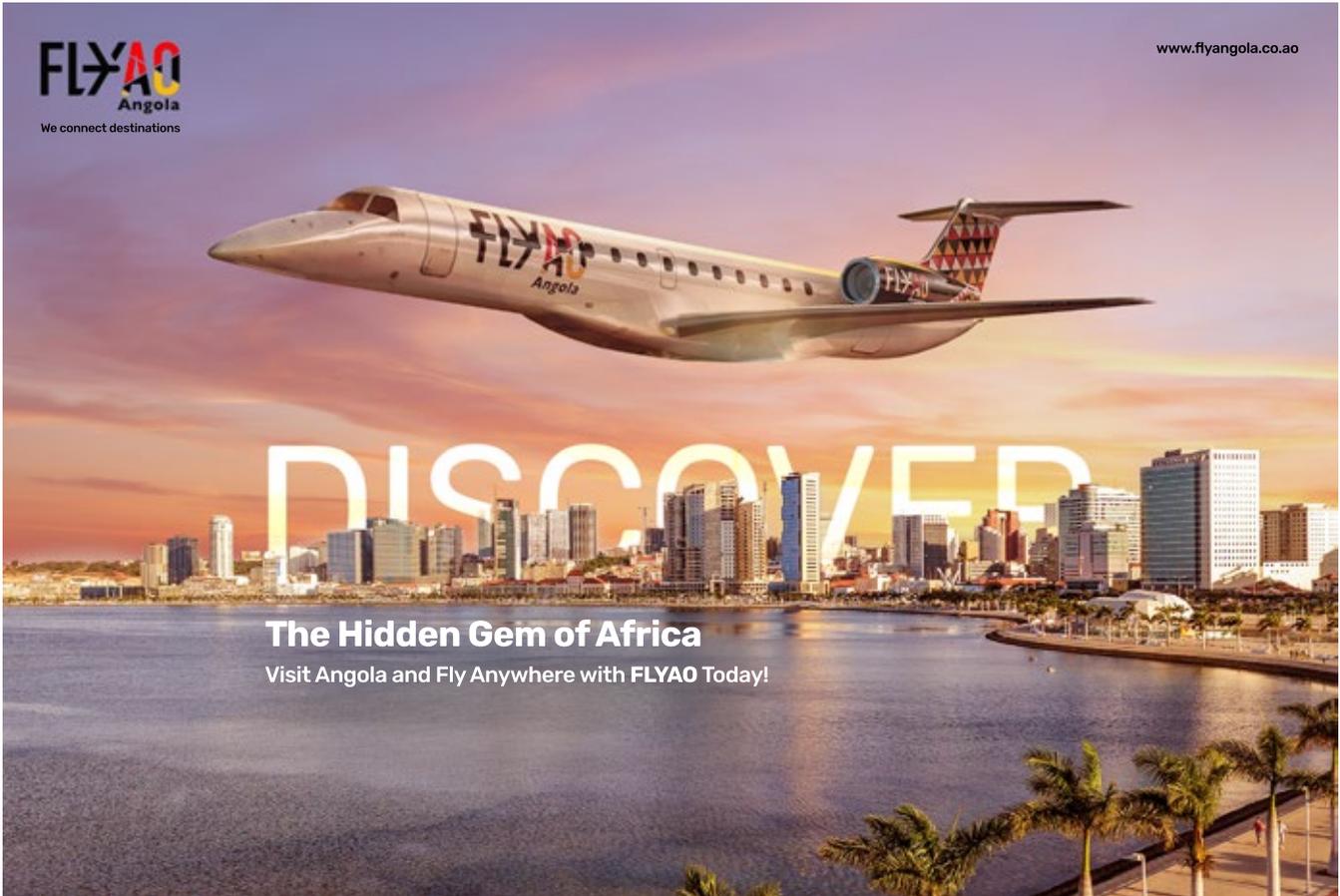
Nachhaltige Erlebnisse für Reisende und umweltbewusstes Handeln seitens der Urlaubsziele stehen im Fokus des internationalen Wettbewerbs "Green Destination". Estland ist seit 2020 mit sieben Orten beteiligt: den Inseln Saaremaa und Hiiumaa, dem Badeort Pärnu, der Universitätsstadt Tartu, dem Bezirk Järva, dem Nationalpark Lahemaa sowie der Klimaneutralität anstrebenden Stadt Rakvere im Nordosten. Ihre Verwaltung ist im ersten annähernd ohne Energieaufwand operierenden öffentlichen Gebäude in Estland ansässig. Saaremaa wurde gleich

im ersten Jahr zum Sieger des Nachhaltigkeitswettbewerbs gekürt. Neben einem hohen Maß an sozialer Verantwortung und zahlreichen Maßnahmen zum Umweltschutz punktete die Insel mit ihrem Naturreichtum: 36 der 38 in Estland heimischen Orchideenarten wachsen hier. Vogel- und Naturliebhaber können im Frühling und Herbst ungezählte Zugvögel auf der Durchreise beobachten.

Nachhaltig nächtigen: Grüner Schlüssel zu gutem Schlaf

Rund zwanzig Hotels, Ferien-Bauernhöfe und Gäste-Apartments in Estland tragen derzeit das Öko-Label Green Key. Das international vergebene Label gibt Standards zur umweltverträglichen Nutzung von Elektrizität, Heizung und Wasser vor und fördert ein ausgewogenes Verhältnis von Qualität, Komfort und umweltschonendem Betrieb. Die ausgezeichneten Betriebe in derzeit 57 Ländern werden jedes Jahr überprüft. Estnische Unterkünfte mit Green Key arbeiten zusätzlich zu den vorgegebenen Standards im kulinarischen Bereich mit Erzeugnissen aus der Umgebung und ermutigen Gäste zu Aktivitäten in der Natur und in Zusammenhang mit dem örtlichen Kulturerbe. Die Bandbreite der zertifizierten Unterkünfte mit grünem Schlüssel umfasst so unterschiedliche Häuser wie das moderne Park Inn by Radisson in der Hauptstadt und das elegante Boutique-Hotel Rosenplänter in einem historischen Bau im Badeort Pärnu.

Foto: Visit Estonia, Jaan Roose



Discover the Hidden Gem of Africa-Angola

Visit Angola and Fly Anywhere with FLYAO Today!

Angola, located on the west coast of southern Africa, is a country that is often overlooked by tourists. However, with its stunning natural beauty, vibrant culture, and rich history, Angola has much to offer visitors who are looking for an authentic African experience. In this article, we will highlight some of the reasons why you should consider visiting Angola on your next trip.

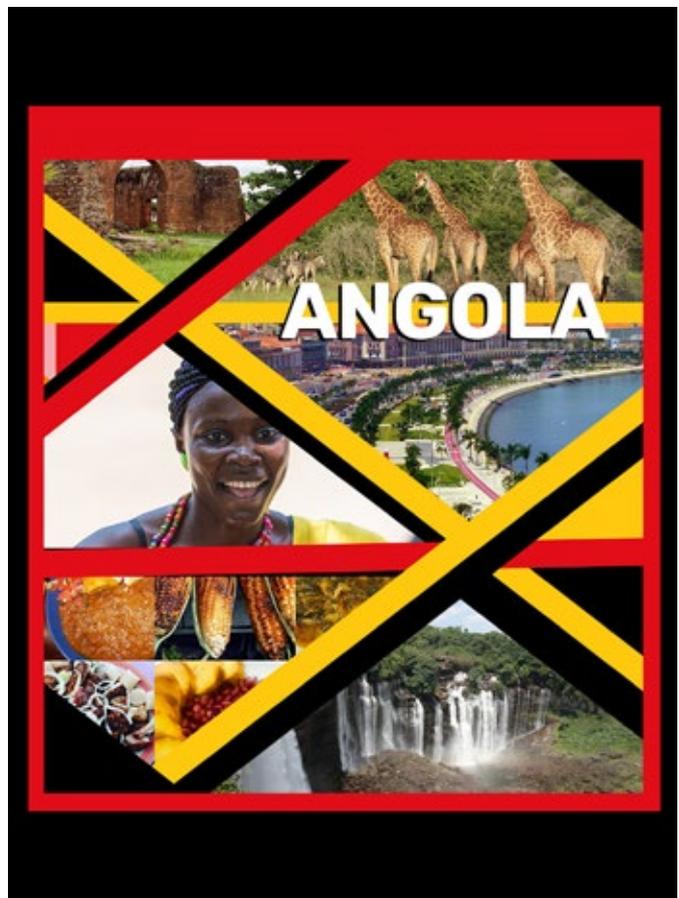
Angola is a country with a fascinating history. From the pre-colonial period to the present day, Angola has been shaped by the struggles and triumphs of its people. The country's history can be seen in its architecture, its art, and its culture. For example, the historic city of Mbanza Kongo, located in northern Angola, was the capital of the Kingdom of Kongo and is now a UNESCO World Heritage site. The city's cathedral, built in the 16th century, is a stunning example of colonial-era architecture. Angola's capital, Luanda, is also home to many historic landmarks, including Fortaleza de São Miguel, a 16th-century fortress that offers breathtaking views of the city and the sea.

Angola is also known for its stunning natural beauty. The country's coastline is dotted with picturesque beaches and coves, while its interior is home to lush forests and stunning waterfalls. One of the most popular tourist destinations in Angola is the Kalandula Falls, located in the north of the country. The falls, which are over 100 meters high, are one of the largest waterfalls in Africa and are truly a sight to behold. The Quiçama National Park, located just outside of Luanda, is also a must-visit destination for nature lovers. The park is home to a wide variety of wildlife, including elephants, giraffes, and antelopes, and offers visitors the opportunity to go on safari and see these animals in their natural habitat.

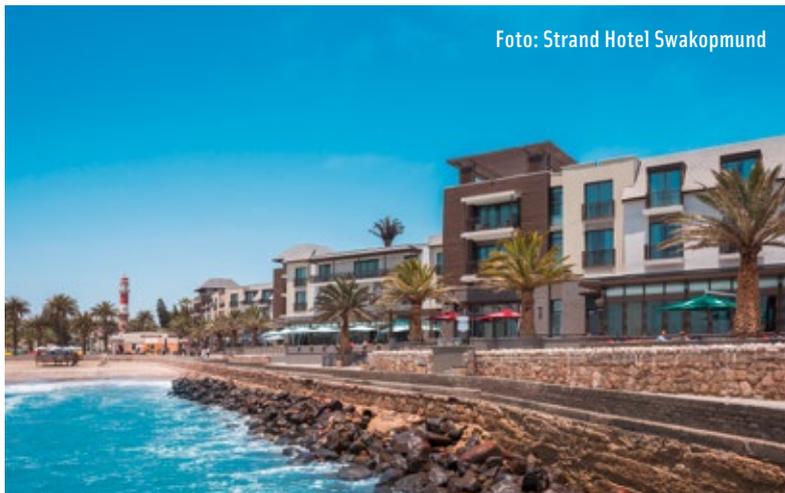
In addition to its history and natural beauty, Angola is a country with a rich and vibrant culture. Angolan music, particularly the genre of kizomba, has become increasingly popular around the world in recent years. Visitors to Angola can experience this music and dance firsthand by visiting one of the many clubs and dance halls in Luanda. Angolan cuisine is also a must-try for foodies. The country's cuisine is heavily influenced by Portuguese, African, and Brazilian flavors, and is known for its fresh seafood and delicious stews.

Finally, one of the best things about Angola is its people. Angolans are known for their warmth and hospitality, and visitors to the country can expect to be welcomed with open arms. Whether you're exploring the country's historic landmarks, soaking up its natural beauty, or experiencing its culture and cuisine, you're sure to have an unforgettable experience in Angola.

In conclusion, Angola is a country that is rich in history, natural beauty, culture, and hospitality. Whether you're a seasoned traveler or a first-time visitor to Africa, Angola is a destination that should not be missed. So pack your bags, book your ticket, and get ready for an adventure that you will never forget!



Tagen in Swakopmund



Das wunderschöne Strand Hotel in der Küstenstadt von Swakopmund, Namibia, bietet Besuchern eine einzigartige Mischung aus kolonialem Charme und modernem Komfort.

Dieses Hotel ist das ideale Reiseziel für Urlauber und Geschäftsreisende. Das Hotel verfügt über ein Konferenzzentrum mit moderner audiovisueller Ausstattung und bietet Platz für bis zu 100 Delegierte. Es ist eine makellose Umgebung für professionelle, moderne Konferenzen. Mit unseren Pauschalen passen wir uns an Ihren Wünschen und auch an Ihrem Budget an, um eine reibungslose und erfolgreiche Tagung zu gewährleisten. Das moderne Hotel bietet großzügige Räumlichkeiten, unterschiedlicher Größe, für Seminare und Veranstaltungen. Seminare und die Anforderungen des Kunden können mit unseren hilfsbereiten Mitarbeitern perfekt organisiert werden. Das Hotel liegt sehr günstig in der Nähe des Stadtzentrums und

auch zum Flughafen, welcher sich in Walvis Bay befindet. Für diejenigen, die während ihres Besuchs aktiv bleiben möchte, bietet das Hotel ein modernes Fitnessstudio. Das Hotel bietet auch eine Auswahl an Aktivitäten und Ausflügen an, darunter Sandboarden, Quadfahren, Erlebnisfahrten zu den größten Dünen der Welt, sowie Delfin-, Robben-, und Walbeobachtungen. An Restaurants gibt es drei zur Auswahl. Das Farmhouse Deli, Ocean Cellar und das Brewer and Butcher. Diese bieten eine große Auswahl an Gerichten aus aller Welt, von köstlichen Meeresfrüchten, bis hin zu italienischer Hausmannskost. Das Hotel ist auch sehr stolz auf ihre eigene Brauerei. Das Strand Hotel lädt seine Gäste ein, die Naturschönheit Namibias und den Charme seiner Architektur aus der Kolonialzeit zu besuchen.

Buchen Sie heute noch Ihren Aufenthalt oder Ihre Konferenz und genießen Sie ein wirklich einzigartiges und unvergessliches Erlebnis in Namibia. Wir freuen uns Sie Willkommen zu heißen.

Kontakt:

The Strand Hotel Swakopmund

Adresse: The Strand, Strand Street, Swakopmund, Namibia

Telefonnummer: +264 64 411 4000

Email: strand.res@ol.na

Webseite: www.strandhotelswakopmund.com

Meetings in Portugal, eine ausgezeichnete Wahl

Wer auf der Suche nach einem besonderen Ort für die Organisation einer Veranstaltung ist, wird von Portugal überrascht sein. Seine natürliche Lage macht das Land zu einem außergewöhnlichen Ort für die Durchführung von Tagungen, Konferenzen und großen internationalen Veranstaltungen.

Im Südwesten Europas gelegen, ist es nur wenige Stunden von den großen europäischen Städten entfernt und ein zentraler Punkt auf den Verbindungen zwischen Europa, Amerika und Asien. Für diejenigen, die Teilnehmer aus verschiedenen Ländern zusammenbringen möchten und dabei eine nachhaltige Reiseoption im Sinn haben oder Firmenveranstaltungen durchführen wollen, um ihre Arbeitsteams zu fördern und gleichzeitig Möglichkeiten zur Entde-



ckung und Erholung zu bieten, ist Portugal ein Reiseziel, das niemanden enttäuschen wird.

Das anerkannte Potenzial für die Ausrichtung internationaler Veranstaltungen, das ganzjährig milde Klima und die Tatsache, dass ein großer Teil der Bevölkerung Fremdsprachen versteht, sind Faktoren, die die Organisation jeder Veranstaltung oder Konferenz erleichtern.

Bei der Wahl des Veranstaltungsortes sind die Städte Lissabon, Cascais und Porto sowie die Regionen Algarve und

Madeira Beispiele, wo die Qualität der Dienstleistungen und der touristischen Infrastrukturen besonders anerkannt ist. Für diejenigen, die besonderen Wert auf Outdoor-Aktivitäten oder entspannende Momente am Meer legen, bieten die Regionen Centro de Portugal, Alentejo und Azoren einzigartige Erlebnisse, die ein Tagungsprogramm perfekt ergänzen.

Weitere Informationen und Einzelheiten finden Sie unter:

www.meetingsinportugal.com/.

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 Nächten 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
meeting@innsbruck.info | Tel. +43 512 / 53 56 730
LinkedIn: at.linkedin.com/company/innsbruckconventionbureau



Faszination Oman | Von Anna-Lena Gras

Der Oman ist in den letzten Jahren zum absoluten Trend- und Sehnsuchtsziel avanciert. Nicht zuletzt die abwechslungsreiche Landschaft, die authentische Kultur, die Mischung aus Tradition und Moderne sowie die hervorragende Infrastruktur führten zu ebendiesem „Run“ auf das Sultanat im Südosten der arabischen Halbinsel.

WICHTIG ZU ERWÄHNEN ist an dieser Stelle allerdings, dass der Oman zwar abgeschlossen, aber trotzdem ein Land mit gelebten muslimischen Traditionen ist. Daher gebietet es die gute Erziehung, sich mit den Regeln des Sultanats auseinanderzusetzen und diese zu respektieren. Dies gilt insbesondere in puncto Kleidung, Gepflogenheiten und Kultur.

Eine Möglichkeit, den Oman zu erreichen, ist die per Direktflug mit der Oman Air. Von Frankfurt und München aus geht

es vier Mal die Woche auf den etwa 6-stündigen Flug in die Hauptstadt Maskat. Dabei wechseln sich die beiden Flughäfen unter der Woche im Tagesrhythmus ab, am Sonntag wird von beiden Flughäfen abgehoben. Während in Frankfurt die Abflugzeit auf dem Morgen liegt, startet man in München am Abend in Richtung Maskat. Ähnliche Abstände gibt es auch beim Rückflug: Da startet die Maschine nach München um 15 Uhr, der Frankfurt-Flug startet um 2 Uhr in der Nacht.

Dabei setzt die staatseigene Airline auf die Dreamliner von Boeing – was in der Economy zu einer 3-3-3- und in der Business zur bekannten 2-2-2-Bestuhlung führt, wobei es sich bei jedem Sitzplatz um einen Gangplatz handelt. Erst im letzten Jahr wurde Oman Air bei den APEX 2022 Passenger Choice Awards mit der Auszeichnung „Best Seat Comfort in the Middle East“ ausgezeichnet. Bei Skytrax rangiert die staatliche Airline auf Vier-Sterne-Niveau.



Der Oman ist ein absolutes Trend-Ziel. Kein Wunder, denn die Vielseitigkeit des Sultanats ist wirklich einzigartig. Foto: Silent Sands

Dreh- und Angelpunkt Maskat

Die Hauptstadt des Sultanats präsentiert sich als vielfältige MICE-Destination, die



kaum Wünsche offen lässt. Sei es für Konferenzen, Events oder Incentives: Die Hafenstadt spielt die gesamte Klaviatur.

Eine der Top-Adressen, die sich zusätzlich noch in der Nähe des Flughafens befindet, ist das Kempinski Muscat. Beispielsweise unsere Nationalmannschaft checkte im Vorfeld zur WM in Qatar in dem großzügigen Resort ein. Insgesamt 310 Zimmer stehen Planern zur Verfügung. Darüber hinaus gibt es insgesamt 11 Bars und Restaurants, mehrere Pools, ein Business Centre sowie eine Executive Lounge. Für die MICE-Branche interessant sind aber vor allem die vielfältigen Möglichkeiten für Veranstaltungen: von stimmungsvollen Outdoor-Events bis hin zu personenstarken Meetings im Ballsaal.

Auf der anderen Seite der Stadt, ebenfalls nur etwa 30 Minuten vom Flughafen entfernt, gibt es für Planer eine weitere Adresse, die eine nähere Betrachtung lohnt: das W. Hier geht es getreu dem Markenauftritt deutlich moderner und farbiger zu als in anderen Fünf-Sterne-Häusern. Die Marke W steht für unkonventionelleres und dramatisches Design. Und so ist es auch in Maskat. Direkt am Golf von Oman gelegen, finden sich 279 Zimmer und Suiten – allesamt mit Balkon und Blick entweder auf die großzügige Poollandschaft, den Garten oder den Strand.

Für Veranstaltungen jeglicher Art steht ein Konferenzbereich zur Verfügung, der zwar auf der Lobby-Ebene liegt, aber völlig autark bespielt werden kann. Auf 800 m² verteilen sich die insgesamt sieben Veranstaltungsräume und sechs Breakout-Rooms, wobei der größte der Säle eine Veranstaltung mit bis zu 243 Personen ermöglicht.

Wem die hoteleigenen Kapazitäten nicht ausreichen, der kann die strategisch günstige Lage des W für sich nutzen. Denn direkt gegenüber befindet sich das Royal Opera House.



Das Anfang der 2000er per Dekret von Sultan Qabus beschlossene und 2011 feierlich eröffnete Opernhaus erstreckt sich auf etwa 80 ha und zählt nicht nur zu den ersten Spielstätten dieser Art in den Golfstaaten, sondern ist zeitgleich auch eines der modernsten weltweit. So ist eine Vielzahl der Sitze im 1.000 Sitzplätze fassenden Konzertsaal mit Monitoren ausgestattet, die es erlauben, Untertitel in arabischer oder englischer Sprache abzuspielen. Für Planer wird es zudem und insbesondere außerhalb des Konzertsaals interessant, denn hier stehen einige Locations in unterschiedlicher Größe für Events und Firmenveranstaltungen bereit. Auf mehreren Ebenen des insgesamt 6-stöckigen Gebäudes können Events realisiert werden. Eine sicherlich spektakuläre Möglichkeit ist die Terrasse im sechsten Stock. Bis zu 80 Personen finden dort oben Platz – inklusive Blick auf die Gärten bei Tag und den Sternenhimmel am Abend. Die weiße Farbe der Außenfassade ermöglicht nicht nur stimmungsvolle Beleuchtung, sondern auch ein Branding in den firmeneigenen Farben und Logos. Klassische Meetings, Präsentationen und kleine Konferenzen (110 pax.) sind in der sogenannten Al Maidan Hall richtig. Hier ist die entsprechende technische Ausstattung zum Teil fest installiert und kann ohne großen Aufwand

ii.: Ein Abstecher in die Große Sultan-Qabus-Moschee ist ein Muss bei einem Aufenthalt in Maskat. Fotos: Ministry of Heritage & Tourism Sultanate of Oman

Mi.: Das Royal Opera Haus ist eines der modernsten Opernhäuser der Welt und bietet nicht nur für Opernliebhaber einen ausgezeichneten Rahmen.

re.: 310 Zimmer finden sich im Kempinski in Maskat, das darüber hinaus vielfältige Veranstaltungsmöglichkeiten vereint. Foto: Kempinski Hotel Muscat





genutzt werden. Eine Mischung zwischen In- und Outdoor-Venue ergibt sich mit South Porch und South Maidan. Ersteres ist die Indoor-Location (120 pax.) und bietet mehrere Meter hohe Decken, bodentiefe Fenster, Marmorböden und eine spannende Säulenkonstruktion für die Gewölbedecke. Direkt vorgelagert ist der South Maidan (300 pax.). Der riesige Vorplatz ist durch Flügeltüren mit dem South Porch verbunden. Dadurch können beide Bereiche in Kombination bespielt werden. Last but not least lassen sich Teile des großzügigen Gartenareals nutzen. Dort liegt die Maximalkapazität bei 150 Personen.

Ebenfalls in der Nachbarschaft

Ein weiteres Schwergewicht der internationalen Hotellerie hat sich im Bereich um das Royal Opera House angesiedelt: das Intercontinental Muscat. Mit seinen 258 Zimmern und Suiten ist es eine gute Ergänzung zu den Kapazitäten im W, ist für Planer aber natürlich auch einzeln nutzbar. Das Fünf-Sterne-Haus bietet inhouse sechs Tagungsräume, darunter den Jabrin Ballroom mit einer Maximalkapazität von 500 Gästen.

Ein kleines Stück weiter die Küste entlang

Etwa zehn Minuten Fahrt vom Stadtzentrum entfernt finden sich gleich zwei Shangri-La Resorts. Das Shangri-La Al Husn Resort & Spa, das einzige Adults Only Hotel des Oman, offeriert als Fünf-Sterne-Haus ausgezeichneten Luxus für seine Gäste. Für die MICE-Branche bedeutet das im Gegenzug, dass sich ausschließlich kleinere Gruppen einbuchen können, um die Ruhe und die Qualität des Hauses

für alle Gäste zu erhalten. Daher wird immer nur eine gewisse Anzahl der 180 Zimmer und Suiten an Gruppen vergeben.

Unterhalb des Al Husn liegt das Shangri-La Barr Al Jissah Resort und Spa. Auf 50 ha erstreckt sich dieses Resort, das in zwei Flügel unterteilt ist. Während das Al Waha mit seinen 262 Zimmern für Familien prädestiniert ist, bietet das Al Bandar Annehmlichkeiten für alle Arten von Reisenden in den insgesamt 198 Deluxe Rooms.

Die hoteleigenen Venues und Konferenzräume verteilen sich auf beide Flügel, grundsätzlich ist die Nutzung beider Häuser in Kombination möglich.

Die größten Kapazitäten entfallen dabei auf das Amphitheater mit seinen 1.000 Sitzplätzen. Hier fanden unter freiem Himmel, aufgrund des Wetters im Oman immer eine gute Option, schon einige Konzerte von Weltstars wie Ed Sheeran statt. Daher ist das Hotelteam auch auf große und technisch kompliziertere Veranstaltungen bestens vorbereitet.

Durch die Großzügigkeit des Resorts ergeben sich außerdem zahlreiche weitere Outdoor-Venues auf den Grünflächen. So ist unter anderem der 500 m lange Privatstrand des Hauses bespielbar.

Aber nicht nur mit dem Außenbereich punktet das Barr Al Jissah. Über 1.000 m² offeriert beispielsweise der gleichnamige Ballsaal im Al Bandar, der in verschiedene Sektionen unterteilbar ist. Mehrere Pre-Function-Areas ermöglichen eine flexible Nutzung der einzelnen Teile. Weitere neun Meeting- und Function-Rooms verteilen sich auf das Gebäude.

Ein ganzes Stadtviertel für die MICE-Branche

Die wohl umfangreichste Lösung bietet das Oman Convention & Exhibition Center – kurz OCEC. Wie der Name schon vermuten lässt, sind hier sämtliche Räumlichkeiten für Kongresse, Events und Ausstellungen unter einem Dach vereint. Zusätzlich schließen sich ganze 15.000 m² Gartenflächen an. Hinzu kommt die hervorragende Lage. Denn das in seinem eigenen Stadtviertel beheimatete OCEC ist nur vier Kilometer vom Flughafen entfernt und über gleich zwei Highways mit dem Auto oder Bus sehr gut zu erreichen.

Herzstück des Hauses ist das Madinat al Irfan Theatre (MIT) mit seinen 3.200 Sitzplätzen. Das moderne Auditorium eignet sich aufgrund seiner technischen Ausstattung sowie der Akustik nicht nur für Plenarsitzungen, sondern auch für Konzerte, Musicals und Theateraufführungen. Ein zweites Auditorium rundet das Angebot in diesem Bereich ab. Der 450 Personen fassende Saal verfügt über einen 6x4 m großen LED-Screen und eine ebenfalls hervorragende Akustik.

Wer in seiner Platzanordnung etwas freier sein möchte – die Sitze in den beiden Auditorien sind typischerweise fest installiert –, kann sich die beiden säulenfreien

li.: Mehrere Häuser an einem Standort präsentiert Shangri-La in der omanischen Hauptstadt, alle hervorragend geeignet für Veranstaltungen und mit eigenem Konzept. Foto: Shangri-La Barr Al Jissah, Muscat

re.: Das Shangri-La Al Husn ist das kleinere exklusivere Resort des Ensembles am Golf von Oman. Foto: Shangri-La Al Husn, Muscat



Ballsäle einmal genauer ansehen. Während der große Ballsaal Veranstaltungen für bis zu 2.688 Personen in Theaterbestuhlung und 1.100 bei einem Galadinner erlaubt, sind im kleinen Ballsaal 1.026 beziehungsweise 540 Teilnehmer möglich. Beide Räumlichkeiten verfügen über einen großzügigen Pre-Function Space und für Hochzeiten über eine Bridal-Suite mit mehreren Ganzkörperspiegeln sowie einem separaten Eingang.

Für kleinere Meetings und Konferenzen bietet das OCEC insgesamt 20 Meeting-Rooms, die zwischen 25 und 360 Personen aufnehmen können.

Der letzte, aber sicherlich nicht zu vernachlässigende Bereich ist der Exhibition Space. Dieser erstreckt sich auf mehr als 22.000 m² mit insgesamt fünf Ausstellungshallen. Halle 1 und 2 können sowohl einzeln als auch gemeinsam bespielt werden und eignen sich dadurch für Konzerte und Events mit bis zu 10.000 Gästen.

Neben den imposanten Zahlen im Inneren waren bei der Planung des OCEC der Einfluss auf die Umgebung und das Thema Nachhaltigkeit ebenso von Bedeutung. Daher ist es nicht verwunderlich, dass das Gebäude 2018 eine LEED-Gold-zertifizierung erhielt.

Direkter Anschluss

Um es Teilnehmern besonders angenehm zu gestalten, wurden gleich zwei Hotels in die direkte Umgebung des OCEC gebaut. Direkt angeschlossen ist das JW Marriott. Das Fünf-Sterne-Haus bietet 259 Zimmer und 45 Suiten. Als zweites Hotel im Bezirk liegt das Crown Plaza etwas weiter entfernt, ist aber dennoch nur

fünf Gehminuten vom Haupteingang des OCEC entfernt. Unter dem Dach des Vier-Sterne-Haus finden Planer weitere 296 Zimmer sowie drei Restaurants und eine Bar im Lobby-Bereich.

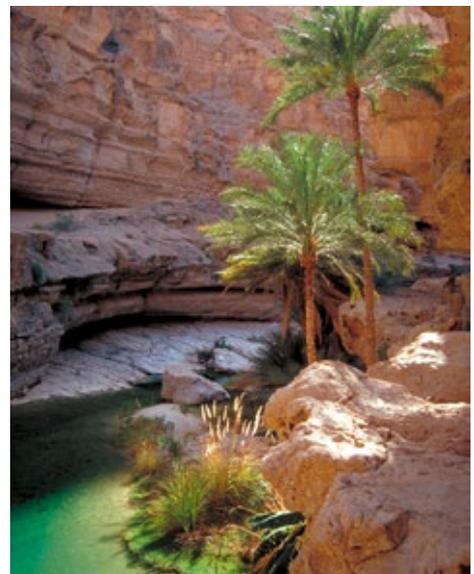
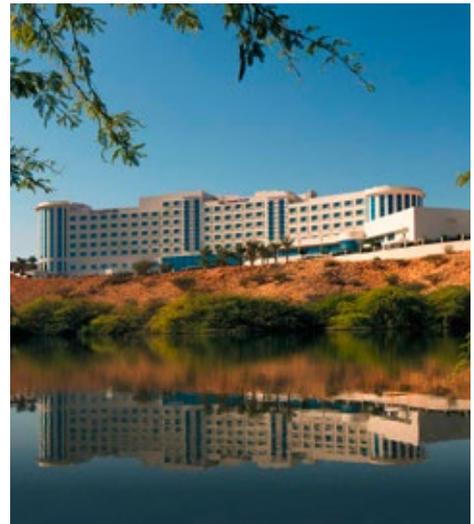
Durch die großzügigen Glasflächen können Gäste des Hauses außerdem den Blick auf das Wadi vor Ort genießen. Die Wasserstelle ist die Heimat zahlreicher heimischer Vogelarten und ist Teil des Naturreservats, das sich nahtlos an das Stadtviertel anschließt.

Sundowner-Cruise mit Überraschungseffekt

Zum Sonnenuntergang bietet sich eine Bootsfahrt rund um Maskat an. Sei es auf einer modernen Yacht oder einer für die Region typischen Dow, die Ausfahrt ist in jedem Fall ein Erlebnis. Auf diese Art lernt man die Stadt noch einmal aus einem anderen Blickwinkel kennen: die Sicht auf die Ausläufer des Hadschar-Gebirges, die direkt ans Meer grenzen, die untergehende Sonne, die die Szenerie in ein ganz besonderes Licht taucht. Schon allein das ist eine Erfahrung, die man nicht verpassen sollte. Wer allerdings noch ein weiteres Highlight hinzufügen möchte, sollte sich mit einer lokalen DMC kurzschließen. Denn die Inseln und kleinen Strände rund um Maskat lassen sich exklusiv für Events bespielen.

Viel zu entdecken

Wer sich im Oman aufhält, sollte die Chance nutzen und die einzigartige Landschaft entdecken. Das geht am besten auf einem kleinen Roadtrip. Von Maskat bietet sich sowohl eine Tour in die Wüste als auch in die imposante Berglandschaft an.



Wer die Zeit hat, sollte unbedingt beides miteinander kombinieren.

Allerdings sollte ein Stopp in einem der Wadis in jedem Fall eingeplant werden. Per Definition ist ein Wadi übrigens ein Tal oder ein Flusslauf. Entlang der Route von Maskat in die Wüste bietet sich

li. : Das Oman Convention & Exhibition Centre bietet alles, was man für die MICE-Branche braucht: Hier findet jede Veranstaltung den passenden Rahmen. Foto: Oman Convention & Exhibition Centre

re.o. : Das Crown Plaza mit seinen 296 Zimmern liegt fußläufig vom OCEC entfernt. Foto: Crown Plaza

re.u. : Das Wadi Bani Khalid ist das bekannteste Wadi im Sultanat und darf in keiner Oman-Reise fehlen. Für Gruppen lässt sich hier einiges organisieren. Foto: Ministry of Heritage & Tourism Sultanate of Oman



Glamping in der Wüste. Eine Nacht unter dem Sternenhimmel ist in jedem Fall ein Highlight, das auch Gruppen unbedingt erleben sollten. Fotos: CanvasClubTents

beispielsweise das Wadi Bani Khalid an. Es ist eines der bekanntesten Wadis im Oman in der Gegend um Muqal. Mehrere Süßwasserpools laden sowohl Einheimische als auch Touristen zum Baden ein. Neben den Pools gibt es hier zusätzlich ein Restaurant, das für einen Lunch oder Ähnliches bespielt werden kann. Wer es etwas exklusiver möchte, kann abseits der Süßwasserpools ein eigenes Lager inklusive Zelt und Outdoor-Küche aufschlagen. Allerdings sind für solche Aufbauten meist Genehmigungen erforderlich. Dabei hilft die jeweilige DMC vor Ort aber selbstverständlich.

Welcome to the club ... the canvas club!

Eine mehr als interessante Möglichkeit, die Wüste zu entdecken, ist der Canvas Club, eine exklusive Glamping-Variante von Silent Sands, einer DMC vor Ort mit Vertretung in Deutschland. Hierbei werden mitten in der Wüste Zelte aufgebaut, in denen übernachtet werden kann. Wer sich jetzt aber an den typischen Camping-Urlaub zu Jugendzeiten erinnert fühlt, der sei beruhigt: Die Zelte des Canvas Club verfügen über jede Annehmlichkeit, die es braucht, um das Wüstenerlebnis zu genießen.

Bis zu zwei Personen können ihr Nachtlager in den Zelten aufschlagen, die mit äußerst bequemen Doppel- oder Einzelbetten ausgestattet sind und mit vielen kleinen Details wirklich zum Wohlfühlen einladen. Sogar ein Badezelt inklusive Dusche und Toilette gehört im Canvas Club zur Standardausstattung. Bis zu acht Zelte mit einer Belegung von 16 Personen befinden sich im permanenten Repertoire des Canvas Club. Wer größere Kapazi-

täten benötigt, hat jedoch ebenfalls die Möglichkeit, das Abenteuer Wüste zu erleben. Zusätzlich zu den individuell aufzubauenden Camps gibt es mehrere fest installierte Camps in der Wüste, die in Ergänzung deutlich mehr Schlafplätze ermöglichen.

Das Team des Canvas Club bietet einzigartige Erlebnisse unter dem Sternenhimmel der Wüste. Schon die Anreise kann individuell gestaltet werden. Beispielsweise kann das letzte Stück des Weges zum Camp per Kamelritt bestritten werden. Passend zum Sonnenuntergang erreicht man dann das Camp und kann die endlose Weite der Wüste in der beginnenden Abendstimmung genießen. Kulinarisch muss ebenfalls auf nichts verzichtet werden: Im Küchenzelt zaubert das Team typische omanische Spezialitäten. Auf den Flammen des Lagerfeuers wird etwa das Fladenbrot frisch gebacken.

Beeindruckende Berglandschaft

Das absolute Kontrastprogramm zur Wüste ergibt sich auf dem Weg ins Gebirge. Besonders prädestiniert für Planer ist dabei die Fahrt auf den Jabal Al Akdhar. Der etwa 2.000 m hohe Berg ist auf einer hervorragend ausgebauten Straße zu befahren, allerdings ist Allrad-Antrieb aufgrund der teilweisen starken Steigung vorgeschrieben, was bei der Einfahrt auch kontrolliert wird.

Ruhe-Oase im Berg-Retreat

Auf knapp 2.000 m Höhe und damit fast

am höchsten Punkt des Berges liegt das Alila Jabal Akdhar. Die Häuser der Marke Alila sind vorrangig in Asien vertreten, womit das Hotel im Oman eine kleine Ausnahme ist. Seit 2018 zählt die exklusive Marke zu Hyatt und soll in den nächsten Jahren weiterwachsen. Auf einem Bergplateau mit spektakulärem Blick über das Hajar-Gebirge sitzt das Fünf-Sterne-Haus mit seinen 84 Suiten und zwei Villen. Je nach Kategorie sind diese entweder im Hauptgebäude gelegen oder in Gebäudeeinheiten mit 4 oder sechs Suiten auf dem Gelände verteilt. Dabei beginnt die kleinste Suite bei 52 m².

Korrespondierend mit dem Zimmerkontingent kann das Juniper Restaurant mit bis zu 130 Personen besetzt werden, ähnliche Kapazitäten bietet der Barbereich inklusive Poolterrasse (120 pax.). Klassische Meetings mit bis zu 60 Personen finden im Boardroom den geeigneten Rahmen.

Wer etwas Besonderes sucht und keine festen Räumlichkeiten benötigt, sollte sich das Jabal Deck merken. Die Aussichtsplattform etwas abseits vom restlichen Hotelkomplex lässt bis zu 45 Personen zu – inklusive spektakulärem Blick über die Bergwelt. Hier können Dinner oder Cocktail-Empfänge zum Sonnenuntergang veranstaltet werden. Wenn sich die Sonne gesenkt hat, bietet das Deck eine weitere Option: Mehrmals in der Woche können im Zuge kleiner Workshops die Sterne beobachtet werden. Eine Mitarbeiterin des Alila erklärt interessierten

Gästen gerne den Unterschied zwischen Sternen und Planeten, und wie man diese jeweils erkennt. Durch das Teleskop zeigt sie beispielsweise den Saturn oder die Venus und verrät einige interessante Fakten über das Firmament, die sicherlich nicht jeder weiß. Diese einzigartige Erfahrung kann für Gruppen auch individuell veranstaltet werden.

Durch die überschaubare Größe eignet sich das Boutique-Resort bei entsprechender Planung zudem für eine exklusive Nutzung. Hierbei können dann selbstverständlich alle Bereiche bespielt werden.

Eine zweite Top-Adresse in den Bergen

Etwa zwanzig Minuten Fahrt vom Alila entfernt ist ein weiteres Hotel auf dem Jebel Akdhar angesiedelt, das Planer auf der Liste haben sollten: das Anantara Al Jabal Al Akhdar Resort. Ebenfalls an einer Klippe des Gebirges, allerdings noch ein paar wenige Meter höher als das Alila gelegen, sind hier spektakuläre Ausblicke über das Gebirge garantiert. Ausgehend vom Hauptgebäude sind die insgesamt 82 Zimmer und 33 Villen ringförmig angelegt. Dadurch sind die Wege – trotz des großzügig angelegten Areals – zu allen Bereichen recht kurz. In der Mitte befindet sich ein großzügig angelegter Garten, der sowohl als Platz zum Verweilen einlädt als auch über die lokale Flora und Fauna informiert.

An den Garten angeschlossen ist eine riesige Poolterrasse, auf der sich neben einer obligatorischen Poolbar zwei der insgesamt sieben kulinarischen Anlaufstellen des Resorts finden. Während sich das Bella Vista als klassisches Restaurant mit italienischer Ausrichtung präsentiert, gibt es noch eine besondere Option abseits des Pools. Zwei Stege führen auf jeweils eine Aussichtsplattform, auf der intime und exklusive Dinner realisiert werden können. Da der Platz hier allerdings sehr begrenzt ist, eignet sich das Dining-by-Design-Konzept nur für kleine Gruppen mit einer Handvoll Personen.

Einer der beiden Stege genießt übrigens Weltruhm: der Diana's Viewpoint. Bereits 1986 besuchten Prinzessin Diana und der damalige Prinz Charles, heute König Charles, den Aussichtspunkt. Noch heute machen viele Gäste aufgrund dieses Besuchs Fotos auf der Plattform. Einige kommen sogar nur dafür.

Eingebettet in die schroffe Gebirgslandschaft präsentiert sich das Alila Jabal Akdhar als Top-Adresse für kleinere Events und Gruppen.
Foto: Alila Jabal Akdhar

Der Meetingbereich des Hauses liegt im ersten Stock des Hauptgebäudes und bietet einige Möglichkeiten für Veranstaltungen. So erlaubt der große Ballsaal bis zu 150 Personen bei Nutzung der gesamten Fläche und hat eine Pre-Function Area mit 156 m². Diese grenzt direkt an die gleich große Banquet Terrace an, die sich hervorragend für Dinner und Empfänge mit bis zu 130 Personen eignet. Aus Ballsaal und Terrasse ergibt sich also eine sehr gelungene Kombination. Wer nicht den gesamten Ballsaal nutzen möchte, kann diesen in zwei kleinere Sektionen à 104 m² unterteilen. Der 47 m² große Boardroom rundet das Raumangebot dieses Bereichs ab.

Durch die Anordnung der Villen, die sich größtenteils am Rand der Anlage befinden, ergibt sich außerdem eine weitere Option – sehr interessant für Car-Launches oder Produktpräsentationen. Denn einige der Villen verfügen über eine eigene Zufahrt inklusive Garage. So können die angesprochenen Events völlig autark vom regulären Hotelbetrieb realisiert werden.

Ganz egal für welches der beiden Resorts man sich entscheidet – von beiden Standorten aus ergeben sich spannende Möglichkeiten, die Bergwelt des Had-



Ebenfalls im Gebirge liegt das Haus der Anantara Gruppe. Das Fünf-Sterne-Haus ist für Veranstaltungen hervorragend ausgelegt.
Fotos: Anantara Hotels, Resorts & Spa

schar-Gebirges zu entdecken. Für die etwas Mutigeren bietet sich die Via Ferrata an. Der Klettersteig ist einer der höchsten



Leben in der damaligen Zeit darstellt und die Geschichte und Traditionen der Region beleuchtet. Auch die verschiedenen Sicherheitsvorkehrungen und -taktiken sind eindrucksvoll dargestellt. Um alles zu erkunden, sollte daher etwas mehr Zeit für die Besichtigung eingeplant werden. Imposanter Mittelpunkt des Forts ist der 24 m hohe, im Durchmesser 45 m zählende Turm, der sich über schmale, sich um den Turm windende Treppen erklimmen lässt. Oben angekommen können Besucher durch die 24 Öffnungen, die ursprünglich für die Mörser genutzt wurden, den Blick über die gesamte Oasenstadt schweifen lassen. Außerhalb der normalen Öffnungszeiten des Museums kann der Turm für Firmen-Events genutzt werden. Aufgrund der historischen Bedeutung des Gebäudes sind die Regeln für die Umsetzung allerdings recht streng. So müssen sowohl die Art der Veranstaltung als auch das Thema zur Örtlichkeit passen. In puncto Catering ist insbesondere zu beachten, dass keine alkoholischen Getränke ausgeschenkt werden dürfen, da sie – wie überall im Oman – außerhalb der Hotelanlagen verboten sind.

Lunch inmitten der Oase

Eine kurze Autofahrt von Nizwa entfernt liegt Birkat Al Mouz, ein Ruinendorf, das zu den bekanntesten Sehenswürdigkeiten im Oman zählt. Neben den Ruinen findet sich eine riesige Oase, die neben ihrer Größe mit dem unter UNESCO-Welterbe stehenden Falaj-Bewässerungssystem punktet. Innerhalb des Palmenhains können Gruppen ein kleines Highlight erleben: Unter den hochgewachsenen Palmen kann ein typisch arabisches Lunch-Setup aufgebaut werden. Während das Essen frisch am Grill zubereitet wird, können die Gäste entweder durch die Oase streifen oder einfach nur die pittoreske Atmosphäre genießen. Zum Essen wird dann auf dem ausladenden Teppich Platz genommen und die omanischen Speisen verköstigt.



zigartigen Terrassenfarmen auf den Klippen des Hadschar-Gebirges vorbei.

Zurück nach Maskat

Auf dem Rückweg aus dem Gebirge in die Hauptstadt sollten Planer, anstatt die direkte Route nach Maskat zu wählen, unbedingt zwei Zwischenstopps einplanen: Nizwa und Birkat al Mouz.

Ersteres gilt als das historische geistige Zentrum des Oman und entführt die Besucher tatsächlich in die Zeiten aus 1001 Nacht. Die restaurierten Lehmhäuser in der Altstadt und das historische Fort verleihen der Stadt ein ganz besonderes Flair. Ein Abstecher auf den Souk bietet sich ebenfalls an. An vielen kleinen Ständen werden Tonwaren, Gewürze ebenso wie klassische Souvenirs feilgeboten. Handeln versteht sich aufgrund der arabischen Kultur von selbst.

Mittelpunkt der Oasenstadt ist bis heute das beeindruckende Fort. Die Wehranlage wurde im 17. Jahrhundert unter Sultan Ibn Saif I. vollständig errichtet. Einige Teile der Anlage gehen allerdings sogar bis auf das 12. Jahrhundert zurück.

Innerhalb der Festungsmauern befindet sich ein kleines Museum, das das

im Nahen Osten und auch für unerfahrene Kletterer zu meistern. Schwindelfrei sollte man allerdings in jedem Fall sein. Denn der Canyon, der sich unter dem Steig auftut, ist bis zu 1.000 m tief.

Etwas ruhiger geht es beim Three Village Walk zu. Der Spaziergang führt durch die drei Ortschaften Al Aqr, Al Ayn und Ash Shirayjah und direkt an den ein-

li.o. : Nizwa mit seiner Altstadt und dem lebendigen Souk ist mehr als nur einen Abstecher wert. Das historische Fort kann außerdem für Events bespielt werden. Foto: shutterstock.com /Jahidul-hasan

li.u. : Unter den riesigen Palmen der Oase können in Birkat al Mouz exklusive Lunches organisiert werden. Foto: Oman Ministry of Heritage & Tourism

"Das wertvollste Gut" | von Jürg Isler

Wie die Veranstaltungsindustrie dem Fachkräftemangel begegnet

In den verschiedensten Phasen seit der industriellen Revolution des 18. und 19. Jahrhunderts kamen immer wieder Ressourcen auf, die sich sowohl als rar als auch als unendlich wichtig für das Fortbestehen der Wirtschaft herausstellten. Der Goldrausch in den USA, der wenigen unendlichen Wohlstand brachte, und die Gewinnung von Kohle, die später in großen Teilen durch Erdöl und Erdgas ersetzt wurde und Massenfertigung wie Mobilität anstieß, veränderten die ökonomische Entwicklung nachhaltig. Im fortlaufenden 21. Jahrhundert setzt sich – zumindest in der westlichen Welt – eine neues wertvolles Gut an die Spitze: qualifizierte Fachkräfte. Auch die Veranstaltungsbranche kann sich trotz jahrelanger Stabilität nun nicht mehr vor diesem Problem verschließen. Zwar lässt sich die Corona-Pandemie als Faktor in dieser Entwicklung nicht ausschließen, doch zeichnete sich bereits vor der Krise ab, dass der Eventsektor an seinem Attraktivitätslevel als Arbeitgeber eingebüßt hat. Ein Trend, der sich eben auch nach den vergangenen zwei Jahren der gesellschaftlichen Stagnation weiter fortsetzt: Denn obwohl strikte Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie vorerst wegfallen, steht die Branche weiterhin vor dieser neuen Herausforderung.

Fehlendes Vertrauen

Kaum hatten sich Maskenpflicht, 2G-Kontrollen und ähnliche Regelungen für kleine wie große Events verabschiedet, strömten die Menschen auch wieder zurück zu selbigen. Zwar ließ sich die Rückkehr nicht in dieser Wucht vorhersehen, doch zumindest ist sie im Nachhinein erklärbar – war die Bevölkerung doch so lange gezwungen, zu Hause zu bleiben und beliebte Freizeitaktivitäten ruhen zu lassen, und gab es doch auch einige Termine aus dem Veranstaltungskalender der Vorjahre nachzuholen. Doch der hohe Zuspruch erweist sich als Segen und Fluch zugleich und die erhoffte schnelle Erholung des Eventsektors könnte durch den weitverbreiteten Fachkräftemangel einen jähen Dämpfer erfahren. Bei Unternehmen, die mit der Konzeption und der technischen Umsetzung beauftragt sind, fehlt es an allen Ecken und Enden an Personal. Schon vor der Krise ließ sich ein



stetiger Rückgang an Arbeitskräften verzeichnen, aber die Corona-Pandemie schlug eine noch erheblichere Schneise in die Angestelltensituation. Durch sie ging eine bisherige Stärke verloren: das unerschütterliche Vertrauen in den stetigen Erfolg der Branche. Aufgrund von Absagen oder zumindest Einschränkungen von Events jeglicher Art musste die Veranstaltungsbranche einen großen Teil der über Jahre aufgebauten Sicherheit gegenüber den Angestellten einbüßen – und verliert auch an Attraktivität für junges Blut.

The show must go on

In den vergangenen zwei Jahren war die Arbeitsgrundlage vieler Unternehmen in diesem Bereich nicht mehr gegeben und auch von diversen Entlastungspaketen schienen sie ausgenommen. So gestaltete es sich für viele Betriebe auf dem Markt schwierig, ihre Mitarbeiter zu halten – sei es aus Gründen der Bezahlung oder fehlender Zukunftsperspektive. Das zurzeit wertvollste Gut wird rarer und rarer. Nun befindet sich der Geschäftszweig in einer gefährlichen Disbalance zwischen rapide ansteigender öffentlicher Nachfrage und stagnierenden Möglichkeiten, ein dazu passendes Angebot zu liefern. Eine allgemeine Stabilisierung des Marktes können Veranstalter mittlerweile zumindest voraussagen – Reaktionen wie Schließungen, Absagen oder stärker in die Erlebnisse eingreifende Maßnahmen sind vonseiten der Politik wohl nicht mehr zu erwarten. Gewisse Beständigkeitseffekte lassen sich jedoch zusätzlich auch aus der Veranstaltungsbranche selbst generieren. Hier gilt es Unsicherheit für potenzielle Gäste, aber auch für Fachkräfte unbeding

zu vermeiden. Ein komplizierter Spagat, wenn Erstere in unausgewogener Relation häufiger vorhanden sind als Letztere. Dennoch: The show must go on – komme, was wolle.

Alle an einem Strang

Durch Anreize auf verschiedenen Ebenen lässt sich eine neue Generation ansprechen, die den Ausbildungsberuf aufgrund der undurchsichtigen Zukunft bisher nicht in Betracht gezogen hat. Benefits, die über die reine Bezahlung hinausgehen, erweisen sich mittlerweile als unabdingbar – vor allem um die nachkommende Generation anzusprechen. Wertschätzung und ein allgemein gutes Arbeitsklima spielen eine immer größere Rolle für Bewerber. Auch Fachkräfte, welche die Branche gewechselt haben, könnten so zurückgewonnen werden. Aus Erfahrung lässt sich sagen, dass Mitarbeiter, die stabile Arbeitsverhältnisse und eine loyale sowie faire Behandlung erfahren, länger bei einem Arbeitgeber bleiben und auch bessere Leistung abliefern.

Benefits wie Einzelzimmer, Frühstück bei Reisen, bezahlte Spesen und gutes Catering können das Gefühl von Wertschätzung bei der Belegschaft und deren Zufriedenheit rapide erhöhen. Leider sind derlei Maßnahmen in der Veranstaltungsbranche viel zu unüblich. Doch Entscheider müssen vor allem in Zeiten der Krise erkennen, dass Events nur durch die Kraft und das Wissen vieler entstehen können, die alle motiviert an einem Strang ziehen. Nur mit klarer Perspektive für Unternehmen sowie für die Angestellten lassen sich diese Attribute in die Branche zurückholen und lässt sich die derzeit wichtigste Ressource wieder langfristig binden. Foto: Scenotech GmbH



Jürg Isler

Jürg Isler ist Geschäftsführer des international agierenden Schweizer Unternehmens Scenotech GmbH und weist langjährige Erfahrung als Event-Architekt auf.

HOFBURG Vienna – Erfolgreicher Start 2023

„Dank einer flexiblen Eventplanung sehen wir zuversichtlich in das diesjährige Veranstaltungsjahr 2023“, so die Geschäftsführerin Alexandra Kaszay. Nach zwei Jahren Pandemie endlich wieder eine rauschende Ballsaison und danach ein Reigen an vielversprechender Tagungen aus dem Bereich der Wissenschaft und Forschung.



Foto: HOFBURG Vienna, M. Seidl



Foto: HOFBURG Vienna, N. Studeny

DAS VERANSTALTUNGSSPEKTRUM ist heuer besonders breit gefächert. Vom Vienna Energy Forum 2023 der UNIDO United Nations Industrial Development Organization über die FLEET Convention bis zu wissenschaftlichen Fachkongressen wie den 67. Österreichischer HNO-Kongress 2023 oder der Jahrestagung der

Prämierungen oder das viel besuchte Int. Wiener Motorensymposium unterstreichen die positive Stimmung bei unseren Veranstalter*innen zu On-site Events einzuladen.

„Alternative Formate wie „Meet the Expert“-Session und Science Talks werden

zunehmend gefragt – Kommunikationsräume schaffen, die den neuen Formaten gerecht werden ist unser Ziel“, unterstreicht die Geschäftsführerin.

„Die reine Wissensvermittlung tritt zugunsten einer praxisorientierten und nutzbringenden Wissensteilung in den Hintergrund. Der/die individuelle Besucher*in rückt immer mehr in den Fokus“.

Teilnehmer*innen werden generell weiblicher, jünger, internationaler, technikaffiner, „digitaler“ und anspruchsvoller. Damit änderte sich deutlich das Kommunikationsverhalten. Die Antwort darauf: Meeting Architecture! Partizipation und Involvement heißen die Ziele. Events weisen einen deutlich höheren Freiheitsgrad auf und damit bedarf es weitaus mehr Aufmerksamkeit bei der Planung. Eine „offene“ Ta-

gung mit offenen Workshops, deren Inhalte und Ablauf von den Teilnehmer*innen zu Beginn der Tagung selbst entwickelt und im weiteren Verlauf gestaltet werden, sind keine Seltenheit.

„Unsere State-of-the-Art Veranstaltungstechnik wie Videowalls und Übertragungstechnologien sind dabei essentiell, um Besucher*innen die Möglichkeit zu geben noch intensiver bei Events zu interagieren.“ Auch die gewählte Beleuchtung bei Kongressen, Workshops und Produktpräsentationen beeinflussen unmittelbar die Teilnehmer*innen. Es ist ein wirkungsvolles Tool, wie proaktiv das Empfinden und das Verhalten der Besucher*innen gelenkt werden kann. So ist der Mensch bei hellem Licht grundsätzlich kognitiv leistungsfähiger, aber weniger zur Kooperation bereit. Im warmweißen Licht lässt es sich hingegen gut networken. Dies gilt es im Vorfeld schon zu planen und nicht dem Zufall zu überlassen. Das Hofburg Vienna Team bringt dazu viele Erfahrungswerte ein.

Die 3D-Online-Plattform Joinera erweitert Online-Erlebnisse um Formate, die bisher der Präsenz vorbehalten waren | Interview mit Sascha Syndicus

Herr Syndicus, provokant gefragt: Braucht die Welt eine weitere Online-Event-Plattform?

Vermutlich nicht, aber aus meiner Sicht schließt genau diese Plattform wirklich eine klaffende Lücke. Während der letzten zweieinhalb Jahre und der Verstärkung des Digitalisierungsprozesses von Meetings und Events sind ja wirklich viele Plattformen entstanden, auch Avatar-basierte wie Joinera. Die Wenigsten haben aber geschafft, die Vorteile der einfachen, direkten Kommunikation via Video-Conferencing mit Eventumgebungen und -anforderungen zu verschmelzen. Inhalte auf eigene Faust im eigenen Tempo zu erschließen, da stoßen viele an ihre Grenzen. Vor allem die Formate sind gescheitert, die als Live-Formate einfach besser funktionieren: kreative Workshops, Marktplätze oder Messen. Also Räume, in denen man sich frei bewegt und die dem Networking dienen. Joinera setzt genau da an: Größtmögliche Reichweite, einfacher und sicherer Zugang sowie grenzenlose Gestaltungsfreiheit treffen auf die Vorteile von Streaming und direktem Austausch per Video-Chat.

Während der Corona-Pandemie hat sich bei Vielen eine digitale Ermüdung eingestellt. Wie begegnet Joinera dem?

Das ist ein großer Faktor, wenn man den ganzen Tag am PC arbeitet. Joinera löst das Problem nicht im Kern. Aber der große Unterschied z. B. zu einem reinen Livestream als Online-Event, den ich nur passiv konsumiere, allenfalls im Chat kommuniziere, ist die Aktivierung der Teilnehmenden. Ich kann aussuchen, wohin ich mich bewege. Worüber ich mehr erfahren will. Mit wem ich mich unterhalte. Dadurch entsteht ein anderer Fokus und ich mache nichts nebenbei, wie Mails beantworten, einen Artikel lesen oder Essen kochen. Ich bin permanent im Dialog mit der Umgebung und anderen Teilnehmenden, da-

Ein Teilnehmer wählt seine virtuelle Figur und richtet seine Visitenkarte ein. Agenda, Location-Karte, Programm-Infos oder Hilfe: Alles findet sich sofort und kann frei gestaltet werden.



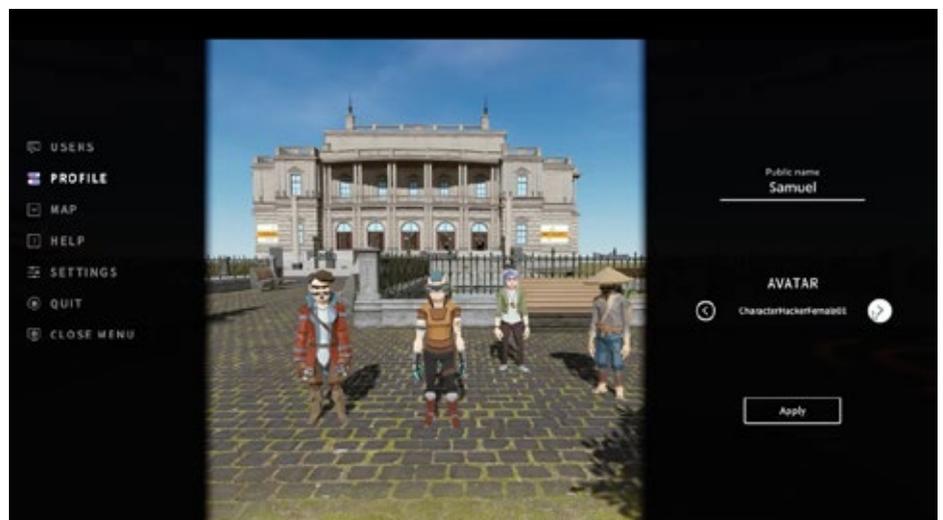
Eine Reihe von 3D-Figuren stehen als Avatare zur Auswahl. Ist die Kamera eingeschaltet, wird der Mensch als Videobild ebenfalls Teil der Umgebung.

durch entsteht eine höhere Bindung zu den Inhalten. Diese Aktivität beugt der Ermüdung vor. Mein Avatar wird zu meinen Augen und Ohren in einem Event-Raum und ich habe nicht mehr mehrere Kommunikationskanäle zu jonglieren, wie verschiedene Fenster oder Popups. Ich sehe Leute, die ich kenne, kann Speaker gezielt aufsuchen, wenn ich Rückfragen habe oder auch neue Kontakte knüpfen. Es ist alles ungezwungener, offener, wie bei Präsenzveranstaltungen. Und das lässt sich natürlich nicht nur für den Corporate-Event-Sektor umsetzen. Wir können auch digitale Musikfes-

tivals, Jobbörsen oder Onboardings zum aktiven Erlebnis werden lassen.

Zu den Sicherheitsaspekten, die Sie erwähnten: Was kann ich mir darunter vorstellen und was sind die technischen Voraussetzungen?

Viele Unternehmen agieren global und müssen verschiedene IT-Sicherheits-Themen beachten. Das ist z. T. schon dann ein Problem, wenn man etwas herunterladen muss. Joinera hat auch so angefangen, aber wir haben früh avisiert, browserbasiert zu arbeiten, ohne Downloads und mit einfachem Zugang. Wir sind dabei sehr flexibel,





Tausende virtuelle Besucher:innen feiern gemeinsam zu einem starken Musik-Lineup: Joinera war schon 2021 die offizielle Online-Plattform des ROCK FOR PEOPLE Festivals.

Stichwort DSGVO. Die Entwickler arbeiten direkt mit Microsoft zusammen, um das Beste aus den neuesten Möglichkeiten herauszuholen und 3D-Welten ressourcenschonend in Browser abzubilden, die die Veranstaltungs-Botschaften und den Content ansprechend transportieren. Unabhängig von der Leistungsfähigkeit meines Endgeräts.

Joinera hat einen relativ einfachen Look, erinnert ein bisschen an Minecraft oder Lego. Sind z. B. auch fotorealistische Umgebungen möglich?

Ja, aber nicht ohne die genannten Vorteile einzubüßen. Der vereinfachte Look dient dazu, Traffic und Hardwareanforderungen gering zu halten, ohne an Gestaltungsfreiheit zu verlieren. Viele haben ja schon beim normalen Video-Conferencing Verbindungsprobleme mit ihrem WLAN oder der Internetleitung. Trotz der einfacheren Grafik kann jede Brand, jede Räumlichkeit und jedes Design-Element umgesetzt werden. Das ist wichtig, weil es unsere Möglichkeiten im Storytelling erweitert: Eine Bühne auf dem Mond oder auf dem Meeresgrund – Umgebungen, die in Präsenz nicht möglich wären. Ich kann aber auch

von der Plattform abspringen, in andere digitale Räume oder virtuelle Showrooms, bei denen dann auch keine visuellen Einschränkungen existieren müssen - weil sie einem anderen Zweck dienen. Präsentationen oder Livestreams sind bei uns aber zum Beispiel direkt in den Umgebungen integriert, wie auch die Möglichkeit des spontanen Screen-Sharings.

Wie kann ich mir als Teilnehmer:in ein Event auf Joinera vorstellen?

Es ist kinderleicht: Ich bekomme einen Link, buche mein Ticket, bezahle es gegebenenfalls und bekomme per Mail alle Zugangsdaten. Ich klicke auf den Link und bin wenige Sekunden später schon in einer virtuellen Welt. Dann kann mir einen Avatar aussuchen, manche sind eher lustig, manche seriös, und dann kann ich mich mittels der Pfeiltasten und der Maus intuitiv bewegen.

Ansonsten läuft es wie bei einer Präsenz-Veranstaltung ab: Ich kann zur Hauptbühne gehen und dort einen Live-Stream verfolgen. Aber ich kann dieses Gebiet jederzeit auch verlassen und zum Beispiel zu einer anderen Bühne wechseln oder mich mit anderen unterhalten und dabei den Messebereich entdecken. Dort kann an verschiedenen Content-Ständen natürlich auch mit dem Standpersonal gesprochen werden. Die Einbindung in

teraktiver Tools, wie Publikums-Votings oder kleineren Gamification-Elementen, ist auch möglich. Und an dieser Stelle noch ein Hinweis: Besonders in Verbindung mit unseren Live-Streams aus virtuellen Studioumgebungen entsteht nochmal mehr Immersion, weil einfach alles visuell perfekt zusammenpasst.

Haben solche Events auch schon stattgefunden?

Jede Menge. Auf Joinera selbst wurden über 50 Events für über 30 Kund:innen aus aller Welt durchgeführt. Nicht nur Corporate-Events wie Mitarbeitertagungen oder Produktlaunches, sondern auch Musik-Festivals mit rund 25.000 Teilnehmenden. Aktuell finden zum Beispiel eine Online-Jobmesse und eine Gesamttagung für eine Marke des VW-Konzerns statt, die mittlerweile eine eigene Unternehmenswelt mit Museum, Tagungsräumen und Werkstätten auf Joinera haben.

Wie kann ich mir die Planung eines Events auf Joinera vorstellen?

Wie bei jeder anderen Veranstaltung auch, nur ohne räumliche Limitierungen und ohne die Regeln der Physik beachten zu müssen. Ein Location-Scouting findet in diesem Fall natürlich auch virtuell statt. Das spart wiederum Zeit, auch bei der Gestaltung der virtuellen Welt: Man kann gemeinsam innerhalb weniger Sekunden

ausprobieren, wie es aussieht, wenn man eine weitere Bühne hinzufügt oder die Umgebung verändert. In der Realität undenkbar. Es gibt keine Reisezeiten, Aufbauten oder lange Vorlaufzeiten für Druckerzeugnisse. Das alles schont natürlich Kosten und Ressourcen, aber den größten Vorteil in der Planung sehe ich wirklich darin, dass man viel ausprobieren kann. Der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt.

Worauf man bei virtuellen Events allerdings immer achten sollte, ist nicht nur die Veranstaltung selbst zu planen, sondern das Ganze mit einem klaren Plan zur Vor- und Nachkommunikation zu begleiten. Schließlich wollen Teilnehmende heutzutage besonders dazu motiviert werden, nicht als No-Show zu enden. Auch hier lässt sich Joinera vorteilhaft nutzen, da die Welt ja schon Wochen vor einem Event für Vorproduktionen oder Sneak Peaks in den Live-Content, die über Social Media oder per E-Mail gestreut werden können, zur Verfügung steht.

Wie kam es zur Zusammenarbeit mit Joinera?

Wir wollten unseren Kund:innen die besten Services rund um digitale Events anbieten und haben uns in dem Zuge sehr viele Plattformen angeschaut, um die bereits beschriebenen Lücken zu schließen. Insbesondere während der Lockdowns war die Nachfrage ja enorm hoch, auch Formate zu erschließen, die Netzwerkcharakter oder Teambuilding online abbilden konnten. Dabei sind wir auf ein Startup in Tschechien gestoßen, deren Kundschaft sich zum Teil sogar mit unserer überlappte. Deren Ansatz deckte sich genau mit dem, was wir als optimale Lösung und Möglichkeit gesehen haben, unsere Erfahrungen von über 3000 Online-Events hinzuzufügen. Erst ist eine Kooperation entstanden und am 01. Januar haben wir die Entwickler bei uns im Team integriert, sodass die Plattform auch Teil des großen Portfolios von Event-Dienstleistungen der face to face GmbH geworden ist. So können wir uns und die Plattform gemeinsam weiterentwickeln. Das sorgt am Ende für eine bestmögliche Teilnahmeerfahrung und macht es unseren Kund:innen leicht, da alles aus einer Hand kommt.

Wo und wie sehen Sie die Zukunft von Events und Online-Veranstaltungen?

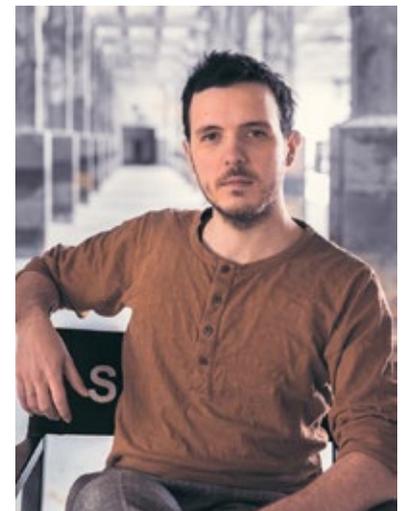
Präsenzveranstaltungen bleiben für viele Formate schlichtweg das Mittel der Wahl. Sogar mehr denn je. Haptische Erfahrung



Event-Teilnehmer:innen haben in den virtuellen Umgebungen einfache Schaltflächen und navigieren mit Maus und Pfeiltasten oder via Touch. Auch mit Virtual Reality-Brillen können Events besucht werden.

und realer Augenkontakt sind für manche Gespräche und Erlebnisse nicht zu ersetzen. Aber im Hinblick auf die Erhöhung von Reichweite und Nachhaltigkeit liegt online mittlerweile vorne. Globale Teams holt man nicht mehr so oft zusammen wie früher. Und das ist auch gut und richtig so. Das Arbeiten im Homeoffice verlangt aber auch nach neuen Impulsen und Erlebnissen. Ich finde, bei jedem Event muss man sich die Frage stellen: Was ergibt mehr Sinn? Da sind wir glücklich, das fehlende Puzzleteil ergänzen zu können für Formate, die bisher im digitalen Bereich keine sinnvollen Alternativen hatten. Wir denken außerdem: Je mehr Themen rund um Metaverse und virtuelle Welten sich in der Gesellschaft etablieren, desto besser sind wir dann schon positioniert, weil wir jetzt Vorreiter sind. Das nächste spannende Thema sind hybride Veranstaltungen, denen wir normalerweise eher kritisch gegenüberstehen. Das liegt daran, dass es besonders komplex ist, ein hybrides Event so zu veranstalten, dass es sich nicht für Präsenz- oder Online-Teilnehmer:innen am Ende wie ein Kompromiss anfühlt. Alle dürfen die bestmögliche Erfahrung erwarten, egal, wie sie teilnehmen. Sonst kommen sie auch nicht wieder! Joinera bietet jetzt auch die spannende Möglichkeit, einen virtuellen Klon in Form der Avatar-Welt auf Basis des realen Raums zu schaffen. So ist

das Erlebnis für beide Nutzergruppen nahezu identisch und wir können sogar Verbindungen und Begegnungen zwischen ihnen schaffen. Und auf die ersten Projekte dieser Art freuen wir uns schon riesig!



Sascha Syndicus

Sascha Syndicus ist gelernter Filmregisseur und seit 10 Jahren Kreativchef der face to face-Unternehmensgruppe sowie Geschäftsführer der Kreativ-Agentur eye2eye GmbH.

Kempinski Cancún: Zwischen Sandstrand und Meeting

Erst im September letzten Jahres übernahm Kempinski das Haus am 23 km langen Sandstrand von Cancún und modelt das Fünf-Sterne-Haus seitdem im Sinne der Kempinski-Standards um. Bereits 30 Jahre beherbergt das in E-Form erbaute Resort Gäste in erster Reihe am Karibischen Meer.



MITTELPUNKT IST die großzügige Lobby, die als Bindeglied zwischen den beiden Flügeln des Hotels zu sehen ist. Mehrere Meter hohe Bogenfenster, Marmorböden und stilvolle Dekoration bestimmen das Bild in diesem Bereich.



Es muss nicht immer ein Wein-Tasting sein. In Mexiko bietet sich ein Tequila-Tasting als Alternative an.
Foto: CI

Seit September 2022 gehört das Haus in Cancún zum Portfolio der Kempinski Gruppe. Neben der hervorragenden Lage bietet das Fünf-Sterne-Haus viele Möglichkeiten für die MICE-Branche. Fotos: Kempinski Hotels

Etwas kantiger, jedoch nicht weniger stilvoll präsentiert sich die angeschlossene Lobbybar, die mit dunklen Farben und vielen Spiegelflächen ein besonderes Ambiente schafft. Die großen Fenster und die angeschlossene Terrasse ermöglichen dem Besucher einen ungestörten Blick auf die Poollandschaft und den dahinterliegenden Strand. Allerdings ist die Bar des Hauses nicht nur die richtige Anlaufstelle für gute Drinks und kleine Snacks während des Aufenthalts – bei Bedarf kann hier für Gruppen auch ein Tequila-Tasting organisiert werden. Im Rahmen des Tastings werden die Gäste einerseits mit der Geschichte des Tequila vertraut gemacht, andererseits lernen sie die kleinen, aber feinen Unterschiede zwischen den einzelnen Gruppen des Agaven-Brands kennen. Während in Europa hauptsächlich die Gruppen ‚Silber‘ und ‚Gold‘ bekannt sind, gibt es insgesamt fünf Gruppen, die der Reifung entsprechend klassifiziert werden. Ob es nun ein

Tasting aller fünf Gruppen oder eine kleinere Auswahl sein soll, entscheidet natürlich jeder individuell, aber ein Erlebnis ist es in jedem Fall. Und definitiv etwas ganz anderes als eine Weinverkostung.

Dinieren am Strand

Tagsüber Strandgäste, abends gehobene Küche – diese Wandlung findet täglich im Casitas statt. Die kleinen Strandhäuschen – im Spanischen eben die Casitas – des Kempinski verwandeln sich abends vom schicken Loungebett mit Erholungswert in ein exklusives Restaurant. Für Gruppen bieten sie damit die Möglichkeit eines sehr originellen Erlebnisses. Sternenhimmel, Meeresrauschen und gehobene mexikanische Küche erwarten Gäste in den Casitas. Normalerweise werden die Gerichte hier à la carte kredenzt, für Gruppen können aber zusätzlich individuelle Menüs geplant werden. Am besten geeignet sind die Casitas für jeweils etwa sechs Personen. Durch die Nähe der ein-

zelen Casitas zueinander können ebenso größere Gruppen genügend Platz finden. Mithilfe von flexiblen Bodenplatten aus Holz können die einzelnen Häuschen sogar miteinander verbunden werden. Damit ist auch die Realisierung langer Tafeln kein Problem.

Gleich zwei Optionen für Fine Dining

Eines der beiden Fine Dining Restaurants im Kempinski Cancún ist das Infantino. Das mehrfach ausgezeichnete Restaurant orientiert sich an der mediterranen Küche und offeriert ein vom Küchenchef selbst zusammengestelltes, regelmäßig wechselndes Menü. Geöffnet ist das Fantino immer am Abend, jeweils von Dienstag bis Samstag. Für kleine Gruppen gibt es außerdem einen Private Dining Room.

Mit dem The Club Grill verfügt das Fünf-Sterne-Haus über ein weiteres Fine Dining Restaurant. Hier lässt sich fast die ganze Woche, außer dienstags und mittwochs, internationale Küche auf höchstem Niveau genießen, während ein Pianist im Hintergrund Jazzmusik spielt.

Wenn es nicht unbedingt ein Restaurant im Hotel sein muss, finden sich außerhalb des Resorts zahlreiche weitere Möglichkeiten für Lunch oder Dinner. Dabei profitieren Planer eindeutig von der touristischen Prägung der Region. Je nach getroffener Auswahl wird beispielsweise das Dinner gleichzeitig zum wirklichen Erlebnis. Denn einige der Restaurants bieten ein Show-Programm – entweder zu einer bestimmten Uhrzeit am Abend oder aber, je nach Bestellung, an den besetzten Tischen, Feuerwerk inklusive.



Eigener Check-in-Bereich für Gruppen

Eine kleine Besonderheit besteht in der Möglichkeit, Gruppen auf einer eigenen Etage mit exklusiver Check-in-Option unterzubringen. Denn sowohl die Executive-Lounge als auch die Etage darunter verfügen über einen separaten und vollkommen autarken Empfangscounter. So können Gruppen nicht nur unkompliziert einchecken. Es können zusätzliche Services wie Cocktail-Empfänge organisiert werden, die einerseits den regulären Hotelbetrieb nicht beeinträchtigen, ihn andererseits aber auch für die jeweilige Gruppe nicht spürbar machen.

363 Zimmer und Suiten

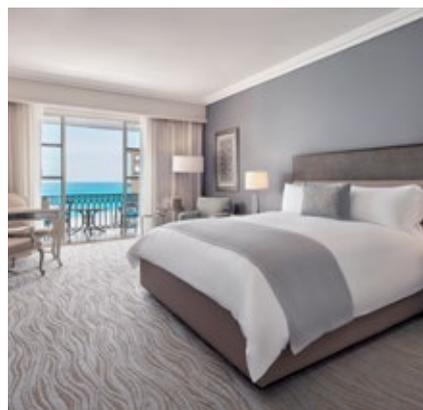
Grundsätzlich aber stehen natürlich alle Etagen und Zimmer für Gruppen zur Verfügung. Unter den 363 Zimmern insgesamt finden sich 48 Suiten inklusive einer Präsidentsuite. Die Größe variiert je nach Kategorie zwischen 40 und 230 m².

Egal in welcher Kategorie die Zimmer angesiedelt sind, bieten alle die klassischen Annehmlichkeiten wie Hotelsafe, kostenfreies WLAN und Minibar. Ebenfalls gleich ist der Stil der Einrichtung. Hellere Farbtöne in einer Mischung aus grau, hellblau und weiß wurden beim Design gewählt und verleihen jedem Zimmer den klassischen Beach-Resort-Vibe.

Verstärkt wird dieser Eindruck durch die bodentiefen Fenster, die den Blick auf das türkisfarbene Meer direkt vor der Zimmertür freigeben. Um dies in Gänze genießen zu können, haben darüber hinaus alle Zimmer einen Balkon.

Die Präsidentsuite für Events nutzen

Mittlerweile ist es gang und gäbe, die großzügigen Räumlichkeiten einer Präsidentsuite für kleinere Events oder Empfänge zu bespielen. So auch im Kempinski Cancún: Die knapp 230 m² große Suite



liegt auf der obersten Etage des Gebäudes und hat einen umlaufenden Balkon mit unschlagbarem Blick auf Pool, Strand und Meer.

Praktisch für Dinner oder Lunches ist die direkt an das Esszimmer angeschlossene, voll ausgestattete Küche, die durch einen zusätzlichen Eingang ebenfalls von außerhalb der Suite erreichbar ist. Die Anlieferung aller notwendigen Dinge über ebendiesen separaten Eingang und die anschließende Zubereitung frisch und vor Ort sind damit unproblematisch gewährleistet.

Alles auf einer Ebene

Direkt unterhalb der Lobby gelegen und per Treppe und Lift erreichbar liegt der Konferenzbereich des Kempinski Cancún. Auf einer Ebene finden Planer insgesamt sechs Meetingräume, zwei Ballsäle sowie eine Eventküche, die ebenfalls für Gruppen bespielt werden kann.

Der Yucatan Ballroom ist mit etwas mehr als 1.000 m² und einer Deckenhöhe von vier Metern der größte Raum im Konferenzbereich. Der klassische Ballsaal eignet sich für Veranstaltungen mit bis zu 1.100 Personen und ist bei Bedarf in drei Salons à 345 m² unterteilbar. Die Seidentapete an den Wänden sowie die ausladenden Kristallkronleuchten und kunstvoll gestaltete Deckenleisten ermöglichen

li.: Kulinarisch gibt es verschiedene Anlaufstellen in ganz unterschiedlicher Ausrichtung.

Mi.: Beach-Resort-Feeling und ausreichend Platz – so präsentieren sich die insgesamt 363 Zimmer und Suiten im Kempinski Cancún.

re.: Die Präsidentsuite lässt sich für exklusive Events und Dinner bespielen. Traumhafter Ausblick selbstverständlich inklusive.





unkompliziert das passende Ambiente für Bälle und exklusive Abendveranstaltungen.

Zweitgrößter Raum des Ensembles ist der Plaza Ballroom (350 m²). Auch dieser lässt sich noch einmal unterteilen und ermöglicht in beiden Sektionen Platz für jeweils 160 Gäste. In Kombination beider Räume sind es 360.

Abgerundet wird das Angebot von den vier klassischen Meetingräumen namens Tulum (90 pax.), Cancún (70 pax.), Cozumel (80 pax.) und Merida (70 pax.) sowie dem Directors Room für bis zu 60 Personen und dem Boardroom für 14 Personen. Jeder dieser Räume verfügt über Tageslicht und einen direkten Zugang zur vorgelagerten Terrasse.

Alle Räume des Konferenzbereichs haben außerdem Zugang zur großzügigen Pre-Function Area, die sich entlang der beiden Ballsäle erstreckt und auch bei personenstarken Konferenzen oder Veranstaltungen Platz für Coffee-Breaks oder Lunches bietet. Der Plaza Ballroom hat zusätzlich noch ein eigenes Foyer.

Wer seinen Teilnehmern ein belebtes und gleichsam authentisches Rahmenprogramm gestalten möchte, hat direkt im Konferenzbereich die Möglichkeit dazu. Denn einer der Konferenzräume wurde vor einigen Jahren zu einer Event-Küche umgebaut. Unter der fachmännischen Anleitung des Chefkochs können hier beispielsweise Guacamole- oder Ceviche-Workshops veranstaltet werden. Ebenso können die landestypischen Margeritas im farnefrohen Ambiente der Küche mit Blick aufs Meer gemixt werden.

Apropos Rahmenprogramm

Sei es im Rahmen einer Konferenz oder für eine Incentive-Reise: Die Region Cancún hat eine Vielzahl an Möglichkeiten für interessante Ausflüge zu bieten.

Eine dieser Optionen ist das Museo Maya de Cancún, gelegen mitten in der Hotelzone der quirligen Stadt. Das vor etwa zehn Jahren eröffnete Museum gilt als eine der wichtigsten Entwicklungen des National Institute of Anthropology and History of Mexico seit der Eröffnung des National Museum of Anthropology in Mexico City 1964 und des Museo del Templo Mayor 1987.

In drei Ausstellungsräumen zeichnet das Museum die Geschichte der Maya-Kultur vor Ort und zeigt zahlreiche Relikte und Ausgrabungsgegenstände, die über die Jahre in der Region rund um Cancún gefunden wurden. Wer das Museum besucht, erhält zeitgleich Zugang zur archäologischen Stätte San Miguelito. Auf einem gewundenen Pfad geht es

durch die üppige Fauna entlang der Ruinen zu dem Ort, an dem Familien in den letzten Jahren vor der Ankunft der spanischen Eroberer lebten. Sogar eine kleine Pyramide findet sich auf dem Areal.

Ein Ausflug nach Tulum

Um noch etwas tiefer in die Geschichte der Mayas einzutauchen, empfiehlt sich ein Ausflug nach Tulum. Etwa zwei Stunden dauert die Fahrt in die archäologische Zone von Tulum. Die an drei Seiten von einer Mauer umschlossene Ruinenstätte lässt sich sowohl auf eigene Faust als auch mit Führer erkunden. Letzteres allerdings ist unbedingt zu empfehlen. Denn so lässt sich deutlich mehr über die Geschichte und die kleinen Besonderheiten des Areals erfahren. Ein offizieller Guide erklärt gerne mehr über die einzelnen Symbole auf den Bauwerken und welche Bedeutung und Funktion die einzelnen Ruinen wie der Tempel des Herabsteigenden Gottes oder der Tempel des Windes zur Maya-Hochzeit innehaben.

Auf dem Weg von und nach Tulum lässt sich außerdem ein Stopp in Playa del Carmen ausgezeichnet einplanen. Das Touristenstädtchen bietet zwar einen ziemlichen Kontrast zum Kulturprogramm in den Maya-Stätten, offeriert aber dafür eine breite Vielfalt an kleinen Restaurants und Bars – als Punkt im Rahmenprogramm sicherlich mehr als geeignet.

Wenn es nicht historisch sein muss

Eine ebenso passende Möglichkeit abseits des erwähnten Kulturprogramms, ist ein Bootsausflug – beispielsweise auf die Isla de Mujeres. Ob mit dem Katamaran oder einer privaten Yacht – die Wahl des Transportmittels ist jedem selber überlassen. Bei einem exklusiven Charter auf die Insel lassen sich aber natürlich Zeit, Route und eventuelle Stopps individuell planen.

o.: Stilvolles Ambiente und 3.000 m² inklusive Beach-Front-Terrasse stehen Planern zur Verfügung.

Mi.: Teil des Konferenzbereiches ist die Event-Küche, die sich für Workshops und Cooking-Classes anbietet.

u.: Die Geschichte der Mayas entdecken: Die archäologische Zone Tulum liegt etwa zwei Stunden entfernt.



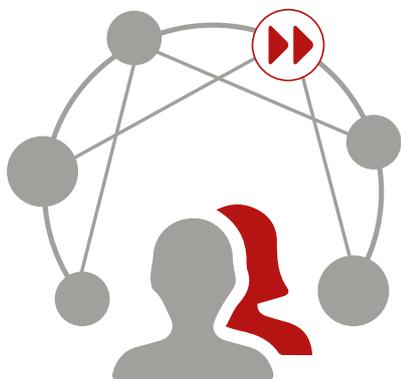
Ein Ort. Eine Woche.
Ein Grund. **Business.**

Willkommen auf der **IMEX**
Sei dabei: imex-frankfurt.com/jetzt-registrieren

**imex**
FRANKFURT
23.-25. MAI 2023

Mit systematischem Datenmanagement durch die digitale Transformation

Open Data – Schlüssel zum Standortmarketing der Zukunft



DIE WELT VON Meetings, Tagungen und Kongressen befindet sich in einem umfangreichen Transformationsprozess. Zwar haben sich Veranstaltungen als Spiegel der Gesellschaft seit jeher verändert, allerdings erleben wir in den letzten Jahren eine möglicherweise nie dagewesene Dynamik. Die rasante technologische Entwicklung, die immer



Foto: Shutterstock/Deemerwha studio



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: Patrick Kuschfeld

spürbareren Auswirkungen des Klimawandels, internationale Konflikte und die Folgen einer Pandemie zeigen: Ein „Zurück auf Los“ kann es nicht geben. Genau diese Tatsache eröffnet jedoch einen enormen Möglichkeitsraum für die Stakeholder der Veranstaltungswirtschaft.

Rein quantitativ betrachtet rangiert der Tagungsstandort Deutschland seit vielen Jahren konstant unter den Top-Destinationen weltweit. Diese wertvollen Marktanteile für die Zukunft zu sichern bzw. weiter auszubauen, erfordert in einem dynamischen Wettbewerb mit veränderten Kundenbedürfnissen jedoch stetige Weiterentwicklung. Aus dem Kreis der Megatrends, die die Transformation der Veranstaltungswelt prägen, möchte ich an dieser Stelle einen herausgreifen und unter einem spezifischen Gesichtspunkt konkretisieren: die digitale Transformation und die damit verknüpfte Notwendigkeit von systematischem Datenmanagement.

Künstliche Intelligenz im MICE-Sektor

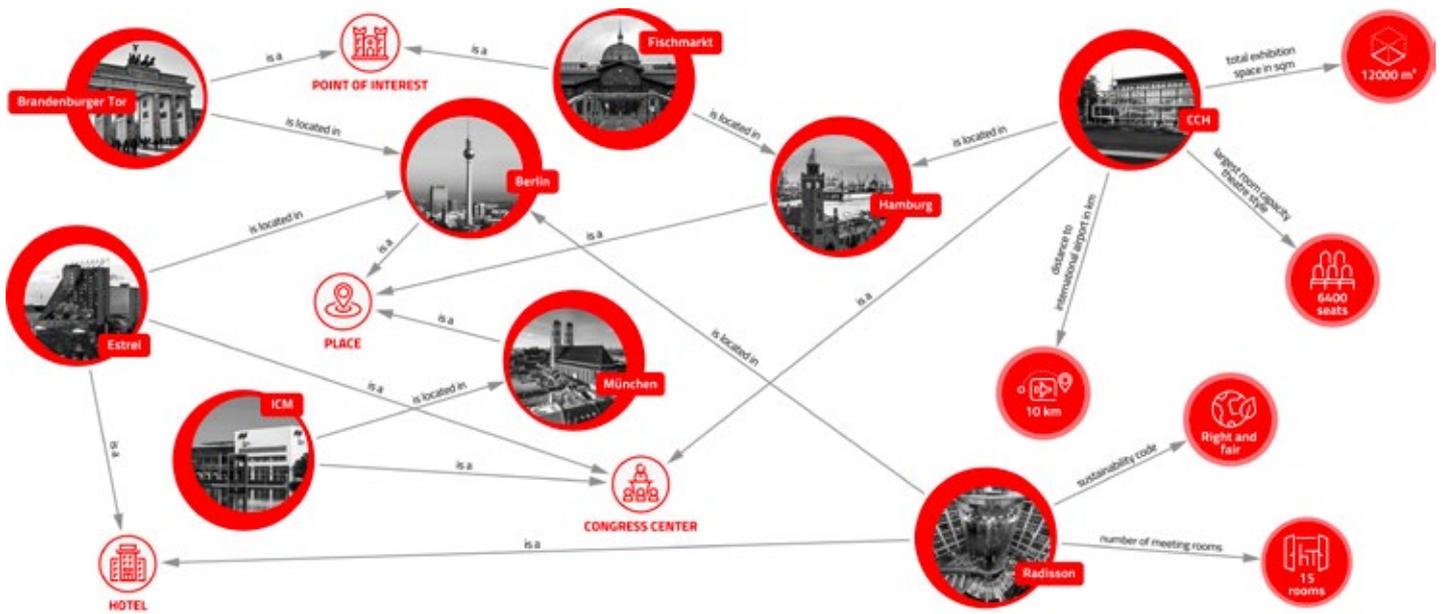
Chatbots zur Unterstützung des Buchungsprozesses, auf Fahrgastwünsche angepasste Routen im ÖPNV auf dem Weg zum Event oder Self-Check-in bei

Veranstaltungen – der Einsatz Künstlicher Intelligenz (KI) rund um Business Events ist keine Frage von „ob“, sondern von „wann“ und „wie“. Der Einsatz von KI ist dabei niemals Selbstzweck, sondern dient immer dazu, die Bedürfnisse der Kund*innen möglichst optimal zu erfüllen, ihre User Experiences zu verbessern und daher auch die Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen entsprechend auszurichten. Der Schlüssel zur Erreichung dieses Ziels liegt in digitalem Datenmanagement.

Banal, aber wahr: KI-Anwendungen brauchen Daten – und zwar viele. Eine der zentralen Aufgaben im Kontext von digitalem Datenmanagement und KI ist es daher, Daten- und Anwendungssilos aufzubrechen, um den Usern – bspw. Veranstaltungsplaner*innen oder Veranstaltungsteilnehmer*innen – die jeweils gewünschten Informationen schnell, korrekt, strukturiert, aktuell und personalisiert bereit stellen zu können. Eine wichtige Rolle kommt dabei auch dem Kriterium „vernetzt“ zu.

Hochwertige Dateninfrastruktur

Ermöglicht wird dies durch eine hochwertige Dateninfrastruktur unter an-



derem in Form von Open Data. Damit Produkte und Leistungen der Anbieter am Tagungsstandort Deutschland künftig an möglichst vielen digitalen Touch Points sowie über unterschiedliche Ausgabekanäle hinweg gefunden und verarbeitet werden können, müssen sie maschinenlesbar sein und bestimmten Anforderungen entsprechen, d.h. sie müssen in einer einheitlichen Ordnung strukturiert aufbereitet werden. Dies liefert die Grundlage, um die Möglichkeiten digitaler Technologien – wie etwa KI – in der Vermarktung der Produkte und Leistungen effizient einzusetzen. Durch die Verknüpfung der Daten in einem Knowledge Graph können zudem die Beziehungen zwischen verschiedenen Daten über semantische Abfragen dargestellt und ausgespielt werden.

Open Data für den Tagungsstandort Deutschland

Open Data ist nicht nur ein zentraler Lösungsansatz, um größere Sichtbarkeit und Reichweite für den Tagungsstandort Deutschland zu erzielen und somit wertvolle Marktanteile im internationalen Wettbewerb zu sichern. Zusätzlich wird auch der Pflegeaufwand für die Anbieter nachhaltig reduziert. Open Data bietet darüber hinaus die Basis für neue Geschäftsmodelle durch innovative Anwendungen und Services, die für Veranstaltungsplaner*innen einen signifikanten Mehrwert darstellen.

Unverzichtbare menschliche Kompetenzen

Wer nun befürchtet, Open Data und KI könnten menschliche Interaktion obsolet machen: Ganz im Gegenteil. Digitali-

sierung und Automatisierung bedeuten nicht, dass aus dem „People Business“ von Veranstaltungen ein anonymes IT-Business wird. Die Technologie unterstützt Menschen dabei, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren und eben jene Aufgaben zu erfüllen, die keine KI auf absehbare Zeit übernehmen können: individuell zu beraten, sich um Gäste zu kümmern oder kreative Prozesse für überzeugende Veranstaltungen in authentischer Atmosphäre anzustoßen.

Grafik: GCB

Weitere Informationen zum „Open Data MICE“-Projekt des GCB:
www.opendata.gcb.de



IMPRESSUM

Convention International | März 2023

Verlag:
 HWG Verlag
 Wiedbachstrab 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], Hans Jürgen Heinrich [jh]
 Anzeigen:
 Stefan Zwingers
 Korrektorat:
 Kirsten Skacel, Lektorat Rotstift

Layout/DTP:
 Caroline Minor
 Titelfoto:
 Shutterstock/APCat
 Druck:
 WIRmachenDRUCK GmbH
 Mühlbachstraße 7
 71522 Backnang

Versand:
 FORMA Lettershop GmbH,
 Beim Weißen Stein 4, 56579 Bonefeld
 Nächste Ausgabe:
 Mai 2023
 Druckauflage:
 10.000

Es gelten die Anzeigenpreise in den Mediadaten vom 01.01.2023. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos wird keine Gewähr übernommen. Für namentlich gekennzeichnete Fremdbeiträge übernimmt der Verlag keine Haftung.

Team Event 2023 – Im Trend: WIR-Gefühl mit Playful Business

Die Stärkung des WIR-Gefühls im Team gehört zu einer der wesentlichen Trends für Unternehmen in 2023. Gerade in Zeiten des Fachkräftemangels werden Teambuildingmaßnahmen wichtiger denn je. Wenn neue Teammitglieder erfolgreich rekrutiert sind, gilt es diese umfassend zu integrieren. Denn nur Mitarbeitende, die sich wohlfühlen werden zu langfristig motivierten Talenten. Mit „Playful Business“ verfolgt teamgeist, seit über 30 Jahren größter Anbieter von Team Events in Deutschland, einen erfolgversprechenden Ansatz. Die aktuellen Buchungsdaten bestätigen den Zuspruch in Unternehmen. Demnach hat sich die Nachfrage im Jahr 2022 im Vergleich zu 2019 nach beliebten Formaten wie dem Event Impulsreaktion beinahe verdreifacht und die Buchung der digitalen Schnitzeljagd tabtour® fast verdoppelt.



Teamgeist AG Gründer Michael Haufe stärkt seit über 30 Jahren das WIR-Gefühl in Unternehmen
Foto: Hasselblad H5D



MIT TEAMBUILDINGMASSNAHMEN verfolgen Unternehmen unterschiedliche Ziele in der Zusammenarbeit. Laut einer Auswertung aus knapp 2.500 Buchungsdaten aus dem Dezember 2022 hat teamgeist erfasst, dass Teambuildings neben dem gemeinsamen Spaß auch das Vertrauen stärken und die Kommunikation gezielt verbessern sollen. Auch das Thema Digitalisierung wird mithilfe von Team Events gefördert. Das wichtigste Ziel ist für Unternehmen jedoch die Stärkung des Wir-Gefühls. Ganze 92 Prozent aller gebuchten Team Events verfolgen diese Zielsetzung.

„Willkommen in der Lebenswirklichkeit einer neuen Zeit: Digitalisierung und Globalisierung, soziale und klimatische Kipunkte, Multikrisen und Realitätsschock. Diese Herausforderungen erfordern Flexibilität, Mut und Weitsicht. Denn eine komplexe Welt braucht kluge Lösungen, die im Kollektiv entstehen. Als größter Anbieter

für Team Events stärken wir bereits seit über 30 Jahren das Wir-Gefühl in Unternehmen. Doch noch nie war es wichtiger das Zusammengehörigkeitsgefühl zu fördern und gemeinsam Chancen zu nutzen. Die Zeit ist jetzt!“, so Michael Haufe, Gründer der teamgeist AG.

Playful Business stärkt spielerisch das Wir-Gefühl

Mit dem Ansatz des „Playful Business“ lassen sich Prozesse spielerisch trainieren. Das sind gezielte Teambuilding-Maßnahmen, die in der Teamentwicklung zunehmend an Bedeutung gewinnen. Sie öffnen den Raum, um sich abseits des Arbeitsalltags spielerisch zu begegnen, Themen innovativ zu erarbeiten oder einfach um in den Austausch zu kommen. Das können einzelne Team Events sein oder aufeinander aufbauende Maßnahmen im Zusammenspiel mit unternehmerischen Prozessen.

Rekordzahlen bei den Eventformaten Impulsreaktion und tabtour®

Die Nachfrage nach Team Events ist laut teamgeist in den letzten Jahren extrem gestiegen. So führte der größte Event-Anbieter Deutschlands beispielsweise insgesamt 1.152 Impulsreaktion-Events durch und verzeichnete damit im Vergleich zu 2019 einen Anstieg um 268 Prozent. Bei diesem Format wird vor allem die Schnittstellenkommunikation innerhalb der Teams angeregt und gestärkt.

Auch die beliebte tabtour®, eine digitale Schnitzeljagd mit iPads, wurde 1.028 mal von Unternehmen gebucht, was einen Anstieg um 188 Prozent im Vergleich zu 2019 bedeutet. Hier kombiniert der Eventanbieter Zusammengehörigkeitsgefühl mit Digitalisierung. Das Eventformat ist ideal für Unternehmen, die Mitarbeiter an unterschiedlichsten Standorten haben.

Foto: teamgeist GmbH



BE INNOVATIVE, CREATIVE, SUSTAINABLE.

tradition GOES future Regensburg mit 2.000-jähriger Geschichte bietet so einiges. Das UNESCO-Welterbe gilt als geschätzter Juwel unter Kennern. Hervorragend erreichbar mit DB-Veranstaltungsticket, über die Autobahn oder vom Flughafen München. Historische und moderne Locations mit viel Atmosphäre, zahlreiche neue Hoteleröffnungen und bewährte Hotels sowie ein attraktives Rahmenprogramm im UNESCO-Welterbe machen die Donau-stadt zum beliebten Tagungsort, der auch ihre Veranstaltung beflügeln wird.

Apropos Rahmenprogramm, ganz gleich, ob Sie beim Wurstseminar den Kochlöffel schwingen oder Ihr eigenes Bier brauen. Haben Sie schon einmal Baseball gespielt? Kennen Sie die städtischen Start-up Center für Life Sciences und IT oder die rege Kultur- und Kreativszene? Stadtrundgänge zu jedem möglichen Thema, Schifffahrten auf der Donau und ein vielfältiges kulinarisches Angebot runden Ihre Tagung ab.

www.mice-in-regensburg.de

tradition GOES GREEN future Das marinaforum Regensburg hat sich einen Namen als eines der nachhaltigsten Veranstaltungszentren in ganz Bayern gemacht. Das seit 2018 neue, flexible Tagungshaus besticht zudem mit einem flexiblen Raumkonzept bis 750 Personen in Reihe, erstklassiger technischer Ausstattung, Barrierefreiheit und einer fußläufigen Lage zur Altstadt. Doch damit nicht genug, preisgekrönt wurde Regensburg vom ADAC 2019 für „das ganzheitliche Nachhaltigkeitskonzept für die MICE-Destination Regensburg“, welches es erlaubt, IHRE Veranstaltung nachhaltig zu bewerten.

**WELTERBE
REGENSBURG**
UNESCO-WELTERBE | WORLD HERITAGE

HWG
MEDIENHAUS

TITLE

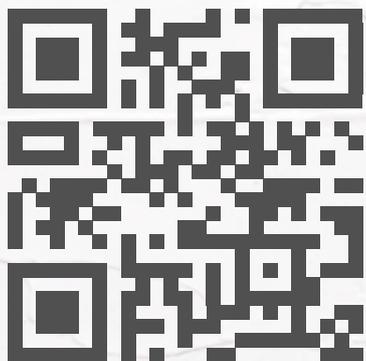
ROLL

SCENE



**SIE SUCHEN DIE PERFEKTE INSZENIERUNG?
ÜBERZEUGEN SIE SICH SELBST:**

Imagefilm Hotel Adlon Berlin



- + Konzeption
- + Produktion
- + Dreh
- + Post-Produktion
- + Motion Graphics

SCHON AB 1.800,- EURO!

www.hwg-media.de / film@hwg-media.de