

02/22 | November 2022 | 41. Jahrgang | 8,50 €

convention INTERNATIONAL

DAS MAGAZIN FÜR VERANSTALTUNGSPLANER



Kärnten | Sustainability | Female Leaders |
Flandern | Hard Rock Hotel Teneriffa | Meetings Forward

📍 JUBAIL MANGROVES

Find your serenity
Find your pace



experience
abu dhabi

visitabudhabi.ae



Himmelhoch jauchzend, zu Tode betrübt

Diese heute als Redewendung bekannte Zeile von Goethe aus dem 18. Jahrhundert beschreibt – trotz ihres Alters – die aktuelle Gefühlslage in der Branche sehr treffend. Auch wenn Goethe die Worte seinerzeit eigentlich in einem ganz anderen Zusammenhang schrieb, passen sie 1:1 auf die heutige Situation: Euphorie und Niedergeschlagenheit im ständigen Wechsel.

Einerseits endlich wieder Veranstaltungen, volle Auftragsbücher in allen Bereichen und eine positive Grundstimmung, andererseits die unterjährig bereits eingetretenen beziehungsweise für den Herbst und Winter vorausgesagten Krisen. Es scheinen nicht nur ein, sondern mehrere Damoklesschwerter über der Branche zu hängen, um hier eine Metapher heranzuziehen: die Energiekrise und die damit verbundenen steigenden Kosten, der immer noch herrschende Fachkräftemangel – jetzt sogar noch schlimmer als vor COVID-19 – und, nicht zu vergessen, die konstant postulierte Gefahr eines Corona-Herbstes beziehungsweise -Winters, ganz abgesehen von den möglichen Auswirkungen des Kriegs in der Ukraine. Fest steht, dass die Herausforderungen, mit denen wir alle umgehen müssen, nicht nur mehr, sondern auch vielfältiger werden und dabei ständig wechseln. Nichtsdestotrotz besteht eine weitere Herausforderung darin, Positives zu sehen und der eingangs erwähnten Euphorie Raum zu geben. In mancher Situation mag das schwieriger sein, als es klingt, aber es ist wichtig. Denn nur mit optimistischem Denken können wir etwas bewegen – gerade in einer Branche wie unserer, die doch eigentlich so positiv ist.



Anzeige

**CORPORATE
CULTURE LIKE
NO OTHER**
#MORE TO EXPLORE



**TREFFEN SIE
UNS AUF DER
IBTM WORLD
#D45**



Foto: Mediterranean Conference Centre

Entdecken Sie die große Vielfalt des kleinsten EU-Landes: 7000 Jahre bewegte Geschichte, gleich drei UNESCO-Welterbestätten und das große Vermächtnis der Malteserritter. Mit fünf Konferenzzentren und zahlreichen historischen Locations bietet Malta die perfekte Kulisse für Ihre Veranstaltung.

www.visitmalta.com
mice@urlaubmalta.com
+49 (0) 69 247503134

Inhalt

November 2022



www.convention-net.de

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

www.facebook.com/Convention.International



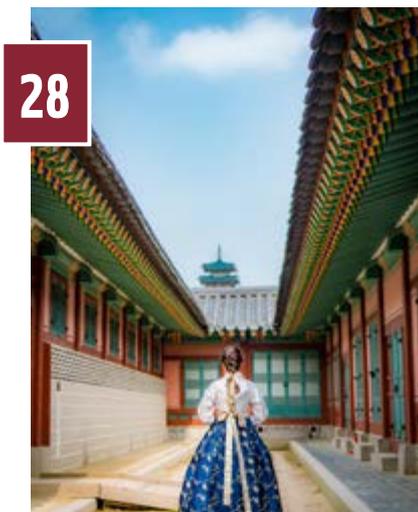
6

Mit vollelektrischen Jaguar I-Pace ging es auf Entdeckungstour durch Kärnten. Foto: Kärnten Werbung / Michael Stabentheimer

- 6 MICE Trophy Kärnten**
Perspektivenwechsel im südlichsten Bundesland Österreichs
- 16 Hotels**
Unique Style im Hilton Frankfurt
- 18 Female Leaders**
Susanne Baumann-Söllner, Austria Center Vienna
- 20 Sustainability**
Convention Bureaus und DMCs im Fokus – Wie Nachhaltigkeit zum Erfolgsfaktor wird
- 24 Colja Dams**
Die Live-Event Planung wird saisonal wie der Wechsel von Sommer- auf Winterreifen
- 26 Hotels**
Skandinavisch & smart – das neue Scandic München Macherei
- 28 Korea**
CI im Gespräch mit der neuen Direktorin der KTO
- 32 Events**
Global Meeting Exchange: Back to where it all started
- 38 Venues**
Austria Center Vienna
- 39 Flandern: Brügge**
Historisch charmant, enorm vielfältig



Korea: Ein Interview mit der neuen Direktorin der KTO in Deutschland.



28



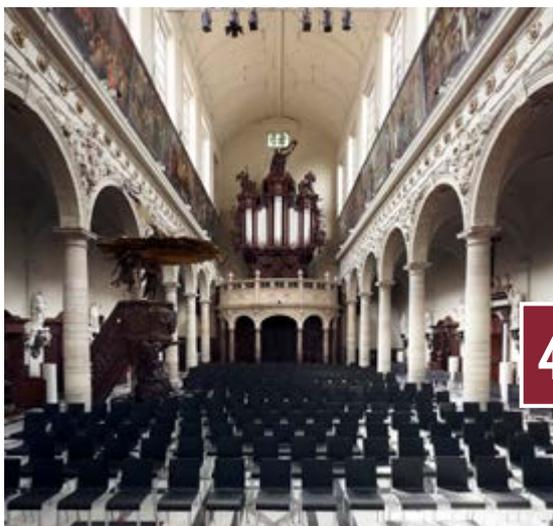
32

Das Fairmont San Francisco war der Schauplatz des diesjährigen Global Meeting Exchange von Accor.
Foto: Yavuz Foto

Sustainability: In dieser Ausgabe zeigt Stefan Lohmann inwieweit Nachhaltigkeit auch für Convention Büros und DMCs zum Erfolgsfaktor werden kann.



20



42

In Flandern gibt es spannende Entwicklungen für die MICE-Branche. Vom neuen Convention Center in Brügge bis zu einer ehemaligen Kirche in Antwerpen. Foto: AMUZ

- 42 **Flandern: Antwerpen**
Ein Abstecher in die Diamantenhauptstadt
- 45 **Impressum**
- 46 **Hotels**
Meet like a Rockstar
- 50 **Meetings Forward**
Nachhaltigkeit als essenzieller Baustein für zukünftige Business Events

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

48



MICE Trophy Kärnten: Change your perspective! | Von Anna-Lena Gras

Nach der erfolgreichen MICE Trophy Anfang des Jahres nach Abu Dhabi stand Ende August die nächste Ausgabe an. Zielort: das südlichste Bundesland Österreichs, Kärnten.



DIE ANREISE DER Teilnehmer erfolgte mit allen zur Verfügung stehenden Verkehrsmitteln. Sowohl per Pkw als auch per Zug und Flugzeug ging es nach Klagenfurt, dem Startpunkt für die MICE Trophy Kärnten. Eine weitere Möglichkeit in puncto Anreise mit dem Flugzeug ist neben dem Klagenfurter Airport übrigens auch der nur 45 Minuten entfernte internationale Flughafen von Ljubljana.

Am Flughafen Klagenfurt warteten schon die vollelektrischen Jaguar I-Pace

Vollelektrisch durch Kärnten: Mit den Jaguar I-Pace entdeckten wir während der MICE Trophy Kärnten das MICE-Portfolio des südlichsten Bundeslands Österreichs. Foto: Kärnten Werbung / Michael Stabentheiner

auf uns, die für die nächsten vier Tage unsere Trophy-Fahrzeuge sein sollten. Emissionslos ging es zum ersten Stopp auf unserer Tour, dem Weingut Taggenbrunn.

Vom Parkplatz aus führte uns der Weg direkt zum Heurigen des Weinguts und dank des guten Wetters – Kärnten ver-

zeichnet übrigens weit mehr als 2.000 Sonnenstunden pro Jahr – auf die Terrasse des österreichischen Wein-Lokals. Hier erwartete uns eine typische Winzerjause mit anschließender Weinverkostung. Frisch gestärkt losten wir dann die Teams für die kommenden Tage aus. Denn neben der Host-Destination Kärn-

ten, die von Alexandra Freeman und Maximilian Krainz vertreten wurde, waren mit Natascha Langhein von VisitScotland und Anne-Kristin Schlegel von Katalonien Tourismus Schottland und Katalonien als Partner-Destinationen dabei. So hatten – getreu dem MICE-Trophy-Konzept – die mitreisenden Planer zusätzlich zu den Erlebnissen vor Ort die Möglichkeit, sich auch über die MICE-Möglichkeiten



Boutique-Hotel mit seinen 31 Zimmern, Suiten und Apartments. Nur ein paar Schritte entfernt liegt die erste MICE-Location: der ehemalige Getreidespeicher.

Der im spätgotischen Stil erbaute Speicher wurde laut Aufzeichnungen etwa 1510 errichtet und bei der aufwendigen Renovierung 2016 in seiner ursprünglichen Form erhalten. So sind beispielsweise das ausladende Eisentor und der riesige Metallschlüssel, der die Tür bis heute öffnet, Originale aus dem 16. Jahrhundert.

Innerhalb der historischen Mauern bieten sich Planern auf zwei Ebenen hervorragende Bedingungen für Veranstaltungen und Konferenzen. Das Erdgeschoss, inklusive voll ausgestatteter Bar, erstreckt sich auf 140 m² und fasst bis zu 100 Personen, während das Obergeschoss auf seinen 200 m² bis zu 180 Personen erlaubt. Verbunden sind beide Stockwerke sowohl über eine Treppe als auch einen Aufzug, sodass die Barrierefreiheit in jedem Fall gewährleistet ist.

Gemeinsam ist beiden Geschossen der historische Charme, der von den Bruchsteinmauern, den eisenbewehrten Schlitzfenstern und den enormen Holzbalken ausgeht.

Ein Abstecker auf die Burg

Oberhalb des Weingutes thront die Burg Taggenbrunn und überblickt das gesamte Areal. Im 12. Jahrhundert erbaut, war sie im 14. und 15. Jahrhundert sogar kärntnerischer Regierungssitz. Im späteren Verlauf verfiel das Bauwerk allerdings immer mehr und wurde bereits 1796 erstmals als Ruine bezeichnet. Erst 2011 sollte wieder Leben in das alte Gemäuer einkehren. Mit den neuen Besitzern wurde die Burg aufwendig renoviert und empfing 2019 erstmals wieder Besucher. Mittelpunkt der Burg ist der Festsaal, der insbesondere für die Ausrichtung der Taggenbrunner Festspiele bekannt ist. Sowohl Akustik als auch Technik sind auf dem neuesten Stand, wovon ebenso Planer profitieren, die sich für die Burg entscheiden. Um die festinstallierte Bühne herum finden in Reihenbestuhlung bis zu 700 Personen Platz, bei einem Cocktailempfang bis zu 1.000. Weitere beispielbare Flächen sind die Räumlichkeiten des Restaurants der Burg sowie die riesige Terrasse, die mit einem Rundum-Blick über die gesamte Umgebung punktet.

Von der Burg in die Stadt

Im Anschluss an den Besuch in bzw. auf Taggenbrunn teilten wir uns wieder auf die Autos auf, um den nächsten Zielort aufzusuchen: St. Veit an der Glan. Etwa 12.000 Einwohner hat die ehemalige Landeshauptstadt Kärntens und bietet mit ihrem Rent-a-city- beziehungsweise Brand-a-city-Konzept einen interessanten Ansatz für MICE-Planer. Denn die



gesamte Stadt kann als Spielwiese für die eigene Veranstaltung angesehen 

o.: Die Zeitgöttin ist das Wahrzeichen des Weingutes Taggenbrunn. Für uns der Startpunkt der MICE Trophy Kärnten. Foto: CI

u.: Weingut, Boutique-Hotel mit Heurigem, eine mehr als 500 Jahre alte Event-Location und eine eigene Burg. Taggenbrunn bietet viele Möglichkeiten für Eventplaner. Foto: Marcel Peda / Pedagrafie

in Schottland und Katalonien zu informieren. Nachdem sich die vier Teams Kärnten, Schottland, Katalonien und Convention International gefunden hatten, wurden den jeweiligen Teamleadern die Aufgaben und Challenges übergeben. Diese galt es im Team zu meistern.

Das Weingut Taggenbrunn besteht aus verschiedenen Gebäuden, die für Gruppen hervorragend bespielt werden können. Neben dem Heurigem befindet sich im Hauptgebäude das Vier-Sterne-

← werden – Personal Branding auf allen möglichen Flächen inklusive. Sogar die Bepflanzung der Stadt kann an die Corporate Identity des Unternehmens angepasst werden. Dabei liefert St. Veit umfassenden Service aus einer Hand: Technik, Catering, Rahmenprogramme. Für alle Bereiche vermittelt St. Veit den passenden Partner, abgestimmt auf die individuellen Bedürfnisse.

Vier interessante Locations

Im Portfolio der Stadt finden sich vier klassische MICE-Venues, die einzeln oder auch in Kombination bespielt werden können. Ein großer Pluspunkt ist hier die Fußläufigkeit, denn alle Locations

sind innerhalb kürzester Zeit zu erreichen. Aus diesem Grund machten wir uns auch zu Fuß auf Entdeckungstour durch das charmante Städtchen. Los ging es im Kunsthotel Fuchspalast. Das Vier-Sterne-Haus wurde von Ernst Fuchs – österreichischer Maler, Bildhauer, Philosoph und Visionär – gestaltet und zeigt schon von außen die Nähe zur Kunst. Hinter der farbenfrohen Fassade finden Planer insgesamt 60 Zimmer und Suiten sowie fünf Veranstaltungsräume für bis zu 400 Personen. Darunter zusätzlich ein Kino, das für Präsentationen hervorragend genutzt werden kann.

Der größte Raum des Hauses mit seinen 490 m² sollte uns außerdem den

passenden Rahmen für unseren Partner-Workshop geben. In kurzweiligen Vorträgen erhielten wir einen Einblick in das Portfolio der jeweiligen Destination – eine gute Grundlage für die Gespräche der nächsten Tage.

Historischer Charme

Mitten im Stadtkern von St. Veit liegt das Rathaus. Das historische Gebäude verleiht jeder Veranstaltung das gewisse Etwas. 380 m² bietet der mit Glas überdachte Rathaushof. Umsäumt von kunstvoll gestalteten Säulen und Wandmalereien, finden hier je nach Veranstaltungsart bis zu 320 Personen Platz. Die flexible Bühne mit moderner Beschallungsanlage sowie ein separater Cateringbereich ermöglichen enorme Flexibilität im Event-Design. Weitere, kleinere Räumlichkeiten mit jeweils 65 m² gibt es auf der Ebene der Keller beziehungsweise Rathausgalerie.

Nur einen Steinwurf vom Rathaus entfernt befindet sich das Bürgerspital. Das spätgotische Gebäudeensemble ist aufgrund der romantischen Stimmung und der ehemaligen Spitalskirche insbesondere für Hochzeiten sehr beliebt, bietet aber auch für jedes andere Event einen exzellenten Rahmen. Der Arkadeninnenhof ist im Gegensatz zum Rathaushof zwar nicht überdacht, verbindet jedoch alle Räumlichkeiten miteinander. Zwei Räume mit 190 m² beziehungsweise 74 m² stehen in der Bautengruppe zur Verfügung. Voll ausgelastet sind Empfänge mit bis zu 200 Personen möglich.

Einen etwa zweiminütigen Fußmarsch vom Spital entfernt liegen das Hotel Die Zeit sowie die größte MICE-Location St. Veits: die Blumenhalle.

Die Multifunktionshalle empfängt ihre Gäste in einem rundum verglasten, 450 m² großen Foyer, das über einen an die Kapazitäten der Halle angepassten Garderoben- und Bar- sowie Registrierungsbereich verfügt. In der Halle selbst finden bei einem Empfang bis zu 1.000 Personen



li.: Der Kontrast zwischen Moderne und Historie könnte kaum größer sein. Sowohl das ehemalige Bürgerspital als auch die multifunktionale Blumenhalle sind durch das Rent-a-City-Konzept hervorragend in Kombination bespielbar. Aber auch einzeln betrachtet bieten die MICE-Venues in St. Veit zahlreiche Möglichkeiten für Veranstaltungen. Fotos: Stadt St. Veit



Hamburg
Messe + Congress

Die ideale Verbindung aus Messe und Congress.

Wir freuen uns über die Wiedereröffnung des CCH, eines der größten und modernsten Kongresszentren Europas. Verbunden durch die faszinierende Parkanlage Planten un Blumen, bilden das CCH – Congress Center Hamburg und die Messehallen einen einzigartigen Campus. Und das mitten in der Stadt.

Jetzt mehr sehen unter cch.de und hamburg-messe.de

Das Hotel Die Zeit liegt direkt neben der Blumenhalle und ist daher ein guter Ausgangspunkt. Wir erlernten während der Trophy außerdem die Zubereitung einer Kärntner Spezialität: Mini Reinlinge.
Foto: Hotel die Zeit (l.) / CI (r.)



← Platz. Ein großer Vorteil für Planer ist die vielseitige Nutzung der Blumenhalle durch die Stadt und die ortsansässigen Vereine. Denn dadurch ist die Blumenhalle auf verschiedenste Arten von Veranstaltungen ausgelegt und vorbereitet und bietet außerdem eine top-moderne Technikausstattung, Künstlergarderoben sowie eine Maske und einen Proberaum. Zusätzlich gibt es einen 83 m² großen Breakout-Raum.

Direkt gegenüber liegt das Hotel Die Zeit, das eng mit dem Weingut Taggenbrunn zusammenarbeitet und unser Zuhause für die Nacht sein sollte. So bezogen wir im Anschluss an die Site-Inspection in der Blumenhalle einen Teil der insgesamt 109 Zimmer.

Nur kurze Zeit später sollten wir dann einen Einblick in die Slow-Food-Mentalität Kärntens erlangen dürfen. Auf der Terrasse des Hotels lernten wir einige Partner des sogenannten Marktplatzes Mittelkärnten kennen. Alle Partner des Marktplatzes haben sich dem Genuss und der Entschleunigung verschrieben und passen damit hervorragend in das Slow-Food-Konzept, das in Gesamt-Kärnten

großgeschrieben wird. Aber was ist Slow Food eigentlich?

Slow Food ist grundsätzlich eine weltweit geschützte Marke, die ihren Anfang Mitte der 80er in Italien nahm. Hinter dem Begriff steht das bewusst genussvolle und regionale Essen.

Begründer Carlo Petrini wollte damit gezielt einen Gegenpol zum immer populärer werdenden Fast Food setzen: authentisches Handwerk, regionale Herkunft der Produkte auf allen Ebenen und als Ziel der Genuss. Bei unserem Abendessen stammen daher sowohl die Gerichte als auch die korrespondierenden Weine aus der Genussregion Mittelkärnten. Für uns ein besonderer Vorteil: Die jeweiligen Lieferanten der Zutaten waren ebenfalls anwesend und erklärten uns genau und sehr anschaulich, wie sie ihre Produkte herstellen und welcher Aspekt der Slow-Food-Philosophie bei ihnen umgesetzt wird.

Weiter geht's ...

Nach einer geruhvollen Nacht geht es für uns zurück ans Steuer der I-Pace. Der erste Stopp auf unserer Tagesfahrt ist nur

etwa zehn Minuten entfernt und führt durch die unverwechselbare Landschaft Kärntens. Die Alpe-Adria-Region ist für die beeindruckende Kombination von Seen- und Berglandschaft schließlich mehr als bekannt. An einem der vielen Seen des Bundeslandes – dem Längsee – liegt der Stift St. Georgen.

Zwischen 1002 und 1008 wurde das ehemalige Benediktinerinnen-Kloster von der Gräfin Wichburg gegründet. Die gesamte Anlage des Barockbaus wurde über die Jahrhunderte erhalten und ist heute nicht nur für die MICE-Branche ein zentraler Anlaufpunkt, bietet aber für ebendiese interessante Möglichkeiten. Insgesamt 12 tageslichtdurchflutete Konferenzräume inklusive eines Festsaaus stehen in dem alten Gemäuer zur Verfügung. Bis zu 195 Gäste können im Festsaal bei Theaterbestuhlung empfangen werden, die anderen Räumlichkeiten lassen zwischen 20 und 175 Personen bei gleicher Bestuhlung zu.

Auf dem Rücken der Pferde ...

Inmitten der malerischen Landschaft am Längsee überzeugt das Dienstl Gut mit



Foto: Stift St. Georgen



Foto: Reitsportzentrum Dienstl Gut Hotel-Veranstaltungs-GmbH

der ruhigen Atmosphäre eines Gutshofes. Das heutige Reitsportzentrum ist bereits seit vielen Jahrhunderten dort angesiedelt und für Pferdefreunde der Region die erste Anlaufstelle. Aber nicht nur Reiter sollten das Dienstl Gut im Blick haben. Denn gerade für kleinere Seminare und Veranstaltungen eignet sich das mehr als 400 Jahre alte Gut. Die drei Seminarräume in unterschiedlicher Größe – 12, 16 und 40 pax – sind in einem eigenen Gebäude untergebracht und bieten neben Tageslicht und freundlicher Atmosphäre auch die obligatorische technische Ausstattung für den Veranstaltungserfolg.

Für größere Feiern können die ausgedehnten Rasenflächen des Reitsportzentrums ebenfalls genutzt werden. Abgerundet wird das Angebot im Dienstl Gut mit den insgesamt 22 Zimmern sowie einem hoteleigenen Restaurant, das für die kulinarische Untermalung der Seminare sorgt.

Ab auf den Berg

Auf etwas über 1.000 Metern Höhe liegt das Gipfelhaus Magdalensberg. Über die sehr gut ausgebaute Bergstraße erreicht man das seit 1896 im Besitz der Familie Skorjanz befindliche Areal. Nach mehreren Renovierungen – die letzte erfolgte während der Pandemie – präsentiert sich das Gipfelhaus heute nicht mehr nur wie ursprünglich geplant als Gasthaus, sondern als modernes Vier-Sterne-Boutique-Hotel mit gemütlichem und bis ins Detail durchdachtem Ambiente: freundlich, regional, schick.

Das macht sich dementsprechend in den insgesamt 30 Zimmern bemerkbar. Viel heimisches Holz sowohl am Boden als auch an den Wänden, hochwertige Materialien und ein unschlagbarer Panoramablick ringsherum. Jedes Zimmer ist aufgrund der Architektur des Gebäudes etwas anders, aber alle folgen dem Haus-Motto: In unseren Zimmern schläft man nicht nur, man wohnt.

Für Planer sind außerdem die drei Seminarräume interessant. Allesamt sind korrespondierend zur jeweiligen Kapazität für 8 bis 60 Personen ausgelegt und verfügen über Tageslicht und eine moderne Technik-Ausstattung sowie eine angrenzende Terrasse.

Darüber hinaus gibt es eine riesige Panorama-Terrasse, die sich am gesamten Gebäude entlangzieht und den Blick über das ganze Klagenfurter Becken freigibt.



Auf ebendieser nahmen wir für unseren Lunch Platz und konnten die Aussicht genießen.

Vom Berg an den See

Die Vielfalt Kärntens zeigt sich vor allem in der Natur. Alpine Berglandschaften wechseln sich mit den zahlreichen Seen des südlichsten Bundeslandes ab. So gestaltet sich auch der Weg vom Magdalensberg zum Wörthersee – dem größten See Kärntens – malerisch und kurzweilig.

Unser nächstes Ziel war das Hotel Dermuth in Klagenfurt. Nach einem schnellen Check-in ging es dann für uns schon weiter ans Wasser.

Am Steg des Schlosses Maria Loretto, das wir uns zu einem späteren Zeitpunkt

noch genauer anschauen sollten, warteten unsere Wassertaxis. Per Motorboot wurden wir auf die andere Seite des Sees zum Werzer's Badehaus in Pörtschach gebracht.

Vom Steg aus führte unser Weg direkt auf die Sonnenterrasse des Werzer's 

o.: Das Gipfelhaus Magdalensberg ist eine absolute Top-Adresse für Planer. Abgeschieden auf 1.000 Metern Höhe, aber mit vielfältigen Optionen für Events, Seminare und Meetings. Foto: Hotel Magdalensberg

u.: Event-Location direkt am Wörthersee. Das Badehaus des Werzer's Hotel Pörtschach ist mehr als nur einen Blick wert. Foto: Oliver Wolf



Hotel Pörtschach. Nach einer kleinen Erfrischung nahmen wir auf den Lounge-Möbeln Platz und lernten in angenehmer Atmosphäre Paco Wrolich kennen. Radsport-Fans ist der ehemalige Profi und gebürtige Kärntner sicher ein Begriff. In seiner inspirierenden Keynote sprach er über seine Sicht von Erfolg, wie wichtig Disziplin sowohl im Profi-Sport als auch im Berufsleben ist und dass das Erfordernis von Motivation und dem Willen zum Erfolg in beiden Bereichen ähnlich gelagert ist. Seine sehr persönliche Schilderung und inspirierende Sicht auf diese Dinge hat uns alle beeindruckt.

Das Werzer's Hotel und Badehaus bietet für MICE-Planer eine gute Kombination aus klassischen Meetingräumen, Restaurantflächen und Zimmerkontingent. Letzteres beläuft sich auf 120 Zimmer und Suiten.

Darüber hinaus stehen vier Tagungsräume zur Verfügung. Der größte mit dem passenden Namen Wörthersee bietet knapp 190 m² und lässt sich in vier kleinere Einheiten unterteilen. Die drei weiteren Räume, die ebenfalls nach Kärntner Seen benannt sind, offerieren jeweils 38, 42 und 88 m².

Das Herzstück des Event-Bereichs im Werzer's ist aber zweifelsfrei das Badehaus. Der im 19. Jahrhundert errichtete Pfahlbau konnte sich seinen historischen Charme vollständig erhalten und erlaubt im Innenbereich etwa 90 Gäste. Bei gutem Wetter kann zusätzlich die über dem Wasser gebaute Terrasse bespielt werden. Im ersten Geschoss des Holzgebäudes liegt ein zusätzlicher Veranstaltungsbereich, der für bis zu 60 Personen ausgelegt ist.

Zeitreise gefällig?

Nur ein kurzer Fußweg über die Blumenpromenade führte uns zu unserem nächsten Stopp: dem Parkhotel Pörtschach. Das einem Kreuzfahrtschiff nachempfundene Vier-Sterne-Superior-Haus mit seinem 40.000 m² großen Parkareal direkt am Ufer des Wörthersees wurde in den 60er-Jahren erbaut und eröffnet. Zwar erfolgten über die Jahrzehnte zahlreiche Renovierungen, aber das – wenn auch heute eher als Retro-Stil zu bezeichnende – Design wurde konsequent beibehalten. So ist es fast wie eine kleine Zeitreise, wenn man das Hotel zum ersten Mal betritt. Dieser Eindruck wird verstärkt, sobald man den Aufzug benutzt, um in eines der insgesamt 195 Zimmer und Suiten zu gelangen. Denn die Aufzüge sind noch original aus der Zeit der Eröffnung.

Von der 360 m² großen Hotelloobby, die sich zudem als Veranstaltungsfläche eignet, sind die insgesamt drei Tagungsräume des Parkhotel Pörtschach zu erreichen. Die größten Kapazitäten entfallen dabei auf den teilbaren Raum Wörthersee (220 pax.). Die Salons Velden und Carinthia (beide 75 pax.) sind nahezu identisch und jeweils 99 m² groß. Wer zusätzlich zu den Tagungsmöglichkeiten einen Ort für exklusive Feiern sucht, wird hier ebenfalls fündig. In direkter Seelage befindet sich das Palmenrestaurant mit Seeterrasse. Knapp 800 m² stehen bei der Kombination beider Bereiche zur Verfügung.

Ein Schloss am Wörthersee

Bei diesem Satz denken viele an die gleichnamige Serie aus den 90ern mit Roy Black in der Hauptrolle. Doch diese Beschreibung trifft nicht nur auf die ehema-

lige Filmkulisse zu. Denn auf der anderen Seeseite, gegenüber dem Schlosshotel Velden, liegt am Ostufer das Schloss Maria Loretto. Zwar kein Hotel, aber gerade für MICE-Planer ein interessantes Venue – mit zwei Veranstaltungsräumen, einem Restaurant, einer hauseigenen Kapelle für Hochzeiten und einem kleinen Park, der sich ebenfalls bespielen lässt. Auch wenn aufgrund der Begebenheiten – wie der eigenen Kapelle – insbesondere Hochzeiten vor Ort einen eindrucksvollen Rahmen finden, sind nahezu alle Event-Formate möglich. Der größere der beiden Veranstaltungsräume liegt im Obergeschoss und ermöglicht Events und Seminare für bis zu 250 Personen. Der kleinere Saal erlaubt mit seinen 126 m² 130 Personen bei einem Empfang.

Ein absolutes Highlight des liebevoll restaurierten Schlosses ist zweifelsfrei die Seeterrasse, die an die Wein- und Champagner-Bar des Hauses angrenzt. Hier wird der Blick nicht nur auf den kleinen Park freigegeben, sondern auch auf den Wörthersee. Wir hatten das Glück, passend zum Sonnenuntergang auf ebendieser Terrasse Platz nehmen zu können. Ein schöner Ausklang für jeden Meeting-Tag.

Zurück ins Hotel Dermuth

Nach einem Aperó brachte uns der Bus wieder in unser Hotel zurück. Jetzt hatten wir die Möglichkeit, uns das Hotel Dermuth etwas genauer anzusehen. Das zwischen Innenstadt und Seeufer gelegene Stadthotel wirkt durch seine Lage im Villenviertel der Stadt wie eine kleine Ruhe-Oase in Klagenfurt. Insgesamt 39 Zimmer bietet das kleine, aber feine Haus, die alle – samt eher modern eingerichtet sind, ohne



li. : Konzipiert wie ein Kreuzfahrtschiff, das Design original aus den 60ern und Halbinsellage am Wörthersee: Das Parkhotel Pörtschach. Foto: Parkhotel Pörtschach

mi. : Das etwas andere Schloss am Wörthersee. Foto: Maria Loretto

re. : Eine Ruhe-Oase inmitten der Stadt: Das Hotel Dermuth in Klagenfurt. Foto: Hotel Dermuth

haben wir es auch gemacht. Denn eine der Challenges, die es zu bewältigen galt, war es, die beste Zeit auf der Abfahrt „hinzulegen“. Dies floss dann neben den verschiedenen Foto-Challenges und der Beantwortung der Fragen im Roadbook in die Bewertung mit ein.

Nach dem kleinen Adrenalin-Kick ging es etwas ruhiger weiter. Am Anfang der Nockalmstraße trafen wir uns mit Markus Böheim, seines Zeichens Ranger im Biosphärenpark Nockberge. Der Biosphärenpark ist etwas, das sich ebenso wie der Nocky-Flitzer gut als Rahmenprogramm einplanen lässt. Böheim erzählte uns direkt zu Beginn etwas über die Geschichte des heutigen UNESCO-Biosphärenparks. Ursprünglich sollte in den 80ern an den Nockbergen ein riesiges Skigebiet mit 18 Liftanlagen und 3.000 Hotelbetten entstehen. Doch der Vorschlag stieß auf so wenig Gegenliebe bei der Bevölkerung, dass mithilfe einer Volksbefragung das gesamte Bauvorhaben verhindert wurde und bereits am 1. Januar 1987 der damalige Nationalpark Nockberge eröffnete. 2012 wurde das heute fast 1.500 km² große Areal, das sich vom Salzburger Lungau bis nach Oberkärnten erstreckt, von der UNESCO entsprechend als Biosphärenpark klassiert.

Von unserem Treffpunkt aus führen wir erst einmal auf die Grundalm. Diese

liegt auf dem ersten Drittel der Nockalmstraße und bietet für Gruppen interessante Möglichkeiten: einerseits um lokale Produkte – wie Zirbensirup – kennenzulernen oder beispielsweise Zirbenkissen herzustellen und andererseits um das Prinzip Biosphärenpark besser zu verstehen. An der Grundalm wurde zudem ein barrierefreier Rundweg mit dem Namen Silva Magica installiert, der es allen Menschen ermöglichen soll, die Natur hautnah zu erleben. Eine gute Möglichkeit für jeden, um sich dem immer schneller werdenden Alltag für eine kurze Zeit zu entziehen.

Von der Grundalm ins Karlbad

Der nächste Stopp auf unserer Fahrt entlang der Nockalmstraße sollte zugleich unser Lunch-Stopp im einzigen immer noch betriebenen Bauernbad in den Ostalpen, dem Karlbad, sein. Das Karlbad wurde mündlich erstmals in der zweiten Hälfte des 17. Jahrhunderts erwähnt. Sein heutiges Aussehen erhielt das Gebäude 1893. Seit mehr als 200 Jahren ist das Baderitual – mit in Holz geschnitzten Badetrögen, Wasser und Gestein aus dem nebenan fließenden Karlbach, das in einem riesigen Holzofen erhitzt wird – nicht verändert und sicherlich eines der authentischsten Erlebnisse in Kärnten. Allerdings sei angemerkt, dass die Baderituale ausschließlich Hausgästen vorbehalten sind und das Karlbad nur über insgesamt sieben Zimmer verfügt. Hier ist bei Bedarf also langfristige Planung erforderlich. Deutlich einfacher lässt sich ein Platz auf der Terrasse des Gasthauses finden. Zu essen gibt es entsprechend der Tradition des Hauses vor allem lokale Gerichte. Und lokal meint tatsächlich lokal: Vom Wildgulasch über die Brotzeit-Jause bis hin zur vegetarischen Alternative stammen alle

Zutaten aus der näheren Umgebung.

Das letzte Stück der Nockalmstraße führte uns über den höchsten Punkt – die Eisentalhöhe – wie

Die Grundalm im Biosphärenpark Nockberge ist der perfekte Ausgangspunkt für barrierefreie Spaziergänge und interessante Team-Buildings. Foto: Kärnten Werbung/Michael Stabentheiner

dabei die Gemütlichkeit zu verlieren. Etwas Besonderes ist die innenliegende Terrasse der Giovanni Bar. In Richtung einer coolen Dachterrasse gestaltet, kann man hier die exklusiven Drinks der Bartender genießen, bevor es ins Hotel-Restaurant zum Abendessen geht. Auf der Karte stehen wie in ganz Kärnten typische regionale Speisen, die durch clevere Interpretationen neu gedacht werden. Für Gruppen gut zu wissen: Das Restaurant verfügt über einzelne Gaststüberl, die sich sowohl einzeln als auch in Kombination reservieren lassen. Ebenso gibt es eine Schön-Wetter-Variante unter den alten Kastanienbäumen der angeschlossenen Terrasse.

Erlebnis Nockalmstraße

Am nächsten Morgen hieß es für uns auschecken und zurück in unsere I-Pace. Heute stand die Driving-Experience im Vordergrund. Ziel war die Nockalmstraße, die sich in 36 Reidn – so heißen scharfe Straßenkehren auf Kärntnerisch – auf über 2.000 m hochschlingelt. Fahrspaß pur! Und das absolut emissionslos, dank der Elektrofahrzeuge.

Doch bevor es auf die Bergstraße gehen sollte, stand noch ein anderes Highlight auf der Agenda: der Nocky-Flitzer. Auf der Turracher Höhe befindet sich die sogenannte Alpen-Achterbahn. Die eigentliche Sommer-Rodelbahn ist ein Spaß für Jung und Alt und lässt sich als Team-building hervorragend ins Programm einbinden. So



der hinunter, direkt nach Villach, in die nach Klagenfurt zweitgrößte Stadt Kärntens. Die Stadt an der Drau war unsere letzte Station, bevor es am nächsten Tag wieder nach Hause gehen sollte.

Voco Villach – eine Komplettlösung für die MICE-Branche

Erst im letzten Jahr eröffnete der zum IHG-Konzern gehörende Komplex unter der neuen Marke Voco seine Türen. Die noch relativ junge Marke im Upscale-Bereich der amerikanischen Hotelkette



bietet in Villach eine Komplettlösung für Veranstaltungsplaner. Durch das Rebranding des Vier-Sterne-Superior-Hauses wurden die 135 Zimmer und Suiten ebenso an das neue Voco-Design angepasst wie der Lobby- und Bar-Bereich. An Letzteren ist außerdem eine Terrasse mit Blick auf die Stadt und die vorbeifließende Drau angeschlossen.

Für Planer ist das Voco Villach allerdings vorrangig aufgrund der hervorragenden Tagungsmöglichkeiten interessant. Neben kleineren Besprechungsräumen für bis zu 15 Personen direkt im Hotel verfügt das Haus zudem über einen direkten Anschluss an das Congress Center Villach – kurz CCV – und somit über Kapazitäten für bis zu 2.000 Personen.

Über einen Glasgang erfolgt der Zutritt ins CCV, genauer gesagt in dessen Obergeschoss. Das verbindende Element zwischen diesem und dem Untergeschoss ist das lichtdurchflutete Foyer, dessen durchgehende Fensterfront den Blick auf die Drau freigibt und von dem aus alle Bereiche des Gebäudes erreichbar sind. Während sich im Obergeschoss hauptsächlich der Gottfried-von-Einem-Saal (530 pax.) befindet, sind im Erdgeschoss mehrere Räume in unterschiedlicher Größe bespielbar. Herzstück ist zweifelsfrei der Josef-Resch-Saal. Der bis zu 1.060 Sitzplätze fassende größte Saal lässt Planern enorme Gestaltungsmöglichkeiten. Durch die Nutzung als Theater- und Konzertsaal verfügt er über eine hervorragende Ausstattung in allen Bereichen. So ist beispielsweise eine haus-eigene Dolmetscheranlage für bis zu fünf Sprachen genauso vorhanden wie eine mit modernster Technik ausgestattete Bühne und professionelle Licht- und Beschallungstechnik. Abgerundet wird das Raumangebot des CCV durch mehrere kleine Säle, die sich entweder als Breakout-Rooms bei größeren Konferenzen oder exklusiv für kleinere Events nutzen lassen.

Ein Dorf für Veranstaltungen

Zum Dinner wechselten wir dann noch einmal die Location. Mit dem Bus ging es von Villach nach Oberaichwald ins Naturel Hoteldorf Schönleitn. Und Dorf ist wörtlich zu verstehen: Insgesamt 25 liebevoll restaurierte Kärntner Bauernhäuser sind auf dem Areal des Hoteldorfs verteilt

und bieten Apartments und Suiten in unterschiedlicher Größe. Insgesamt verteilen sich 376 Betten auf 94 Zimmer. Die authentische Atmosphäre in den über 400 Jahre alten Häuschen ist einmalig und für Planer ergibt sich zusätzlich die Chance, bei größeren Veranstaltungen oder Incentives das gesamte Dorf zu bespielen.

Für unser Dinner ging es dann zum Dorfwirt Schönleitn, dem urigen Wirtshaus des Hoteldorfs. Bis zu 120 Personen können hier tagen, feiern oder – wie wir – dinieren. Auf der Karte des von Marco van Broek geführten Restaurants stehen ebenfalls ausschließlich regionale und frische Speisen, denn sein persönliches Credo lautet: Kulinarik wird durch regionale und saisonale Zutaten nicht nur besser, sondern verbindet.

Nach dem Essen stand dann noch die Siegerehrung im Rahmen der MICE Trophy auf dem Programm. Während die Plätze 2–4 sehr eng beieinander lagen, legte Team VisitScotland einen eindeutigen Sieg hin. Das Team um Natascha Langhein durfte sich über Übernachtungsgutscheine im Bleib Berg Health Retreat sowie einen Korb gefüllt mit Kärntner Spezialitäten freuen – vom ewigen Ruhm des Sieges ganz zu schweigen.

Nach einer geruhsamen Nacht in Villach stand der letzte Programmpunkt der MICE Trophy Kärnten an. Zu Fuß machten wir uns auf den Weg in das Boutique Hotel 26 im Herzen Villachs. Das ehemalige Stadtpalais zählt heute 64 Zimmer und Suiten und punktet mit einer guten Mischung aus Wohlfühl-Atmosphäre, modernem Design und historischer Eleganz in allen Bereichen. So überzeugen auch die drei Meetingräume des Hauses mit Kapazitäten für zwischen 20 und 70 Personen.

Nach diesem letzten Programmpunkt ging es für uns – entsprechend dem jeweiligen Verkehrsmittel – zum Flughafen, Bahnhof oder Parkplatz, um die Heimreise anzutreten. Mit ganz vielen neuen Eindrücken aus dem südlichsten Bundesland Österreichs.

o.: Platz für große Konferenzen hat das Congress Centrum Villach in jedem Fall. Bis zu 1.060 Personen finden in den Stuhlreihen des Josef-Resch-Saal Platz. Foto: Congress Centrum Villach

u.: Strahlende Sieger: Mit viel Spaß und ein bisschen Ehrgeiz konnte Team VisitScotland die meisten Challenges der MICE Trophy Kärnten für sich entscheiden und sich letztlich über den Sieg freuen. Foto: CI

Stimmen zur MICE Trophy in Kärnten



Wir haben uns riesig gefreut, mit der Kärnten Convention dieses Jahr Gastgeber der MICE Trophy zu sein. Kärnten ist für viele Eventplaner:innen ein bekanntes Urlaubsziel, deshalb war es sehr spannend für uns, die Region aus der MICE-Perspektive vorstellen zu dürfen. Dass für dieses Format nur E-Autos in Frage kommen, war für uns schnell klar. Auch das Thema Slow Food – ein Alleinstellungsmerkmal unserer Region – sollte eine zentrale Rolle in der Programmgestaltung spielen. So tüftelten wir seit März an einem Programm, das die Vielfältigkeit und den Nachhaltigkeitsgedanken der südlichsten Region Österreichs ideal widerspiegelt. Mit Erfolg – wie

das positive Feedback der Teilnehmer:innen zeigt. Neben dem aktiven Kennenlernen der Möglichkeiten für Veranstaltungen in Kärnten war vor allem der Austausch auf Augenhöhe mit den Teilnehmer:innen und Branchenkolleg:innen ein großer Mehrwert dieses innovativen Formats. Wir freuen uns, auch zukünftig Teil der „MICE Trophy Familie“ zu sein, um Kärnten als starke MICE-Destination ganz in der Nähe Deutschlands zu präsentieren.

Alexandra Freeman & Maximilian Krainz, Kärnten Convention



Die Teilnahme an der diesjährigen MICE Trophy war aus unserer Sicht eine spannende und vielversprechende Möglichkeit, sich innerhalb eines von der Kärnten Convention perfekt organisierten Programms mit Eventplanern aus verschiedensten Bereichen auszutauschen und zu vernetzen.

Durch das interaktive Konzept der Trophy, bei dem durch gemeinsame Erlebnisse schnell eine sehr angenehme Gruppendynamik und ein Team-Zusammenhalt entsteht, wurde eine ideale Plattform geschaffen, die MICE-Destination Katalonien mit all ihren Facetten vorzustellen, auf Neuheiten einzugehen und

über potenzielle Events der Planer in der Zukunft zu sprechen.

Für uns waren es vier tolle, ereignisreiche Tage mit wertvollen Anregungen rund um die MICE-Branche und wir haben uns sehr gefreut, mit dabei sein zu können. Momentan denken wir auch über eine Umsetzung der Trophy in Katalonien nach, um die Region interessierten Planern mit vielfältigen Programmpunkten vorzustellen, damit sie sie aus erster Hand kennenlernen.

Anne-Kristin Schlegel, Catalan Tourism Board



Die MICE Trophy in Kärnten war für mich als deutsche Ansprechpartnerin des schottischen Kongressbüros VisitScotland BusinessEvents eine ideale Möglichkeit, Eventplaner:innen aus Agenturen und Unternehmen über die Kampagne Journey to Change zu informieren und während der Rallye mit den elektrischen Jaguars mehr über die Anforderungen und Bedürfnisse bei der Veranstaltungsplanung „post/pre-pandemic“ zu erfahren. Im „Team Schottland Jaguar“, der am Ende auch die MICE Trophy gewann, konnten wir gemeinsam diskutieren, warum Schottland die richtige Destination für verantwortungsvolle Unternehmen und was der Kern der aktuellen Kampagne ist. Nämlich, dass Business-Events einen enormen Einfluss auf Delegierte und Destinationen haben, Veränderungen bewirken und Katalysatoren für neue Ideen sind. Auf genau diesen Grund-

satz macht die schottische Kampagne #JourneyToChange aufmerksam und stellt die Ziele der Vereinten Nationen für nachhaltige und soziale Entwicklung in den Fokus. Sie richtet den Blick auf die aktuell größten Herausforderungen der Welt, darunter den Klimawandel, die Beseitigung der Armut und den Zugang zu erneuerbaren Energiequellen in abgelegenen Gebieten, und die Frage, wie Business-Events zu einer besseren Zukunft beitragen können. Nach angeregten Diskussionen blieb während der „Slow Food“-Abendessen in Kärnten ausreichend Zeit, Ansätze für Veranstaltungen in Schottland zu finden und zukünftige Projekte zu planen. Durch die viele Zeit, die wir gemeinsam verbracht haben, sind nicht nur Geschäftsbeziehungen entstanden, sondern es haben sich Freundschaften entwickelt.

Natascha Langhein, VisitScotland

Unique Style im Hilton Frankfurt

Den Loft-Living-Style nach New Yorker Vorbild finden Planer nun in Frankfurt. Das Londoner Studio Nick Hickson hat in Kooperation mit dem Hilton-Designdepartment das Hilton Frankfurt City Centre in der Hochstraße renoviert.



DAS ERGEBNIS IST ein internationales Hotel mit ausgeprägtem lokalem Flair an der Bockenheimer Anlage. Die gedankliche Brücke zwischen New Yorks Stadtteil Manhattan und der Frankfurter Innenstadt zieht sich durch fast alle Bereiche des Hotels. Der Loft-Living-Style soll ein komplett neues Kommunikations- und Wohlfühlerlebnis vermitteln.

Alter und neuer Blickfang ist das rund 50 Meter hohe Atrium mit seinen Rezeptions- und Service-Inseln. Viel Glas im Dach und an den Wänden sorgt für Unmengen Tageslicht und romantische Stimmungen am Morgen und Abend. Im Hintergrund erkennen die Besucher die idyllische Bockenheimer Anlage mit Teichen, Springbrunnen und scheinbar unendlich hohen Bäumen. Eine Fototapeete der Frankfurter Skyline erstreckt sich über sieben Etagen. Der gläserne Aufzug befördert die Gäste in die Konferenz- und Wohnetagen. Daneben grüßt derzeit überlebensgroß Karl Lagerfeld auf einem Großbild von Helmut Fricke.

„Wir legen Wert auf das kommunikative und schaffen dadurch ein Erlebnis für den Gast“, bewertet General Manager Marc Snijders das neue Design. 1998 hatte er seine Karriere in der Event-Abteilung

begonnen. Seit 2014 ist er Direktor des Hilton Frankfurt City Centre.

Treffen und miteinander sprechen

Sich treffen und miteinander ins Gespräch kommen sind die charakteristischen Elemente bei Festen, auf Reisen und bei Tagungen und Konferenzen. In der neuen Lobby sollen zahlreiche Anschlussmöglichkeiten für Handys und Laptops zum inspirierenden Miteinander einladen.

Werke von Frankfurter Künstlern dekorieren zwei Tagungsetagen mit 16 hellen Meetingräumen. Der Boardroom „Wall Street“ besticht mit komfortablen Lederstühlen. Weitere Meetingräume bieten Platz für 80 Personen.

Die technische Ausstattung ermöglicht hybride Teilnahme an Besprechungen. Smart Cubes und mobiles Mobiliar unterstützen interaktive und hybride Formate. Für Konferenzen und feierliche Veranstaltungen bietet der teilbare Ballsaal „Liberty“ Platz für 550 Personen auf 480 m². Empfänge und Ausstellungen mit 250 Personen lassen sich im hellen „Liberty Foyer“ realisieren. Kleinere Feiern finden einen idyllischen Rahmen im Restaurant und auf dessen Sommerterrasse zur Parkanlage. Darüber hinaus bietet sich das in Sichtweite befindliche

Nebbien'sche Gartenhaus an, das auf Anfrage genutzt werden kann.

Hudson Valley meets Rheingau

An der Bockenheimer Anlage kann man unter freiem Himmel tagen und Outdoor-Teambuilding trainieren. Der „Wegbierkiosk“ serviert Snacks und kühle Flaschenbiere der Frankfurter Brauunion und lädt zum unmittelbaren Austausch der Erlebnisse ein.

Das Team der „Hudson Yards Bar, Lounge & Dining“ serviert täglich eine Mischung aus klassischen New Yorker Snacks und Frankfurter Küche in einem kosmopolitischen Ambiente. Das Restaurant mit Sommerterrasse und Lounge-Ecke verarbeitet saisonale und regionale Zutaten. Die Weine stammen aus dem Rheingau und aus dem Hudson Valley. Snijders nennt die Hudson Yards Bar einen „Urban & Social Hub“, der den Gästen gedankliche, kreative und kulinarische Inspirationen lokaler und New Yorker Quellen liefern soll. Der Treffpunkt ist täglich ab 9 Uhr bis Mitternacht geöffnet, an den Wochenenden noch etwas länger.

Atemberaubender Blick auf die Frankfurter Skyline

Den Höhepunkt des Loft-Living-Styles erleben die Gäste beim Blick aus den Panoramafenstern ihres Zimmers. Hinter den bodentiefen Fenstern eröffnet sich die nahe Frankfurter Skyline. „Es war unser Ziel, in unseren Zimmern und Suiten den Link zwischen New York und Frankfurt zu legen“, erläutert Snijders. Hochwertige Materialien sorgen für eine gemütliche Atmosphäre in den 342 Zimmern und Suiten.

Ausgewählte Designelemente und ein faszinierendes Lichtdesign unterstreichen den Loft-Style. Auf einer der drei „Executive Floors“ findet man die exklusive „Executive Lounge“.

Der „Health & Fitness Club“ bietet auf 2.000 m² das Spa mit Sauna und Dampfbad, das gut ausgestattete Fitnesscenter sowie das opulente Hallenbad mit einem 25 Meter langen Becken und Blick auf die Bäume des Parks. Das Gefühl dort ist fast so, als würde man im Hudson schwimmen. (hr)



Johannes Lehberger
Foto: Martin Raffener

Grand Tirolia mit neuem General Manager

Der in Kitzbühel ansässige Hotelmanager **Johannes Lehberger** (49) ist der neue General Manager im Grand Tirolia Kitzbühel, das seit 2021 zur Hommage Luxury Hotels Collection gehört. Bis zu seinem Wechsel war Johannes Lehberger Hoteldirektor des Vier-Sterne-Superior-Hauses Leberberg Schlosshotel Kitzbühel (150 Zimmer). Johannes Lehberger bringt viel Erfahrung im Bereich Pre-Opening von Hotels mit. Zudem ist er durch seine Tätigkeit in der Gamsstadt bestens vernetzt. Der erfahrene Hotelier freut sich auf seine neue Aufgabe, das Hotel Grand Tirolia Kitzbühel ab sofort durch die Voreröffnungsphase zu führen. Das bestehende Luxushotel soll – nach umfangreicher Modernisierung – rechtzeitig zur Wintersaison 2022/23 wieder eröffnet werden. Bis dahin ist – neben der Koordination der vielen Marketing- und Sales und Operations-Aufgaben – Lehbergers oberste Priorität: ein sympathisches wie kompetentes Team zusammenzustellen.



Ralf Nüsser & Bernhard Conin
Fotos: KölnCongress GmbH

Führungswechsel der der Koeln-congress GmbH

Ralf Nüsser (58) hat zum 1. November 2022 die Geschäftsführung der KoelnCongress GmbH übernommen. Der bisherige Prokurist und Leiter Kongresse, Tagungen, Events tritt die Nachfolge von Gründungsgeschäftsführer **Bernhard Conin** (68) an, der sich immer als „Gastgeber für Gastgeber“ verstand und nach 44-jähriger Tätigkeit noch bis Ende Februar 2023 im Dienst des Unternehmens stehen wird. Die langjährigen Weggefährten Conin und Nüsser werden den Übergang des für den Standort Köln so wichtigen Kongress-, Event- und Gastveranstaltungsgeschäfts Seite an Seite gestalten.



Molly Katz
Foto: privat

Molly Katz neue Chief Financial Officer (CFO) bei Leonardo

Seit September 2022 bekleidet **Molly Katz** das Amt des Chief Financial Officers (CFO) bei der internationalen Hotelgruppe. In dieser Position ist sie für 99 Häuser in neun Ländern in Zentraleuropa verantwortlich. Als CFO bei Leonardo Hotels Central Europe leitet Molly Katz künftig den Bereich Finanz- und Rechnungswesen sowie die strategische Positionierung des Unternehmens. Weitere Themen auf ihrer Agenda sind

unter anderem die Finanzberichterstattung, die Koordination neuer Transaktionen und die Bankenrefinanzierung. Molly Katz ist im Headoffice der Hotelgruppe angesiedelt und trägt die Personalverantwortung der Finanzabteilung von Leonardo Hotels Central Europe mit insgesamt 80 Mitarbeitenden. „Ich freue mich sehr, Teil der europaweiten Leonardo-Familie zu sein und dieses stark expandierende Unternehmen strategisch mitgestalten zu dürfen. Besonders das breite Aufgabenspektrum reizt mich sehr. Ich freue mich darauf, Leonardo Hotels Central Europe mit meinem Wissen und meinem Engagement weiter voranzubringen“, so Molly Katz.



Sebastian Rosito
Foto: Berlin Messe

Messe Berlin: Sebastian Rosito leitet Bereich Products & New Business

Sebastian Rosito (42) hat die Bereichsleitung Products & New Business bei der Messe Berlin übernommen. Rosito kommt von der Koelnmesse, wo er seit 2005 in verschiedenen Positionen in Vertrieb, Projektmanagement, Unternehmensentwicklung und Auslandsmessebeteiligungen tätig war. Zuletzt war der Diplom-Wirtschaftsinformatiker hauptverantwortlich für den Deutschen Pavillon auf der Expo 2020 in Dubai. Im Rahmen dieser Tätigkeit übernahm Rosito zusätzlich die Funktion des Stellvertretenden Generalkommissars.



Martina Hauk
Foto: b'mine Hotels

Martina Hauk startet als Director of Sales

Am 1. Oktober 2022 übernahm **Martina Hauk** die Position des Director of Sales im neu eröffneten b'mine Frankfurt Airport in Gateway Gardens. Gemeinsam mit ihrem Team setzt sie mit Engagement und Kreativität ab sofort alle Vertriebsaktivitäten gezielt um und verantwortet den Field Sales sowie Meetings & Events.

„Hier im b'mine Frankfurt Airport finden Konferenz- und Tagungsgäste einzigartige Möglichkeiten: Eine Eventetage im 11. Obergeschoss, mit fantastischem Blick auf die Frankfurter Skyline und der Möglichkeit, über den CarLift Schwerlasten bis zu 4 Tonnen einzubringen und somit herausragende Produktpräsentationen durchzuführen.“, erläutert Martina Hauk. „Besser könnten die Voraussetzungen für mein Vertriebsteam und mich nicht sein.“

„Das ist, wenn Sie so wollen, sicherlich ein Teil unseres Erfolgsgeheimnisses.“

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 Susanne Baumann-Söllner, Direktorin des Austria Center Vienna.

Foto: Ludwig Schedl



Das macht uns zu einem familienfreundlichen Unternehmen, motiviert das Team und macht aus den Mitarbeiterinnen von heute die Führungskräfte von morgen.

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

Seit 2012 fungiere ich als Sprecherin des Vorstands der IAKW-AG und Direktorin des Austria Center Vienna. Zuvor habe ich als studierte Wirtschaftspädagogin als Steuerberaterin gearbeitet. Danach war ich im Bundesministerium für Finanzen als Ministersekretärin und als Abteilungsleiterin für Steuerpolitik und Abgabenlogistik tätig.

Was macht die MICE-Branche für Sie besonders spannend?

In der MICE-Branche steht der Mensch und der Austausch mit anderen im Mittelpunkt. So wird bei Kongressen und Tagungen Wissen vermittelt und generiert, was uns als Gesellschaft weiterbringt. Bei allen MICE-Veranstaltungen werden Kontakte geknüpft, die uns alle

noch mehr vernetzen, und bei Incentives wird das gemeinsame Erleben in den Vordergrund gestellt. Zudem bin ich ein Mensch, der gerne gestaltet und umsetzt. Die Branche erfährt zurzeit einen fundamentalen Wandel und wir im Austria Center Vienna bringen uns hier gerne mit Entwicklungen rund um Hybrid-Meetings, Nachhaltigkeit und Digitalisierung ein.

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

Ich glaube, es ist gerade für junge Frauen sehr wichtig zu sehen, dass sich auch im MICE-Bereich Beruf und Familie vereinbaren lassen, um ihnen Perspektiven für ihre Zukunft aufzuzeigen. Wir setzen daher im Austria Center Vienna sehr stark auf Gleichberechtigung, Vereinbarkeit von Familie und Beruf – sowohl bei

der Kinderbetreuung als auch der Pflege von Angehörigen – sowie Karrieremöglichkeiten. Mit gezielter interner Förderung und Weiterbildung setzen wir wichtige Initiativen. Das macht uns zu einem familienfreundlichen Unternehmen, motiviert das Team und macht aus den Mitarbeiterinnen von heute die Führungskräfte von morgen.

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

Ich sehe mich sinnbildlich als Dirigentin im großen Orchester. Hier ist jedes einzelne Instrument wichtig, aber nur gemeinsam und im Gleichklang schaffen wir bezaubernde Symphonien. Ich fordere und fördere, um gemeinsam Spitzenleistungen zu schaffen.

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

Ich habe das Glück, tagtäglich viele Menschen um mich herum zu haben, die mich inspirieren und mit mir gemeinsam auch Neues ausprobieren. Das betrifft die unterschiedlichsten Bereiche – von der Um-

setzung der größten Modernisierung der Unternehmensgeschichte über die Entwicklung von Österreichs erstem Impf- und Testzentrum zur Pandemiebekämpfung bis hin zur Realisierung des ersten Wissenschafts-Podcasts aus einem Kongresszentrum.

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

An sich selbst zu glauben, mit viel Leidenschaft und Engagement Träume und Ziele zu verfolgen und nicht aufzugeben.

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

Ich würde die Frage gerne anders formulieren, nämlich welche positiven Eigenschaften kann jeder Einzelne am Arbeitsplatz einbringen. Hier geht es nicht nur um Gleichstellung zwischen Frauen und Männern, sondern auch um kulturelle Vielfalt und die Zusammenarbeit mehrerer Generationen. Wenn wir so denken, schaffen wir ein großartiges Team. Im Austria Center Vienna haben wir so

einen deutlich überdurchschnittlichen Anteil an weiblichen Führungskräften, eine sehr heterogene Altersverteilung, zahlreiche Nationen unter einem Dach und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die bereits seit vielen Jahrzehnten Teil des Teams sind. Das ist, wenn Sie so wollen, sicherlich ein Teil unseres Erfolgsgeheimnisses.

Was wünschen Sie sich für die Zukunft?

Persönlich, dass wir als Gesellschaft das Gemeinsame vor das Trennende stellen. Genau deshalb sind der Dialog und der persönliche Austausch – und damit die MICE-Branche –, die hier ideale Rahmenbedingungen schaffen kann, so wichtig. Beruflich, dass die zahlreichen Modernisierungen, die uns durch das größte Umbauprojekt der Unternehmensgeschichte gelungen sind, und die Innovationen, die wir gerade in Hinblick auf Digitalisierung und Nachhaltigkeit entwickeln, genau diese idealen Rahmenbedingungen für ein besseres gemeinsames Lernen und Vernetzen schaffen.

Anzeige



www.boe-international.de #boe23 #begeisterung

BOE INTERNATIONAL
11.-12.01.2023
 MESSE DORTMUND

BOE
 Internationale Fachmesse
 für Erlebnismarketing

B WIE BEGEISTERUNG.

Die **BOE INTERNATIONAL** ist die Leitmesse für Livekommunikations-Maßnahmen und Treffpunkt der Event-Industrie. Triff vor Ort die Top-Entscheider der Industrie, entdecke neueste Trends & Innovationen der Branche, erlebe ein vielfältiges Rahmen- und Vortragsprogramm.

SEI DABEI UND LASS DICH BEGEISTERN!

Convention Bureaus und DMCs im Fokus – Wie Nachhaltigkeit zum Erfolgsfaktor wird



Foto: shutterstock.com/PopTika

CONVENTION BUREAUS und DMCs haben eine Schlüsselposition, wenn es um das Thema Tourismus, Veranstaltungen und Nachhaltigkeit geht. Denn hier wird gemeinsam mit der Kommune oder dem Land sowie mit vielen lokalen Partnern und Suppliern dafür gesorgt, dass attraktive Veranstaltungen in die jeweiligen Länder, Städte und Kommunen kommen und dadurch der Tourismus angekurbelt wird. Convention Bureaus bieten zudem – genau wie Destination Management Center (DMCs) – eine Vielzahl von Serviceleistungen, damit interessierte Veranstalter*innen eine Rundum-Versorgung erhalten und gerne wiederkommen, um weitere Veranstaltungen in dem Gebiet zu planen.

Nachhaltigkeit, smarte Mobilität, Müllvermeidung, Ressourcen- und Kostenreduzierung, regenerative Energien sowie Klimaneutralität werden immer wichtigere Faktoren bei der Eventumsetzung sowie bei der Destination- und Locationwahl.

Auch für die Kommunen wird eine nachhaltige Veranstaltungswirtschaft entscheidend, denn das Klimaschutzgesetz sorgt dafür, dass jede Kommune klimaneutral werden und auch das Zwischenziel bis 2030 erreichen muss.

Events, die Nachhaltigkeit mit einem positiven Impact auf Natur und Gesellschaft erlebbar machen und die mehr regenerative Energie herstellen (Solarüberdachte Parkplätze, Messehallen etc.), als sie verbrauchen, sind also eine ideale Lösung für Kommunen.

Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor!

Kassel ist schon heute eine beliebte Destination für Green Meetings: Grund dafür ist neben der zentralen Lage auch das hohe Engagement der lokalen MICE-Branche. Ob Renthof Kassel, Schlosshotel Bad Wilhelmshöhe, Kassel Kongress Palais, UK14, Büro für Eventmarketing oder viele mehr – zahlreiche Locations und Servicepartner sorgen dafür, dass Veran-

stalter optimale Bedingungen für Green Meetings in Kassel vorfinden.

Dazu bekräftigte Oliver Höppner: „Das Kassel Convention Bureau hat durch die enge Partnerschaft mit Hotels, Locations, Caterern, Eventagenturen und Servicepartnern eine ideale Ausgangsposition, um für mehr Nachhaltigkeit zu sensibilisieren. Dieser Aufgabe kommen wir seit Längerem nach und können dies anlässlich der „16 Steps Initiative“ nochmals verstärken. Gemeinsam mit nachhaltigen MICE-Unternehmen präsentieren wir Kassel als ideale nachhaltige Tagungs- und Kongressdestination im Herzen Deutschlands!“

Aktuell ist das Kassel Convention Bureau eines von drei Convention Bureaus in ganz Deutschland, die sich der „16 Steps Initiative“ für eine klimaneutrale Veranstaltungswirtschaft bis 2025 anschließen haben. Gestartet wurde die Initiative von Meet Germany (Eventnetzwerk mit ca. 3000 Eventplaner*innen und Partnern) und Stefan Lohmann (Experte für

Live-Entertainment und Nachhaltigkeit in der Veranstaltungswirtschaft).

Wenn es um Nachhaltigkeit im Geschäftstourismus und der Veranstaltungswirtschaft geht, ist Stefan Lohmann einer der gefragtesten Experten in Deutschland. Schon seit über 20 Jahren sorgt der Nachhaltigkeitsexperte als Kurator und Artist-Booking-Spezialist für Live-Entertainment-Konzepte und Shows mit internationalen Stars. Zu seinen Kunden zählen der Deutsche Nachhaltigkeitspreis, Firmenevents, Stadtfeste, Locations, Festivals, Konzert-, Sport-, Kulturveranstalter*innen sowie Event-Agenturen und DMCs. 2022 sorgte er für Aufsehen unzer anderem bei der 800-Jahrfeier der Stadt Bocholt, indem es ihm gelang, die drei erfolgreichsten deutschen DJs Robin Schluz, Felix Jaehn und Alle Farben – mit über 15.000 Besuchern – ins Bocholter Stadion zu locken.

Nachhaltigkeit ist nicht das Problem, sondern die Lösung

Mit seinem Vortrag zum Thema „Nachhaltigkeit ist nicht das Problem, sondern

die Lösung – auch wirtschaftlich!“ hat er die Kasseler MICE-Branche begeistert und für intensive Diskussionen gesorgt.

Der Vortrag war gut besucht. Unternehmer*innen aus dem Kassel Convention Network, dem lokalen Netzwerk der MICE-Branche, waren der Einladung des Kassel Convention Bureau gefolgt. Während sich einige von ihnen schon seit Jahren intensiv mit Nachhaltigkeit befassen, war es für andere der erste Einstieg in die Thematik.

Stefan Lohmann wählte klare Worte, um den Ernst der Lage greifbar zu machen: „Unsere Branche verändert sich. In Zukunft wird Nachhaltigkeit der Standard sein. Und das bedeutet für uns: Entweder wir sind in ein paar Jahren klimaneutral aufgestellt oder nicht mehr am Markt erfolgreich!“ Weiter erklärte er: „Kommunen haben den größten Hebel, um Stadtfeste, Messen und andere Veranstaltungen klimaneutral zu gestalten. Beispielsweise könnten Freigaben und Förderungen für

Veranstaltungen zukünftig an Nachhaltigkeitskriterien gekoppelt werden.“

Mit Blick auf Kassel stellte er fest: „Hier sind die Weichen zur Klimaneutralität bis 2030 bereits gestellt. Dazu passt die ‚16 Steps Initiative‘ sehr gut, um flankierend die MICE-Wirtschaft auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit zu unterstützen!“ Gerade die Eventbranche könne Nachhaltigkeit erlebbar machen und nicht nur die Gesellschaft, sondern auch die Wirtschaft positiv beeinflussen.

Der erfahrene Event-Experte rief die Kasseler MICE-Unternehmer*innen dazu auf, sich zusammenzuschließen und gemeinsam ihr eigenes nachhaltiges Handeln in den Mittelpunkt zu stellen und es den Veranstaltern als Vorteil und 360-Grad-Lösung verfügbar zu machen. So werde die umwelt- und ressourcenschonende Veranstaltungsplanung nicht als Verzicht erlebt, sondern eröffne neue Möglichkeiten, um Energie, Ressourcen, Müll und Kosten zu sparen und gleichzeitig einen positiven Impact zu erzeugen.

Interview mit Michael Kellner | Vertriebsrepräsentant Kassel Convention Bureau

Welche Einflussmöglichkeiten hat das Kasseler Convention Bureau für sich erkannt, um direkt oder indirekt die Veranstaltungen und den Tourismus nachhaltiger zu gestalten?

In Kassel haben wir den großen Vorteil, ein professionelles Netzwerk mit 56 Partnern aus der MICE-Branche zu haben, die bereits gut zusammenarbeiten. Im Bereich der Nachhaltigkeit wurde erkannt, dass es schneller geht, sich gemeinsam mit Möglichkeiten und Maßnahmen zur CO₂-Vermeidung auseinanderzusetzen, als alleine mit dem Thema anzufangen. Das KCB genießt hier hohes Vertrauen und die Impulse zur Nachhaltigkeit werden dankbar angenommen. Unser Ziel ist es, spannende und nachhaltige Veranstaltungen nach Kassel zu holen.

Welche Vorteile entstehen für die Stadt Kassel mit einer nachhaltigen Veranstaltungs- und Tourismuswirtschaft?

Durch die Lage mitten in Deutschland und die hervorragenden Verkehrsanbindungen, besonders im Bahnverkehr, haben wir als Destination einen einmaligen Wettbewerbsvorteil in Bezug auf Nachhaltigkeit. Da 65 Prozent der Emissionen ei-



ner Veranstaltung durch die Anreise und Abreise entstehen, ist der Einfluss auf die CO₂-Bilanz einer Veranstaltung bei einem bundesweiten Teilnehmerfeld mit einer Entscheidung für den Veranstaltungsort Kassel enorm. Das bietet schon mal eine sehr gute Grundlage, die CO₂-Emissionen deutlich zu senken. Zusätzlich geht es jetzt darum, in den Bereichen Organisa-

tion, Übernachtung, Catering etc. weitere Verbesserungen mit Hilfe der „16 Steps Initiative“ zu erzielen. Mit diesen Erfolgen helfen wir Veranstaltungsplanern, das eigene Handeln zu rechtfertigen.

Welche Maßnahmen hat die Stadt bzw. das Convention Bureau bereits ergriffen?

Als Convention Bureau sehen wir unsere

größte Aufgabe natürlich in der Beratung von Veranstaltungsplanern, auch und besonders in den Möglichkeiten, die Veranstaltung nachhaltiger und erfolgreich zu gestalten. Wir haben uns bereits frühzeitig intensiv mit dem Thema auseinandergesetzt und können in dem Bereich auf viele Erfahrungen zurückgreifen. Darüber hinaus wollen wir unsere Partner motivieren, sich stärker nachhaltig zu engagieren. Jede weitere Maßnahme hilft auch uns in der Kommunikation und Beratung. Darüber hinaus hat sich die Stadt Kassel 2019 per Stadtverordnetenbeschluss zum Ziel gesetzt, bis 2030 klimaneutral zu werden. Dazu leisten wir auch unseren Beitrag.

Was war das oberste Ziel der Kick-off-Veranstaltung, zu der die Partner und Mitglieder eingeladen wurden?

Die Kick-off-Veranstaltung sollte einen Rahmen bilden, in dem sich unsere Partner schnell und unkompliziert wiederfinden können. Dafür erschien uns die „16-Steps Initiative“ hervorragend geeignet. Wenn man sich mit dem Thema Nachhaltigkeit beschäftigt, kann man sich schnell in einer Vielzahl von Themen verlieren. Bei der 16 Steps Initiative haben wir Schritt für Schritt die Möglichkeit, sehr strukturiert eine Verbesserung zu erzielen.

Wie seid ihr auf Stefan Lohmann als Experten für Nachhaltigkeit gekommen und was konntet ihr und eure Partner konkret daraus ziehen?

Stefan Lohmann war uns natürlich durch seine Präsenz in den sozialen Netzwerken bekannt. Auf der Messe IMEX haben wir dann in persönlichen Gesprächen schnell festgestellt, dass unsere Ziele übereinstimmen. Um keine Zeit zu verlieren, haben wir ihn dann gleich eingeladen und wir freuen uns sehr, dass er unserer Einladung nach Kassel unkompliziert gefolgt ist. Die Kick-off-Veranstaltung wurde dann ein großer Erfolg. Stefan konnte die Dringlichkeit des gemeinsamen Wirtschaftens vor Ort deutlich machen und auch ein Gemeinschaftsgefühl erzeugen.

Was ist nach der Kick-off-Veranstaltung passiert und vielleicht schon umgesetzt worden?

Nach der Veranstaltung sind Partner aktiv mit dem Wunsch auf uns zugekommen, den Weg der 16 Steps weiter zu unterstützen. Als Erstes werden wir

den von Stefan Lohmann entwickelten Sustainability Rider in einem eigenen Kassel-Design verwenden und den Veranstaltungsplanern flächendeckend und weitreichend an die Hand geben. Als Marketing-Organisation werden wir natürlich unsere Stärken ausspielen, indem wir die 16 Steps bei Veröffentlichung in unserem Netzwerk mit großer Reichweite kommunizieren, um noch mehr Menschen innerhalb der Branche zu erreichen.

Wie motiviert das Convention Bureau Kassel die Partner und Lieferant*innen?

Als Convention Bureau werden wir nicht über Vorgaben und Verbote agieren. Unsere Aufgabe sehen wir in der Motivation und dem Aufzeigen von Chancen und Vorteilen bei nachhaltigem Handeln.

Über die dadurch entstehende Eigenmotivation lässt sich nach unserer Einschätzung viel mehr erreichen.

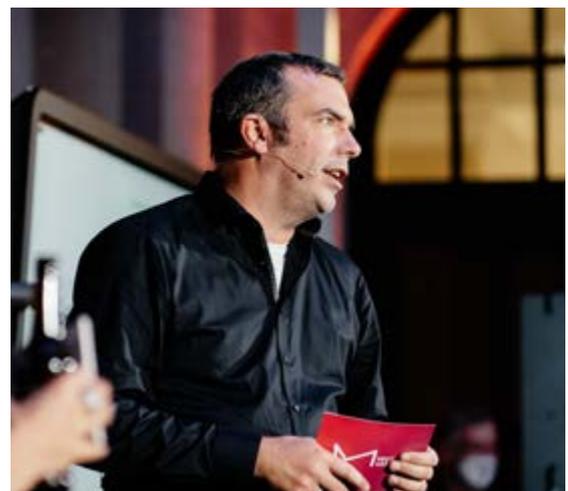
Was sind die weiteren gemeinsamen Pläne zusammen mit Stefan Lohmann bzw. Sustainable Event Solutions und Schritte, die ihr in nächster Zukunft macht, um eure Nachhaltigkeitsstrategie weiter umzusetzen?

Als nächsten Schritt freuen wir uns darauf, Stefan Lohmann bei seinem geplanten Vergleichs-Tool zu unterstützen. Wir stehen hier als Sparringspartner mit unserem Netzwerk gerne zur Verfügung. Schritt für Schritt werden diese Maßnahmen uns allen weiterhelfen. Der gemeinsame Weg mit Stefan Lohmann ist noch nicht zu Ende, sondern steht erst am Anfang.

Über den Autor

Stefan Lohmann

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



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

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

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

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

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



Landeshauptstadt
München



Foto: Christian Kasper

**einfach
einzigartig**

einfach-muenchen.de/kongress

einfach 
MÜNCHEN

Die Live-Event-Planung wird saisonal wie der Wechsel von Sommer- auf Winterreifen! | von Colja M. Dams

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

und nachhaltig zu verankern.

Die direkte Kommunikation untereinander ist nach wie vor die stärkste Art der Kommunikation. Bei VOK DAMS spricht man hier gerne vom „Lagerfeuer-Gen“, das wir in uns tragen, das für uns Menschen Gemeinschaft und Zusammenkommen so wichtig und essentiell macht. „Das haben auch gerade die Besucherrekorde der öffentlichen Veranstaltungen in diesem Jahr gezeigt. Und die Branche hat in den letzten Monaten so viel gelernt, sich geradezu in Quantensprüngen weiterentwickelt, dass ich zuversichtlich in eine Zukunft blicke, in der wir all das, was wir gelernt haben und aktuell an Innovationen entwickeln, zu neuen, beeindruckenden und begeisternden Formaten zusammenbringen werden.“, so Colja Dams.

Aber auch das Verhalten der Teilnehmenden hat sich verändert. Es zeichnet sich ab, dass B2B-Kunden, die vor Jahren noch fünf bis acht Events im Jahr besuchen wollten, nun nur noch zwei Events im Jahr besuchen möchten. Nicht nur die COVID-Pandemie hat dazu geführt, auch die reduzierten Reisebudgets, Herausforderungen und zeitlicher Aufwand bei Flugreisen, Nachhaltigkeitsgedanken und die persönliche Komfortzone. Umso wichtiger ist die richtige Eventstrategie und Umsetzung.

Wir befinden uns in einem Wandel, der das gesamte Marketing auf den Kopf stellt und von hier ausgehend nicht nur die Arbeit von Marketing, Kommunikation, PR und Customer Relations, sondern auch von HR, Unternehmensentwicklung und Strategie nachhaltig beeinflussen wird. VOK DAMS setzt auf nahtlose Brand Experiences über alle Kommunikationskanäle der Markenkommunikation, Connected Experiences, ob live oder digital, die die Teilnehmenden in den Mittelpunkt stellt.

GÄBE ES EINEN FILMTITEL, der die Situation in der Eventbranche in diesem Jahr beschreiben würde, so würde er vielleicht lauten: „Back with a vengeance“. Live-Events sind zurück – und zwar mit aller Macht. Viele Unternehmen haben Frühling und Sommer genutzt, um Events nachzuholen. „Wir erleben eine solch starke Nachfrage nach Events“, so der Geschäftsführer der weltweit tätigen Agentur VOK DAMS, Colja Dams, „dass wir dreimal so viele Projekte durchführen könnten. Es ist so, als wollte man die letzten zweieinhalb Jahre nachholen.“

Und tatsächlich, wenn man sich sowohl in der Branche als auch bei Firmen umhört, so erlebt man allenthalben große Planungen und Geschäftigkeit. Ob Nachfeier von Jubiläen, verschobene Produktpräsentationen, Mitarbeiterveranstaltungen oder Führungskräftekonferenzen – die Auftragsbücher sind übertoll. Man könnte fast sagen, dass wir eigentlich so etwas wie einen Jojo-Effekt erleben. Ähnlich wie nach einer Diät wird nun mit Hochdruck nachgeholt, was man die letzten Monate versäumt hat. Wir erleben einen echten Event-Boom: Menschen zusammenbringen, direkte Kommunikation ermöglichen,

Wow-Momente schaffen und Begeisterung live zum Leben erwecken.

Aber wie geht es weiter?

Für die Wintermonate haben sich viele Unternehmen für hybride Formate entschieden. Viele Marken haben sich auf wechselnde Zeiten eingestellt, die Flexibilität erhöht. „Wir haben mit unseren Kunden langfristige hybride Eventstrategien entwickelt. Große dezentrale Live-Events wechseln sich mit digitalen Formaten ab – es ist kein Entweder-oder, vielmehr ein Sowohl-als-auch. Je nach Situation, Anlass und Jahreszeit.“

Man könnte das Eventjahr ein wenig mit dem Wechsel von Sommer- und Winterreifen vergleichen. In den Monaten Oktober bis Ostern kommen die Winterreifen drauf und dann von Ostern bis Oktober die Sommerreifen: Die Monate Ostern bis Oktober werden zur Live-Event-Jahreszeit und die Wintermonate Oktober bis Ostern zum Hybrid- oder gar Digital-Zeitraum. Das spüren wir bei unseren Kunden“, so Colja Dams. Live, digital oder auch hybrid sind gute und effektive Kommunikationsmöglichkeiten, um Menschen zu erreichen, zu begeistern und Botschaften effektiv

SINGAPUR – PULSIERENDE MEGACITY UND GRÜNE OASE

HENDERSON WAVES

Seit der Aufhebung der pandemiebedingten Einreisebeschränkungen erlebt Singapur einen rasanten Anstieg der Einreisezahlen – auch und besonders die MICE-Branche ist zurück im Geschäft und empfängt Besucher mit vielen neuen Angeboten. Die „grünste Stadt Asiens“ hat sich Nachhaltigkeit in allen Belangen auf die Fahnen geschrieben.

VON DER „GARTENSTADT“ ZUR „CITY IN NATURE“

Der 2021 veröffentlichte „Green Plan“ beschreibt ehrgeizige Ziele in allen Lebensbereichen. Bis 2030 sollen z. B. eine Million weitere Bäume gepflanzt werden, und jeder soll höchstens zehn Gehminuten zum nächsten Park wohnen. Singapur wird bis 2030 als neuer „Großstadtdschungel“ 80 % seiner Gebäude begrünen.

EIN NACHHALTIGES MORGEN IN HOTELS DER ZUKUNFT

Das Marina Bay Sands mit den drei ikonischen Türmen ist das wohl bekannteste Wahrzeichen Singapurs – und auch im Bereich Nachhaltigkeit führend: Der „Rain Oculus“ sammelt jedes Jahr 400.000 Liter Regenwasser, die das Luxushotel wieder nutzt. Durch das intelligente Gebäudemanagement-System und weitere Energiesparmaßnahmen konnte es seinen Energieverbrauch seit 2012 um 29 % senken. Das Grand Hyatt nahe der Orchard Road bezieht 80 % seines Gemüsebedarfs von einer lokalen Farm, wandelt 100 % der Lebensmittelabfälle in organischen Dünger um und erzeugt 30 % seines Stroms selbst. Und das Oasia Hotel Downtown hat eine 200 m hohe, von Kletterpflanzen umrankte Fassade, die der Hitzeentwicklung in der Stadt entgegenwirken.

VON DER FARM AUF DEN TELLER

Die Tour „From Farm to Table“ von „Wok'n' Stroll“ gibt Besuchern einen Einblick in die



GARDENS BY THE BAY

lokale Lebensmittelproduktion Singapurs. Das Ziel: Bis 2030 will der Stadtstaat 30 % seines lokalen Lebensmittelbedarfs selbst decken. Im Rahmen des Edible Garden City-Projekts sind bereits über 260 Food Gardens entstanden, die lokale Restaurants und Hotels mit Lebensmitteln beliefern.

TIERISCH GUT: DAS NATURGEBIET MANDAI

Mandai beherbergt heute den Singapore Zoo, die Night Safari und die River Wonders. Die Mandai Wildlife Group entwickelt es zur kompletten Natur-Destination weiter, mit neuen Wildtier-Attraktionen, einem Indoor-Bildungszentrum zum Thema Natur sowie umweltfreundlichen Unterkünften.

GRÜNERE ZUKUNFT FÜR SENTOSA ISLAND

Abseits vom Trubel des Zentrums, im Süden des Stadtstaats, lockt die Insel Sentosa mit ihrer tropischen Landschaft,



PARKROYAL COLLECTION PICKERING

vielen Stränden und Attraktionen. Das Herz von Sentosa bildet die Resorts World Sentosa™ mit den Universal Studios Singapore und weiteren Attraktionen, einem Convention Centre und mehreren Hotels. Hier befindet sich eine der größten Photovoltaikanlagen in ganz Singapur. Einwegplastik ist bereits Vergangenheit. Bis 2023 will Sentosa vollständig CO2-neutral werden.

www.visitsingapore.com/mice

Skandinavisch & smart – das neue Scandic München Macherei

Inspirierend, innovativ und ideal für Geschäftsreisende: Im Osten der bayerischen Landeshauptstadt begrüßt seit Mitte Oktober 2022 das Scandic München Macherei seine Gäste. Wer ein Hotel mit Raum für kreative Ideen sucht, ist dort an der richtigen Adresse.

EINFACH MACHEN, lautet die Devise des neuen Hauses der Scandic-Hotelgruppe in München. Im aufstrebenden Stadtquartier Macherei in Berg am Laim gelegen, verbindet es Arbeiten mit Kunst und Kultur - sowie mit skandinavischer Gemütlichkeit. Diese spüren Gäste auf allen neun Etagen, sei es im offenen Eingangsbereich mit Restaurant und Bar, in den 234 Zimmern oder in den Co-Working-Spaces.

Zwischen Individualität, hochwertiger Architektur und nordisch-behaglichem Stil wird hier Hotellerie und Work-Life-Blending neu gedacht. Dabei heißt der Trendsetter Städteurlaubende ebenso willkommen wie Businessreisende oder Besucher:innen aus der Nachbarschaft.

Hell, heimelig und hyggelig

Für Besprechungen stehen gleich zwei

Meeting Studios inklusive Lounge bereit. Produktivität trifft dort auf Gemütlichkeit, denn wer die Räume bucht, findet ein wohnliches Ambiente mit persönlicher Note vor. Dank langer Tafeln mit Platz für zehn bis zwölf Personen eignen sich die Studios ideal für Workshops und kleinere Sitzungen. Bodentiefe Fenster sorgen zudem für viel Licht. In lockerer Atmosphäre arbeiten Gäste ebenfalls auf dem Social Staircase, das sich nahtlos an den Living-Room-Bereich des Hotels anfügt. Wie ein Amphitheater aufgebaut, bietet der Co-Working-Space neben Remote Work und Networking auch Raum für Poetry Slams, Elevator Pitches und Kinoabende. Die Sitze kommen stylisch daher und sind mit Steckdosen ausgestattet. Nur wenige Schritte weiter laden Kicker und andere Spiele zum Teambuilding ein.

Geschmackvolle Fusion

Kulinarisch lässt das Hotel ohnehin keine Wünsche offen. Das hauseigene Restaurant Zieglerei, benannt nach dem Lehmabbau, der das Viertel Berg am Laim über mehrere Jahrhunderte prägte, versteht sich mit Showküche und Terrasse als Ort der Begegnung zwischen Reisenden und der umliegenden Nachbarschaft. Ein gelungener Mix ist auch die Speisekarte, die internationale Klassiker mit skandinavischer und bayerischer Küche verbindet. Für den idealen Start in den Tag sorgt das Frühstück mit 40 Prozent Bio-Anteil sowie selbstgebackenen Zimtschnecken und Broten. Berufstätige erfreuen sich werktags an einem Business-Lunch, während abends saisonale Gerichte wie das bayrische Clubsandwich, 3erleiSmörrebröd und Schweinbraten mit bayrischem Kimchi für Geschmacksexplosionen sorgen. Ein besonderes Highlight ist am Wochenende ist der üppige Brunch. Die Bar befindet sich in der Common Area, wo Social Staircase, Living Room und Co. sanft ineinander übergehen. Während Gäste Cocktails und erlesene Weine genießen, lauschen sie dem leisen Prasseln des Kaminfeuers.

www.scandichotels.de/macherei



Die großzügige Lobby mit smart konzipierten Flächen und Wohnzimmeratmosphäre, dient zusätzlich als Ort der Begegnung zwischen Hotelgästen und Nachbarschaft.

Fotos: Scandic Hotels

Europapark präsentiert die Weltneuheit „Eatrenalin“



Ocean - hier tauchen die Gäste in die Tiefen des Meeres ab. Foto: Eatrenalin

„Restaurant der Zukunft“ ist ein Feuerwerk für die Sinne. Möglich macht dies ein eindrucksvolles Zusammenspiel von Multimedia-Content, gastronomischer Spitzenleistung und einer patentierten Neuentwicklung, dem Floating Chair von MACK Rides. Initiatoren des einzigartigen Gourmetvergnügens sind der geschäftsführende Gesell-

schafter des Europa-Park Thomas Mack und der Gastronomieexperte Oliver Altherr, CEO von Marché International. Die Vision und das Ziel sind, die Gastronomie neu zu erfinden und die Gäste emotional zu berühren. Nach der Eröffnung von Eatrenalin in Rust wird in den nächsten Jahren die internationale Expansion angestrebt.

Kulinarisch werden die Gäste mit einem Acht-Gänge Menü verwöhnt. Die Kü-

che vereint moderne und internationale Einflüsse, passend zum jeweiligen Ambiente der Szenerie in den verschiedenen Genusswelten. Eigens dafür wurde ein europäisches Spitzenteam zusammengestellt – so zeichnet sich Eatrenalin Küchenchef Pablo Montoro aus Alicante verantwortlich für das Menü. Er hat als Sternegastro- nom bereits für das „El Bulli“ in Spanien gearbeitet, das als außergewöhnlichstes Restaurant der Welt galt. „In Eatrenalin stehen nicht internationale Küchen oder exotische Orte im Vordergrund, sondern vielmehr das jeweilige Geschmackserlebnis,“ so der Küchenchef. Verantwortung übernehmen auch der niederländische Sous Chef Ties van Oosten und die französisch-österreichische Chef Pâtissière Juliana Clementz. Beide haben ebenfalls in mehreren Zwei-Drei-Sterne-Restaurants gearbeitet. Zusammen stehen sie für die kreative Genialität der Eatrenalin Spitzengastronomie. „Jeder Gang ist ein kulinarisches Kunstwerk, das überrascht und in Staunen versetzt“, verspricht Oliver Altherr. Alternativ kann auch ein veganes Menü bei der Buchung ausgewählt werden.

FÜR KULINARIKBEGEISTERTE, die auf der Suche nach einer außergewöhnlichen Fine Dining Experience sind, gibt es ein neues Highlight. In Rust eröffnete am 04. November 2022 das einzigartige Gastronomie-Event-Konzept „Eatrenalin“ neben dem 4-Sterne Superior Hotel Krónasår. Sobald das Erlebnis startet, taucht man in unterschiedlichste Welten ein – und das nicht nur durch Düfte und Geschmack, sondern auch visuell, akustisch und haptisch. Das

Anzeige


HOFBURG
 VIENNA

WHERE HISTORY
IS MADE.

INTERNATIONAL
CONGRESS AND
EVENT CENTRE

EUROPE'S
FIRST ADDRESS

www.hofburg.com

Korea: Spannende Gegensätze und vielfältige Möglichkeiten



Yoo Ree Eun ist seit Mai 2022 die neue Direktion der Koreanischen Tourismuszentrale in Deutschland. Bereits zwischen 2011 und 2014 war sie für die KTO in Frankfurt tätig und kehrt nun nach verschiedenen Positionen in Korea in die Mainmetropole zurück.

Südkorea verbindet Kultur und Moderne sehr gekonnt miteinander. Fotos: KTO

Südkorea ist seit Jahren ein wichtiger Teil der globalen MICE-Landschaft. Was macht Korea so spannend für die Branche?

Korea bietet auf der einen Seite die neuesten Technologien und eine hervorragende Event-Infrastruktur. Auf der anderen Seite finden sich zahlreiche Möglichkeiten, um Rahmenprogramme zu gestalten. Außerdem kann man hautnah in die traditionelle, aber auch in die moderne koreanische Kultur eintauchen. Besonders für Teilnehmer aus Europa gibt es den Reiz

des Unbekannten, des Kennenlernens einer anderen Kultur.

Erreichbarkeit ist ein wichtiger Faktor bei der Planung von Events, Kongressen oder Incentives. Wie gut sind die Verbindungen von und nach Deutschland?

Von Deutschland aus hat man Direktflüge mit Korean Air, Asiana Airlines und Lufthansa von Frankfurt aus zum Incheon International Airport in der Nähe von Seoul, mit der Lufthansa geht es außerdem von



München aus nach Korea. Während der Pandemie waren die Flüge eingeschränkt, aber nach und nach kommen wir wieder auf den Stand von 2019 zurück. Korean Air fliegt mittlerweile wieder 5-mal die Woche, Asiana Airlines ist seit Oktober wieder täglich unterwegs.

Und wie ist die Infrastruktur im Land? Können auch größere Gruppen leicht von A nach B gelangen?

Die Städte innerhalb Koreas sind gut miteinander verbunden. Es gibt den Schnellzug KTX, aber auch Expressbusse. Für größere Gruppen lohnt es sich natürlich, einen eigenen Limousinen-Bus zu mieten.

Diese bieten einen hohen Komfort und oft auch eigenes Wifi.

Gibt es Regionen, die sich besonders für MICE-Events eignen?

In Korea gibt es verschiedene MICE-Hubs. Zum einen hat man natürlich Seoul als Hauptstadt und in der näherliegenden Umgebung die Provinz Gyeonggi-do und die Stadt Incheon. Diese sind besonders schnell vom Flughafen aus erreichbar und daher sehr beliebte Veranstaltungsorte. Kongresse im Technologie- oder Industriebereich werden häufig in den Städten Daejeon, Daegu und in der Region Gyeongnam veranstaltet, da diese Städte die Zentren der koreanischen Industrie sind. Für kleinere Events oder Veranstaltungen im Kulturbereich bieten sich die Städte Gyeongju, Gwangju und Jeonju an. Möchte man die Events eher in Naturnähe haben, empfehlen sich die Region Gangwon-do, die Städte Busan und Yeosu und natürlich die Insel Jeju-do. Jeder MICE-Hub bietet die neuste Technologie und Veranstaltungsinfrastruktur, sodass man ein Venue ganz passend nach Größe und Art des Events auswählen kann.

Wo liegen die größten Kapazitäten in puncto Kongress?

Das größte Convention Center Koreas ist das KINTEX in der Region Gyeonggi-do gleich außerhalb der Hauptstadt Seoul. Es hat eine Gesamtfläche von 108.566 m² verteilt auf die Gebäude KINTEX 1 & KINTEX 2 sowie 40 Meetingräume verschiedener Größen. Im Jahr finden dort ca. 1.100 MICE-Events statt, darunter Messen, internationale Kongresse und Konferenzen. Eine Übersicht zu den Kapazitäten der jeweiligen Kongresscenter findet man auf unserer Website, sodass man im Vorfeld schon eine erste Auswahl treffen kann.

Stehen in den nächsten Monaten spannende Neueröffnungen an?

Gerade erst im September wurde in Andong ein neues Convention Center eröffnet. Die Stadt hat einen hohen kulturellen und historischen Wert in Korea und ist das geografische Zentrum der Region Gyeongsangbuk-do. Das Convention Center soll unter anderem helfen, einen einfacheren Zugang zu den UNESCO-Weltkulturerben der Gegend, wie dem Dorf Hahoe, dem Tempel Bojeongsa und den neokonfuzianischen Akademien Dosan

und Byeongsan Seowon zu schaffen. Zusammen mit dem Andong International Convention Center (ADCO) wurden auch das World Confucian Culture Museum und ein Korean Culture Theme Park eröffnet, der ein Dorf aus der Joseon-Dynastie im 16. Jahrhundert nachbildet. Gemeinsam mit diesen Venues wird das ADCO somit zu einem Hub für internationale Veranstaltungen im Kulturbereich und soll den MICE- und Leisure-Tourismus der Region fördern.

Von authentischen Tempelerlebnissen bis hin zu nachhaltiger Stadtentwicklung in Busan: Korea ist sehr vielseitig. Was darf in keinem Rahmenprogramm fehlen?

Wie schon in der Frage erwähnt, kann ich den Aufenthalt in einem koreanischen Tempel empfehlen. Die sogenannten Temple Stays können in verschiedenen Tempelanlagen im ganzen Land durchgeführt werden, sogar auf Englisch. Es gibt Kurzprogramme, die nur ein paar Stunden dauern, oder auch die Möglichkeit, im Tempel zu übernachten. Natürlich kann man auch andere Aspekte koreanischer Kultur erleben. Es gibt die Möglichkeit, traditionelle Musikinstrumente zu spielen, die Tracht Hanbok anzuprobieren oder in einem Kunsthandwerks-Workshop eine Erinnerung für zu Hause zu basteln. Wer sich sportlich betätigen möchte, kann ein Probetraining des Kampfsports Taekwondo buchen. Die koreanische Natur lässt sich gut per Fahrrad oder bei einer Wanderung erkunden. Darüber hinaus gibt es eine Vielzahl an Teambuilding-Programmen. Es lässt sich also eine Reise passend für die Incentive-Gruppe oder die Meetingteilnehmer zusammenstellen.

Thema Incentive: Was ist die optimale Länge für ein Incentive in Korea?

Es kommt ganz darauf an, ob Sie nur einen Städtetrip machen oder mehr vom Land kennenlernen wollen. Für Seoul alleine bieten sich ca. 5–7 Tage an. Wenn man eine kleine Rundreise organisiert, dann passen 10–14 Tage. Beides könnte man zusätzlich mit einem Aufenthalt auf der Insel Jeju-do noch etwas verlängern.

Welche Aspekte dürfen bei einer solchen Reise nicht fehlen?

Korea zeigt, wie gut Tradition und Kultur mit der modernen Welt im Einklang existieren können. Als Besucher kann man



genehmigung K-ETA anmelden. Einmal beantragt, ist das Zertifikat für zwei Jahre gültig.

Gibt es spezielle Support-Programme für Planer aus Deutschland?

KTO bietet ein Support-Programm sowohl für Kongresse als auch Incentives und Corporate Meetings an, das jedes Jahr aktualisiert wird. Beim Kongress-Support unterstützen wir mit Subventionen und zusätzlichem Premium-Support je nach Größe der Veranstaltung. Das kann schon beim Bidding-Prozess beginnen. Bei Incentives & Corporate Meetings kommt es auf die Anzahl der Teilnehmer an. Hier startet die Unterstützung mit einem kleinen Souvenir, für beson-

ders große Gruppen können wir auch ein Welcome-Event am Flughafen organisieren. Oft sponsern wir den Besuch einer K-Performance oder die Teilnahme an einem Kulturprogramm.

Wie unterstützt das KTO Planer aus Deutschland bei der Realisierung von Veranstaltungen in Korea?

Die Planer können

KTO Frankfurt als erste Anlaufstelle für ihre Projekte in Korea sehen. Wir vermitteln die Kontakte zu passenden DMCs und anderen Dienstleistern in Korea. Außerdem helfen wir gerne bei der Programmplanung und geben Tipps für interessante Sehenswürdigkeiten oder Kulturprogramme. Auch die Anmeldung für unser Support-Programm läuft im ersten Schritt über das Frankfurter Büro.



COVID-19 ist weltweit noch immer ein Thema. Welche Voraussetzungen müssen getroffen werden, um eine Veranstaltung in Korea durchzuführen?

Die wichtigste Regel ist die Maskenpflicht, die immer noch in den Innenräumen besteht. Außerdem trägt man die Maske auch bei Events im Außenbereich, wenn ein Abstand von 2 m nicht gewährleistet werden kann. Die Venues haben darüber hinaus noch weitere Hygienekonzepte wie regelmäßiges Desinfizieren, Besucherflow etc. Das Konzept wird dann auf die jeweilige Veranstaltung angepasst, zum Beispiel nach der Teilnehmeranzahl und Art der Veranstaltung.

Gibt es noch spezielle Regeln für die Einreise?

Im Moment sind alle COVID-Einschränkungen aufgehoben. Für eine Vielzahl der Länder, darunter auch die deutschsprachigen, gibt es eine Visa-Befreiung für Aufenthalte bis 90 Tage. Dafür muss man sich nur über die elektronische Reise-

o.: Die Landschaft Koreas ist sehr abwechslungsreich und lässt sich hervorragend für Incentive-Programme nutzen. Fotos: KTO

li.u.: Noch heute sind die alten Traditionen ein wichtiger Bestandteil in der Kultur Koreas.

re.u.: Mit einem Temple Stay haben Besucher die Möglichkeit vollends in die Kultur und das alltägliche Leben der Mönche einzutauchen.

← das hautnah erleben. Schon bei einem Städtetrip in die Hauptstadt hat man eine vielfältige Programmauswahl. Die Incentive-Teilnehmer können in der traditionellen Tracht Hanbok einen historischen Palast besuchen und am selben Tag die neuste Technik im Samsung-Showroom bestaunen. Außerdem sollte ein Ausflug in die Natur auf dem Programm stehen. Besonders im Frühling und Herbst zeigt sich Korea von seiner besten Seite mit wunderschönen Blumenmeeren oder einer bunten Herbstlaubfärbung.

EXPERIENCE OMANI HOSPITALITY



Fly with Oman Air from Frankfurt and Munich
to Muscat and beyond

With unparalleled natural beauty, rich heritage and legendary warm hospitality, Oman is an all-round extraordinary destination. Whether you want to discover Oman or venture beyond, your memorable travel experience starts with Oman Air

Book now at omanair.com

Technologie und Kultur im Fokus der IBTM

„Kulturschaffen“ steht im Mittelpunkt der IBTM World 2022 in Barcelona. Vom 29. November bis 1. Dezember 2022 treffen sich Anbieter und Eventplaner zum Austausch über aktuelle Destinationen und Entwicklungen. Diskutiert wird vor allem „Culture Creation“: Wie können Destinationen ihre kulturellen Elemente nutzen, um das MICE-Geschäft zu steigern? Wie können Unternehmen ihre Unternehmenskultur durch MICE leben und entwickeln, um bessere Geschäftsergebnisse zu erzielen?



Foto: ibtm world

„**UNSERE MISSION**, Versammlungen aller Art für die Schaffung von Kultur zu nutzen, ist für unsere Kunden wichtiger denn je“, weiß Grant Caplan, Präsident bei Procurigence. „Unternehmen, die nach der Pandemie möglicherweise weniger Büros haben, suchen nach Wegen, ihre Kultur aufrechtzuerhalten. Dabei können persönliche Veranstaltungen wirklich helfen.“ Er sieht die IBTM als Ort, dafür großartige Partner zu finden, die kreative kulturelle Erlebnisse schaffen können.

Anbieter und Eventplaner

So wird Brasilien nach einer dreijährigen Pause wieder teilnehmen. Der Stand ist 2022 mehr als zweieinhalbmal so groß wie bei der letzten IBTM-Teilnahme. Distant Frontiers, eines der größten DMC-Netzwerke Indiens, ist nach dreijähriger Abwesenheit wieder dabei. Die Kongressbüros von Spanien, Irland, Brüssel, Kroatien, der Tschechischen Republik, Kanada, Malaysia, Jordanien, Bahrain, Kanada, Miami, Las Vegas und Boston sowie die Meliá- und Barceló-Hotels zeigen zahlreiche Innovationen.

Renommierte Hosted Buyer von Unternehmen, Verbänden und Agenturen haben sich bereits angemeldet. Dazu zählen Vertreter der European Union of Medicine in Assurance and Social Security (EUMASS), von Pfizer, COSMOPOLIS, International Stereoscopic Union, SAUDI

Telecom Company, United Network of International Corporate Events Organisers UNICEO, The British Pain Society, Maritz Global Events, Centers for Disease Control and Prevention, Citigroup Inc. und CWT Meetings & Events.

Spannende Themen und erfolgreiche Referenten

Gareth Kelly von Salesforce wird einer der Hauptredner bei der IBTM World 2022 in Barcelona. „Gareth Kelly ist ein Kraftpaket an Wissen und Erfahrung. Seine Session wird für alle inspirierend sein, die ihre Veranstaltungen auf die nächste Stufe heben möchten“, freut sich David Thompson, Event Director der IBTM World.

Kelly leitet als Senior Director und Head of Strategic Events EMEA das Event- und Experience-Portfolio von Salesforce in Europa, dem Nahen Osten und Afrika (EMEA). So verantwortete er das legendäre Dreamforce-Event mit rund 150.000 Teilnehmern live und online.

In seinem Vortrag wird Kelly aufzeigen, wie Events Geschäftsergebnisse verbessern und kulturelle Erfahrungen für Unternehmen schaffen können. „Dies ist eine aufregende Zeit für unsere Branche, die wir nach der Pandemie auf einfallreiche und innovative Weise wieder aufbauen. Visionäre Veranstaltungen bringen einen großen Nutzen in die moderne Geschäftswelt“, erläutert er.

Umfangreiches Programm

Weitere Referenten versprechen ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm. Tom Roach, Vizepräsident Brand Strategy bei Jellyfish, erörtert die sieben Prinzipien effektiver Kreativität beim Markenaufbau. Bei allen Veränderungen und allem technischen Fortschritt bleibt das menschliche Gehirn in seinen Prozessen recht stabil und konservativ.

Despoina Zachariadou, Lead Immersive UX Designer, Creative Technologist und Creative Director bei Jack Morton Worldwide, gibt einen Überblick über das Metaverse. Adolfo Pahissa Lopez, Leiter des Experience Design Teams als Head of Creativity for Technology Trend Forecasters bei NTT DATA Europe & LATAM, zeigt die Erwartungen der Generation Z und ihre Relevanz für den Geschäftserfolg auf.

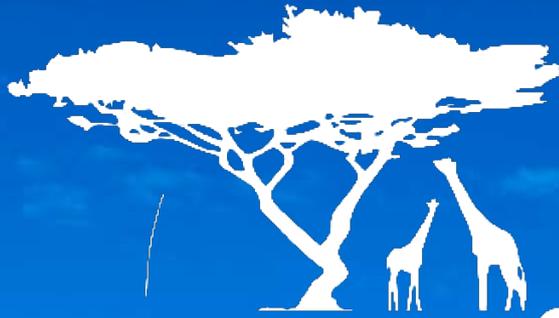
Die IBTM Cultural Roadshows bei der IBTM World 2022 präsentieren kulturelle Reiseziele und untersuchen, wie diese Reiseziele ihr Potenzial für Veranstaltungen nutzen können. Das IBTM World's Knowledge Programm konzentriert sich auf das kulturelle Kernthema und bietet Session-Tracks zu Verbindungen, Unternehmen, Karrieren, Marken und Erfahrungen.

Auf der IBTM-Accelerate-Bühne präsentieren Branchenexperten inspirierende Kurzvorträge. Grant Dudson, Influencer und Creative Director bei Chorus, referiert über Historie und Zukunft der Veranstaltungstechnologie.

In den zahlreichen Networking-Events der IBTM World spiegeln sich die kulturellen Elemente der Destinationen wider. Dazu zählen die Networking Hour auf den Ausstellungsflächen, die Club Night und der Willkommensempfang am ersten Messetag mit Essen, Live-Musik und Tanz.

Bereits am Tag vor der IBTM World 2022, am Montag, den 28. November, findet das Corporate-Buyer-Programm und das Association-Programm statt. Eine Teilnahme in Barcelona lohnt sich also auf jeden Fall. (hr)

Save the Dates



MICE TROPHY

Namibia

14. - 21. 02. 2023



Erleben Sie die faszinierende MICE-Destination Namibia im Rahmen der MICE Trophy vom 14. – 21. Februar 2023 hautnah. Gemeinsam mit weiteren sechs internationalen Partnern – DCT Abu Dhabi, STRproMice , Procolombia, Pro Sky, VisitOman, und dem Zambia Tourism Board – Namibia entdecken und zusätzlich über die Neuigkeiten aus den anderen Regionen informieren. So bietet sich nicht nur die Gelegenheit eine Destination kennen zu lernen, sondern gleich 6! Kommen Sie mit auf ein echtes Abenteuer, lernen Sie diese besonderen MICE-Destinationen kennen und erleben Sie echten Team Spirit auf der MICE Trophy Namibia.



Austria Center Vienna mit eindrucksvollem neuen Interieur

Österreichs größtes und wichtigstes Kongresszentrum, das Austria Center Vienna ACV in Wien, erscheint im neuen Antlitz: Bis Ende des Jahres sind Eingangshalle, Lounge-Bereiche der Ebene 1 und die Säle E und F erneuert. 19 Säle und 180 Meetingräume sowie rund 26.000 m² Ausstellungsfläche stehen zur Verfügung.



viert. Das neue Raumkonzept mit drei Räumen und zusammen 565 m² ermöglicht entweder eine einheitliche Veranstaltungsfläche oder einer Aufteilung in drei Säle für Breakouts, Workshops oder Seminare. Das Foyer davor misst 1100 m².

Ziel: Erlebniswelten schaffen

Künftig möchte man in Wien Kongresse nachhaltiger, hybrider und als einzigartige Festivals für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer veranstalten. Statt großer Hallen, in denen Stand an Stand steht, möchte das ACV exklusive Erlebniswelten ermöglichen. Die Kombination aus Sälen und Foyers, die mit Cateringstationen und angrenzenden Terrassen ausgestattet sind, bieten dazu ideale Möglichkeiten. Dazu kombiniert die Halle donauSE-

„**DIE EINGANGSHALLE IST** der meistvermietete Bereich in unserem Haus. Er dient nicht nur als Empfang, sondern auch als zentraler Ausstellungs- und Netzwerkbereich“, erläutert Susanne Baumann-Söllner, Vorstandssprecherin des ACV. Die angrenzenden Säle E und F sowie die Lounge-Bereiche der Ebene 1 sind ebenfalls modernisiert. Die alte Architektur stammte aus den 1980er Jahren. Heute stellen Eventplaner andere Anforderungen an ein modernes Konferenzgebäude. Daher ist die Beleuchtung auf LED geändert und die Klimatisierung erneuert. Variable Zwischenwände sorgen für flexibler nutzbare Räume.

Eingangshalle wird heller

Hellere Materialien sollen den einladenden Charakter der rund 1800 m² großen Eingangshalle des ACV auf der Ebene 0 verstärken. Neu installierte Hängepunkte ermöglichen noch attraktivere Standkonzepte und moderne Raum-in-Raum-Lösungen.

Die neue LED-Beleuchtung eröffnet flexible Lichtstimmungen. Hinzu kommen riesige digitale Brandingflächen für Bilder und Videos. Sie dienen der Nachhaltigkeit: Auf die Erstellung von kurzzeitig nutzba-

ren Postern kann dadurch verzichtet werden.

Die auffälligste Brandingfläche befindet sich in der umlaufenden Galerie-Brüstung zwischen den Aufgängen. Sie ist 2,02 Meter hoch und enorme 34,80 Meter breit. Die beiden LED-Banner unten sind jeweils 2,70 Meter hoch und 12 Meter breit.

Neues Design der Säle E und F

Neben der Eingangshalle befinden sich die Säle E und F. Sie messen jeweils 1100 m² und lassen sich jeweils durch eine Schiebewand in zwei Räume unterteilen. Wegen der Anbindung zur Eingangshalle werden diese Säle intensiv genutzt. Sie erhalten aktuell neue Wand- und Deckenpaneelen. Die Besucherbalkone wurden entfernt. Die Dolmetscher-Kabinen können flexibel genutzt werden.

Loungen in Ebene 1 flexibler nutzbar

Künftig gelangt man durch den Eingang 2 im neuen Zugangsgebäude über eine Rolltreppe direkt auf die Ebene 1. Der dortige Lounge-Bereich kann als Anmeldung und für Garderoben dienen. Die aktuelle Raumaufteilung wurde komplett reno-

GEL/X5 Indoor- und Outdoor-Flächen. Die Teilnehmer können sich am Vorplatz oder unter freiem Himmel vernetzen. Begrünte Terrassen und Außenflächen eignen sich wunderbar für Pausen, Abendevents und Sundowner-Partys.

Das emotionale Gesamterlebnis soll im Zentrum stehen, vergleichbar mit einer Kino-Produktion mit Podiumsdiskussionen, digitalem Bühnenbild, Krankamera und Teleprompter. Die Teilnehmer entscheiden, ob sie die Veranstaltung live im Publikum, in einem entfernten Kino oder zuhause am Bildschirm erleben möchten.

Das ACV hat im Jahr 2021 mit dem „Hybrid Circle“, der „Hybrid Sphere“ und dem „Hybrid Cube“ bereits drei Hybridformate entwickelt. Attraktive Bühnensettings und Inszenierungen sind mit den 244 m² LED-Fläche sowie auf 200 Monitoren im Innen- und Außenbereich realisierbar.

Für die Modernisierung des ACV ist ein Gesamtbudget von 25,1 Mio. Euro vorgesehen. Der Umbau startete im Sommer 2021. Das donauSEGEL/ Halle X5, der neue Panorama-Walk und das neue Zugangsgebäude sind bereits nutzbar. Ende 2022 soll alles komplett fertig sein. (hr)

Historisch charmant, enorm vielfältig | Von Anna-Lena Gras

Brügge ist wohl eine der charmantesten Städte innerhalb Europas. Das mittelalterliche Erscheinungsbild inklusive Kopfsteinpflaster, historischer Gebäude und der Kanäle, die sich durch die gesamte Stadt ziehen, vermittelt eine ganz besondere Stimmung. Und wer sich in Brügge von A nach B bewegen möchte, kann das hervorragend zu Fuß tun, denn der Stadtkern ist äußerst kompakt. Eine weitere Fortbewegungsmöglichkeit bieten natürlich die Kanäle. Neben regelmäßigen Rundfahrten können Gruppen Boote exklusiv mieten.



PASSEND ZUM FLAIR der Stadt präsentiert sich das Grand Hotel Casselbergh. Das Vier-Sterne-Haus liegt im Zentrum Brügges und wurde erst im April 2021 nach einer umfassenden Renovierung wieder eröffnet. Ein wichtiger Teil der Renovierungsarbeiten war die Realisierung eines Annex, der sich nun an die Rückseite der drei historischen Gebäude – aus denen das Casselbergh bisher bestand – anfügt. Wer allerdings hochmodernes Design erwartet, liegt falsch. Denn das neue Design-Konzept sollte sich an den historischen Gegebenheiten des Hauses orientieren. So bestimmen beispielsweise ausladende Kronleuchter, dunkle Holzmöbel und plüschige Ohrensessel immer noch das Bild.

Durch die Erweiterung zählt das Grand Hotel heute insgesamt 118 Zimmer und Suiten, die sich sowohl im historischen als auch im neuen Teil des Gebäudes befinden. Darüber hinaus verfügt der Veranstaltungsbereich über insgesamt neun Meeting- und Boardrooms mit einer Maximalkapazität von 160 Personen.

Nur einen kurzen Fußweg vom Casselbergh entfernt liegt das Guesthouse Barabas, ein kleines Restaurant, das Planer für die Abendgestaltung auf der Agenda haben sollten. Aufgrund der Nähe, und insbesondere weil das Casselbergh als Bed&Breakfast konzipiert ist, ist das Barabas ein guter Tipp.

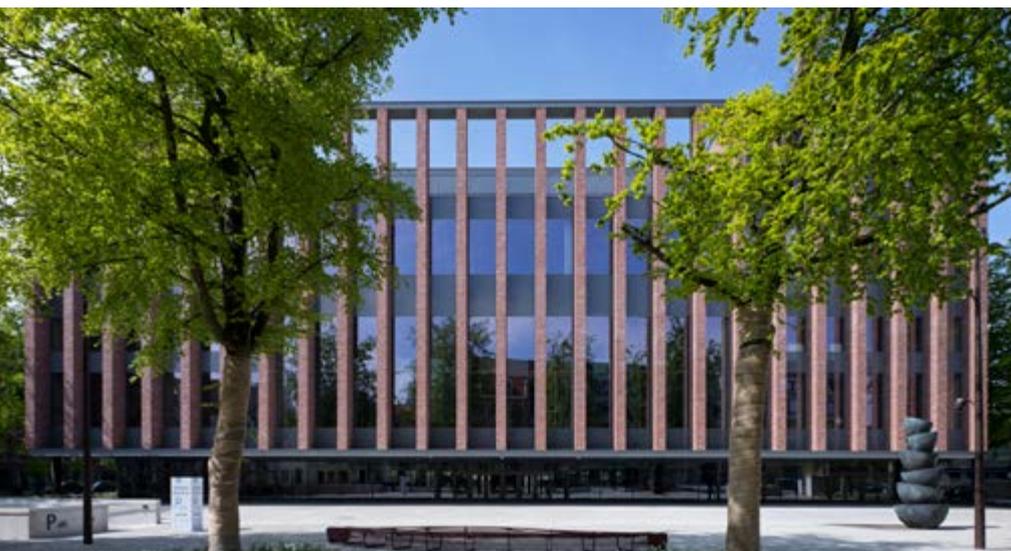
Das aus verschiedenen, miteinander verbundenen herrschaftlichen Gebäuden

Mit seinen Kanälen und den zahlreichen historischen Gebäuden präsentiert sich Brügge als charmantes Städtchen. Foto: Jan D'Hondt

bestehende Barabas liegt direkt an einem Kanal und bietet eine besonders gemütliche Atmosphäre. Die verschiedenen Räumlichkeiten können einzeln oder in Kombination genutzt werden, sei es für kleinere Meetings oder zum Dinner.

Empfänge im Stadthuis

Das Rathaus Brügges ist eines der ältesten Rathäuser auf dem Gebiet der ehemaligen burgundischen Niederlande und wurde zwischen 1376 und 1421 fertiggestellt. Das imposante Gebäude inspirierte unter an-



← derem die Architekten in Leuven, Gent und Brüssel für den dortigen Rathaus-Bau. Wer schon von der Natursteinfassade beeindruckt ist, wird sich im Inneren noch wohler fühlen. Über eine monumentale Steintreppe erreicht man den Gotischen Saal im ersten Stockwerk. Noch heute trifft sich der Brügger Gemeinderat einmal im Monat in dem historischen Raum, der durch die Wandmalereien aus dem 20. und das originale Holzgewölbe mit seinen polychromierten Konsolen aus dem 14. Jahrhundert einen ganz besonderen Charme ausstrahlt. Zusätzlich zu den politischen Terminen wird der Saal für Empfänge und zahlreiche Hochzeiten genutzt. Ein großer Vorteil: Das Interieur spricht für sich selbst, die Frage nach der passenden Dekoration erübrigt sich damit von selbst.

Mit dem Erdgeschoss und dem historischen Saal stehen weitere Räumlichkeiten zur Verfügung, die bei entsprechender Planung bespielbar sind.

Von der Geschichte und der historischen Architektur inspiriert

Viele Jahre fehlte der MICE-Landschaft in Brügge ein modernes Konferenzzentrum. Nach vielen Überlegungen wurde dann der richtige Ort für das neue Bruges Meeting & Convention Centre (BMCC) am Beursplein gefunden, das offiziell im Januar 2022 seine Türen öffnete. Ein gewichtiger Vorteil dieses Standorts ist die Lage und damit die Erreichbarkeit. Sowohl das Stadtzentrum als auch der Hauptbahnhof sind nur etwa zehn Gehminuten vom BMCC entfernt.

In puncto Architektur setzt das BMCC ein weiteres Highlight. Die Kombination aus

Glas, Stahl und dem für Brügge typischen roten Ziegelstein ist modern und schick, fügt sich jedoch zugleich in das historische Stadtbild ein. Zentrales Stilmittel auf der Kopfseite des Gebäudes ist der Wechsel zwischen mit Ziegelsteinen eingefassten Säulen und durchgehender Glasfront, die enorm viel Licht ins Innere gelangen lässt. Jedoch überzeugt das multifunktionale Convention Center nicht nur von außen. Die Möglichkeiten für Veranstaltungen im Inneren des Komplexes sind vielfältig. Betreten wird das BMCC durch die großzügige Entrance Hall, die einerseits selbst für Events bespielt, andererseits als klassische Registrierung oder Garderobe genutzt werden kann.

Direkt hinter dem Eingangsbereich liegt die 4.500 m² große Expo Hall. Neben Konzerten, Ausstellungen oder großen Konferenzen kann die Expo Hall als überdachter öffentlicher Platz fungieren. Wie das möglich ist? Die Glasfassade ist vollständig flexibel und lässt sich an den drei außenliegenden Seiten vollständig entfernen.

Wer die Wände stehen lässt, kann in Theaterbestuhlung bis zu 2.500 Personen in der Expo Hall platzieren. Die Decke mit einer Höhe von 7,5 m und mehreren Hängepunkten offeriert zudem viele Gestaltungsmöglichkeiten bei Produktpräsentationen.

Mehrere Stockwerke, weitere Möglichkeiten

Ein Stockwerk darüber befindet sich der Plenarsaal des BMCC. Auch dieser verfügt über ein eigenes Foyer (174 m²). Durch die bereits angesprochene Architektur fällt auf diesem Stockwerk ebenfalls sehr viel

Tageslicht ein. Bei Bedarf kann der Bereich jedoch per Jalousie verdunkelt werden.

Der Plenarsaal selbst bietet bei kompletter Nutzung 514 m² und ist in zwei gleich große Räume à 256 m² teilbar. Auch hier herrscht eine enorme Flexibilität im Raumdesign vor. So lassen sich die Sitzreihen ganz nach Bedarf gestalten: abfallende Sitzreihen, alles ebenerdig, mit oder ohne Bühne, Panel-Sessions, Gala-Dinner oder Cocktail-Empfang. Durch das moderne technische Konzept des Saales sind alle nur erdenklichen Bestuhlungsvarianten möglich.

Abgerundet wird das Raumangebot auf der ersten Etage durch vier Künstlergarderoben, ein PCO-Office und das AV-Backoffice.

Noch eine Etage weiter oben finden sich 12 modulare Meetingräume, die vom innenliegenden, 391 m² großen Foyer aus erreichbar sind. Durch die Modularität ergibt sich eine Maximalkapazität von bis zu 935 Personen bei Nutzung der gesamten Fläche dieses Stockwerks. Einzelnen betrachtet, variieren die Größen der Meetingräume zwischen 30 und 90 m². Alle Säle sind mit der Grundtechnik wie einem Screen und Projektor ausgestattet und verfügen durch ihre Anordnung über Tageslicht.

Die letzte Ebene des BMCC ist vorrangig Veranstaltungskonzepten vorbehalten, die mit Catering einhergehen. Denn hier ist eine vollausgestattete Catering-Küche untergebracht. Receptions, Partys, Dinner oder lockere Get-togethers sind auf dieser Etage genau richtig. Zusätzlich zu den 675 m² des Catering Rooms gibt es eine 176 m² große Terrasse.



Erst Anfang des Jahres öffnete das Bruges Meeting & Convention Center (BMCC) seine Türen für die MICE-Branche. Damit schließt das BMCC eine große Lücke im Portfolio der Stadt. Jetzt ist man hier auch für personenstarke Konferenzen bestens gerüstet: Grobzügige Ausstellungsfläche (4.500 m²) im Erdgeschoss, ein Konferenzsaal mit 514 m² im ersten Stock und vollkommen flexible Meetingräume unterschiedlicher Größe im zweiten Stock.

Allesamt lichtdurchflutet und an die neuesten technischen Anforderungen angepasst.

Fotos: Bruges Meeting & Convention Center

Neben zahlreichen und flexiblen Möglichkeiten im BMCC ist ein weiterer Pluspunkt der Rundum-Service, den das Team leisten kann, vom Event-Management über die technische Umsetzung und das Catering bis hin zur Logistik. Für nahezu jeden Bereich gibt es einen Partner vor Ort, der bei der Umsetzung der eigenen Veranstaltung zur Seite steht.

A Dinner in the park

Eine spannende Adresse für den Abend ist das 'T Fraeyhuis beziehungsweise der Garten dieses Boutique-Hotels. Unter den Zeldächern und mithilfe von Outdoor-Kaminen und anderen Wärmequellen kann man auch bei kälteren Temperaturen

noch ohne Probleme im Freien Platz nehmen. Je nach Gruppengröße kann entweder der ganze Bereich genutzt oder einzelne Tische reserviert werden. In jedem Fall eine sehr gemütliche Variante, den Abend ausklingen zu lassen.

Anzeige



MICE NOW

international. together

We build your brand in MICE!

www.micenow.net

Ein Abstecher in die Diamantenhauptstadt



Der Grote Markt ist das Zentrum der Altstadt Antwerpens. Bedingt durch die Entwicklung zur Handelsmetropole errichteten hier im 13. Jahrhundert reiche Kaufleute sowie bedeutende Gilden und Zünfte ihre Häuser. Foto: Sean Pavone / shutterstock.com

Bereits seit dem 16. Jahrhundert genießt Antwerpen den Ruf eines Diamantenzentrums. Noch heute werden 80 Prozent aller Rohdiamanten und etwa 50 Prozent aller geschliffenen Diamanten hier gehandelt. Neben den Diamanten ist die Stadt für ihre Vielzahl an Designern, und die weltweit renommierte Antwerpener Modeschule der Königlichen Akademie der Schönen Künste bekannt. Mit seinen mehr als 500.000 Einwohnern ist Antwerpen zudem die größte Stadt Belgiens und verfügt über den zweitgrößten Seehafen Europas in puncto Ladungsaufkommen.

VON ALLEN GROSSEN Städten Deutschlands aus ist Antwerpen hervorragend mit dem Zug erreichbar. Der Bahnhof Antwerpen-Centraal wurde 1905 offiziell eröffnet und gilt als einer der schönsten Bahnhöfe der Welt. Insbesondere die Wartehalle wurde sehr kunstvoll gestaltet. Somit stellt sich bereits die Ankunft in Antwerpen als ein Erlebnis dar.

In direkter Nähe zum Bahnhof findet sich auch gleich eine gute Hoteladresse: das NH Collection Antwerp Centre. Durch seine Lage ist das klassische Vier-Sterne-Haus ein sehr guter Ausgangspunkt für zahlreiche Aktivitäten in der Stadt und bietet mit seinen 186 Zimmern eine gute

Größe für MICE-Gruppen. Passend dazu gibt es insgesamt sechs flexibel gestaltbare Veranstaltungsräume, die sich allesamt

in einem Bereich im Erdgeschoss hinter der Lobby verteilen.

Ein zusätzlicher Pluspunkt ist die Nähe zum FMCCA, dem Flanders Meeting and Convention Center Antwerp. Das FMCCA ist seit seiner Eröffnung 2017 vor allem durch den markigen Slogan „Room with a Zoo“ bekannt – da das Convention Center Teil des Antwerpener Zoos ist, also ein mehr als passender Spruch. Insgesamt 19 verschiedene Räumlichkeiten finden



sich im FMCCA. Neben den historischen Räumen wie der Marble Hall (350 pax.) mit Blick auf den Zoo, der Darwin Hall (320 pax.) inklusive riesigem Bartenwal-Skelett an der Decke und kleineren Räumen wie dem Jacques-Kets-Saal mit 48 m² bietet insbesondere der moderne Teil des FMCCA Kapazitäten für große Konferenzen oder Veranstaltungen. Harmonisch aneinandergesetzt durch die ZOOgalerie (615 m²) und das großzügige Atrium (1.900 pax.), sind der historische Part des FMCCA und der moderne Teil miteinander verbunden. Neben mehreren kleineren Konferenzräumen auf den oberen Etagen ist vorrangig die Queen Elisabeth Hall im modernen Anbau des FMCCA angesiedelt. Das 1.842 m² große Auditorium erlaubt Konferenzen mit bis zu 2.000 Personen. Eine kleine Besonderheit sind die verstellbaren Decken-Paneele, die für eine hervorragende Akustik und Klangresonanz sorgen. Selbst Klassikkonzerte und Opern sind dadurch ohne Schwierigkeiten möglich.

Geschichte hautnah erleben

Eines der geschichtsträchtigsten Gebäude ist die Handelsbeurs Antwerpen, ihres Zeichens die erste Handelsbörse der Welt und Vorbild für viele weitere, die rund um den Globus folgten. Ursprünglich im 16. Jahrhundert erbaut, blickt das mittlerweile neogotische Gebäude auf eine bewegte Geschichte zurück. Bis sie zu ihrer heutigen Bestimmung als Eventlocation fand, brannte die Antwerpener Handelsbeurs zwei Mal vollständig aus und wurde jedes Mal wieder aufgebaut, das letzte Mal 1858. Im Anschluss entstand das heutige Gebäude nach den Plänen von Architekt Joseph Schadde. Das nächste einschneidende Jahr in der Geschichte ist 1997. Denn zu diesem Zeitpunkt zog die Handelsbeurs nach Brüssel und die Türen in Antwerpen schlossen sich für über 20 Jahre. Erst 2019, nach einer umfassenden Renovierung und Restaurierung, kehrte das Leben wieder zurück. Heute präsentiert sich die Handelsbeurs als vielseitiges Venue mit historischem Flair. Das absolute Highlight ist der Beursplein: das ehemalige Börsenparkett. Die 1.762 m² sind von einem kunstvoll gestalteten Kreuzgang umfasst, dessen Architektur sich bis ins Dachgewölbe zieht. Je nach Veranstaltungsart sind im historischen Ambiente bis zu 1.600 Personen möglich.

Wer nicht ganz so viel Platz benö-

tigt, aber auf das besondere Flair nicht verzichten möchte, findet auf der ersten Etage weitere Räumlichkeiten, wie den nach dem letzten Erbauer benannten Joseph-Schadde-Saal mit seinen 140 m² und ausgelegt auf 120 Personen. Ein bisschen kleiner sowohl in den Quadratmetern – 119 – als auch in der Maximalkapazität (100) ist die Violin Hall. Abgerundet wird das Angebot auf dieser Etage mit mehreren Breakout-Rooms zwischen 40 und 90 m².

Direkt angeschlossen an die Handelsbeurs, genauer gesagt in den Räumlichkeiten der ehemaligen Shippersbeurs, liegt das Restaurant Fiera, das im Italienischen übrigens Messe ebenso wie stolz bedeuten kann. Das Fiera ist eine sehr gelungene Ergänzung zur Handelsbeurs und kann dementsprechend auch exklusiv bespielt werden. Die Küche des Fiera ist von Geschmacksrichtungen aus der ganzen Welt inspiriert und bietet daher ein intensives Genuss-Erlebnis.

Erst kürzlich eröffnet

Ebenfalls mit der Handelsbeurs verbunden ist das Sapphire House Antwerp. Das zur Autograph Collection gehörende Haus eröffnete erst in diesem Jahr als neueste Ergänzung im Viertel um die ehemalige Börse. Das ehemalige Patrizierhaus wurde ursprünglich um 1500 erbaut und gehörte zum Besitz der Familie Du Bois. Doch bereits zwischen 1746 und 1750 wandelte die Familie das Anwesen in ein Hotel. Im „De Grooten Rubijn“ – zu Deutsch dem Roten Rubin und im Übrigen eine Anspielung auf Antwerpens Ruf als Diamantenstadt – nächtigten zahlreiche Gäste, bis im 19. Jahrhundert die Banque d'Anvers den Roten Rubin zu ihrer Hauptstelle machte.

Anknüpfend an die Tradition des Hauses sind die insgesamt 139 Zimmer nach verschiedenen Edelsteinen benannt, wie zum Beispiel Ruby Superior oder Sapphire Deluxe. Generell erinnert das Design des Hauses an das goldene Zeitalter Antwer-

pens. Es finden sich zum Teil original erhaltene Kamine aus dem 18. Jahrhundert, authentische Holzböden und hohe De-



cken mit kunstvollen Stuckarbeiten – ohne dabei überladen zu wirken – in Kombination mit viel Tageslicht und modernen Akzenten.

li. u.: Die Ankunftshalle des Bahnhofs Antwerpen-Centraal ist mehr als beeindruckend. Nicht umsonst gilt der Bahnhof als einer der schönsten der Welt. Foto: woodmonkey.be

o.: Angrenzend an den Antwerpener Zoo liegt das FMCCA. Eine der beeindruckendsten Möglichkeiten für Veranstaltungen ist die Marble Hall mit ihren 415m² und Kapazitäten für bis zu 350 Personen. Foto: FMCCA

u.: Die erste Handelsbörse der Welt ist heute fester Bestandteil des MICE-Portfolio Antwerpens. Historischer Charme inklusive. Foto: Tom Cornille



← Ein Kloster im Botanischen Garten

Mitten im Botanischen Garten von Antwerpen liegt das im 13. Jahrhundert erbaute ehemalige Kloster, das seit Anfang des Jahres seine Gäste als Botanic Sanctuary empfängt. Das erste Fünf-Sterne-Superior-Hotel Belgiens offeriert seinen Gästen ein wahres Kleinod inmitten des hektischen Treibens der Mode- und Diamantenmetropole. 108 Zimmer und Suiten verteilen

sich innerhalb des alten Gemäuers, die aufgrund der Architektur des Gebäudes alle etwas unterschiedlich sind.

Ähnlich abwechslungsreich präsentieren sich die kulinarischen Anlaufstellen des Boutique-Hotels. Gleich fünf preisgekrönte Köche haben sich im Botanic Sanctuary eingefunden und glänzen mit mehreren Michelin-Sternen und Gault-Millau-Hauben, dabei alle mit jeweils eigener Ausrichtung und eigenem Anspruch.

Aber nicht nur in puncto Küche präsentiert sich das Sanctuary als äußerst flexibel. 14 multifunktionale Konferenzräume mit bis zu 50 Personen finden sich unter dem historischen Dach. Die größten Kapazitäten entfallen dabei auf den Saal Amaryllis mit seinen 421 m². Ein Stockwerk darüber liegt mit dem Larix der zweitgrößte Raum mit immerhin noch 325 m². Eine kleine Besonderheit ist sicherlich die hauseigene Kapelle, die noch aus der Zeit der ursprünglichen Nutzung als Kloster stammt. Hier können sich jedoch nicht nur Paare das Jawort geben, die Kapelle kann ebenfalls für Produktpräsentationen, Ausstellungen oder Fashion Shows bespielt werden.

Apropos Kapelle beziehungsweise Kirche

Schon einmal an eine Kirche als Veranstaltungsort gedacht? In Antwerpen möglich! Unter dem Namen AMUZ fungiert eine ehemalige barocke Kirche aus dem 17. Jahrhundert heute als interessante Adresse für MICE-Planer. Zwar wurden die heiligen Insignien von der katholischen Kirche bei der Aufgabe des ehemaligen Gotteshauses entfernt, sonst ist aber alles genauso geblieben, wie es war, von der Orgel bis zur Kanzel – als würde morgen ein Gottesdienst stattfinden. Lediglich eine Bühne wurde eingezogen, um für Veranstaltungen und die regelmäßig organisierten Konzerte bestens gerüstet zu sein. Das ehemalige Kirchenschiff erlaubt Empfänge mit bis zu 500 Personen. In Theaterbestuhlung sind immerhin noch 391 Personen möglich. Ergänzend dazu gibt es das alte Foyer direkt daneben, das eigenständig für kleine Events genutzt werden kann oder in Kombination mit dem Kirchensaal als Garderobe oder Empfang.

Eintauchen in die Welt der Schokolade

Belgien und Schokolade sind wohl zwei nicht voneinander zu trennende Dinge.

Die belgische Schokolade genießt rund um den Globus einen sehr guten Ruf. In der Chocolate Nation, dem größten Museum belgischer Schokolade der Welt, gilt es alles zu diesem Thema zu entdecken. So können Besucher vor Ort nicht weniger als zehn verschiedene Geschmackssorten testen.

Wer tief in diese Schokoladenwelt eintauchen möchte, kann bei einer 60- beziehungsweise 90-minütigen Tour etwas über die Geschichte, die verschiedenen Aromen und Geschmäcker sowie die verschiedenen Herstellungsmechanismen lernen. Noch weiter vertiefen lässt sich dies in einem speziellen Workshop in einem der Ateliers vor Ort. Unter dem Motto „Von der Bohne bis zur Tafel“ können in Gruppen eigene Kreationen unter der Anleitung der Chocolatiers hergestellt und natürlich mit nach Hause genommen werden.

Allerdings eignet sich die Chocolate Nation nicht nur zur Gestaltung eines Rahmenprogramms. Denn das Gebäude in der Nähe des Antwerpener Hauptbahnhofs bietet auch vier Meeting- und Konferenzräume. Passend zum allgegenwärtigen Thema Schokolade sind die meisten Räume – außer dem Expo Room (150 pax.) – nach verschiedenen Kakaobohnen benannt. Die Räume Forastero, Criollo und Trinitario verfügen alle über etwa 100 m² und erlauben Events zwischen 30 und 90 Personen. Etwas intimer präsentieren sich die beiden Private-Dining-Bereiche, die sich entweder für zwei bis acht oder acht bis 24 Personen eignen.

Größere Gruppen können auf die normale Restaurantfläche ausweichen, die je nach Bedarf ebenfalls exklusiv gemietet werden kann.

o.: Das Sapphire House öffnete erst kürzlich seine Türen und verbindet Historie mit modernem Design. Foto: Sapphire House

mi. o.: Ursprünglich als Kloster erbaut ist das Botanic Sanctuary eine der Top-Adressen in ganz Belgien. Foto: Botanic Sanctuary

mi. u.: Das AMUZ ist eine ehemalige Kirche. Heute finden hier keine Gottesdienste mehr statt, sondern regelmäßige Konzerte und Events. Foto: AMUZ

u.: Schokolade als fester Bestandteil für's Event. Die Chocolate Nation in der Nähe des Bahnhofs bietet zahlreiche Möglichkeiten dafür. Foto: Chocolate Nation

BOE International überzeugt Branchenüberblick und Top-Rahmenprogramm

DIE BOE INTERNATIONAL geht vom 11. bis 12. Januar 2023 wieder in der Messe Dortmund an den Start und präsentiert ihre Kernkompetenzen in der Live-Kommunikation sowie dem MICE- und Business-Travel-Segment. Neben umfangreichen Informationen zu moderner Technik, Produkten, Locations und vielfältigen Dienstleistungsangeboten wird die Fachmesse für die Eventindustrie und das Erlebnismarketing umfangreich zu den Trends der Branche informieren. Im werthaltigen Rahmenprogramm erwartet die Messegäste ein inspirierender Know-how-Transfer und viele Anregungen: So beleuchten die zahlreichen Stages mit starken Keynotes und Expertenpanels sowie Interviews zu den aktuellen und zukünftigen Herausforderungen der Eventbranche. Fester Bestandteil sind auch in diesem Jahr die beliebten Guided Tours, sowie die Verleihung des BrandEx Awards, während das BrandEx Festival im Januar 2023 aussetzt.

Let's talk stage

Nachhaltigkeit ist ein Thema unserer Zeit, das aus der Veranstaltungsbranche nicht mehr wegzudenken ist. Aktuelle Themen und Auswirkungen auf die Veranstaltungswirtschaft wie etwa das Klimaschutzgesetz, die Reduktion der Treibhausgasemissionen bis zum Jahr 2030 um 55 Prozent und nachhaltige Lieferketten stehen im Mittelpunkt. Ebenso werden die Themen Kreislaufwirtschaft und Cradle to Cradle eine wichtige Rolle bei der Themenauswahl spielen.

Theorie. Praxis. Best Practise

Auf der Digital Stage erwartet die BOE-

Messegäste das Digital Forum, eine große Informationsplattform rund um die digitale Welt. An beiden Messetagen sind renommierte Fachleute aus der Veranstaltungs- und Digitalbranche zu Gast. Das in Kooperation mit der BOE von der IST-Hochschule für Management initiierte zweitägige Programm spannt einen thematischen Bogen von Social Media über KI und VR/AR bis hin zu begleitenden Themen wie Metaverse, Ethik im Netz, Profiling oder e-Sports.

Safety & Security Campus

Im Fokus des Campus stehen die aktuellen Themen Veranstaltungssicherheit und neue Trends sowie die Planung und Durchführung von Veranstaltungen. Fachleute sowie Interessierte kommen zu Fachvorträgen, Diskussionsrunden und Workshops zusammen. Der Bundesverband für Veranstaltungssicherheit (bvvs) und der Verband für Medien- und Veranstaltungstechnik e.V. (VPLT) sind für den Austausch vor Ort auf der BOE.

Vom Nachwuchs für den Nachwuchs

Die IST-Hochschule für Management bringt am Messe-Donnerstag die Junior Professionals der Eventbranche beim Forum Event in den Austausch. Fachkundige aus der Branche sind live auf der Bühne – und durch eine Kooperation mit Allseated gleichzeitig in einem Online-Stream. Geplant ist eine spannende Mischung aus



Foto: Messe Dortmund

Live-Vorträgen, Best-Practice-Beispielen, Expertenpanels und Q&A-Sessions zu aktuellen Themen der Event- und MICE-Branche.

Netzwerken im Fokus

Auf der Communication Stage wird ein breites Spektrum an Branchenthemen in unterschiedlichsten Formaten gezeigt. Besuchende der BOE können hier Vorträge und Diskussionsrunden erleben. Unterstützt wird die Communication Stage von der fwd: – Bundesvereinigung der Veranstaltungswirtschaft, Nextlive und dem bvik.

Die Zukunft des MICE-Business

Auf der MICE Stage treffen sich die Fachleute der MICE-Branche, um sich inspirieren zu lassen, sich auszutauschen und neue Ideen mitzunehmen. Die Kernthemen rund um künftige Messen, Meetings und Events werden in den Vorträgen, Best Cases und Panels behandelt. Zudem werden die Themen Catering und Personal 2023 besonders im Mittelpunkt stehen.

IMPRESSUM

Convention International | November 2022

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]

Anzeigen:
Stefan Zwingers

Korrektorat:
Kirsten Skacel, Lektorat Rotstift

Layout/DTP:
Caroline Minor

Titelfoto:
Mümmi Bulac

Druck:
LUC GmbH
Hansaring 118
48268 Greven

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

Nächste Ausgabe:
März 2023

Druckauflage:
10.000

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

Meet like a Rockstar

Die Marke Hard Rock ist schon allein aufgrund des Namens eng mit der Musik großer Legenden verknüpft. Genauso folgen die Konzepte in den Cafés rund um den Globus der Liebe zur Musik, aber auch zu herausragender Gastfreundschaft. Kein Wunder also, dass sich auch die Hard Rock Hotels, die mittlerweile mit mehr als 60 Standorten weltweit vertreten sind, der Hospitality voll und ganz verschrieben haben – für alle Gäste natürlich garniert mit der Rockstar-Attitüde, die mit der Marke Hard Rock einhergeht.



Die Marke Hard Rock steht seit jeher für den äußerst gelungenen Mix aus Hospitality und der Liebe zur Musik. Alle Fotos: Hard Rock Hotels

EINES DER ZIELE im Portfolio der Hard Rock Hotels ist Teneriffa. An der Südküste der Vulkaninsel liegt das Hard Rock Hotel Teneriffe, das mit seinen zwei Türmen und den großzügig angelegten Außenbereichen insbesondere in puncto Kapazitäten überzeugt.

Luftig, weitläufig und mit riesigen Glasfronten empfängt die Lobby die Gäste des Hauses. Selbst

bei Hochbetrieb wird es hier nicht trüblich. Ob Hoch- oder Nebensaison, wer mit einer MICE-Gruppe anreist, kann den separaten Check-in-Bereich nutzen, der

Zwei Hoteltürme beherbergen die 624 Zimmer des Hard Rock Hotel Teneriffe. Entsprechend großzügig sind die öffentlichen Bereiche gestaltet.

sich direkt neben der Lobby befindet. Damit ist die exklusive und reibungslose Anreise in jedem Fall garantiert. Ein weiteres Hard-Rock-„Schmankerl“: Wer mag, kann zur Anreise eine eigene Playlist, die im Vorfeld – passend zum jeweiligen Event-Thema – besprochen wird, spielen lassen. So können schon beim Betreten des Fünf-Sterne-Hauses die passenden Vibes kreiert werden.

Den richtigen Vibe treffen

Normalerweise dient Musik im Hotel der Untermalung und sollte am besten gar

nicht bewusst wahrgenommen werden. Das aber sieht bei den Hard Rock Hotels anders aus. Jeder Bereich hat seinen eigenen Vibe. Dafür gibt es sogar eigens den sogenannten Vibe Manager. Er sorgt dafür, dass in Bereichen wie Pool und Lobby immer die richtige Atmosphäre herrscht: von Lounge Musik am Pool über sanften

Pop in den Restaurants bis hin zu rockigen Klängen in der Lobby. Alles ist an Tageszeit und -stimmung angepasst und wechselt somit regelmäßig. Aber es ist hörbar, auf sehr angenehme, Hard-Rock-typische Art und Weise.

Mehr als 500 m² Konferenzbereich

Der gesamte Konferenzbereich des Hauses liegt im Erdgeschoss und ist nicht nur von innen, sondern auch von außen über einen separaten Eingang zugänglich. Ausgangspunkt ist die großzügige Lobby, die flexibel als Reception Area, Garderobe, Registrierung oder Check-in fungieren kann.

Der größte Saal mit dem für Hard Rock sehr passenden Namen Woodstock verfügt über 546 m², modernste Technik, fasst bis zu 500 Personen und ist in sich mehrfach teilbar. Sind alle Wände eingezogen, verteilen sich die Quadratmeter auf insgesamt fünf Räume zwischen 59 und 202 m² und sind einzeln ebenso wie in Kombination bespielbar. Dadurch ergibt sich für Planer eine große Varianz an Möglichkeiten in puncto Event-Design.

Für kleinere Konferenzen oder Board Meetings stehen außerdem zwei weitere Räume bereit, die ebenso mit neuester Technik ausgestattet sind und jeweils 25 beziehungsweise 27 m² Fläche bieten.

“More than a room to crash”

Das ist der offizielle Claim, wenn es um

die Zimmer der Hard Rock Hotels geht. Einerseits wird das schon bei der Verteilung zwischen Zimmern und Suiten der insgesamt 624 Einheiten – das Verhältnis liegt bei 365 zu 259 – deutlich, andererseits in der Ausstattung.

Alle Zimmer haben dieses spezielle Flair, es fühlt sich an als wäre man höchst-

auf den Atlantik und die Nachbarinsel La Gomera. Diese 154m² der Suite kann übrigens auch für Evens bespielt werden. Vom Cocktail-Empfang bis hin zu einer Art speziellem Krimi-Dinner. Fällt die Wahl auf Letzteres, arbeitet das Hotel eng mit einem örtlichen Theater zusammen, um das Erlebnis möglichst authentisch zu gestalten.



Stylish, viel Glas und der ungestörte Blick nach draußen. Die Lobby des Hard Rock Hotel Teneriffe geht nahtlos in die großzügige Terrasse über.

persönlich ein Rockstar. Das dunkle Grunddesign gekoppelt mit hellen Akzenten haben alle Zimmer gemein. So sind schwarze Bäder in Kombination mit hellen Wänden überall zu finden. Dabei beginnt die Größe der kleinsten Zimmer bei 35 m², die sich, unterteilt in Deluxe Silver, Gold und Platinum, jeweils nur im Ausblick von der Terrasse unterscheiden.

Wer auf den Standard noch etwas „draufsetzen“ möchte, kann sich für das Rock Royalty Level entscheiden. Grundsätzlich gibt es hier die gleichen Kategorien, aber mit einem gewissen Extra an Service. Inkludiert ist beispielsweise der Zutritt zur Rock Royalty Lounge, die sowohl Frühstück als auch über den Tag verteilt Snacks und Getränke für ihre Gäste offeriert. Alle Zimmer des Rock Royalty Levels sind in den oberen Stockwerken angesiedelt.

Das höchste der Gefühle ist die Rock Star Suite. Sie befindet sich im obersten Stockwerk des Hotels und bietet zwei Schlafzimmer, einen großzügigen Wohnbereich sowie mehrere Balkone mit Blick

Eines dieser Konzepte ist beispielsweise die Elvis-Party. Während der Show treffen die Gäste auf viele Stars aus der Ära des Kings. Schauspieler führen die Gäste durch den Abend und animieren zum Mitmachen. In jedem Fall ein Erlebnis mit unerwarteten Wendungen. Mehr wird an dieser Stelle jedoch nicht verraten.

Eine Gitarre oder eher ein Plattenspieler?

Ein besonderer Service der Hard Rock Hotels spiegelt die Liebe zur Musik noch einmal sehr deutlich wider. Alle Gäste können sich eine originale Fender-Gitarre inklusive Verstärker und Kopfhörern aufs Zimmer bringen lassen. Völlig kostenfrei. Lediglich eine Kautions ist notwendig. Wer nicht selbst musizieren möchte, kann sich auch für einen Plattenspieler entscheiden. Dann wird eine Auswahl an Vinyl-Platten direkt mitgeliefert.



Insgesamt fünf verschiedene Pools geben genug Raum zur Entspannung.

Kulinarische Vielfalt

Enorm vielfältig präsentiert sich die kulinarische Welt der Hard Rock Hotels. So auch auf Teneriffa: Schon alleine die insgesamt sechs Restaurants sorgen dafür, dass keine Langweile aufkommt. Asiatische Genüsse, italienische Küche, darüber hinaus ein Steakhouse oder das klassische Buffet-Restaurant – alles ist vertreten und innerhalb des Komplexes zu finden. Die neueste Addition ist das Le Petit Chef. Hierbei handelt es sich nicht nur um ein kulinarisches, sondern auch um ein visuelles Erlebnis. Mittels 3D-Projektions-show erscheint der kleinste Chefkoch der Welt auf den Tischen der Gäste und zeigt in kurzweiligen Clips, wie der jeweilige Gang kreiert wird. Die Show dauert etwa 2 Stunden und lässt sich für Gruppen hervorragend in das Programm einbinden.

Eine Lagune für die Veranstaltung

Neben vier weiteren Pools ist die Lagune

der wohl großzügigste Pool im Ensemble des Fünf-Sterne-Hauses. Wie der Name schon vermuten lässt, erinnert das Design an eine Lagune und ist sehr weitläufig gestaltet. Während Hotelgäste tagsüber ein Sonnenbad nehmen oder im Beach Club nachhaltige Fusion-Küche oder Cocktails genießen, kann der gesamte Bereich am Abend für Veranstaltungen genutzt werden. Ein großer Vorteil ist hierbei die für die wöchentlich stattfindenden Partys mit Live-Musik installierte Bühne inklusive Technik. Bei entsprechender Planung kann die Lagune auch exklusiv bespielt werden.

Ab aufs Dach

Eine zusätzliche Anlaufstelle für Open-Air-Events ist The 16th. Die Sky Lounge befindet sich im 16. Stock und ist im normalen Betrieb der Place-to-be für Sundowner und Cocktails am Abend mit Live-Musik. Auch dieser Bereich, der sich über die ge-



Dramatische Farbkombinationen bestimmen das Design in den Zimmern. Eben einfach "more than a room to crash". Fotos: Hard Rock Hotels

samte Länge des Hotelturms erstreckt, ist exklusiv beispielbar. Wer hingegen nicht den gesamten Platz benötigt, kann dennoch im 16. Stock Platz nehmen. Denn der hintere Bereich lässt sich ohne Probleme separieren und ermöglicht somit die nötige Privatsphäre für kleinere Gruppen. Service und Ausblick sind natürlich gleich.

Das Rahmenprogramm liegt direkt vor der Haustür

Teneriffa ist als Destination für MICE-Gruppen geradezu prädestiniert. Je nach verfügbarer Zeit und Umfang des Budgets können Rahmenprogramme jeglicher Art organisiert und realisiert werden. Von Wanderungen oder Schiffsexkursionen mit Walbeobachtung über Rundflüge mit Hubschrauber oder Kleinflugzeug bis hin zu Jeep-Rallyes ist alles auf der Insel möglich.

YESTERDAY'S CONNECTION MAKERS ARE TODAY'S CULTURE CREATORS

29 NOV - 01 DEC 2022
Barcelona, Spain

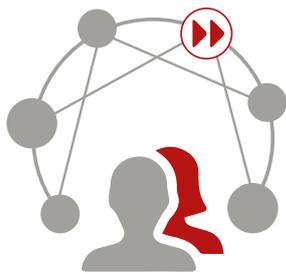


Register now

ibtm® WORLD

ibtmworld.com/ci

RX
In the business of
building businesses



Nachhaltigkeit als essenzieller Baustein für zukünftige Business Events

WIR BLICKEN EINER
in allen Lebensbe-
reichen komplexen

Zukunft entgegen – ökonomisch, sozial, politisch. Bei allen Herausforderungen und sicherlich auch schwierigen Aufgaben, die damit verbunden sind, entsteht daraus für die Veranstaltungswirtschaft zurzeit ein großer Möglichkeitsraum. Die Relevanz von Meetings, Tagungen und Kongressen ist ungebrochen: In einem vielschichtigen Umfeld mit globalen Herausforderungen wie Klimawandel und Pandemie bleiben sie eines der wesentlichen Instrumente zur Lösung komplexer Sachverhalte. Menschen, die im beruflichen Kontext zusammenkommen, sorgen für Wissenstransfer und die Bildung neuer Netzwerke. Business Events setzen wertvolle Impulse für wirtschaftliche, gesellschaftliche und politische Prozesse.

Zur Relevanz von Nachhaltigkeit in der Veranstaltungsbranche

Jedoch hat sich die Art und Weise wie Menschen im Business Kontext zusammen kommen in den letzten Jahren stark verändert. Insbesondere durch die Verzahnung der Megatrends Digitalisierung und Nachhaltigkeit sind neue Formate der Begegnung entstanden. Virtuelle und hybride Formate haben die Anforderungen an Event Locations strukturell verändert und gleichzeitig auch ein höheres Bewusstsein für nachhaltiges Handeln bei Business Events geprägt. 79 Prozent der im jüngsten Meeting- & EventBarometer 2020/2021 befragten Veranstalter gaben an, dass Nachhaltigkeit für sie eine wichtige Rolle spielt und ihre Entscheidungsfindung maßgeblich beeinflusst. Bei 55,7 Prozent der Anbieter zählt das Thema Nachhaltigkeit inzwischen fest zur Unternehmensphilosophie. Weitere 42,6 Prozent gaben an, dass sie die gesamtgesellschaftliche Verantwortung zu diesem Thema erkannt haben und nur 1,6 Prozent der Befragten erfüllen Aspekte der Nachhaltigkeit, weil sie so vorgegeben werden. Darüber hinaus nehmen 61 Prozent der Anbieter eine steigende Nachfrage im Bereich Nachhaltigkeit wahr. Anhand dieser Ergebnisse wird klar, dass nachhaltiges Handeln bei Business Events nicht länger optional ist,

sondern vielmehr ein notwendiger Bestandteil geworden ist.

Nachhaltig handeln: Maßnahmen und Initiativen

Das GCB German Convention Bureau e.V. engagiert sich schon seit vielen Jahren für nachhaltiges Wirtschaften, einen nachhaltigen Umgang mit Ressourcen und damit für ein nachhaltiges Leben. Bei seinem nachhaltigen Handeln berücksichtigt das GCB unter anderem die Einhaltung der Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen (SDG – Sustainable Development Goals) und nutzt diese als Orientierung, um zur Erreichung des globalen Ziels der Agenda 2030 beizutragen. Gemeinsam mit dem EVVC Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e.V. setzt sich das GCB seit langem für mehr Nachhaltigkeit bei Veranstaltungslocations und Veranstaltungen aller Art ein. Ein Baustein zur Fokussierung dieses Themas ist die seit über zehn Jahren stattfindende „greenmeetings und events Konferenz“ (gme), auf deren Basis nun die neue „Sustainable Events Conference – Shaping the Future“ (SECON) konzipiert wurde sowie der Nachhaltigkeitskodex fairpflichtet.

Die SECON feiert im Februar 2023 in Osnabrück mit neuem Namen und einer breiteren inhaltlichen Ausrichtung Premiere. Grundlage der Veranstaltung ist das ganzheitliche Konzept der Nachhaltigkeit mit seinen Herausforderungen und Potenzialen für die Veranstaltungswirtschaft. Neben der SECON bietet auch der Nachhaltigkeitskodex fairpflichtet konkrete Ansatzpunkte für nachhaltiges Handeln. Der fairpflichtet-Kodex ist bereits seit 10 Jahren ein idealer Ankerpunkt für alle Akteure am Tagungs- und Kongressstandort Deutschland, um sowohl ihr eigenes Engagement transparent darzustellen als auch Inspiration für andere zu bieten und zukunftsfähige Konzepte voranzutreiben. Um das Engagement in Sachen Nachhaltigkeit noch transparenter zu machen, hat das GCB neben eigenen Maßnahmen im November 2021 die Initiative „Net Zero Carbon Events“ als Partner unterzeichnet. Die Initiative wurde bei der UN-Klimakonferenz COP26 in Glasgow mit den ersten 100 Unterzeichner*innen offiziell gelauncht



und schreibt die Verpflichtung der Veranstaltungsbranche fest, ihren Teil zur Bewältigung des Klimawandels beizutragen. Damit übernimmt das GCB Verantwortung, das Ziel Netto-Null-Emissionen bis 2050 in der Veranstaltungsbranche bei Stakeholdern bekannt zu machen und voranzutreiben.

Wie unsere fluide Zukunft im Einzelnen auch aussehen wird: Es ist entscheidend, konsequent für nachhaltiges Handeln einzustehen, um so die ökonomische, ökologische und soziale Entwicklung voranzutreiben. Ebenfalls gilt es, die Folgen des Klimawandels nicht nur einzudämmen, sondern lösungsorientierte Maßnahmen und Strategien für zukünftigen Klimaschutz und mehr Nachhaltigkeit umzusetzen. Nachhaltiges Handeln gelingt jedoch nur mit gemeinsamer Kraftanstrengung aller Akteure am Standort Deutschland und wird damit zu einem wichtigen Faktor im globalen Wettbewerb.



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 für die Zukunft zu machen, z.B. durch den Innovationsverbund Future Meeting Space.

Foto: Partick Kuschfeld





In the heart of Frankfurt

Experience Smart Urban Living
at its best

Visit us at frankfurt.hilton.com

Hilton Frankfurt City Centre
Hochstrasse 4 | 60313 Frankfurt am Main | Germany
T: +49 (0) 13380 2220
E: sales.frankfurt@hilton.com



Sneak Preview: unsere neue **Halle 5**

Großartige Locations sind Sie ja von uns gewohnt. Da wir uns nie auf unseren Lorbeeren ausruhen, haben wir eine neue Halle gebaut – Halle 5. Flexibel und erweiterbar durch den direkten Zugang zum Congress Center und zur Halle 6. Jetzt sind Sie dran!

messe frankfurt