

convention INTERNATIONAL

DAS MAGAZIN FÜR VERANSTALTUNGSPLANER

Monaco





**BREMEN
BREMERHAVEN**
ZWEI STÄDTE. EIN LAND.



BREMEN UND BREMERHAVEN

**IHRE VERANSTALTUNGSPROFIS VOR ORT
VON DER BERATUNG BIS ZUR DURCHFÜHRUNG**

bremen-convention.de
mice-bremerhaven.de



Vorstellungskraft ...

... wohl eine der wichtigsten Eigenschaften, die Menschen besitzen können. Denn wer etwas Neues versuchen und (er-)schaffen will, etwas bewegen möchte, muss das Ergebnis bereits im Vorfeld vor Augen haben. Das gilt nicht nur für alle Lebenslagen, sondern eben auch für alle Berufsgruppen. Bestes Beispiel ist der Architekt, der eine konkrete Vorstellung davon haben muss, wie ein Gebäude, das noch nicht existiert, später einmal aussehen wird. Ähnlich ist es auch in unserer Branche. So muss der Eventplaner – und das egal auf welchem Gebiet – eine Idee in die Realität umsetzen. Ganz gleich ob es Konferenz, Produktlaunch, Gala-Event oder ein anderes Format betrifft. Vielleicht ist genau aus diesem Grund das diesjährige

Fokusthema der IMEX „Imagination“ so passend für die Branche.

Vorstellungskraft als Leitgedanke in allen Bereichen der Messe, um Ideen zum Leben zu erwecken, die Kreativität zu fördern und dafür zu sorgen, dass unsere Branche innovativ und flexibel bleibt.

Für Convention ein wirklich spannender Ansatz! Wir freuen uns einmal mehr auf den interessanten und konstruktiven Gedankenaustausch, den die IMEX alljährlich ermöglicht.

Besuchen Sie uns daher gerne an unserem Stand G412!

Awa-Lena Gras

Anzeige



GASTRONOMIE & EVENT
BREMER RATSKELLER

— SEIT 1405 —

Herzlich willkommen

zu Ihrem Event mit bis zu 600 Personen. An diesem einzigartigen Ort, am Bremer Marktplatz, vereinen sich über 600 Jahre Geschichte mit moderner Gastronomie. Wir verwöhnen Sie mit norddeutschen Klassikern, leichter und moderner Küche, herzlichem Service und einer einzigartigen Weinauswahl.



Am Markt | D-28195 Bremen | T +49 (0) 421 32 16 76 | F +49 (0) 421 33 78 121 | info@ratskeller-bremen.de | www.ratskeller-bremen.de

Inhalt

Mai 2019



www.convention-net.de

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

www.facebook.com/Convention.International



63

Nach aufwendiger Renovierungsphase des historischen Gebäudekomplexes eröffnete das The Capitol Kempinski Hotel im letzten Herbst in Singapur.

- 6 Monaco**
Perfekte Bedingungen für die MICE-Branche
- 18 MICE Trophy**
Die dritte Edition führt nach Südafrika
- 20 Congress Centrum Alpbach**
Nicht nur nachhaltig vorbildlich
- 22 Göran Göhring**
Live-Ergebnisse schaffen „Instagrammable Moments“
- 26 Carina Bauer**
Über Gleichstellung und Diversity in der MICE-Branche
- 29 IMEX**
„Imagination“ als Kernthema
- 32 Female Leaders**
Kati Rittberger, Geschäftsführerin von Xing Events
- 36 Events**
MeetGB fand zum zweiten Mal statt
- 38 Club Med**
All-inclusive-Lösung für die MICE-Branche
- 42 Christian Münch**
Über die Notwendigkeit, Events neu zu denken
- 48 Academic Venues**
Beispiel: Salzburg
- 52 Airlines**
Wenn die Business zur First Class wird
- 54 Dubai**
Der richtige Ort für Business-Events
- 56 Dormero**
Neue Betten in ehemaligen Komsumtempeln



In unserer Rubrik „Female Leaders“ stellen wir weibliche Führungskräfte der MICE-Branche vor. In dieser Ausgabe: Kati Rittberger, Geschäftsführerin XING Events

32



66

Die Kreuzfahrt-Industrie boomt. Aber kann auch der MICE-Markt davon profitieren? Wir haben uns mit Kaspar Behrens von Royal Caribbean Ltd. zu diesem Thema unterhalten.

Foto: Royal Caribbean Ltd.

- 58 Roth Catering**
Catering im Wandel
- 60 Rechtliches**
Was gibt es auf Geschäftsreisen zu beachten?
- 63 Kempinski**
Wiederbelebte Geschichte im besten Sinne
- 66 Royal Caribbean**
Kaspar Behrens im Gespräch
- 70 Nadja Kahn**
In Zeiten der Digitalisierung sehnen sich Menschen nach persönlichen Begegnungen

- 72 Events**
Global Meeting Exchange in Montreux
- 74 Cannes**
Wenn eine Stadt zur Bühne wird
- 80 Impressum**
- 82 Luppolds Lupe**
Nachgedacht und diskutiert: Szenarien der digitalen Begegnung



MORE THAN
MEETINGS

MEET US AT
**IMEX FRANKFURT
AUSTRIA STAND**

#E160



Salzburg is breathtaking sights and comprehensive scientific landscape.

Einstein wählte Salzburg um seine spezielle Relativitätstheorie der Weltöffentlichkeit zu präsentieren. Wenn Wirtschaft und Wissenschaft auf Kultur und Natur treffen, dann ist Salzburg im Mittelpunkt zu finden. Als beliebte Veranstaltungs-Destination punktet das vielfältige Bundesland bei Lage, Logistik und Kapazitäten.

Albert Einstein chose Salzburg to present his "theory of relativity" to the world. Today, Salzburg always takes center-stage when economics and science meets culture and nature. As a very popular conference destination Salzburg and its countryside excels with location, logistics and capacity.

Perfekte Bedingungen für die MICE-Branche |

Von Anna-Lena Gras



Eigentlich steht Monaco für Luxus und Prestige. In den Köpfen vieler ist der nur zwei Quadratkilometer große Küstenstaat absoluter Place to be. Nicht zuletzt durch die Hochzeit von Grace Kelly und Fürst Rainier III. in den 1950er-Jahren entstand eine Atmosphäre von Glamour, die Monaco bis heute umgibt. Sie ist ein wichtiger Teil dessen, was Monaco ausmacht – aber eben nicht alles.

DENN ABSEITS DER Welt der Reichen und Schönen und des luxuriösen Lifestyles präsentiert sich Monaco insbesondere für die MICE-Branche als interessante Destination. Kurze Wege – der gesamte Stadtstaat ist zu Fuß in kurzer Zeit zu durchqueren –, die hervorragende Infrastruktur, hohe Sicherheitsstandards und hochprofessionelle Anbieter vor Ort sind die offensichtlichen Vorteile, die das Fürstentum offeriert. Einer der MICE-Partner ist beispielsweise die SBM – Société des bains de mer. Unter dem Dach des vor

über 150 Jahren gegründeten staatlichen Unternehmens sind mehrere Casinos und Hotels vereint. Insbesondere im Hotelsektor punktet die SBM mit großen Namen. So sind auch das Hotel de Paris oder das Hotel Hermitage feste Bestandteile des Portfolios.

Letzteres wurde 1896 eröffnet und gehört seit 1928 zu SBM. Erbaut wurde es von dem monegasischen Architekten Jean Marquet, dessen Ziel es war, ein luxuriöses Hotel zu Monacos Küstenlinie hinzuzufügen – was ihm zweifelsfrei

gelingen ist. Heute liegt das Fünf-Sterne-Haus oberhalb des beeindruckenden Yachthafens und empfängt seine Gäste noch immer mit dem besonderen Flair der Belle Époque. Fast wie eine kleine Zeitreise fühlt es sich an, wenn man durch die großen gläsernen Eingangstüren eintritt. Unter dem Dach des imposanten Gebäudes warten insgesamt 278 Zimmer und Suiten, deren Einrichtungsstil ebenfalls an das vergangene Jahrhundert erinnert.

Direkt hinter der Lobby befindet sich der Saal Belle Époque. Dieser wird im re-



li.: Der zweitkleinste Staat Europas präsentiert sich als vielseitige MICE-Destination mit dem Blick für die Bedürfnisse der Branche. Foto: S-F/shutterstock.com

re.: Belle Époque in Kombination mit modernen Elementen: So präsentiert sich das Hotel Hermitage. Foto: SBM

gulären Betrieb als Restaurant genutzt, eignet sich aber auch hervorragend für Bälle oder Konferenzen. Der zum schützenswerten architektonischen Erbe Monacos zählende Saal fasziniert durch seine opulente Ausstattung und das nahezu royale Flair. Unterstützt wird dieser Eindruck von imposanten Kronleuchtern und den Stuck- und Fresko-Arbeiten an der bis zu sieben Meter hohen Decke.

Hinzu kommt eine riesige Terrasse mit Blick auf den Hafen, die durch ausladende Flügeltüren direkt begehbar ist und für Pausen oder kleinere Empfänge bespielt werden kann. In puncto Kapazität finden hier bei Mitnutzung der angrenzenden Regency Lounge, die im gleichen Stil gehalten ist, bis zu 450 Personen Platz.

Beeindruckendes Ambiente auch für kleinere Veranstaltungen

Farblich etwas heller gehalten und mit einer eigenen Terrasse ausgestat-

Erweiterung um den Salle Eiffel eine zusätzliche und völlig konträre Konferenzmöglichkeit geschaffen. Hier herrschen modernes Design und Funktionalität vor. Bei Konferenzbestuhlung fasst der 310m² große Saal bis zu 310 Personen und ist durch seine cleane Architektur sehr wandelbar. Um Gruppen, die die gesamte Kapazität benötigen, eine einfache An- und Abreise zu gewährleisten, wurde in diesem Teil des Hauses eine weitere Lobby geschaffen: Gruppen können in aller Ruhe einchecken, ohne dabei den regulären Hotelbetrieb zu stören – oder



tet ist der Salon Excelsior, der ebenfalls im Stil der Belle Époque gestaltet ist und jeder Veranstaltung etwas Besonderes verleiht. Bis zu 100 Personen sind bei einem Cocktailempfang möglich, für ein exklusives Dinner an Rundtischen bis zu 72. Wer den Saal ganz exklusiv buchen möchte, hat außerdem die Möglichkeit, einen separaten Eingang zu nutzen. Dieser führt von außen direkt auf die Terrasse und ermöglicht so eine vollständig autarke Veranstaltung.

Auch große Konferenzen finden ihren Platz

Insgesamt können Planer im Hotel Hermitage Monte-Carlo über 13 Meetingräume verfügen. Während die meisten dieser Räumlichkeiten mit ihrem royalen Charme überzeugen, wurde mit der

selbst gestört zu werden. Darüber hinaus befindet sich direkt vor der Tür ein Parkplatz für Busse – aufgrund der engen und kurvigen Straßen in Monaco wirklich erwähnenswert.

Sterne-Küche ebenfalls vorhanden

Das Le Vistamar ist eines der beiden Restaurants im Hotel Hermitage. Hier kocht Benoît Witz seit 2016 auf Sterne-Niveau für seine Gäste. Inspiriert von der mediterranen Küche, bringt er diese mit Blick auf lokale Zutaten und regionale Zulieferer auf den Teller: Sterne-Küche, die also auch unter dem Gesichtspunkt der Nachhaltigkeit überzeugt.

Ergänzt wird das ohnehin beeindruckende Portfolio der SBM mit dem neuen Konferenzzentrum One Monte-Carlo; →



es wird – direkt gegenüber dem Hotel Hermitage – in diesem Frühjahr seine Türen öffnen und sich über 1.400 m² im Herzen der Stadt erstrecken.

Klassisches Konferenzhotel mit Anschluss an Sporting Monte-Carlo

Am anderen Ende des Fürstentums und schon fast in Italien liegt das Monte-Carlo Bay Hotel & Resort. Das Vier-Sterne-Haus präsentiert sich als Top-Adresse insbesondere für Business-Gäste. Neben sehr großzügig geschnittenen Zimmern und Suiten, von denen es insgesamt 334 gibt, stehen 15 flexible Veranstaltungsräume zur Verfügung. Die größten Kapazitäten entfallen dabei auf den Salle America. Der 365 m² große Raum kann für verschiedenste Veranstaltungen zum Einsatz kommen und fasst je nach Bestuhlung bis zu 340 Personen. Bei Cocktailempfängen sind es noch 16 mehr. Für kleinere Meetings, insbesondere für Managementtagungen, steht der Salle Tugia bereit. An dem riesigen Konferenztisch aus Holz können bis zu 16 Personen Platz nehmen. Die imposanten Bogenfenster bieten Ausblicke sowohl auf die Stadt als auch das direkt vor dem Hotel liegende Mittelmeer. Etwas abgeschieden vom regulären Hotelbetrieb können auch sensiblere Themen in stilvoller und vor allem diskreter Atmosphäre diskutiert und erörtert werden.

Aber nicht nur die verschiedenen Meetingräume sind auf die Bedürfnisse von Planern abgestimmt. So ist beispielsweise das sehr großzügig bemessene Garteneareal – das an eine römische Parkanlage erinnert – mit all seinen Flächen für Veranstaltungen buchbar. Wer jetzt lediglich einen großen Pool erwartet, der irrt.

So verfügt der „normale“ Außenpool über eine (be-)schwimmbare Verbindung zum inneren Pool des Hauses. Hinzu kommt jedoch noch die sogenannte Lagune. Und dieser Name kommt nicht von ungefähr, denn der gesamte Boden dieses Bereichs ist mit Sand befüllt. So entsteht bei jedem Gast das Gefühl, im Meer zu schwimmen. Um diese ausladende Pool-Area gibt es verschiedene Liegeflächen, Sonnenterrassen und Wasserfälle. Insgesamt erstreckt sich dieser Garten auf vier Hektar. Durch die Großzügigkeit des Areals und die verschiedenen Bereiche eignet er sich ebenfalls für vielfältige Veranstaltungen. Von Produktlaunches über Fahrzeug-Präsentationen bis hin zu Beach-Partys wurde hier schon alles realisiert. Aufgrund der besonderen Stimmung kommt die Anlage darüber hinaus häufig als Kulisse für Foto-Shootings zum Einsatz.

Wer noch mehr möchte

Neben den großen Kapazitäten punktet das Monte-Carlo Bay mit seinem entspannten und modernen Ambiente. Die

großzügig gestalteten öffentlichen Bereiche sowie das Interior Design lassen Gäste auch im hektischen Arbeitsalltag zur Ruhe kommen. Drei Restaurants, die unter der Leitung von Chefkoch Marcel Ravin stehen, finden sich ebenfalls in den öffentlichen Bereichen. Alle drei folgen einem jeweils eigenständigen kulinarischen Konzept: von karibisch-mediterran im Blue Bay – übrigens mit einem Michelin-Stern ausgezeichnet – über einfache und schnelle Gerichte im L'Orange Verde bis hin zur Sommerküche des Las Brisas, das zwischen Juni und September seine Gäste auf der Sonnenterrasse des Hauses empfängt.

Direkt nebenan

Eine der wohl prestigeträchtigsten Venues an der Côte d'Azur befindet sich im Sporting Monte-Carlo, das in unmittelbarer Nachbarschaft zum Monte-Carlo Bay liegt. Der Salle des Étoiles, der ebenso wie das gesamte Gebäude zum Portfolio der SBM gehört, ist alljährlich Schauplatz der Gala des monegassischen Roten Kreuzes und des weltberühmten Rosenballs.

o.: Die großzügige Poollandschaft des Monte Carlo Bay eignet sich hervorragend für verschiedenste Veranstaltungsformate. Fotos: SBM

u.: Ohne Zweifel die prestigeträchtigste Location in Monaco: der Salle des Étoiles. Neben dem Rosenball finden hier zahlreiche Wohltätigkeitsveranstaltungen statt. Aber auch Planer können hier stilvolle Events realisieren.

Dieser wurde 1954 von Fürstin Gracia Patricia als Wohltätigkeitsveranstaltung ins Leben gerufen und versammelt seitdem alljährlich die internationale High Society in Monaco. Jedes Jahr wird der





FOR FREE

Save on your budget!

MEETING FACILITIES FREE OF CHARGE

When reserving and guaranteeing at least 300 rooms in our partner hotels via Davos Congress, we offer you the Congress Centre Davos free of charge!

Choose the world famous Congress Centre Davos, host of the World Economic Forum (WEF), as your event location and benefit from various additional services.

Information, terms & conditions: davos.ch/free

Convention Bureau Davos

Destination Davos Klosters // CH-7270 Davos Platz

Tel. +41 81 415 22 76 // sales@davos.ch // davos.ch/meetingplace



Ball unter ein anderes Motto gestellt, was nicht zuletzt die Wandelbarkeit des Salle des Étoiles verdeutlicht. Davon profitieren natürlich nicht nur die Gäste des Rosenballs, sondern auch Veranstalter, die sich für die Location entscheiden. Im Inneren erwartet Planer ein Saal, dessen Wände fast vollständig verspiegelt sind, lediglich unterbrochen durch bodentiefe Fenster und die jeweiligen Bühnenaufbauten. Die größten Musiker dieser Welt haben sich hier schon eingefunden, um ein Konzert zu spielen. Frank Sinatra, Whitney Houston, Elton John und Tina Turner standen bereits auf der Bühne des von Josephine Baker eingeweihten Saales. Die zwangsläufig hochwertige Sound- und Lichttechnik ist daher natürlich ein weiterer Pluspunkt für Planer. Die fast 1.000 m² des Salle des Étoiles sind absolut flexibel bespielbar und eignen sich für nahezu jede Art von Veranstaltung. Eine weitere technische Raffinesse: das Dach. Dort kommen Planern die etwa 300 Sonnentage des Fürstenstaates zugute. Denn das Dach des Salles des Étoiles ist als Schiebedach konzipiert. Bei entsprechender Wetterlage kann es also einfach geöffnet werden und ermöglicht dann, sowohl Open-Air-Konzerte, als auch Galadinner direkt unter den Sternen. Die Kapazitäten variieren zwischen 950 Personen bei Bankettbestuhlung oder Cocktailempfang und 328 Personen bei parlamentarischer Bestuhlung.

Weitere Möglichkeiten bei Sporting Monte-Carlo

Mit dem Salle des Palmiers steht ein weiterer Raum im Gebäudekomplex des Sporting Monte-Carlo zur Verfügung. Der eher als Konferenzraum ausgelegte Saal bietet auf seinen 590 m² in verschiedenen Bestuhlungsvarianten eine Kapazitäten-Range von 92 bis 700 Personen. Ein großer Pluspunkt ist hier die etwas zurückgesetzte Bar, die sich in einem Bereich mit bodentiefen Fenstern befindet. So lassen sich auch verschiedene Formate hervorragend miteinander verbinden. Abgerundet wird das Angebot im Sporting Monte-Carlo durch das Jimmy'z. Die knapp über 600 m² große Lokalität fungiert als Nightclub, der Partys mit bis zu 500 Personen ermöglicht. Damit finden Planer insbesondere in der Kombination aus Monte-Carlo Bay und Sporting Monte-Carlo alles, was sie für vielfältige, individuell gestaltete und ansprechende Veranstaltungen benötigen.

Das wohl markanteste Gebäude an der Küste Monacos

Direkt auf dem berühmten Felsen Monaco wurde vor über einem Jahrhundert das ozeanografische Museum erbaut. Prinz Albert I., Urgroßvater des heutigen Prinz Albert II., ließ es von Anfang an als der Kunst und Wissenschaft gewidmetes Bauwerk konzipieren. Bis heute ist dieser Grundgedanke erhalten geblieben: Die Menschen sollen das Leben der Weltmeere kennen und lieben lernen, um es entsprechend schützen zu wollen. Die beeindruckende Kulisse des Gebäudes mit seinen über 6.000 m² Ausstellungsfläche kann außerhalb der Öffnungszeiten für die MICE-Branche genutzt werden. Nahe-

Geschichte zurückblickt. Bereits 1886 erbaut, wurde es 2004 vollständig renoviert und verfügt heute über 125 Zimmer und Suiten. Trotz der zahlreichen Modernisierungen hat sich das Fünf-Sterne-Haus seinen traditionellen Charakter bewahrt und empfängt Gäste mit zeitloser Eleganz.

Für Planer stehen unterschiedliche Möglichkeiten bereit. So ist beispielsweise ein Teil der Lobby für kleinere Events nutzbar. Wer es etwas abgeschiedener möchte, kann sich in einen der sechs Konferenzräume zurückziehen. Kulinarisch schöpft das Metropole aus dem Vollen. Gleich zwei Restaurants sind mit Michelin-Sternen ausgezeichnet: Sowohl das japanische Restaurant Yoshi (1 Stern) als



Beeindruckende Kulisse: Das gesamte Ozeanografische Museum ist für Events bespielbar. Von der Dachterrasse über die Ausstellungssäle bis hin zu den Flächen um die Aquarien. Foto: Musée océanographique de Monaco

zu alle Bereiche des Museums lassen sich für Events privatisieren. Allesamt auf ihre eigene Art – und somit als beeindruckende Kulisse für jede Veranstaltung; sei es die Dachterrasse (500 pax.) mit Blick über Monaco, das Aquarium (800 pax.), die Haifischlagune oder die neue Schildkröteninsel auf der Panoramaterasse. Allerdings stehen ebenfalls mehrere klassische Konferenzräume bereit – wobei klassisch in einigen Fällen nahezu untertrieben ist. Wie im Falle des Salle Conférence, der für bis zu 500 Personen ausgelegt ist: Hier sind sowohl die Wände als auch die Decken mit Holz verkleidet. Generell herrscht ein sehr mondänes Ambiente vor, sodass sich der Salle zusätzlich hervorragend für Galadinner eignet.

Ebenfalls weit über ein Jahrhundert alt

Das Hotel Metropole Monte-Carlo ist ein weiteres Haus, das auf eine lange

auch das von der modernen französisch-mediterranen Küche inspirierte Joël Robuchon (2 Sterne) überzeugen und sind bei entsprechender Planung für Events exklusiv buchbar.

Frisch renoviert

Für die Sommersaison 2019 unterzog sich das Novotel Monte Carlo einer Frischzellenkur. Zimmer und öffentliche Bereiche wurden völlig neu gestaltet. Die wichtigsten Kennzahlen: Der Veranstaltungsbereich erstreckt sich auf insgesamt 246 m² und ermöglicht im größten Saal Konferenzen für bis zu 200 Personen. Insgesamt finden sich 15 Konferenzräume, die – auf verschiedenen Etagen des Hauses untergebracht – mit jeweils separaten Aufzügen problemlos erreichbar sind. Sehr praktisch für Planer ist die den Meetingkapazitäten angepasste Zimmeranzahl, die sich auf 218 beläuft. So können Veranstaltungen



Im Columbus wird jede Fläche bei Bedarf zur MICE-Spielwiese. Sogar die Suiten können für kleinere Meetings entsprechend umgestaltet werden. Gleiches gilt für Lobby, Restaurant und Terrasse. Foto: Columbus Hotel

sogar bei Maximalbelegung vollständig im Novotel realisiert werden.

Maßgeschneiderte Lösungen

Nicht unbedingt als klassisches Konferenzhotel präsentiert sich das Columbus Hotel. Es gibt lediglich einen fest installierten Boardroom für bis zu zehn Teilnehmer. Für alle anderen Veranstaltungen sind die Räumlichkeiten des Hotels allerdings so aufgestellt, dass nahezu alle Zimmer und Suiten ebenso wie der Lobby-, Bar- und Restaurantbereich individuell zur Veranstaltungsfläche konvertiert werden können. Und das wurde bereits mehrfach erfolgreich umgesetzt. Beispielsweise hat ein französischer Automobilhersteller die gesamte Lobby im eigenen Design gebrandet und das Hotel zur Präsentation eines neuen Modells genutzt.

Die Terrasse des Hauses, die direkt an das Restaurant angrenzt, ist für Veran-

staltungen ebenso hervorragend geeignet. Wie fast im gesamten Hotel kann auch hier das Mobiliar entweder flexibel arrangiert oder sogar vollständig entfernt werden. So steht Planern die gesamte Fläche zur Verfügung, die sich an die jeweiligen Kundenwünsche anpassen lässt.

Offiziell drei Sterne, dank des monegassischen Standards deutlich mehr

Das Columbus Hotel Monte Carlo wird offiziell als Drei-Sterne-Hotel gelistet. Durch den für Monaco typischen sehr hohen Hotel-Standard agiert das Haus in Fontvielle tatsächlich auf einem deutlich höheren Niveau. Insgesamt finden sich 181 Zimmer und Suiten, die sich auf neun Stockwerke verteilen und aufgrund der Architektur des Hauses in bis zu acht verschiedenen Kategorien rangieren. Eines haben allerdings alle gemein: modernes Design und Wohlühl-Atmosphäre.

Eine Markthalle fürs Event

Unterhalb des Prinzenpalastes und am Place d'Armes liegt der Condamine Market. Diese historische Markthalle ist bis heute ein Treffpunkt der Monegassen selbst. Hier wird entweder gegessen oder aber für das heimische Mahl eingekauft. Mehrere kleinere Geschäfte reihen sich in der 2012 vollständig renovierten Markthalle aneinander. Mit der Renovierung einher ging ein neues Nutzungskonzept. Trotz der sieben Öffnungstage pro Woche lässt sich die Markthalle für Events privatisieren. Ganz nach Bedarf können das gesamte Areal oder nur einzelne Teile genutzt werden. So individuell wie die einzelnen Geschäfte und Restaurants sind eben auch die Möglichkeiten vor Ort. Bis zu 600 Personen können in ungezwungener Atmosphäre gemeinsam schlemmen und einen tollen Abend verbringen. Getreu dem Motto „In Monaco ist alles möglich“ kann bei größerem Platzbedarf außerdem der Place d'Armes für Events genutzt werden. Daraus ergibt dann sich eine Maximalkapazität von bis zu 1.500 Personen.

Persönlicher Kontakt und flexibler Service

Wer auf der Suche nach einem maßgeschneiderten Programm für Gruppen ist, sollte sich die lokale DMC InspireME unbedingt merken. Unter der Leitung von Miek Egbert steht InspireME vorrangig für Events und Rahmenprogramme, die niemals nach Standard F geplant sind. Für die gebürtige Holländerin und ihr Team bilden innovative Konzepte und nicht standardisierte Abläufe die Basis ihrer Arbeit. Der Kundenwunsch steht immer ganz klar im Vordergrund und das entsprechende Erlebnis für die Teilnehmer an erster Stelle.

Anzeige

EVE NTS



UNIVERSUM®

Feiern oder tagen Sie inmitten unserer faszinierenden Ausstellung und erleben Sie das Universum® exklusiv!



Grimaldi Forum: Kein 08/15-Konferenzzentrum



Nicht nur die Architektur des Grimaldi Forum überzeugt: Auch bei den inneren Werten punktet das Konferenzzentrum im Herzen Monacos mit Blick auf das Mittelmeer. Foto: Grimaldi Forum

DURCH DIE RÄUMLICHE Überschaubarkeit im Fürstenstaat ist auch das Grimaldi Forum von nahezu allen Hotels aus fußläufig erreichbar. Wer nicht selber laufen möchte, kann die hervorragend organisierten öffentlichen Verkehrsmittel nutzen. Per Bus kommt man in Monaco problemlos fast überall hin.

Von außen betrachtet zeigt das Grimaldi Forum nur einen kleinen Teil des gesamten Konferenzentrums, denn der größte Teil des Gebäudes ist unter der Erde angelegt worden. Um aber auch die untersten Stockwerke mit Tageslicht zu versorgen, wurde die markante Glaskuppel errichtet, die als Dach fungiert.

Den Betreibern des Grimaldi Forums ist es wichtig, dass sich Veranstalter, Teilnehmer und Gäste gleichermaßen wohlfühlen. Es soll eine positive Arbeitsumgebung geschaffen werden, die wiederum zu effizienteren Meetings führt. Aus diesem Grund sind nahezu alle Flächen höchst flexibel gestaltet und für zahlreiche Formate adaptierbar. So kann beispielsweise der Bereich rund um den Haupteingang – mit dem klangvollen Namen La Grande Verrière – nicht nur für die Registrierung bei einer Großkonferenz genutzt werden, sondern auch als Ausstellungsfläche oder Networking Area. Die insgesamt 795 m² sind ganz nach Kundenwunsch gestaltbar und können bei Bedarf an das je-

weilige CI des Kunden angepasst werden. Diese Flexibilität gilt für fast alle Bereiche. Durch LED-Technik können sogar die Treppenstufen innerhalb des Grimaldi Forums auf die jeweiligen Firmenfarben abgestimmt werden.

Großzügige Ausstellungsflächen

Neben den gesamten Foyerflächen, die rings um die Treppen und jeweiligen Räumlichkeiten angeordnet sind, bietet das Grimaldi Forum zusätzlich separate und autark voneinander nutzbare Ausstellungshallen. So gibt es im Diaghilev Space, der direkt von der Princess Grace Promenade – der ebenfalls bespielbaren Außenfläche – aus erreichbar ist, 4.000 m²

Das Schiff, das niemals ablegte

DAS FAIRMONT MONTE CARLO mit seinen sieben Stockwerken ist direkt oberhalb des Meeres gebaut. Aufgrund dieser exquisiten Lage an der Küste des Fürstenstaates wurde das gesamte Design an das eines Schiffes angelehnt. Große Fensterfronten eröffnen den Blick auf das endlos wirkende Mittelmeer und im Inneren finden sich immer wieder kleine Details, die das Designthema aufgreifen; beispielsweise erinnern die Türen der Zimmer ebenfalls

an die eines Kreuzfahrtschiffes. Mit seinen insgesamt 602 Zimmern und Suiten gilt das Fairmont als eines der größten Luxushotels Europas und überzeugt damit – schon allein durch die Kapazitäten – ebenfalls aus planerischer Sicht.

autonome Ausstellungsfläche. Neben einer klassischen Messe sind außerdem Galadinner oder Cocktailempfänge in stimmiger Atmosphäre realisierbar. Weitere 4.000 m² offeriert der Ravel Space. Dank der Deckenkonstruktion aus Glas und Stahl samt bodentiefer Fenster fällt Tageslicht in den Raum. Dadurch ergibt sich wiederum eine vollständig flexible Nutzung der gesamten Fläche.

Abgerundet wird das Angebot durch die Räumlichkeiten „The Guelfe and the Génois“ mit jeweils 585 m² sowie das Indigo (800 m²).

Drei unterschiedlich große Auditorien

Während die meisten Konferenzzentren über ein Auditorium verfügen, finden Planer im Grimaldi Forum gleich drei. Der große Vorteil: Alle drei sind auf dem gleichen technischen Standard und unterscheiden sich lediglich durch ihr Fassungsvermögen.

Das größte Auditorium des Ensembles ist der Salle des Princes. Mit 1.800 Sitzplätzen eignet er sich hervorragend für teilnehmerstarke Konferenzen. Die 1.000 m² große Bühne war allerdings auch schon Schauplatz für Konzertproduktionen oder Produktlaunches. Sogar Autopräsentationen fanden auf dieser großen Bühne schon statt.

Für Veranstaltungen mit 1.000 Personen weniger ist der Salle Prince Pierre ausgelegt. Während Konferenzen hervorragend inszeniert werden können, eignet sich das mittlere Auditorium durch seine teilweise drehbare Bühne aber insbesondere für stimmungsvolle Präsentationen.

Das kleinste Auditorium ist für Veranstaltungen mit bis zu 405 Personen ausgelegt und bietet auch den kleineren Konferenzen eine professionelle Atmosphäre, inklusive fünf Dolmetscherkabinen.

Korrespondierende Meetingmöglichkeiten

Korrespondierende Meetingmöglichkeiten

Fast 3.000 m² Konferenzfläche stehen im Fairmont zur Verfügung, verteilt auf die Lobby-Ebene und den ersten Stock. Die

meisten Kapazitäten liegen allerdings im unteren Stockwerk, so auch einer der größten Ballsäle der französischen Riviera. Der Salle d'Or nimmt fast die Hälfte des gesamten Meetingbereichs ein und ermöglicht Konferenzen mit einer Teilnehmerzahl von bis zu 900 Personen.

Direkt angeschlossen an den Salle d'Or ist die Galerie Crystal, die nicht nur für Pausen, sondern auch für die Registrierung genutzt werden kann. Beeindruckende Randnotiz: Die Galerie verfügt über eine durchgängige Fensterfront mit Blick auf das Mittelmeer.

Ergänzt wird das Angebot auf dieser Ebene durch verschiedene kleinere Räume. So ist eine Veranstaltung mit mehreren Workshops gleichzeitig möglich. Hier variieren die Kapazitäten zwischen 2 und 320 Personen. Alle diese Räume sind natürlich ebenso einzeln bespielbar.

Im ersten Stock gibt es für Planer dann noch zwei weitere Räume, die durch ihre aneinandergrenzende Positionie-

in den Sommermonaten rund um den Pool inszeniert und ist nicht nur für Hotelgäste ein wahrer Pluspunkt. Denn die gesamte Pool-Area, die hoch oben im siebten Stock liegt, kann auch privatisiert werden. Atmosphäre und Ausblick sind geradezu prädestiniert für stillvolle Cocktailempfänge oder zwanglose Barbecues.

Kulinarische Erfahrung

Zudem beherbergt der siebte Stock das Horizon Restaurant. Während Hotelgäste hier hauptsächlich zum Frühstück oder Lunch verweilen, können Planer das Horizon insbesondere in den Abendstunden hervorragend nutzen, denn das Restaurant lässt sich ebenfalls für Veranstaltungen privatisieren.

Eine weitere kulinarische Adresse im Fairmont ist das Nobu. Weltweit bekannt und nur an ausgewählten Orten rund um den Globus angesiedelt, entschied sich Nobuyuki Matsuhisa – der



Wie ein Schiff wurde das Fairmont Monte Carlo seinerzeit von den Architekten geplant. Dieses zentrale Stilmittel findet sich daher in allen Bereichen des Hauses wieder. Foto: Fairmont Monte Carlo

rung sehr gut kombiniert werden können. Veranstaltungen mit bis zu 30 beziehungsweise bis zu 40 Personen sind hier möglich.

Hotspot Dachterrasse

Ein exklusiver Beachclub – genauer gesagt ein Nikki Beach – ist seit mehreren Jahren auf dem Dach des Fairmont zu finden. Die für Nikki Beach typische exklusive Atmosphäre wird alljährlich

japanische Spitzenkoch – ebenfalls für Monaco beziehungsweise für das Fairmont. Seine Küchenphilosophie – eine Mischung aus traditionellen japanischen Gerichten und peruanischen Einflüssen – nimmt Gäste mit auf eine interessante kulinarische Reise. Kleinere Gruppen können in zwei privaten Lounges ganz exklusive Dinner erleben und sich durch die vielfältige Speisenauswahl schlemmen.



TREFFEN SIE UNS AUF
DER IMEX FRANKFURT!
21. bis 23. Mai 2019
Deutschlandstand F-100-09



NEUER RAUM FÜR IHRE KONGRESSE UND TAGUNGEN

- Top-Location mit unterschiedlich großen Kongresssälen und Konferenzräumen
- Sieben neue, variable Räume im Congress Center Ost
- Neues, 2.000 m² großes Glasfoyer
- Direkte Anbindung an die Messehallen der MESSE ESSEN für begleitende Ausstellungen
- Individuelle technische Lösungen

WIR FREUEN
UNS AUF SIE
+49. (0)201.72 44-879

www.cc-essen.de



Schnelle und stilvolle Anreise

AM BESTEN ERREICHBAR ist Monaco über den Flughafen Nizza. Von allen großen Flughäfen Europas wird der Aéroport Nice Côte d'Azur regelmäßig angefliegen. Es gibt verschiedene Möglichkeiten, um die etwa 30 km lange Wegstrecke vom drittgrößten Flughafen Frankreichs nach Monaco zurückzulegen.

Während es mit dem PKW etwa eine halbe Stunde dauert, gibt es – passend zum Style Monacos – aber noch eine weitere, spezielle Option, die nur etwa sieben Minuten dauert. Denn direkt am Flughafen Nizza ist auch Monacair stationiert. Die Fluggesellschaft realisiert regelmäßige Transfers per Helikopter zwischen den beiden Küstenstädten. Neben regelmäßigen Flügen, die auch individuell gebucht werden können, bietet Monacair darüber hinaus für Gruppen privatisierte Helikopter-Transfers an. Durch die kurze Flugzeit und die relativ große Helikopter-Flotte können auch teilnehmerstarke Gruppen ohne Probleme bedient werden. Hinzu kommt der jeweilige –



und im Flugpreis inbegriffene – Transfer zu den Hotels im Fürstentum. Sicherlich ein Erlebnis, das Planer in Betracht ziehen sollten. Denn so wird schon der Weg zur Veranstaltung etwas ganz Besonderes!

Drei Fragen an ... Natascha Langhein, MICE Marketing Director beim Monaco Convention Bureau



Foto: Lieb Management

Natascha, was ist deine Aufgabe im Monaco Convention Bureau in Deutschland?

Wir von Lieb Management vertreten seit 2017 das Monaco Convention Bureau offiziell in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Meine Aufgabe ist es, Eventplaner dabei zu unterstützen, ihre Veranstaltungen in Monaco mühelos umzusetzen. Ich stehe jederzeit mit Ideen, Vorschlägen oder den richtigen Kontakten zu den Anbietern vor Ort bereit, hole bei Anfragen

Angebote ein, frage Verfügbarkeiten ab und unterstütze die Planung so lange, bis eine Entscheidung gefallen ist. Wichtig ist vor allem, dass – als staatliches Kongressbüro – unser gesamter Service immer kostenlos und unverbindlich ist. Wenn wir Angebote für Planer einholen, was Zeit und Nerven spart, geben wir die Preise direkt so weiter, wie wir sie bekommen.

Was sind deine Highlights im Fürstentum Monaco?

Ich liebe die vielen Kontraste auf nur knapp zwei Quadratkilometern. Ob noble Anreise per Helikopter mit Monacair oder schnell und einfach per öffentlichem Nahverkehr vom Aéroport Nice Côte d'Azur, ob Casual-Mittagessen mit den Monegasen in der Markthalle oder Lunch im weltberühmten Café de Paris (mit einer Pâtisserie, die man erlebt haben muss), heute Champagnertasting mit Meeresfrüchten und morgen Bierprobe mit Burgern und Pommes: Monaco steht für eine kreative Vielfalt auf kleinem Raum. Soll es das luxuriöse Strandresort sein oder das erste Boutique- und Lifestylehotel im Fürstentum? Die Auswahl ist riesig und man hat als Eventplaner immer dann den Überraschungsmoment auf seiner Seite, wenn Teilnehmer erwarten, dass in Monaco alles glitzert. Wir zeigen den Eventplanern gerne auch das wahre Leben im Fürsten-

tum, abseits der Klischees. Das mediterrane Wetter mit 300 Sonnentagen und die offene Kultur helfen natürlich auch dabei, sich direkt wohlfühlen.

Welche Hauptargumente sprechen deiner Meinung nach für Monaco als MICE-Destination?

Nach wie vor sind die schnelle Anreise, Sicherheitsaspekte und das Budget die Hauptargumente bei der Destinationsauswahl. Der internationale Flughafen in Nizza ist nach den Pariser Flughäfen der drittgrößte in Frankreich und verbindet alle großen europäischen Hubs und die meisten Städte in Deutschland direkt mit der Côte d'Azur. Die kurze Flugzeit von einer Stunde ab München finde ich jedes Mal wieder unschlagbar. Monaco liegt nur 25 km oder eine halbe Stunde Transferzeit vom Flughafen entfernt und gilt als eines der sichersten Länder der Erde. Außerhalb der Hauptsaison bekommen Eventplaner fantastische Angebote, die meistens günstiger sind als beispielsweise in Barcelona. Mit mehr als 2.500 Hotelzimmern gelingt es uns, auch kurzfristige Gruppen unterzubringen. Leider hat Monaco noch immer das Image, zu teuer zu sein. Ich kann nur jedem Planer raten: Probiert es aus und schickt mir eure Anfragen, vielleicht können wir euch überraschen!

HOCH HINAUS IN BASEL.



Wussten Sie, dass sich in Basel das höchste Gebäude der Schweiz befindet und die Stadt über das flächenmässig grösste Kongresszentrum sowie die grösste Museumsdichte des Landes verfügt?

Die zentrale Lage, die erstklassige Verkehrsanbindung und die moderne Infrastruktur machen Basel zu einer der bedeutendsten Messe- und Kongressstädte Europas. Besucher und Veranstalter schätzen zudem die kurzen Wege innerhalb der Stadt. Als neutrale Organisation berät Sie das Convention Bureau von Basel Tourismus kompetent und unentgeltlich zu sämtlichen Aspekten rund um Ihren Kongress.

Frank Blumenthal verstärkt als CFO die Geschäftsführung der Althoff Hotels



Foto: Althoff Hotels

Die Althoff Hotels berufen **Frank Blumenthal** als Chief Finance Officer und erweitern damit gleichzeitig die Geschäftsführung. Frank Blumenthal wird als Geschäftsführer der Althoff Hotels verantwortlich zeichnen, neben Thomas H. Althoff, CEO, Firmengründer und Inhaber, Elke Diefenbach-Althoff, Inhaberin und Geschäftsführerin, und Andreas Schmitt, COO und Geschäftsführer.

Frank Blumenthal war zuvor bei einer bekannten Baumarktkette tätig. Dort war er 13 Jahre lang als CFO für die Bereiche Finance, Controlling/Warenwirtschaft, IT, Personalwesen, Logistik sowie Organisation und Revision, bei einem Umsatz von ca. einer Milliarde verantwortlich.

„Wir freuen uns sehr, dass wir Frank Blumenthal für die Geschäftsführung der Althoff Hotels gewinnen konnten“, so Thomas H. Althoff, Firmengründer und Inhaber der Althoff Hotels. „Mit ihm können wir die Expansion unserer drei Marken weiterhin sicher vorantreiben.“

Alper Can Bulcum leitet San Clemente Palace Kempinski in Venedig



Foto: Kempinski

Der neue General Manager im venezianischen Luxusresort San Clemente Palace Kempinski, das einzigartig auf einer Privatinsel nur zehn Minuten vom Markusplatz entfernt liegt, heißt **Alper Can Bulcum**. Der gebürtige Türke war zuvor General Manager im The St. Regis, Istanbul und blickt auf 30 Jahre Berufserfahrung in der Türkei und im Ausland zurück.

Zu Beginn seiner Karriere war Bulcum in verschiedenen Positionen im Revenue Management bei The Ritz Carlton in Istanbul und Bahrain tätig, gefolgt von zahlreichen Führungspositionen in renommierten internationalen Hotelgruppen. So hat der global erfahrene Hotelier bei den Eröffnungen, Renovierungen und Neupositionierungen von Hotels wie dem Hyatt Baku, dem Intercontinental in Almaty, der Wyndham Gruppe Istanbul, dem Regent Almaty und dem Madinat Jumeirah in Dubai mitgewirkt.

Wichtige Anerkennungen seiner Karriere waren der Titel des GM des Jahres bei der Wyndham Hotel Group EMEAI oder die Auszeichnung des Hotels Jahres unter den Marriott Luxury Brands. Alper Can Bulcum ver-

fügt über einen Abschluss in Hotel Management der Hacettepe University in Ankara und spricht fließend Englisch und Türkisch.

Olivier Gerber ist General Manager des ALEX



Foto: Campbell Gray Hotels

Das exklusive Alex Lake Zürich, welches im Sommer 2019 am westlichen Ufer des Zürichsees eröffnet, hat mit **Olivier Gerber** den perfekten Gastgeber gefunden.

Olivier Gerber blickt auf eine beeindruckende Laufbahn in der Luxushotellerie zurück. Bevor sein Weg ihn zu den Campbell Gray Hotels führte, war er Director of Sales & Marketing im renommierten Badrut's Palace Hotel in St. Moritz. Zuvor zeichnete er als General Manager des Hotel Marktgassee in Zürich verantwortlich, welches er seit der Eröffnung begleitet hat. Im Four Seasons Hotel Mailand sammelte er 15 Jahre lang wertvolle Erfahrungen in diversen Departments sowie später als Food & Beverage Manager und Director of Sales & Marketing. Seinen Einstieg in die Hotellerie begann Gerber mit einem Bachelorabschluss in International Hospitality Management an der renommierten École hôtelière de Lausanne.

Matthias Thoben zum Vorstandsmitglied der IGWW gewählt



Foto: Engelmann Messe und Design GmbH

Matthias Thoben wurde am 11. April 2019 in Hannover als neuer FAMAB-Vertreter in den Vorstand der Interessengemeinschaft Veranstaltungswirtschaft e.V. (IGWW) gewählt. Ziel der IGWW ist die Förderung der Qualität und Sicherheit in der Veranstaltungsbranche, insbesondere durch die Etablierung von Qualitätsstandards für Praxis, Ausbildung und Organisation. Thoben wird in seiner neuen Funktion die Interessen des FAMAB vertreten und seine umfangreiche Expertise im Bereich Messebau und Design in die Arbeit mit einfließen lassen.

„Ich bin sehr froh darüber, dass wir die IGWW nach vielen Jahren der eher informellen Zusammenarbeit nun offiziell und professionell aufgestellt haben. Standards, Aus- und Weiterbildung und der Austausch unter den Verbänden sind insbesondere in unserer schnellen und kurzfristigen Dienstleistungsbranche wichtig. Von meinem Verband FAMAB in die IGWW entsandt zu werden, ist für mich eine Anerkennung und Verpflichtung gleichermaßen. Große Aufgaben liegen vor uns – ich freue mich darauf.“

TAGEN AB € 49,-
PRO PERSON

WIR SEHEN UNS
AUF DER IMEX:
HALLE 8 / F100-19



TAGEN UND FEIERN



Mit **SMART Tagen und Feiern** bieten Ihnen die ATLANTIC Hotels eine umfassende Veranstaltungsplanung, bei der Ihre Wünsche stets im Mittelpunkt stehen. Ob privat oder geschäftlich, elegant oder leger – unsere qualifizierten Mitarbeiter legen großen Wert darauf, dass jedes Detail zu Ihrem individuellen Veranstaltungsformat passt.

Wir arbeiten ausschließlich mit regionalen Partnern zusammen. Durch die ISO-Zertifizierung unserer Managementsysteme ist die ständige Weiterentwicklung unserer hohen Qualitätsstandards garantiert.

Erfahren Sie mehr: atlantic-hotels.de



ATLANTIC
HOTELS



Ankunft in Südafrika

Ankunft* mit South African Airways in Johannesburg
Willkommensempfang im Michelangelo Hotel, Santon
Abendessen im Four Seasons Hotel, Westcliff
*Abflug am 23.06.2019 von Frankfurt & München

24.
Juni



#Micetrophysa

Johannesburg
Mice-Trophy-Challenge
Mittagessen in Maboeng

25.
Juni



Pilanesberg Nationalpark

Transfer zur Bukaku Lodge, Pilanesberg
Pirschfahrt am Nachmittag

26.
Juni



JETZT ANMELDEN !

Interessenten können sich bei Anja Dickmann-Schüler unter adickmann-schueler@tmc-agentur.de informieren und anmelden. Die Teilnahmegebühr beträgt 550 €. Aufgrund der begrenzten Teilnehmerzahl behalten sich die Gastgeber ein Auswahlrecht vor. Die Teilnahme gilt erst nach schriftlicher Rückbestätigung als gültig.



**27.
Juni**

Pilanesberg Nationalpark

Workshops der Partner-Convention-Bureaux
Mittagessen in Moruleng
Pirschfahrt am Nachmittag



**28.
Juni**

Tag der Abreise

Pirschfahrt am Morgen, anschließendes Frühstück
Mittagessen beim Rovos Rail
Rückflug mit South African Airways



TERRA NOVA
Destination Management Southern Africa


SOUTH AFRICAN AIRWAYS
A STAR ALLIANCE MEMBER 



Sponsoren & Operating Partner

DCT Abu Dhabi, Namibia Tourism Board, Procolombia,
Singapore Tourism Board, South African Airways,
Terra Nova, Tourism Marketing Communication

Nicht nur führend beim Thema Nachhaltigkeit



Mit Verstand gebaut: Das CCA wurde vollkommen in die umliegende Natur integriert. Foto: Senfter

SEIT SEINER ERÖFFNUNG 1999 gilt das Congress Centre Alpach – kurz CCA – als Vorzeigebispiel in puncto Nachhaltigkeit. Zahlreiche Auszeichnungen wie das Österreichische Umweltzeichen oder die Green-Globe-Zertifizierung des EVVC zeugen von der Ernsthaftigkeit, mit der dieses Thema hier behandelt wird. Mit der Erweiterung 2016 wurde die ohnehin schon gute Energiebilanz noch weiter verbessert. Die installierte Wärmepumpe beispielsweise sorgt nicht nur für die Beheizung im Winter, sondern auch für die Kühlung im Sommer. So gelingt ein sehr ressourcenschonender Betrieb des gesamten Konferenzentrums. Aber auch im Bestand wird immer wieder nachgebessert. So wurden unter anderem die Glasscheiben im markanten Kegel, der die Mitte des CCA markiert, erneuert. Dadurch ist gewährleistet, dass es auch an heißen Sommertagen angenehm kühl im Inneren des Gebäudes bleibt.

Darüber hinaus steht die Zusammenarbeit mit regionalen Zulieferern, die ebenfalls mit dem Österreichischen Umweltzeichen ausgezeichnet wurden, im Fokus. Kurz gesagt ist das CCA ein Best-Practice-Beispiel für nachhaltiges Tagung und Green Meetings. Was man dadurch allerdings fast übersieht, ist die beeindruckende Veranstaltungstechnik, die mit der Erweiterung ebenfalls Einzug gehalten hat.

Eine Tour durch die Konzertsäle der Welt

Alljährlich im August findet das zweiwöchige Europäische Forum Alpach im

CCA statt. Während dieser Zeit stehen zahlreiche Kulturveranstaltungen auf dem Programm, die für die Teilnehmer organisiert und meist im Elisabeth-Herz-Kremenak-Saal abgehalten werden. Eine dieser Veranstaltungen 2016 hieß „In 80 Minuten um die Welt. Mehr als ein Konzert“. Es handelte sich dabei um ein Klassik-Konzert, allerdings mit einer Besonderheit, die ausschließlich aufgrund der hervorragenden Tontechnik möglich wurde: Per Knopfdruck kann nämlich die Akustik im Raum so verändert werden, dass sich die Zuhörer – zumindest in puncto Hörerlebnis – in den größten Opernhäusern dieser Welt wiederfinden. Von der Oper in Sydney über die Met in New York: Alles ist machbar. Möglich wird dies mit Amadeus Active Acoustics.

Durch mehrere Mikrofone im Saal wird sowohl der direkte Schall von der Bühne als auch der diffuse Schall aus dem Zuhörerraum aufgenommen, im System entsprechend verarbeitet und dann über insgesamt 62 Lautsprecher, die in gleichem Abstand in den Wänden ebenso wie der Decke installiert wurden, wieder in den Raum zurückgebracht. Aufnahme und Abgabe des Schalls geschehen fortlaufend, wodurch eine regenerative Rückkopplungsschleife entsteht. Durch diese technische Finesse können beliebige Akustik-Szenarien im Raum geschaffen werden, ganz gleich ob Klassik-Konzert, Kirchenchor-Darbietung oder Pop-Konzert.

Akustisches 3-D-Erlebnis fürs Event

Aber nicht nur die Akustik kann mit Amadeus verändert werden. Durch die hochmoderne Technik lassen sich im Elisabeth-Herz-Kremenak-Saal zusätzlich akustische 3-D-Erlebnisse kreieren. Was darunter zu verstehen ist? Realistische, akustisch wahrnehmbare Situationen. Einfach gesagt: ein deutlich ausgereiftes Dolby-Surround-System. Die dreidimensionalen Klangszenen ermöglichen es dem Publikum, die Klangquelle an ihrer tatsächlichen Position wahrzunehmen und nicht dort, wo sich der eigentliche Lautsprecher befindet – sicherlich ein Feature, das sich gerade für Produktpräsentationen besonders eignet. Unterstützt werden die akustischen Erlebnisse durch die riesige Leinwand an der Rückseite der Bühne. (ag)



Hell, modern und vollkommen flexibel. Das CCA präsentiert sich als exzellente Location. Foto: Senfter

It's a Bleisure – schöner tagen mit Amadria Park

Die kroatische Hotelmarke als perfekter Partner der MICE-Branche



MIT MODERNEN Veranstaltungsorten und erstklassigen Hotels in Šibenik und Opatija, zwei der schönsten Destinationen an der Adriaküste sowie in der charmanten Hauptstadt Zagreb, bietet Amadria Park eine Vielfalt an Möglichkeiten, Business und Leisure kreativ zu verbinden. Flexible, technologisch bestens ausgestattete Locations, unterstützt durch hervorragende Unterkünfte und vielseitige Angebote für Gastronomie, Unterhaltung, Sport und Wellness, garantieren erfolgreiche Konferenzen, Events sowie Incentives, die die Teilnehmer begeistern.

Moderne, lichtdurchflutete Architektur kennzeichnet das 2017 eröffnete **Convention Centre Šibenik**, das erste und zugleich größte Convention Centre in Kroatien. Elf hochmoderne Tagungsräume sind auf drei Ebenen verteilt, wobei jede Etage eine andere Funktion erfüllt. Im Erdgeschoss befindet sich der größte Veranstaltungssaal des Adriaraumes mit einer Kapazität von 1.500 Plätzen. Mit vielseitigen Event-Locations erweitern die Amadria Park Hotels Ivan, Jure und Niko die Wahlmöglichkeiten für MICE-Veranstalter. Außergewöhnliche Locations vor Ort verleihen geschäftlichen Events einen individuellen Charakter und eignen sich für Formate wie Themenabende, Preisverleihungen, Networking Events und vieles mehr. Dazu gehören das dalmatinische Ethnodorf, der luxuriöse En Vogue Beach Club und der neueste Veranstaltungsort – der mediterrane Platz mit rustikalem Marktplatzzambiente.



In Opatija haben Eventplaner die Wahl unter mehreren Optionen. Der **Conference Park 25/7** ist der modernste Veranstaltungsort von Amadria Park und bietet auf drei Stockwerken neun multi-flexible Tagungsräume mit moderner Tagungstechnik. Mit den drei Formaten „Sea Office“, „Out of Office“ und „Market“ hebt der Conference Park 25/7 sein MICE-Angebot auf ein neues Level. Die Amadria Park Hotels Milenij, Royal und Grand Hotel 4 Opatijska Cvijeta können ebenfalls großzügige Räumlichkeiten für hochkarätige Events zur Verfügung stellen. Auch in Opatija erweitern besondere Locations das Portfolio. Der Royal Square eignet sich für Ausstellungen, Produktpräsentationen oder Cocktail-Empfänge unter freiem Himmel, die Gastro World für ein regionales Gourmet-Erlebnis und der Royal Beach für ein Get-Together mit traumhafter Kulisse.

Für exklusive Meetings in Zagreb ist das Heritage Hotel Amadria Park Capital die ideale Adresse. Der elegante Capital Business Salon und die Capital Private Club Lounge überzeugen mit beeindruckendem Art-Deco-Design und VIP-Service. Im Capital Meeting Room finden bis zu 135 Tagungsgäste Platz.

Perfekte Infrastruktur und professionelle Organisation sind die Basis einer erfolgreichen Veranstaltung. Zu einem echten WOW-Erlebnis wird ein Event erst durch die einmaligen Rahmenbedingungen, die Amadria Park bieten kann, angefangen von den traumhaften Landschaften Dalmatiens und der Kvarner Bucht über das reiche Kultur- und Naturerbe mit Nationalparks und UNESCO Welterbestätten bis zu den kulinarischen Verlockungen der kroatischen Küche.

● KONTAKTDATEN

Amadria Park
info@amadriapark.com
www.amadriapark.com



Influencer-Marketing :

Live-Erlebnisse schaffen ‚instagrammable Moments‘ | von Göran Göhring

Vom Trend zum Status quo: Gleich ob im B2C- oder B2B-Bereich – immer mehr Unternehmen integrieren Influencer-Marketing in ihre Kommunikationsstrategie. Laut einer Prognose der Mediaagentur JOM steigen die Marketing-investitionen in Influencer-Marketing in diesem Jahr auf rund eine halbe Milliarde Euro. Das eröffnet auch für die Live-Kommunikations-Branche neue Möglichkeiten, da Live-Erlebnisse zu einem stetig wichtigeren, aktiven Part einer Influencer-Kampagne werden.



INFLUENCER-MARKETING wird bei Markenverantwortlichen immer beliebter. Doch was die Manager oft vergessen: Um erfolgreich zu sein, brauchen Unternehmen, Marken und Influencer vielfältige Kommunikationsanlässe. Dabei setzen alle Beteiligten inzwischen verstärkt auf Live-Experiences und Events. Dies haben viele erkannt und springen auf den Influencer-Events-Zug auf – entsprechend entwickelt sich die Disziplin: Spezialisierte Influencer-Marketing-Agenturen schießen zunehmend wie Pilze aus dem Boden. Media- oder Digitalagenturen setzen eigene Units oder gar Tochter-Agenturen auf. Dazu kommen komplett neu gegründete inhabergeführte Agenturen für Influencer-Vermarktung oder Generation-Z-Marketing.

Die Rolle der Live-Kommunikationsagenturen

Von Impulsen durch die Event-Branche hört man hingegen bislang wenig. Zeit, das zu ändern. Denn echte Markenerlebnisse zu schaffen und damit Unternehmen einen relevanten Mehrwert zu bieten, war schon immer das Kerngeschäft der Live-Kommunikationsagenturen. Bestes Beispiel: die ‚GLOW by dm‘ – der Event, bei dem Influencer im Fokus des Publikumsinteresses stehen. Dort treffen Beautymarken und Influencer auf junge ‚Beautys‘ der Generation Z. Daraus resultieren

Göran Göhring ist geschäftsführender Partner der auf Live-Experience fokussierten Agentur STAGG & FRIENDS. Mit seinem fast 50-köpfigen Team kreiert er Markenerlebnisse für Beauty- und Lifestyle-Marken wie Audi, got2b, Mercedes-Benz, Nature Box, smart und taft.

zahlreiche Social Posts der meist vier- bis fünfstelligen Besucherzahl pro Wochenende. Für die ‚Glow‘, aber auch für alle anderen Events mit Influencer-Fokus gilt: Aufgabe der Live-Experience-Agenturen ist es, mit all ihrer Erfahrung die Selbstinszenierung und Eigendarstellung in sozialen Netzwerken als ‚instagrammable Moments‘ zu kreieren. Die gesamte Eventgestaltung muss diesem Ansatz in jedem Design- und Inszenierungsdetail dienen. Essenziell sind vielseitige, ansprechende sowie herausstechende Bildwelten, die Eigenschaften, Lebensstil sowie Mehrwerte der Marke symbolisieren. Entscheidend für die Kampagnenplanung: ein passendes Live-Umfeld für den Influencer, um die Markenwelt und deren Werte erlebnisreich in Szene zu setzen. So entsteht eine authentische Interaktion zwischen Influencer und Zielgruppe.

Für jede Branche und jeden Fan das passende Live-Erlebnis

Inzwischen sind viele der von Unternehmen veranstalteten Live-Erlebnisse

– seien es eigens für Influencer realisierte Events oder Teile etablierter Veranstaltungen – bereits auf die Bedürfnisse und Gewohnheiten dieser Zielgruppe zugeschnitten. So nutzt etwa Mercedes-Benz die weltweit größte Digitalkonferenz, die SXSW in Austin, um neuen Content zu erschaffen und Markenbotschaften an ein junges, aufgeschlossenes Publikum zu kommunizieren. Highlight der diesjährigen Auflage war unter anderem der Designtalk von Gordon Wagener, Chief Design Officer von Mercedes-Benz, mit dem Super-Influencer, Performer und Rap-Plattenkünstler A\$AP Rocky, der 9,6 Millionen Follower über Instagram erreicht.

Es sind aber nicht nur die Top-10-Instagrammer, die über Live-Events Markenbotschaften zielgenau an ihre Fans und Follower ausspielen. Red Bull beispielsweise integriert schon lange populäre (Micro-)Influencer von Nischensportarten fest in sein Event-Konzept. So folgten die 785.000 Abonnenten des österreichischen Mountainbike-Idols Fabio Wibmer im Frühjahr dieses Jahres gebannt über Instagram, als dieser beim Red Bull Freeski-

Contest in Bad Gastein waghalsig mit dem Mountainbike über die Skipiste heizte.

Auch Influencer leben in einer realen Welt

In unserer digitalen Gesellschaft werden jene Momente immer kostbarer, die uns vom Bildschirm ins Hier und Jetzt bringen und den persönlichen Kontakt mit anderen ins Zentrum rücken. Unternehmen und Marken machen sich dabei den Wunsch nach ‚echten Begegnungen‘ zunutze und kreieren entsprechend Kommunikationsanlässe. Gelingt es ihnen, mit ihrer Live-Experience ein authentisches Erlebnis zu bieten und gleichzeitig das Medienverhalten und die Interessen der Influencer zu berücksichtigen, profitieren sie maximal von der Reichweite und dem Image der Online-Stars. Spezialisierte Eventagenturen, zu deren Geschäftsmodell begeisternde Live-Erlebnisse von Haus aus zählen, können Unternehmen bei Influencer-Events mit einer durchdachten Strategie bestmöglich unterstützen und den Brückenschlag von online hin zu offline im Influencer-Marketing zum Erfolg werden lassen.

Anzeige

Welcome to Basel, welcome to the center of knowledge and innovation.

Das grösste Kongresszentrum der Schweiz überzeugt mit spektakulärer Architektur, einer komfortablen Ausstattung und modernster Technik. Und das mitten in einer Stadt, die mit einer riesigen Fülle an Kultur-, Erholungs- und Genusserlebnissen aufwarten kann. Sie dürfen gespannt sein auf ein inspirierendes Umfeld für Ihre nächste Veranstaltung – wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme!

M
.CH

MCH Messe Schweiz (Basel) AG
Congress Center Basel
4005 Basel, Schweiz, T +41 58 206 28 28
sales@congress.ch, www.congress.ch

Congress Center **Basel**

Qatar ... Qurated for you ... das Wissenszentrum in der Golfregion für Kongresse und Events jeder Größenordnung



Die Kombination aus Historie und Moderne wird bei einem Blick auf die Skyline besonders deutlich. Foto: QNTC



Beeindruckende Architektur: das Qatar National Museum. Foto: Iwan Baan / QNTC

QATAR NATIONAL TOURISM COUNCIL – QNTC – wird auch dieses Jahr gemeinsam mit lokalen Partnern an der IMEX in Frankfurt teilnehmen. Und was könnte besser zum IMEX Thema für 2019 – „Imagination“ – passen als die visionäre Strategie des QNTC für Business Events und Tourismus?

Weltklasse-Architektur wie das neue Qatar National Museum des berühmten Architekten Jean Nouvel zeigt die Verbindung von Meer und Sand in Farbe und Form einer Wüstenrose – und sind ein weiteres Beispiel dafür, dass der Fantasie in Katar keine Grenzen gesetzt sind!

Mit der neuen Markenbotschaft „Qurated for you“ wird der Empfänger, der potenzielle Veranstalter und Besucher, in den Mittelpunkt gerückt. Das Angebot konzentriert sich auf die vor Ort vorhandenen, wichtigsten Wirtschaftssektoren und eine nachhaltige Entwicklung der Destination – in Übereinstimmung mit einer starken Vision für die Zukunft.

Katar hebt sich als Wissensstandort von den Mitbewerbern in der Region ab. Die Regierung investiert viel in wissenschaftliche Forschung, insbesondere in die Biomedizin, Informatik und Umweltforschung, und schärft damit das Profil von Katar als Ziel für Wissenschaftler, Forscher und Verbände, die nicht nur einen Veranstaltungsort für ihre Kongresse und Tagungen suchen, sondern auch

eine Möglichkeit zum Wissenstransfer und zur Erweiterung des eigenen Horizonts.

Das Business Events Team von QNTC sucht gezielt nach Veranstaltungen, die den stärksten bestehenden Wachstumssektoren von Katar entsprechen, wodurch ein wesentlicher Beitrag zur Wirtschaftsförderung und zur Gestaltung der intellektuellen Ausrichtung des Landes geleistet wird. Daraus ergibt sich, dass den Organisatoren von internationalen Veranstaltungen eine exzellente Auswahl an lokalen Experten zur Verfügung steht.

Internationale Kongresse, Geschäftsveranstaltungen und Ausstellungen werden als bestes Mittel gesehen, um globale Bindungen in den strategischen Wissens-Clustern wie Gesundheit, Bildung, Sport, Öl/Gas, Urbane Entwicklung und Nachhaltigkeit aufzubauen und durch die Zusammenarbeit mit den Partnern vor Ort dabei zu helfen, den Gedanken der „Legacy“ – also des positiven Einflusses von Veranstaltungen auf die Entwicklung einer Destination – zu fördern.

In den fünf Jahren zwischen 2012 und 2017 verzeichnete der Bereich Business Events in Katar eine durchschnittliche Zuwachsrate von 36 Prozent bei Geschäftsveranstaltungen aller Art.

Im Jahr 2018 wurden in Katar insgesamt 131 Ausstellungen und Konferenzen in verschiedenen Bereichen abgehalten.

Die Destination gewann in letzter Zeit allein sechs wichtige Ausschreibungen für Veranstaltungen, die zwischen 2019 und 2022 stattfinden sollen, wie die regionale ISPCAN-Konferenz im Jahr 2020 (International Society for the Prevention of Child Abuse and Neglect) oder die zehnte Veranstaltung der „All Together Better Health“ (ATBH) Konferenz im Jahr 2020, die erstmals ihre zweijährlich stattfindende Veranstaltung in den Mittleren Osten bringt. Es wird erwartet, dass diese Konferenz mehr als 500 Fachleute aus den Bereichen Gesundheit und Soziales, medizinische Pädagogen, politische Entscheidungsträger, Studenten sowie Nutzer von Gesundheitsdiensten aus aller Welt zu einem dreitägigen Programm zusammenbringen wird, das sich mit den globalen Herausforderungen der Gesundheit befasst.

Die Förderung des Gesundheitswesens ist eine wichtige Säule in Katars National Vision 2030. So wurde das Gesundheitssystem Katars im „Legatum Prosperity Index“ 2018 auf Platz 5 der Weltrangliste bewertet (Aufstieg seit 2008 von Platz 27 weltweit)

Das Business-Events-Team von QNTC freut sich darauf, mit Veranstaltungsorganisationspartnern während der IMEX zu sprechen. Es ist am Stand E 600 vertreten und jederzeit offen für Terminvereinbarungen. (red)

Kongressgalagipfel
messturnierkickoff
conventionshowfeier
hauptversammlungball
ausstellungkonzert
bankettkonferenz?

**Treffen Sie uns auf der IMEX
in Frankfurt am Stand F110**

Veranstaltungen in all ihren Facetten sind unser Tagesgeschäft, aber bestimmt kein Alltag. Seit rund 800 Jahren stecken wir unsere Erfahrung und Leidenschaft nicht nur in eine der erprobtesten Eventlocations der Welt, sondern in jedes Veranstaltungsdetail. Denn Ihre Begegnungen sind uns eine Herzensangelegenheit.

Über Gleichstellung und Diversity in der MICE-Branche

Ein Beitrag von Carina Bauer, CEO IMEX Group, exklusiv im deutschsprachigen Raum für Convention International



LAUT EINEM BERICHT von J.P. Morgan ist der Anteil von Frauen in führenden Managementpositionen im letzten Jahr weltweit gestiegen – wobei große amerikanische Unternehmen hierbei führend waren.

Zu den Ländern, in denen Frauen in Management-Boards am stärksten vorgeführt waren, zählten Norwegen, Frankreich, Schweden, Australien und Neuseeland, so der Bericht. Diese Tendenz wird voraussichtlich wachsen, da Kalifornien kürzlich ein Gesetz verabschiedet hat, nach dem mehr Frauen in Führungsgremien erforderlich sind. Das Gesetz Senate Bill 826 von California verlangt, dass in Kalifornien ansässige börsennotierte Un-

ternehmen bis Ende 2019 mindestens eine Frau in ihren Verwaltungsräten haben.

Das zeigt: Auf dem Weg zur Gleichstellung der Geschlechter tut sich gerade eine ganze Menge, und ich denke, dass dies gefeiert werden sollte. Darüber hinaus wird das Gespräch über Gleichstellung auf den Bereich „Diversity“ bzw. Vielfalt ausgeweitet, und es gibt klare Argumente dafür, warum Vielfalt – sowohl am Arbeitsplatz als auch in der gesamten Gesellschaft – von großer Bedeutung ist. Die Belegschaft aus Mitarbeitern mit unterschiedlichen Hintergründen, Erfahrungen und Fähigkeiten bedeutet, dass die Ideen dieser Teams nicht homogen

sind. Sie sind innovativ und kreativ, und das ist der Schlüssel zum Wachstum und Erfolg von Unternehmen. Dies kann erhebliche Auswirkungen auf das Endergebnis einer Organisation haben.

Eine kürzlich von der Boston Consulting Group (BCG) durchgeführte Studie ergab, dass „die Erhöhung der Vielfalt in Führungsteams zu mehr und besserer Innovation und verbesserten Ergebnissen führt. In Zahlen: Unternehmen mit vielfältigeren Managementteams erzielen einen um 19 Prozent höheren Umsatz“.

Unternehmen müssen mehr dafür tun, um die Gleichstellung von Frauen und Männern zu fördern. Frauen sind im Arbeitsmarkt bislang immer noch stark unterrepräsentiert.

Vielfalt bedeutet Vielfalt von Menschen, Köpfen, Ideen und Herangehensweisen. Dies ist etwas, das wir bei der IMEX schätzen und als entscheidend für den zukünftigen Erfolg der Veranstaltungsbranche ansehen. Deshalb ist Diversity auch ein zentraler Bestandteil der IMEX in Frankfurt in diesem Jahr. Wir wollen im Rahmen der „She Means Business“ in Kooperation mit der tagungswirtschaft das große Thema Vielfalt aus verschiedenen Blickwinkeln beleuchten – was natürlich die Gleichstellung der Geschlechter beinhaltet, aber auch in Bezug auf andere Themen wie Inklusion und Generationen.

Als einer der inspirierenden Redner, der die entscheidenden Aspekte thematisiert, mit denen Frauen heute konfrontiert sind, bringt Gernot Sendowski, Direktor HR Global Diversity & Inclusion bei der Deutschen Bank AG, eine männliche Perspektive auf die Gleichstellung der Geschlechter und die Stärkung von Frauen sowie die Erkundung der deutschen und europäischen Chartas der Vielfalt.

Nelly Mukazayire, CEO des Ruanda Convention Bureau, wird über ihre per-

sönliche Reise von einem jungen Mädchen in Ruanda während des Genozids zu einer der jüngsten CEOs in einem Land sprechen, in dem 67 Prozent des Parlaments weiblich besetzt ist.

Wir haben jedoch in vielerlei Hinsicht noch einen Weg vor uns. Unsere Umfrage mit der tw tagungswirtschaft 2017 ergab, dass es in der Branche immer noch große Unterschiede zwischen den Geschlechtern gibt. Es ist klar, dass Unternehmen mehr dafür tun müssen, um die Gleichstellung der Geschlechter zu erreichen, insbesondere weil Frauen auf allen Ebenen im Arbeitsmarkt unterrepräsentiert sind.

Eine Möglichkeit, dies zu erreichen, besteht darin, die Rekrutierungsstrategien und -konzepte über alle Bereiche hinweg neu zu betrachten und so sicherzustellen, dass die Prinzipien der Vielfalt im gesamten Unternehmen übernommen werden, nicht nur in einer Abteilung. Darüber hinaus glaube ich, dass das Management mit gutem Beispiel vorangehen sollte. Führungskräfte spielen eine große Rolle in Bezug auf Mentoring und die Förderung der Gleichstellung.

Dass Gleichstellung nur im Dialog zwischen den Geschlechtern zu erreichen ist, bestätigt Dr. Martina Niemann, VP Lufthansa HR Management und Sprecherin auf der „She Means Business“. Sie sagt: „Für mich funktioniert das Thema, wenn es zu einer Führungsposition geworden ist und nicht ‚nur‘ ein Thema einer Projektgruppe oder einer Diversity-Abteilung ist. Wenn das Thema in einer Abteilung verankert ist, besteht die Ge-

*Veränderungen vollziehen sich
nicht in einem Vakuum.
Männer und Frauen müssen
gemeinsam an diesem Thema
arbeiten.*

fahr, dass es in dieser Ebene hängen bleibt und nicht die Luft zum Atmen bekommt. Das Thema braucht Managementaufmerksamkeit und gehört deshalb auf die Managementebene.“ Mit der „She Means Business“ – und unserer gesamten IMEX in Frankfurt – möchten wir eine Plattform bieten, auf der alle (Frauen und Männer) zusammenarbeiten, lernen und Ideen zur Gleichstellung der Geschlechter austauschen und diese Energien dann in die eigenen Organisationen, Veranstaltungen und Communitys tragen können. Männer und Frauen müssen zusammenarbeiten, um dies zu ermöglichen. Wir wollen unseren Anteil dazu beitragen, um diese Entwicklung zu unterstützen!

Insgesamt ist der Weg zur Gleichstellung der Geschlechter ein Marathon, der sich langfristig entwickeln wird, aber er beginnt mit kleinen Schritten, die sich im Laufe der Zeit zu einem großen Ganzen summieren.

„She Means Business“ findet im Rahmen des EduMonday am Montag, den 20. Mai, am Vortag der IMEX statt. Mit Ihrer Registrierung für die IMEX können Sie den EduMonday kostenfrei besuchen.



raum für emotionen

EMOTIONEN BRAUCHEN RAUM.
GUT, DASS WIR ÜBER 60
DAVON IM ANGEBOT HABEN.



Congress-Centrum
Koelnmesse

Gürzenich Köln

Tanzbrunnen Köln

Flora Köln

DIE BASTEI

ZOO LOCATION

Hein

km 689
COLOGNE BEACH CLUB

25 JAHRE
1994-2019

kölnkongress
VERANSTALTUNGSZENTREN

KölnKongress | fon +49 2 21.8 21 - 21 21 | www.koelnkongress.de

Experten bei der IMEX 2019 in Frankfurt

Vorstellungskraft, Interaktion, Technologien, Unternehmensverantwortung und Nachhaltigkeit sind die Schwerpunktthemen der IMEX 2019 in Frankfurt. Die internationale Messe für Incentive-Reisen, Meetings und Events findet vom 21. bis 23. Mai in der Messe Frankfurt statt.



Foto: IMEX Group

DAS THEMA VORSTELLUNGSKRAFT umfasst Kreativität und Neugier. In mehreren Sessions erhalten Teilnehmer nützliche Informationen zur Gestaltung kollaborativer und nachhaltiger Veranstaltungen. „Hinter einer positiven Veränderung steckt oft die einzigartige Fähigkeit des Menschen, sich etwas noch nicht Dagewesenes vorstellen zu können“, kommentiert Carina Bauer, CEO der IMEX, das Fokusthema.

Bei den Event-Technologien stehen neue Hard- und Softwarelösungen im Mittelpunkt. In der „Discovery Zone“ werden Chatbots, Techbars und aktuelle Apps für die Branche präsentiert und diskutiert. Besucher tauchen in holografischen Shows in virtuelle Welten ein und experimentieren damit. NOX Robots, Electric Dance Theatre's 3D mapping and Faber Courtial's VR stellen hier ebenso aus wie Chapeau Bas, Six Star Experiences und 36oties.

Unternehmensverantwortung und Nachhaltigkeit entwickeln sich zu Dauerthemen der Branche. Viele Schritte sind nötig, um die Umwelt zu schützen. Glas statt Plastik, Keramik statt Pappbecher und Textilien statt Tissues können dazu beitragen.

IMEX Policy Forum am 21. Mai im InterContinental Hotel

Der Einfluss der Eventbranche auf Wirtschaftsentwicklung und Stadtplanung steht im Fokus des IMEX Policy Forums. Die United Nations World Tourism Organisation (UNWTO) ist Partner des Forums am 21. Mai im InterContinental Hotel Frankfurt. Veranstaltungsexperten und politische Entscheidungsträger geben Einblicke, wie Konferenzen und Tagungen die nationale und internationale Wirtschaft stärken. Aktuelle Forschungen zeigen, dass die MICE-Industrie 2017 ebenso viel erwirtschaftete wie der Sektor Unterhaltungselektronik. Der Workshop richtet sich an kommunale und regionale Politiker genauso wie an Destinations-Vertreter.

Agency Directors Forum im Schlosshotel Kronberg

Inhaber und Führungskräfte von Eventagenturen lädt die IMEX am Montag, dem 20. Mai, zum Agency Directors Forum in das Schlosshotel Kronberg ein. Zur Diskussion steht die Aufgabe, individuelle Fähigkeiten der Führungskräfte gezielter zu fördern. Terri Breining leitet das Forum.

Auch auf dem Messegelände finden Besucher mehr als 250 kostenlose Lerneinheiten. Am Montagnachmittag vor der IMEX findet der EduMonday im Kap Europa neben der Messe statt. Während der Messe erläutert der ehemalige Mönch und Autor Jan Esswein, wie wichtig Achtsamkeit im Talent-Management ist und wie Achtsamkeit Kommunikation, Zusammenarbeit und Kreativität fördert. Die Beziehung zwischen Kreativität und wirtschaftlichem Erfolg thematisiert Xavier Sarras in seinem Referat „Kreativiert euch – damit Deutschland wieder genial wird“.

Vielfalt und Inklusion im Eventsektor sind ebenfalls Themen im kostenlosen IMEX-Weiterbildungsprogramm. Führungskräfte-Coach Melissa Lamson referiert über bewährte Methoden und Kommunikationsmodelle.

Emotionale Bindung im Event-Design wird von Experten wie James Morgan, Gründer des Event Tech Labs, beleuchtet. „Emotional triggers, attendee participation and positive memories“ heißt der Titel des Referats. Um die Gedanken von Eventteilnehmern besser zu verstehen, ist es hilfreich, die unterschiedlichen Bedürfnisse einzelner Generationen zu kennen. Damit eröffneten sich bislang ungeahnte Optionen im Networking.

Im Red Lab tauschen sich Experten diverser Branchen aus: Sigur Ringstad, Business Developer der Lernplattform Kahoot, zeigt zusammen mit Majbritt Sandberg, wie soziales Lernen Teamwork und Innovation fördern kann. Kooperative Prozesse stehen im Mittelpunkt einer Session von Laure Berment von „Too Good To Go“, der gegen Lebensmittelverschwendung kämpft.

Die IMEX in der Messe Frankfurt findet vom 21. bis 23. Mai 2019 statt. Der EduMonday ist am Montag, dem 20. Mai. Für Beschäftigte der Meeting-, Event- und Travel-Industrie ist die Registrierung kostenlos. (hr)

Traditioneller Charme und visionäre Trendsetter – MICE Destination Korea

Über eine gute Fluganbindung in rund elf Stunden aus westeuropäischen Großstädten erreichbar, bietet Korea vor Ort eine exzellente Infrastruktur. Veranstaltungsplaner auf Locationsuche wählen aus einer Vielfalt an Konferenzzentren sowie modernen oder traditionellen Veranstaltungsorten aus. Ihre Teilnehmer profitieren von kostenlosem Wi-Fi in öffentlichen Bereichen mit einer der schnellsten Internetverbindungen weltweit. Ein sicheres und auf Nachhaltigkeit fokussiertes Umfeld sowie abwechslungsreiche Sehenswürdigkeiten und Erlebnisse für attraktive Rahmenprogramme ergänzen das Angebot der Destination Korea.



Dongdaemun Design Plaza (DDP)

Der Dongdaemun Design Plaza (DDP) ist der größte 3D-geformte Komplex der Welt und gehört zu den Wahrzeichen des Geschäftsviertels Dongdaemun, das auch als Mekka der Mode bekannt ist. Das von der renommierten irakischen Architektin Zaha Hadid entworfene Gebäude besteht aus sieben Etagen, die sich vor allem für große Aufführungen, Kongresse und Modenschauen eignen. Die Kunsthalle, in der Veranstaltungen und Ausstellungen stattfinden, bietet auf rund 3.000 Quadratmetern Platz für Stehempfänge mit bis zu 1.500 Personen. Des Weiteren sind Outdoor Events im Oullim Square oder dem Design Markt möglich.



Samcheonggak

Inmitten der Wälder des Mount Bukaksan, nördlich der südkoreanischen Hauptstadt Seoul, wurde 1972 im typisch lokalen Stil der Kulturkomplex Samcheonggak erbaut. Bestehend aus insgesamt sechs konventionellen Wohnhäusern, den sogenannten Hanoks, eignet sich Samcheonggak für eine Band-

breite von kleineren Veranstaltungen wie Seminare, Bankette oder Workshops. Im größten Hanok namens „Ilhwadang“ finden bis zu 200 Personen bei einem Stehempfang Platz. Zusätzlich bietet ein groß angelegter Garten die Möglichkeit für Events im Freien. In einem Umkreis von wenigen Kilometern liegen zahlreiche Hotels sowie Sehenswürdigkeiten wie Tempel und Museen, die sich für die Gestaltung von Rahmenprogrammen anbieten.



Nurimaru APEC House

In der Hafenstadt Busan im Südosten Koreas, auf der Halbinsel Dongbaekseom mit ihren dichten Kamelien und Kiefern, befindet sich das Nurimaru APEC House. Das markante dreistöckige Gebäude ist im Stil eines modernen Pavillons gehalten, komplementiert durch traditionelle koreanische Architekturelemente. Umgeben von einem Garten mit Blick auf den Strand von Haeundae, eignet es sich ideal für Empfänge für bis zu 600 Personen oder Produktpräsentationen. Die Location diente in der Vergangenheit bereits als Austragungsort bedeutender Konferenzen wie dem Gipfel der Asiatisch-Pazifischen Wirtschaftsgemeinschaft.

Alle Fotos: ©Korea Tourism Organization

Die Koreanische Zentrale für Tourismus ist auf der IMEX in Frankfurt von 21. bis 23. Mai 2019 am Stand B 480 vertreten. Weitere Informationen zur MICE-Destination Korea erhalten Eventplaner bei Carolin Fischer von Lieb Management, Carolin@lieb-management.de
www.koreaconvention.org

Leonardo Hotels expandiert im Baskenland

Nach dem NYX Hotel Madrid eröffnete am 10. April mit dem NYX Bilbao das zweite Haus der Lifestyle-Marke in Spanien. Mit Blick auf den Fluss Nervión, der mitten durch Bilbao fließt, liegt das NYX Hotel Bilbao in der Calle Arenal 4 fußläufig zum berühmten Guggenheim Museum, den quirligen Straßen von Caso Viejo, der neugotischen Kathedrale von Santiago, dem direkt gegenüber angesiedelten Arriaga-Theater sowie zum Hauptbahnhof. Neben 109 Zimmern verfügt das restaurierte historische Gebäude mit seiner eleganten Fassade über eine beeindruckende Panoramaterrasse im achten Stock mit Blick auf das Zentrum der Stadt, Restaurant, Bar, Fitness-Studio und einen Veranstaltungsraum für 45 Personen.

Intercontinental Bali stellt Meet-For-Free-Angebot vor

Das InterContinental Bali Resort stellt im Rahmen seines „Meet-For-Free“-Angebots ab einer Mindestbuchung von 10 Gästezimmern einen kostenlosen Tagungsort zur Verfügung. Um von diesem Angebot zu profitieren, muss die Buchung bis zum 30. September 2019 erfolgen, die Konferenz im Aufenthaltszeitraum bis zum 1. März 2020 stattfinden.

Aufgrund seiner Größe ist das InterContinental Bali Resort mit seinen weitläufigen und abgeschiedenen Garten- und Strandbereichen sowie der Auswahl an Veranstaltungsorten ideal für inspirierende und kreative Besprechungen und Konferenzen.

Die zehn umfangreich eingerichteten Meeting-Räume bieten audiovisuell die modernsten technischen Standards und fassen, je nach Räumlichkeit, Platz für bis zu 600 Teilnehmer. Das 24 Stunden geöffnete Business Center, welches Internet, Fax- und Kopiergeräte zur Verfügung stellt, wird durch einen Foto- und Kurierservice ergänzt und unterstützt alle Ebenen der Geschäftsaktivitäten.

Meininger wächst in Deutschland

Die Vertragsunterzeichnung für zwei neue Hotelprojekte treibt das Wachstum der Meininger Hotels in Deutschland voran. In Zukunft wird die Hotelgruppe, die aktuell hierzulande zwölf Häuser betreibt, auch in Bremen und Stuttgart präsent sein.

„Mit unserem Hybrid-Hotelkonzept sind wir in beiden Städten sehr gut aufgestellt“, ist sich Doros Theodorou, CCO von Meininger Hotels, sicher. Für einen breiten Gästemix entstehen in den Hotels private Einzel- und Doppelzimmer sowie Mehrbettzimmer für bis zu vier Personen. Auch die für Meininger Hotels typische Gästeküche und Game Zone werden in den Hotels zu finden sein.

Für 2019 plant die Hotelgruppe die Markterschließung in Frankreich. Bereits im März dieses Jahres eröffneten das Meininger Budapest Great Market Hall und das Meininger Hotel München Olympiapark.

Hilton Garden Inn feiert Debüt in Mannheim

Das Hotel mit 2 Suiten und 195 großzügigen Komfortzimmern liegt direkt am Willy-Brandt-Platz am Mannheimer ICE-Hauptbahnhof und ist das jüngste deutsche Hotel im stetig wachsenden Hilton-Garden-Inn-Portfolio.

Bereits von außen ist das Hilton Garden Inn Mannheim ein imposantes Gebäude. In die eindrucksvolle Fassadenarchitektur wurde das von ca. 1900 stammende prächtige historische Hauptportal der hier einst ansässigen Reichspost integriert. Durch dieses betreten die Gäste die stylisch gestaltete Lobby. Businesskunden bietet das Seminarhotel neben W-LAN in allen Bereichen einen technisch hervorragend ausgestatteten Seminarbereich mit zwei besonderen Kreativräumen für optimale Arbeitsergebnisse. Aus den oberen Etagen des 13-geschossigen Hotelturms eröffnen sich dem Gast je nach Zimmerlage fantastische Panoramaaussichten über das Flussdelta von Rhein und Neckar.

H-Hotels verstärkt Portfolio in München

Mit der Eröffnung des H2 Hotels München Olympiapark und des Homes Serviced Apartments München am 29. März wächst H.Hotels.com in der Isarmetropole auf sechs Standorte. Es ist zudem das erste Objekt der Serviced-Apartment-Marke der familiengeführten Hotelkette.

Die beiden Häuser befinden sich in bester Lage in direkter Nachbarschaft zueinander am Münchner Olympiapark. Mit der neuen Marke H.omes reagiert H.Hotels.com auf die immer größer werdende Nachfrage nach Serviced Apartments. Die Größe der 105 modern und stilvoll eingerichteten Apartments variiert in den Kategorien Komfort, Superior und Business zwischen 18 und 29 Quadratmetern.

Das H2 Hotel München Olympiapark verfügt über 465 Zimmer und ist mit seinem innovativen Design und dem funktionalen Raumkonzept vor allem für Cityhopper, Familien, Gruppen und Businessreisende die richtige Unterkunft.

Marriott eröffnet das 7.000. Hotel

Mit dem St. Regis Hongkong kann die weltweit agierende Hotelgruppe nun die 7.000. Hoteleröffnung feiern. Das 27-stöckige Luxushotel mit Butler-Service und mehreren Restaurants ist ein Symbol für Marriotts globale Expansionsstrategie, die sich überproportional auf das gehobene Preissegment sowie schnell wachsende internationale Märkte wie Hongkong konzentriert.

„Die Eröffnung unseres 7.000. Hotels ist spannend und ein wichtiger Meilenstein für ein Unternehmen, das 1927 als Root-Beer-Stand mit neun Sitzplätzen startete und sein erstes Hotel erst etliche Jahre später eröffnete“, sagt Arne Sorenson, President und Chief Executive Officer, Marriott International. „Ich kann mir dafür kein besseres Hotel als das St. Regis Hongkong vorstellen, das alle Vorteile unserer Fusion mit Starwood, den hohen Stellenwert von Luxus und die enormen Entwicklungspotenziale in Asien vereint.“

Derzeit wird die Pipeline der Hotelgruppe mit einer wachsenden Anzahl ehemaliger Starwood-Hotelmarken wie St. Regis, Luxury Collection und W erweitert.



QURATED FOR BUSINESS

Where lasting legacies are built. Experience a rich culture with modernity. A connected and hospitable destination with easy visa entry. Where extraordinary events are hosted in state of the art venues. Where delegates are provided with a plethora of hospitality options. Where thriving industry sectors are the foundations of economic growth. Experience Qatar, and create your legacy.

Welcome to Qatar. visitqatar.qa

QATAR
QURATED FOR YOU

„Jede Frau sollte sich klar darüber werden, was ihr wichtig ist und was sie will. Dann ist sie auch kein Opfer, sondern kann sich ihren Weg gestalten“

Frauen in Führungspositionen sind ein heiß diskutiertes Thema. Für uns Grund genug, einige der „Female Leaders“ genauer vorzustellen. Für diese Ausgabe sprach CI mit Kati Rittberger, Geschäftsführerin von XING Events.

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

Ich bin seit März dieses Jahres Geschäftsführerin der XING Events GmbH. Wir sind eine 100-Prozent-Tochter des Businessnetzwerks XING. In dieser Rolle bin ich für die Geschäftsentwicklung, Umsätze, Ergebnisse und Mitarbeiter unserer Eventmanagementservices verantwortlich.

Meine Karriere begann aber nicht in der Digitalwirtschaft, sondern beim weltweit größten Paketzustelldienst UPS. Zwölf Jahre lang konnte ich hier fundiertes Wissen über Führung und Entwicklung von Vertriebsorganisationen aufbauen. 2006 wagte ich den Sprung ins kalte Wasser und wechselte zu conject, einem Start-up der Digitalwirtschaft. Das war eine herausfordernde Zeit in vielerlei Hinsicht: neue Branche, neues Team und noch kein fertiges Geschäftsmodell. Zudem waren meine Kinder damals noch sehr klein. Sechs Jahre half ich den Gründern beim Aufbau einer erfolgreichen, skalierbaren Vertriebsorganisation. Heute ist dieses Unternehmen Teil von Oracle.

Ich mag Herausforderungen und die Möglichkeit, Dinge zu bewegen. Das Arbeiten mit jungen, engagierten und innovativen Leuten inspiriert mich. Deshalb stieg ich 2012 bei amiando ein, das kurz zuvor von XING gekauft worden war. Ich übernahm hier das Vertriebs- und Serviceteam. Anspruchsvolle Jahre mit vielen Herausforderungen und großen Erwartungen folgten – nicht nur einmal war ich kurz davor, alles hinzuschmeißen. Die Gratwanderung zwischen Job und Familie hat mich regelmäßig an Grenzen gebracht. Von Anfang an war ich die zweite Kraft hinter unserem CEO. Ich habe viel mit ihm diskutiert, gelernt und gestritten. Meist habe ich umgesetzt, was er visionär entwickelt hat. Meine Mei-



Kati Rittberger. Foto: XING Events

nung hatte aber immer Gewicht und zunehmend auch Einfluss. Wenn ich heute zurückblicke, bin ich sehr stolz auf meine Arbeit und mein Team. Wir haben den Durchbruch geschafft und ein weiteres Standbein innerhalb von XING etabliert. Inzwischen wachsen wir jährlich zweistellig, mit gesunder Marge. Als unser CEO Anfang dieses Jahres seinen nächsten Schritt machte, war meine Chance auf einen nächsten Karriereschritt gekommen. Schon längere Zeit hatte ich die Gesamtverantwortung für Produkte. Trotzdem kam der Schritt zur Geschäftsführerin nicht automatisch. Es hat sicherlich geholfen, dass ich zum richtigen Zeitpunkt nochmals klar gesagt habe, was ich will und was alle davon haben.

Was macht die MICE-Branche für Sie besonders spannend?

Das sind viele Aspekte. Die MICE-Branche packt an, ist kreativ, vielfältig und komplex. Das hier außerdem viele Frauen arbeiten, gibt dem Ganzen noch die gewisse Würze.

Das Besondere an unserer Branche ist, dass es so viele Menschen gibt, die bereit sind, für Veränderung auch Risiken

und Mehrarbeit in Kauf zu nehmen. Aus Leidenschaft und Überzeugung haben wir beispielsweise zusammen mit Thomas Minkus von der Frankfurter Buchmesse 2014 die Ausstellervermarktung digitalisiert. Auch wenn wir mit diesem Produkt letzten Endes nicht zum Zug gekommen sind, war das eine wahn-sinnig spannende Zeit. Die Branche verfügte zu diesem Zeitpunkt noch nicht über solche Lösungen. Mittlerweile haben alle Anbieter von Messelösungen ähnliche Produkte entwickelt.

Kaum eine andere Branche hat so geniale Ideen und innovative Events, die ich schon erleben durfte. Zu meinen absoluten Event-High-

lights zählen Year of the X und die OMR, die wir mit unseren Lösungen begleiten dürfen – genial!

Innovative Unternehmen scheint es unzählige am Markt zu geben, wir führen inzwischen 56 als Partner. Der Austausch mit ihnen macht unsere Arbeit so einzigartig.

Der hohe Frauenanteil in der Branche macht die Arbeit darüber hinaus sehr viel interessanter. Das ist ein großer Unterschied zu meiner Arbeit bei UPS damals. Vielleicht hat sich das mittlerweile geändert – Frauen in Führungspositionen zählten damals zu den Exoten. Ein bezeichnender Satz, der mir im Kopf geblieben ist: „Wer nicht als Paketzusteller angefangen hat, der hat hier keine Chance.“ Das fasst die damalige männerdominierte Logistikbranche, glaube ich, ganz gut zusammen.

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

Bei den Frauen selbst! Frauen sollten bereit sein, Verantwortung auch neben der Familie zu übernehmen, und können lernen, mit dem hohen Arbeitspensum und

dem Druck umzugehen. Viele sind zu brav und zu ruhig und warten oftmals darauf, entdeckt zu werden. Stattdessen sollten Frauen für sich einstehen, ihre Arbeit und Leistung zeigen und klar kommunizieren, was sie wollen. Auch wenn die Branche innovativ ist, in diesem Punkt haben wir noch einiges nachzuholen. Selbst die Modebranche ist fortschrittlicher – zumindest hat das so den Anschein mit Heidi Klum als Model-Mama der Mode. Wir bei XING möchten das ändern und setzen uns aktiv für die Entwicklung und Förderung von Frauen ein. Ich unterstütze das mit aller Kraft auch am Münchner Standort.

Hatten Sie in Ihrer bisherigen Laufbahn mit Vorurteilen zu kämpfen?

Ich habe bei UPS 1994 in einem sehr traditionellen, männerdominierten Businessumfeld angefangen zu arbeiten. Mir war damals sehr bewusst, dass ich meinen ersten Job wohl wegen meines Aussehens bekommen habe und nicht wegen meines auch guten Studienabschlusses. Aber Chancen sollte man nutzen (und frau erst recht) und dann einfach zeigen, dass man viel mehr kann! Nach zwei Jahren habe ich ein Team von zehn Männern übernommen, alle älter als ich und alle länger in der Firma. Die Stelle habe ich sicher nicht bekommen, weil ich blond war – und die Jungs fanden das auch gar nicht so lustig.

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

Inzwischen lege ich sehr großen Wert auf einen integrativen und wertschätzenden Führungsstil. Ohne ein gutes Team geht nämlich gar nichts. Aber das musste ich lernen. Am Anfang meiner Karriere habe ich oftmals sehr autoritär agiert, um mich in der Männerwelt zu behaupten. Außerdem habe ich wahnsinnig viel gearbeitet und durch meine Leistung überzeugt. Ich habe vorgelebt und vorgegeben. Das machen viele Männer übrigens genauso.

In Zeiten von New Work – und je breiter das Verantwortungsgebiet wird – kommt es verstärkt auf das Team an. Inzwischen weiß ich, dass ein Team, das die Ideen mitentwickelt und mitgestaltet, nicht nur die besseren Ideen generiert, sondern diese auch durch die Wand trägt.

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

Da gab es verschiedene Menschen in mei-

nem Arbeits- und Lebensumfeld, die meisten davon Männer. Intelligent, mutig und mit außergewöhnlichen Ideen. Alle einzigartig – wie jeder von uns. Sehr viel an Unternehmergeist hat mich der Gründer von conject, Martin Reents, und dessen ganzes Gründerteam gelehrt, darunter eine Frau. Aber auch die Bestätigung und das Vertrauen, das mir so oft, auch bei Fehlschlägen, entgegengebracht wurde – meist von Männern –, haben mich darin bestärkt, nicht aufzugeben.

Meine Eltern haben mich ebenso inspiriert. Für mich war immer ganz klar: Karriere und Familie, das muss beides gehen. Ich wollte mich nicht entscheiden. Ich wollte beides. Als meine Jungs geboren wurden, da haben viele nicht verstanden, dass ich so schnell wieder arbeiten gehe, und dann auch noch so viel. Für mich gab es nur diesen Weg, auch wenn der manchmal schwierig war.

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

Nicht jede Frau muss sich für die Top-Karriere entscheiden. Die kostet tatsächlich einiges an Energie und Willen. Wichtig finde ich, dass jede junge Frau sich klar darüber wird, was ihr wichtig ist und was sie will. Dann ist sie auch kein Opfer, sondern kann sich ihren Weg gestalten. Frauen sollten dabei vor allem offen und transparent mit ihren Vorgesetzten über Wünsche und Vorstellungen sprechen. Auf das Selbstgestalten kommt es an. Sagen, machen, zeigen! Ein wichtiger Rat ist hier, dass sich Frauen das Umfeld suchen sollten, in dem das auch gewürdigt wird. Man darf den Arbeitgeber wechseln. In Zeiten fehlender Fach- und Führungskräfte ist das gar nicht mehr so schwer.

Gerade in der MICE-Branche sind langjährige Beziehungen und Erfahrungswerte wichtig. Deshalb ist ein erfolgreicher Wiedereinstieg nach der Babypause nicht nur für Frauen, sondern auch für Unternehmen wichtig. Das muss gar nicht zwingend Vollzeit sein. Auch in Teilzeit kann frau Führung übernehmen, wenn sie das denn will. Bei XING gibt es einige sehr gute Beispiele dafür.

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

Das Problem ist die Stereotypisierung der Eigenschaften von Mann und Frau. Dabei hängt Führungsqualität nicht mit dem Geschlecht zusammen, sondern mit den

Eigenschaften jedes Einzelnen. Frauen scheinen mir enorm diszipliniert und leistungsfähig, gerade weil sie beweisen wollen, dass Beruf und Familie miteinander vereinbar sind – und das ja auch nur so geht.

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

Historie ist zäh. Traditionell haben Frauen und Männer in der Vergangenheit oft unterschiedliche Berufe ausgeübt: Pflege und Ausbildung übernahmen oft die Frauen, Technik und Handwerk die Männer. Dazu die unterschiedlichen Einkommenserwartungen, da ja lange in unserer Gesellschaft der Mann der Hauptverdiener war.

Unternehmen müssten im Allgemeinen ihre Vorurteile gegenüber geschlechterspezifischen Aufgaben und Mustern abbauen. Nicht jede Frau möchte Teilzeit arbeiten oder über einen längeren Zeitpunkt der Arbeit fernbleiben, und nicht jeder Mann möchte Vollzeit arbeiten. Es geht um Fähigkeiten und Leistungen und nicht um das Geschlecht oder sonstige Persönlichkeitsmerkmale. Die Wirtschaft kann es sich außerdem auch nicht mehr leisten, das Potenzial top ausgebildeter und engagierter Frauen nicht zu nutzen.

Zunehmend wird die moderne Rollenverteilung schon in Unternehmen gelebt, was Nachahmer findet. Die Politik hat mit Frau von der Leyen viel in Bewegung gebracht. Die Unternehmen sollten das noch schneller aufgreifen, auch um die Diversität und damit den Erfolg der Unternehmen zu verbessern. Denn heute weiß man, dass gemischte Teams nachweislich erfolgreicher sind.

Deshalb freut es mich besonders, dass Frauen in Führungspositionen medienwirksam inszeniert werden und zunehmend als Vorbilder dienen; wie Sheryl Sandberg, COO Facebook, Magdalena Rogl, Head of Digital Channels, Microsoft, oder Delia Fischer, Mitgründerin Westwing.

XING versucht, auch hier mit gutem Beispiel voranzugehen. Für die Führungskräfteentwicklung tut XING generell sehr viel, seit letztem Jahr zusätzlich noch mit einem Female-Leadership-Programm. Es gibt dort einige sehr beeindruckende Frauen in Führungspositionen. Und die arbeiten bei weitem nicht alle Vollzeit! Auch deshalb arbeite ich so gern für XING.

Tagungsland Nordrhein-Westfalen

TOURISMUS NRW – Qualifizierungs-offensive: MICE-Markt der Zukunft

Nordrhein-Westfalen wird für Geschäftsreisende immer wichtiger. Viele Messen mit Weltbedeutung, Universitäten und Schulen mit höchster Reputation sowie die Vielzahl nationaler und internationaler Unternehmen machen das bevölkerungsreichste Bundesland für Menschen aus der ganzen Welt attraktiv“, weiß **Veit Lawrenz** von Tourismus NRW.

Um den steigenden Anforderungen gerecht zu werden und die Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern, setzt die „Qualifizierungsoffensive: MICE-Markt der Zukunft“ Maßnahmen in drei Bereichen um: Kosten und Ressourcen sollen durch nachhaltiges Wirtschaften



eingespart werden, neue Ideen und Konzepte sollen die Tagungsformate der Zukunft einleiten und das Marketing wird professionalisiert.

Die Plattform „Dein NRW Business“ unterstützt besonders kleine und mittlere Unternehmen unter den MICE-Anbietern. „Erfolgreich sind wir vor allem gemeinsam. Eine einzelne Eventagentur oder ein Tagungshaus alleine sieht sich einer großen, nationalen und internationalen Konkurrenz gegenüber. Aber gemeinsam bieten wir Services in einer deutschlandweit einzigartigen Breite und Tiefe“, sagt Lawrenz voller Stolz und ergänzt: „Wenn wir unser enormes Angebot noch besser bündeln und optimieren, werden alle profitieren.“

RESSOURCENMINIMIERUNG DURCH NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN

Nachhaltigkeit: nur Trend oder Must-have? Wer nicht danach handelt, ist schnell im Abseits. Spezifisch entwickelte Online-Selbstprüfungen und Lernvideos unterstützen kleine und mittlere Betriebe.

„Erster Schritt ist eine Selbsteinschätzung. Ein Fragenkatalog in den sechs Themenblöcken Management, Ökonomie, Ressourcenverbrauch, Beschaffung und Abfall-Management, Mobilität und Unterkunft sowie Soziales strukturiert das Vorgehen“, erläutert **Angela Turck** von Tourismus & Congress GmbH Region Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler. „Im zweiten Schritt erklären Videos mögliche Strategien und Maßnahmen.“



Realisierte Maßnahmen sollten die MICE-Unternehmen klar kommunizieren. „Viele arbeiten nachhaltig, ohne die Ergebnisse wirkungsvoll zu vermarkten“, weiß Turck. „Früchte, Honig oder Marmelade aus der Region oder Brötchen vom Bäcker nebenan sind klare Vorteile eines Tagungshauses. Kunden wünschen sich Regionales und Frisches. Wer das nicht herausstellt, verschenkt wertvolle Pluspunkte.“

Die Selbstprüfungen unterstützen die Leistungsträger in ihren Berichtspflichten, um sich auf nachhaltiges Reisen und Tagen auszurichten.

www.touristiker-nrw.de/foerderprojekte/qualifizierungsoffensive-mice-markt-der-zukunft/selfchecks

FUTURE MEETING SPACE

Fortschreitende Technisierung und Digitalisierung sind die Megatrends der Gesellschaft und damit auch der MICE-Branche. Im Forschungsprojekt Future Meeting Space wollen wir dazu beitragen, dass der Tagungssektor seine erreichte Spitzenposition sichert und ausbaut.

Im Innovationsverbund Future Meeting Space wurden Handlungsempfehlungen erarbeitet, die maßgeblich zur Entwicklung der Branche beitragen können. „Wer sich auf innovative For-



mate von Tagungen und Kongressen vorbereitet, wird dauerhaft erfolgreich sein“, sagt **Andreas Wietheger** von Ruhr Tourismus. „Wichtig ist auch, die unterschiedlichen Teilnehmertypen individuell zu betreuen. ‚One Treatment fits all‘ ist ein veraltetes Konzept, das in Zukunft nicht mehr funktionieren wird.“

Die Interaktion mit und unter den Teilnehmenden steht im Vordergrund jeder erfolgreichen Veranstaltung. Virtuelle Ergänzungen machen reale Tagungen vielfältiger und flexibler.

KÖLN

„Köln ist eine moderne und aufgeschlossene Metropole mit einer einzigartigen Gastlichkeit. Das ‚kölsche Lebensgefühl‘, die hervorragende Infrastruktur sowie die Kompetenzen in Wissenschaft und Wirtschaft sind unsere MICE-Erfolgsfaktoren in Köln“, fasst **Jan-Philipp Schäfer**, Leiter des Cologne Convention Bureau CCB zusammen.

Das Geschäft wächst stetig. Im letzten Jahr zählte man mehr als 52.000 Veranstaltungen mit mehr als 4,3 Millionen Teilnehmern. Das Netzwerk aus etwa 160 Partnern wurde erstmals



auf die Region rings um Köln ausgeweitet. Das CCB freut sich vor allem auf die neuen Veranstaltungen in 2019. Erstmals wird in diesem Jahr die „Comic Con Experience“ (CCXP Cologne) in der Koelnmesse veranstaltet. Auch das „Annual Meeting of the Health Technology Assessment International“ (HTAi) findet 2019 in Köln statt.

Für kulinarisch interessierte Besucher bieten sich die Fine Food Days Cologne an. Das Offenbach-Jahr 2019 wird ebenso gefeiert wie das Jubiläum „100 Jahre Neue Universität zu Köln“.

BONN UND DIE REGION

„Bonn ist deutsche Stadt der Vereinten Nationen, mit politischem Erbe und ein spannender Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort“, fasst **Udo Schäfer**, Geschäftsführer der Tourismus & Congress GmbH Region Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler, die Höhepunkte zusammen. „Bonn und die Region um die ehemalige Bundeshauptstadt punkten jedes Jahr stets mehr bei Tagungsteilnehmern und Touristen.“

Hier verbinden sich Geschichte, Kunst, Kultur und atemberaubende Natur. Die Geburtsstadt Ludwig van Beethovens und der grüne Gürtel, der Bonn um-



schließt, bieten außergewöhnliche Locations. Im World Conference Center Bonn kann auch im ehemaligen Plenarsaal getagt werden. Meetings im einstigen Gästehaus des Bundes auf dem Petersberg oder auf dem Drachenfels bieten einzigartige Rheinromantik.

In diesem Jahr feiert Bonn das 25-jährige Bestehen vom „Haus der Geschichte“, eins von fünf renommierten Häusern an der bekannten Museumsmeile. Auch die Bundeskunsthalle bietet neben Ausstellungen internationalen Ranges Platz für Veranstaltungen. In 2020 feiert Bonn den 250. Geburtstag Ludwig van Beethovens mit vielen Konzerten und Projekten.

DÜSSELDORF

Düsseldorf Convention präsentiert pünktlich zur IMEX eine neue Website für alle professionellen Veranstaltungsplaner. Diese finden auf www.duesseldorf-convention.de nun schneller alle relevanten Informationen, die für die Planung eines Events benötigt werden, sowie weitere Informationen zum Meeting- und Kongressstandort Düsseldorf.

„Für die neue Struktur haben wir die Perspektive von professionellen Event-Planern eingenommen. Unser neuer Meeting Guide ermöglicht es, die Interessen der Profis optimal zu bedienen. Ob Location-Auswahl, Hotelsuche oder



Rahmenprogramm – Düsseldorf Convention bietet für sie die Komplettlösung aus einer Hand“, sagt **Christian Ortlepp**, Director von Düsseldorf Convention. Die neue Website ist in deutscher und englischer Sprache angelegt und für die Darstellung auf dem Smartphone entsprechend optimiert.

Entscheidende Faktoren für Düsseldorf sind aber neben den umfangreichen Services des neuen Convention Bureaus vor allem die hervorragenden Lage im Zentrum der Metropolregion Rhein-Ruhr, die ausgezeichnete MICE-Infrastruktur, das moderne Messe- und Congress Center Düsseldorf und die Rheinische Lebensfreude.

Gefördert durch:



EUROPÄISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung

Ministerium für Wirtschaft, Innovation,
Digitalisierung und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen



NORDRHEIN
WESTFALEN BUSINESS

Brexit hin oder her, die MICE-Branche Großbritanniens setzt positives Signal



Kerrin MacPhee, Head of Business Events bei Visit Britain, und ihr Team zeichneten für die Organisation des gesamten Events verantwortlich. Fotos: VisitBritain

IN DIESEM JAHR lud VisitBritain ein zweites Mal zum MeetGB. Nach der Pilotveranstaltung, die 2018 mitten in London stattfand, entschieden sich die Organisatoren in diesem Jahr für das beschauliche Windsor. Eine weitere Änderung bestand in der gewollten Fokussierung auf One-to-one-Appointments zwischen Buyern und Suppliern. Daher verzichteten die Veranstalter gänzlich auf das Weiterbildungsprogramm, das im letzten Jahr noch einen Schwerpunkt gebildet hatte und von allen Teilnehmern besucht werden konnte. Grund für die Änderung: Zwar sei die Weiterbildung im letzten Jahr gut angenommen worden, dennoch wolle man den Teilnehmern zwischen den Meetings auch etwas Zeit zum Atmen lassen, erklärte Kerrin MacPhee, Head of Business Events, die neue Ausrichtung. Ziel war damit, eine möglichst produktive und vor allem positive Grundstimmung zu erzeugen.

Nur etwa 15 Minuten Transferzeit vom Flughafen Heathrow entfernt liegt das De Vere Beaumont Estate in typisch britischer Landidylle. Erst im letzten Jahr wurde das weitläufige Resort einer 12 Millionen Pfund teuren Renovierung unterzogen und präsentiert sich heute mit vielfältigen MICE-Möglichkeiten als eine gute Wahl. Allerdings müssen Planer aufgrund der Großzügigkeit des Geländes – das gesamte Areal umfasst über 16 Hektar – und je nach Lage der Zimmer eine gewisse Wegzeit für die Teilnehmer einplanen.

Noch bevor es mit den Meetings losging, konnten die bereits angereisten Eventplaner und Partner von VisitBritain ein entspanntes Networking-Event am Vorabend genießen. Die ehemalige Kapelle des Anwesens, das in der Vergangenheit auch schon als Schule fungiert hat, wurde 1879 erbaut und bietet mit ihrer romanischen Architektur den perfekten Rahmen für stilvolle, aber auch zwanglose Get-together. Selbstverständlich wird das ehemalige Gotteshaus auch gerne als Venue für Hochzeiten bespielt. Dann finden bis zu 50 Personen unter der kunstvoll gestalteten Decke Platz. Bei einem Cocktail-Empfang sind es natürlich deutlich mehr. Die MeetGB-Teilnehmer konnten in dieser beeindruckenden Atmosphäre bei Finger-Food erste Kontakte knüpfen oder aber auch bereits vorhandene auffrischen.

5.600 Meetings in zwei Tagen

Insgesamt 90 Eventplaner aus Europa und den USA folgten der Einladung von VisitBritain nach Windsor. Dem gegenüber waren 85 Supplier aus dem gesamten Gebiet des Vereinigten Königreichs anwesend. Alle Regionen waren vertreten und verteilten sich in der über 500 m² großen Hannover-Lounge, übrigens der größte Raum der insgesamt 75 Eventflächen innerhalb des De Vere

Unter dem beeindruckenden Gewölbe der hauseigenen Kapelle genossen die Teilnehmer den Abend.

Beaumont Estate. Neben Convention-Büros, wie beispielsweise Leeds, London, Birmingham, Bristol oder Schottland, Wales und Nordirland, nutzten viele Hotels und DMCs ebenfalls die Möglichkeit, mit den Planern ins Gespräch zu kommen und neue Geschäftsideen, Produkte und Dienstleistungen zu besprechen. Generell sahen alle im MeetGB eine gute Möglichkeit und Plattform, um – unabhängig von drohendem Brexit und der momentan herrschenden Unklarheit, wie es mit UK und der EU weitergeht – auch in Zukunft weiter miteinander zu arbeiten. Auf Seiten von VisitBritain erklärte Kerrin MacPhee hierzu, dass trotz der momentanen Situation die Veranstaltungen weiterhin nach Großbritannien kommen. Insbesondere Associations hätten sich nicht abschrecken lassen, selbst in etwas weiter entfernter Zukunft – also einem Zeitraum von bis zu zwei Jahren – mit der Destination Großbritannien zu planen.

Historische Kulisse für ein Galadinner

Einer der Partner des diesjährigen MeetGB waren die Historic Royal Palaces, die im Auftrag des britischen Kultusministeriums die unbewohnten Paläste des britischen Königshauses verwalten. Darunter fallen unter anderem der Tower of London oder die öffentlichen Räume des Kensington-Palastes. Für das MeetGB-Galadinner öffnete man aber einen weiteren Palast: Hampton Court Palace, seinerzeit der Wohnsitz Heinrichs VIII.



Schon beim Durchschreiten des riesigen Eingangstores stellt sich eine gewisse Ehrfurcht ein. Schließlich war Heinrich VIII. nicht irgendein König. Sein Verschleiß an Ehefrauen ist legendär und hat bekanntermaßen sogar dazu geführt, dass sich das britische Königshaus von der katholischen Kirche lossagte. Noch heute ist die Queen gleichzeitig auch das Oberhaupt der anglikanischen Kirche. Zwar gilt es in Hampton Court Palace diverse Vorschriften zu beachten, um die wertvollen Kunstgegenstände und auch das Gebäude selbst zu schützen, dennoch sind Events hier gerne gesehen. An runden Tischen können in der „Great Hall“, die schon vor 500 Jahren für royale Bankette genutzt wurde, bis zu 270 Personen Platz nehmen. Die passende Atmosphäre entsteht unter dem beeindruckenden Hammerbalcken-Gewölbe ganz von alleine. Wer etwas weniger Personen mitbringt – wie auch beim MeetGB-Galadinner –, findet sogar noch ein Plätzchen für

ein Streichquartett, das für musikalische Unterhaltung sorgt.

Neun Educationals im Vorfeld

Noch bevor sich die Planer auf den Weg nach Windsor machten, hatten alle die Möglichkeit, im Vorfeld an einem Educational teilzunehmen. Neun verschiedene Destinationen luden interessierte Planer ein, um ihnen Gelegenheit zu geben, neue Produkte und interessante Venues persönlich zu entdecken. Neben London und Schottland, die schon als etablierte MICE-Destinationen gelten, konnten zusätzliche, im MICE-Segment noch relativ unbekannt Destinationen wie Bristol und Bath oder Wales die Planer überzeugen. Weitere Educationals gingen nach Devon, Nordirland, Birmingham, Cambridge, Leeds und York sowie in die Region von Shakespeares England. (ag)

Dinieren, wo Heinrich VIII. einst wandelte: Im Hampton Court Palace ist genau dies möglich. Die einzigartige Atmosphäre war die Kulisse für das Galadinner des MeetGB.



Anzeige



IHR EVENT IM GRANDHOTEL

Viel Raum für Ihre Ideen

In einzigartiger Lage am Holler See bietet Ihnen das Dorint Park Hotel Bremen die passende Location für Ihre Events.

- Kompletten renovierter Veranstaltungsbereich seit Anfang 2017, teils mit direktem Zugang zur Gartenterrasse
- 6 Veranstaltungsräume von 11 bis 420 m² für bis zu 440 Personen, 1.100 m² Event-Fläche (ideal für Pkw-Präsentationen)
- Alle Räume auf einer Ebene, klimatisiert, teils kombinierbar, hohe Decken und bodentiefe Fenster
- Weitläufiger Hotelgarten am Hollersee für Empfänge, Barbecues, Incentives und Rahmenprogramme
- 175 Zimmer und Suiten in 6 Kategorien, Tiefgarage im Hotel mit 20 Plätzen sowie Parkplatz am Hotel mit 120 Plätzen

Gerne erstellen wir ein individuelles Angebot für Ihre Veranstaltung: Tel.: +49 421 3408-666 · bankett.bremen@dorint.com

Dorint · Park Hotel · Bremen

Im Bürgerpark · 28209 Bremen · Tel.: +49 421 3408-0 · info.bremen@dorint.com

dorint.com/bremen · dorint-tagung.com

Die All-inclusive-Lösung für die MICE-Branche

Eigentlich steht Club Med für gehobenen All-inclusive-Urlaub. Seit der Gründung 1950 erlebten schon zahlreiche Urlauber das Konzept, das bis heute hinter den Clubanlagen des französischen Ferienanlagenbetreibers steht: Finanzielle Planungssicherheit, hervorragender Service sowie vielfältige sportliche Aktivitäten sind die Eckpfeiler.



Von der Konferenz bis zum Incentive – der richtige Club Med findet sich auf jeden Fall.

HINZU KOMMT DIE meist ausgezeichnete Lage der einzelnen Clubs. Da die Anlagen häufig die ersten vor Ort waren, konnte sich der Betreiber die jeweiligen „Sahnestücke“ sichern. So blieb, auch wenn sich in den Folgejahren zahlreiche weitere Anlagen ansiedelten, die beste Lage vor Ort grundsätzlich bei Club Med.

Aus MICE-Sicht betrachtet sind die Vorteile insbesondere für Events von enormem Vorteil. Denn absolute Planungssicherheit gerade im finanziellen Bereich gibt es selten. Bei Club Med eben schon. Zusätzlich lassen sich Rahmenprogramme durch die vielfältigen Angebote für Aktivitäten sehr leicht organisieren. Und nicht zuletzt: Die jahrzehntelange Erfahrung hinsichtlich des Meeting- und Incentive-Bereichs im Unternehmen ist sicherlich nicht von Nachteil.

Vom Urlaubs-Club zum MICE-Club

Die Idee, eine eigenständige Meeting-

und Eventsparte zu lancieren, erfolgte aus dem Unternehmen selbst heraus. Denn jede Club-Eröffnung wurde mit einem großen Event gefeiert. Also warum die eigene Expertise nicht nach außen tragen und Events für andere organisieren? Vor mittlerweile mehr als 40 Jahren entstand diese Idee und wurde immer wieder weiterentwickelt. Wurde zu Beginn noch alles von Frankreich aus organisiert, gibt es mittlerweile in vielen Ländern Club-Med-Büros mit eigener Meeting- und Eventabteilung. In Deutschland geschah das vor etwa 25 Jahren. Seitdem haben deutsche Planer mit dem Frankfurter Büro einen eigenen Ansprechpartner, der mit Rat und Tat zur Seite steht. So sind deutschsprachige Kontaktpersonen selbstverständlich und ab einer Gruppengröße von 100 Personen ist zudem immer ein Mitglied des jeweiligen Club-Med-Büros vor Ort persönlich dabei.

Ein weiterer Grund für die konsequente Weiterentwicklung der MICE-Sparte war das eigentlich für Clubs typische Saison-Geschäft. Während in der Hauptsaison die Auslastung mehr als gut ist, eröffnete die weniger gebuchte Nebensaison einfach neue Möglichkeiten. Warum diese Zeit also nicht speziell für Gruppen nutzen und diesen das gesamte Angebot zu Füßen legen?

Was ist eigentlich möglich?

Vom kleinen, exklusiven Incentive bis hin zur Konferenz mit mehreren hundert Teilnehmern: Eigentlich ist alles möglich, beziehungsweise es gibt für jeden Anlass den richtigen Club. So eignet sich zum Beispiel der Club Med Opio au Provence am besten für Konferenzen. Die Anlage verfügt über bis zu 30 Meetingräume für bis zu 600 Personen und 428 Zimmer. Somit offeriert der Club in Südfrankreich die größten und zeitgleich ausgeglichensten Kapazitäten innerhalb der Gruppe in puncto Konferenz mit mehreren hundert Teilnehmern.

Es gibt aber auch einige Dinge, die für alle Clubs gleichermaßen gelten. Jeder der insgesamt über 70 Clubs ist für Incentives buchbar. Hier entscheiden lediglich Budget, Zeit oder persönliche Vorlieben über den Standort. Sogar eine Exklusivnutzung ist an jedem Standort möglich. Dann können Gruppen das gesamte, meist sehr weitläufige Areal des jeweiligen Clubs beziehen und individuell nutzen. Exemplarisch: Punta Cana. Hier wurde ein Incentive mit über 1.000 Personen realisiert. Aufgrund der 553 Zimmer kam dies einer Exklusivnutzung der gesamten Anlage gleich.

Generell präsentiert sich Club Med als sehr flexibler Partner bei Events. So können sogar Resorts, die sowohl über einen Vier- als auch einen Fünf-Trident-Bereich – Tridents bezeichnen die interne Sterne-Kategorisierung – verfügen, gleichgesetzt werden. Die gleichen Amenities, eine gefüllte Mini-Bar, oder eben nichts von alledem. Meist verfügen die Fünf-Trident-Bereiche über einen eigenen

Pool-Bereich, eine weitere Bar oder ein Restaurant. Bei der Exklusivnutzung eines Clubs können diese Bereiche, die normalerweise nur den jeweiligen Gästen zur Verfügung stehen, auch für alle Teilnehmer geöffnet werden.

Teambuilding, Rahmenprogramm und Aktivitäten

Einer der großen Vorteile, von denen Planer profitieren können, ist das breit gefächer-

te Angebot an Aktivitäten, die es an jedem Standort gibt. Das große Freizeitangebot ist hinlänglich bekannt und kann individuell auf Interessen und Gruppengröße angepasst werden, variiert allerdings von Standort zu Standort ein wenig.

Ebenfalls zum Veranstaltungsportfolio der Clubs zählen die zahlreichen Shows, die auch in die Gestaltung der MICE-Programme eingearbeitet werden können.

Einfach mal in See stechen

NOCH ETWAS GANZ Besonderes finden Planer mit der „Club Med 2“. Das 182 m lange Segelschiff ist einer der größten Motorsegler der Welt und lässt sich exklusiv für Veranstaltungen buchen. Planern stehen an Bord 184 Außenkabinen zur Verfügung, während die Maximalkapazität an Passagieren bei 350 Personen liegt. Darüber hinaus gibt es auf dem Fünfmaster zwei Restaurants, vier Bars, zwei Meerwasser-Pools, einen Fitnessraum, sowie eine Sauna.

Neben der ohnehin schon beeindruckenden Atmosphäre, lässt sich die „Club Med 2“ bei einem Vollcharter auch vollständig personalisieren: angefangen bei den Öffnungszeiten der Bars und Restaurants bis hin zum Branding auf dem Schiff. Bis auf die Segel kann hier alles der eigenen Corporate Identity angepasst werden.

Das Routing der Segelyacht ist ebenfalls individualisierbar, sollte sich im besten Fall jedoch an den regulären Fahr-

plan anpassen. So kreuzt das Schiff im Sommer im Mittelmeer und im Winter in der Karibik.

Viel in Planung

Zwar umfasst das Portfolio heute schon über 70 Standorte in mehr als 60 Destinationen, dies ist allerdings kein Grund für die französischen Betreiber, sich in diesem Punkt nicht weiterzuentwickeln. Für Dezember 2019 steht mit Michèl Playa Esmeralda die nächste Eröffnung an. Das in der Dominikanischen Republik liegende Resort wird auf Fünf-Trident-Niveau betrieben werden und befindet sich an der nördlichen Küste des Karibikstaats. Eine Neuerung wird das Wohnkonzept sein. Es wird vier unterschiedliche Dörfer mit unterschiedlichen Konzepten geben, unter denen Gäste wählen können. Die vier Bereiche werden rund um den Rezeptionsbereich angesiedelt sein und die Namen „Explorer Cove“, „Archipelago“, „Caribbean Paradise“ und „Emerald Jungle“ tragen.

Mit einer etwas früheren Eröffnung kehrt Club Med in diesem Jahr nach Mar-



Mit der Club Med 2 können Meetings auch auf hoher See stattfinden, inklusive Branding und aufwendigen Events am Abend. Fotos: Club Med

Anzeige

SCHLEMMEN SIE SICH EINMAL UM DIE GANZE WELT!

Bei der „Kulinarischen Reise“ erforschen Sie die Klimazonen entlang des 8. östlichen Längengrades, während in ausgewählten Reiselocationen ländertypische Spezialitäten in Form von Fingerfood auf Sie warten. Anschließend können Sie und Ihre Gäste bei einem schmackhaften Buffet Ihre Weltreise ausklingen lassen.

Das Klimahaus Bremerhaven ist eine der besten Locations Deutschlands. In den Kategorien „Tagungs- und Eventlocations“ belegt das Klimahaus seit vielen Jahren kontinuierlich einen der ersten zehn Plätze.



www.klimahaus-bremerhaven.de
veranstaltungen@klimahaus-bremerhaven.de



← bella zurück. Auf 14 Hektar werden sich ab diesem Sommer 373 Zimmer und alle weiteren Einrichtungen der Anlage verteilen. Für Planer wird es außerdem das eigene Konferenzzentrum mit sieben

Meetingräumen sowie einem großen Theater geben. Das Vier-Trident-Resort wird ganzjährig geöffnet sein und somit auch zahlreiche Zeitfenster für die MICE-Branche bieten.

Marrakesch:

Ein hervorragendes Beispiel für MICE bei Club Med



Orientalisches Design in Kombination mit Club-Med-Qualität bietet der Club Med La Palmeraie.

UM DIE VOLLE Bandbreite der Angebote zu verstehen, müsste man sich eigentlich alle Anlagen im Detail anschauen. Um aber zumindest eine Übersicht zu bekommen, wollen wir an dieser Stelle exemplarisch einen Club vorstellen. Wir haben uns für den Club Med La Palmeraie in Marrakesch entschieden und diesen näher angesehen.

Die Anreise ist schon einmal einfach, sei es mit dem National Carrier Royal Air Maroc, Ryanair oder einem Star Alliance Carrier wie Lufthansa, Swiss oder Austrian. Alle steuern von den großen Flughäfen in Deutschland, Österreich und der Schweiz aus Marrakesch an.

Von dort aus ist der Club in etwa 30 Minuten mit dem Pkw oder Bus erreichbar. Am Clubgelände angekommen, bietet sich ein atemberaubender Blick auf die beeindruckende Landschaft, die die Anlage umgibt. Das Atlas-Gebirge ist nicht weit entfernt und das Resort selbst liegt im größten Palmenhain Marokkos. Eine interessante Mischung, die sich für MICEler bezahlt macht. Denn die einzigartige Kulisse kommt sozusagen einfach von selbst.

Vier oder fünf Tridents?

Im La Palmeraie finden sich zwei Trident-Kategorien. Der größere Teil entfällt auf den Vier-Trident-Bereich mit seinen 300 Zimmern. Weitere 60 Suiten gibt es im Fünf-Trident-Bereich Le Riad. Beide sind sowohl getrennt als auch gemeinsam für Gruppen bespielbar, so wie es bei Club Med generell möglich ist.

Während Le Riad über eine eigene Bar verfügt, sind die Restaurants La Palmeraie (Buffet) und El Kebir (à la carte) im Vier-Trident-Bereich angesiedelt und somit für alle Gäste gleichermaßen nutzbar.

Vom fliegenden Trapez zur Tennisstunde

Eine besondere Aktivität, die es in Marrakesch zu entdecken gilt, ist das fliegende Trapez. Das Konzept wurde in Kooperation mit den professionellen Zirkusartisten des Cirque du Soleil entwickelt und ermöglicht es Gruppen, in die Zirkuswelt hineinzuschnuppern. Unter fachkundiger Anleitung werden mit dem „catch“, „leap“ und „lay out“ die eigene Körperbeherrschung sowie das Gleichgewicht trainiert. Darüber hinaus stärkt es insgesamt die Gruppendynamik, denn sobald einer

der Teilnehmer eines dieser Kunststücke schafft, sind alle stolz oder versuchen sich gegenseitig so weit zu unterstützen, dass im besten Falle alle Teilnehmer am Abend eine Urkunde überreicht bekommen.

Aber auch für die akrobatisch nicht so veranlagten Gruppen gibt es im La Palmeraie genügend Möglichkeiten. Von Tennis, als Turnier oder Trainingsstunde, Badminton und Squash über Wandern, Mountainbiking und Bogenschießen bis hin zu Beachvolley- und Tischfußball oder aber Yoga: All das sind feste Bestandteile des All-inclusive-Pakets vor Ort. Darüber hinaus können durch lokale Partner, die eng mit Club Med zusammenarbeiten, Ausritte auf Pferden und Kamelen organisiert werden.

Hervorragende Bedingungen für Meetings

Während natürlich der gesamte Club für Event-Inszenierungen nutzbar ist, brauchen gerade Meetings und Konferenzen einen eher festen Bereich. Diesen finden Planer im clubeigenen Konferenzzentrum. Auf sieben Tagungsräume in unterschiedlicher Größe kann hier zurückgegriffen werden. Die Maximalkapazität im größten Saal liegt bei 400 Personen.

Ein Abstecher nach Marrakesch

Durch die Nähe zur Innenstadt sind auch Ausflüge auf den lokalen Souk ohne große Schwierigkeiten zu organisieren. Allerdings sollten Planer genügend Zeit einkalkulieren. Denn das Areal, auf dem der berühmte Markt stattfindet, ist riesig, und es wird alles geboten, was man sich wünscht. Zur besseren Orientierung ist der Souk in verschiedene Abteilungen – Teppiche, Leder, Schuhe, Gewürze oder Handwerkskunst – gegliedert. In jedem Fall ist die Versuchung groß, einem regelrechten Shopping-Rausch zu erliegen. Wichtig dabei: Feilschen gehört hier zum guten Ton! Auch wenn es für Deutsche eher seltsam anmutet, ist es hier üblich, so lange zu handeln, bis man sich auf einen Preis geeinigt hat.

Aber auch abseits des Souks sollte man sich Zeit nehmen, um die ehemalige Hauptstadt zu entdecken. Wegen des nach europäischem Verständnis etwas verwirrenden Straßensystems empfiehlt sich allerdings die Führung durch einen Ortskundigen. Übrigens: Aufgrund der Vielzahl an architektonisch bedeutenden Gebäuden wurde die Altstadt Marrakeschs bereits 1985 zum UNESCO-Weltkulturerbe erklärt. (ag)

**MORE
BERLIN**

UNBOXING

new space for your ideas at  ijmex



**hub27
Berlin**

hub27-berlin.com

Über die Notwendigkeit, Events neu zu denken | von Christian Münch

Seit Jahren wird von einer Gesellschaft im Wandel gesprochen. Oder ist der Wandel die Gesellschaft? Gedankengut, Verhaltensweisen und Bedürfnisse ändern sich rasend schnell. Was heute noch angesagt war, ist morgen schon Vergangenheit.

Christian Münch
ist einer der
beiden Vorstände
der Münchner
planworx AG.



DIE NEUESTEN APPS, die hipsten Influencer, die coolsten Websites, die agilsten Projekt-Tools, die kreativsten Online-Plattformen – Marketingexperten kommen kaum noch hinterher, alles in ihrem Jahresplan zu budgetieren und vor allem wieder umzuplanen. Es gilt, Marketingmaßnahmen kontinuierlich anzupassen und zu überarbeiten. Kampagnen mit einer Laufzeit von mehreren Monaten sind beim Launch schon wieder veraltet.

Daher müssen Markenkommunikation und -erlebnisse neu gedacht werden. Am besten im Einklang mit den großen Themen, die unsere Gesellschaft umtreiben.

Menschen und Megatrends

Der Zukunftsforscher Matthias Horx spricht von Megatrends, die alle Ebenen der Gesellschaft, also Organisationen genauso wie Individuen, grundlegend beeinflussen. Einer dieser großen Trends ist die **Digitalisierung**, die wie eine Flutwelle die Unternehmenslandschaft überschwemmt und sie stark verändert hinterlässt. Täglich entstehen neue Wettbewerber – zum Teil aus völlig fachfremden Bereichen – im Internet. Kleine, agile Unternehmen machen sich neue Geschäftschancen zunutze und sind wenige Monate später bereits zu Giganten herangewachsen. Unternehmen wie Uber hebeln ganze Branchen aus den Fugen, indem sie bisher als allgemeingültig empfundene Gesetze der Wirtschaft in Frage stellen. So musste man bisher zumindest selbst über ein Fahrzeug verfügen, um eine Fahrdienstleistung anzubieten. Dass etwa Daimler und BMW ein Joint Venture für Mobilitätsdienste gründen¹⁾, war noch vor wenigen Jahren undenkbar und ist heute ein Zeichen für die steife Brise, die einstigen Big Playern heute entgegenweht.

Ein weiterer Megatrend ist schon seit Jahrzehnten im Umlauf, aber nicht weniger aktuell: Die **Globalisierung** beschreibt die Veränderungen der Weltwirtschaft, wodurch immer mehr länderübergreifende Transaktionen stattfinden. Allerdings betrifft sie schon lange nicht mehr ausschließlich die Wirtschaft, sondern beeinflusst heute internationale Kulturen und Gesellschaften. Die globale Vernetzung von Informationen und die Möglichkeit digitaler Trans-

¹⁾ <http://www.manager-magazin.de/unternehmen/autoindustrie/car2go-drivenow-fusion-so-planen-daimler-bmw-fuer-carsharing-joint-ventures-a-1254745.html>

aktionen quasi in Echtzeit schreiten un-aufhörlich voran. So wird für das Jahr 2020 die Anzahl der Internetzugänge auf vier Milliarden prognostiziert – zum ersten Mal ist damit knapp über die Hälfte der Weltbevölkerung online vernetzt.

Soziale Verantwortung, Chancengleichheit, der Wunsch nach Ressourcenschonung und nicht zuletzt die von der jungen schwedischen Aktivistin Greta Thunberg initiierte „Fridays for Future“-Bewegung sind unter dem Begriff der **Neo-Ökologie** einzuordnen. Ein neues sozial-ökologisches, moralisch und ethisch vertretbares Konsumverhalten prägt zuerst Individuen, beeinflusst in der Folge immer weitere Teile der Gesellschaft und zwingt schließlich nach den ohnehin ökologisch konzipierten auch konventionelle Unternehmen, ihre soziale und ökologische Verantwortung wahrzunehmen.

Vom Globalen zum Persönlichen: Der Megatrend **Individualisierung** symbolisiert den Aufstieg des Ichs. Toleranz, Freundschaft und Ehrlichkeit sind die relevanten Werte des Individuums. Massenware hat schon lange keine Hochkonjunktur mehr. Individualisierte Leistungen oder Produkte, die die eigenen Bedürfnisse ansprechen oder die sich der Kunde selbst zusammenstellen kann, sind hoch im Kurs: von personalisierbaren Premium-Sneakers über individuell zusammengestellte „Bespoke“-Reisen im Luxussegment bis hin zum Alltagsgegenstand Smartphone, das sich mit Apps den Bedürfnissen anpassen lässt oder „Skins“, mit denen Fortnite-Spieler*innen ihre Persönlichkeit ausdrücken.

Nicht zuletzt lässt sich der von Horx diagnostizierte Megatrend **Urbanisierung** schon lange nicht mehr aufhalten. Mit ihr geht die zunehmende Bedeutung

der Städte als Zentren für Wissen, Kultur, Ökonomie und Kreativität – sowie nicht zuletzt die aufgrund der intensiv betriebenen Agrarwirtschaft verlorene Artenvielfalt – einher. Bis 2030 sollen laut UN 41 Megacities weltweit mehr als zehn Millionen Einwohner beherbergen und die Urbanisierungsrate insgesamt auf 60 Prozent ansteigen.²⁾

Individuen und Organisationen im Sog der Entwicklung

Dank der wirtschaftlichen Entwicklung und der gesellschaftlichen Fortschritte sind die von Abraham Maslow³⁾ postulierten physiologischen, sicherheitsrelevanten und sozialen Bedürfnisse in modernen Gesellschaften heutzutage weitgehend befriedigt, die lebensnotwendigen Basics abgedeckt. Und so bleiben heute genügend zeitliche, finanzielle und emotionale Ressourcen, um Individualbedürfnisse und das Streben nach Selbstverwirklichung in den Fokus zu rücken.

Deutlich lässt sich der Anstieg des Bewusstseins für die soziale Verantwortung des Einzelnen feststellen. Wer es sich leisten kann, achtet auf Nachhaltigkeit und Umweltschutz, und es ist zu beobachten, dass der Wunsch, einen persönlichen – und im besten Falle nicht durch Flugmeilen verursachten – „Footprint“ zu hinterlassen, so groß ist wie nie. Während um uns herum die Welt immer vernetzter, dynamischer und hektischer wird, betreiben viele Individuen Simplifizierung als Gegenrend zur alltäglichen und crossmedialen Reizüberflutung. Newsletter werden abbestellt, Social-Media-Profile gelöscht, Spam- und Pop-up-Filter installiert. Parallel dazu verspüren viele Menschen das Verlangen, sich einzubringen, mitzugestalten, ihre Meinung kundzutun. So

hat sich die Zahl der Demonstrationen in Berlin seit 2008 etwa verdoppelt⁴⁾ und ist die Zahl der ehrenamtlich Engagierten zwischen 2014 und 2017 um beinahe zwei Millionen angestiegen.⁵⁾ Und nach der Welle der YouTube-Kanäle, Blogs und Instagram-Profile sind es derzeit die Podcasts, deren Zahlen exponentiell steigen.

Organisationen hingegen bekommen den Gegenwind zu spüren. Nicht nur sehen sie sich dank der Globalisierung mit dem täglichen Wettstreit der weltweiten Konkurrenten konfrontiert, auch stehen sie mehr denn je im Fokus des öffentlichen Interesses. Immer kürzere Innovationszyklen, der wachsende und sich durch die Digitalisierung auch von völlig neuen Seiten zeigende Wettbewerb sowie schwindende Eintrittsbarrieren erfordern die kontinuierliche Anpassung und Vereinfachung von Arbeitsprozessen und Organisationsstrukturen. 165 Jahre nach der Erfindung der Litfaßsäule und dem Startschuss zu stetig ausgeklügelteren Formen der Werbung pochen die sensibilisierten Konsumenten heute auf Transparenz und Offenheit. Eine neue Art der Unternehmenskommunikation ist gefragt.

Zudem zwingt der wachsende „War for Talents“⁶⁾ Unternehmen dazu, ihr



²⁾ <https://www.gtai.de/GTAI/Navigation/DE/Trade/Maerkte/suche,t=megacities-gewinnweltweit-an-bedeutung,did=1905824.html>

³⁾ Abraham Maslow: A Theory of Human Motivation, 1943

⁴⁾ www.rbb24.de/politik/beitrag/2018/12/versammlungen-demos-berlin-protest.html

⁵⁾ <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/173632/umfrage/verbreitung-ehrenamtlicher-arbeit/>

⁶⁾ <https://stellenmarkt.faz.net/karriere-lounge/markt/war-for-talents/>

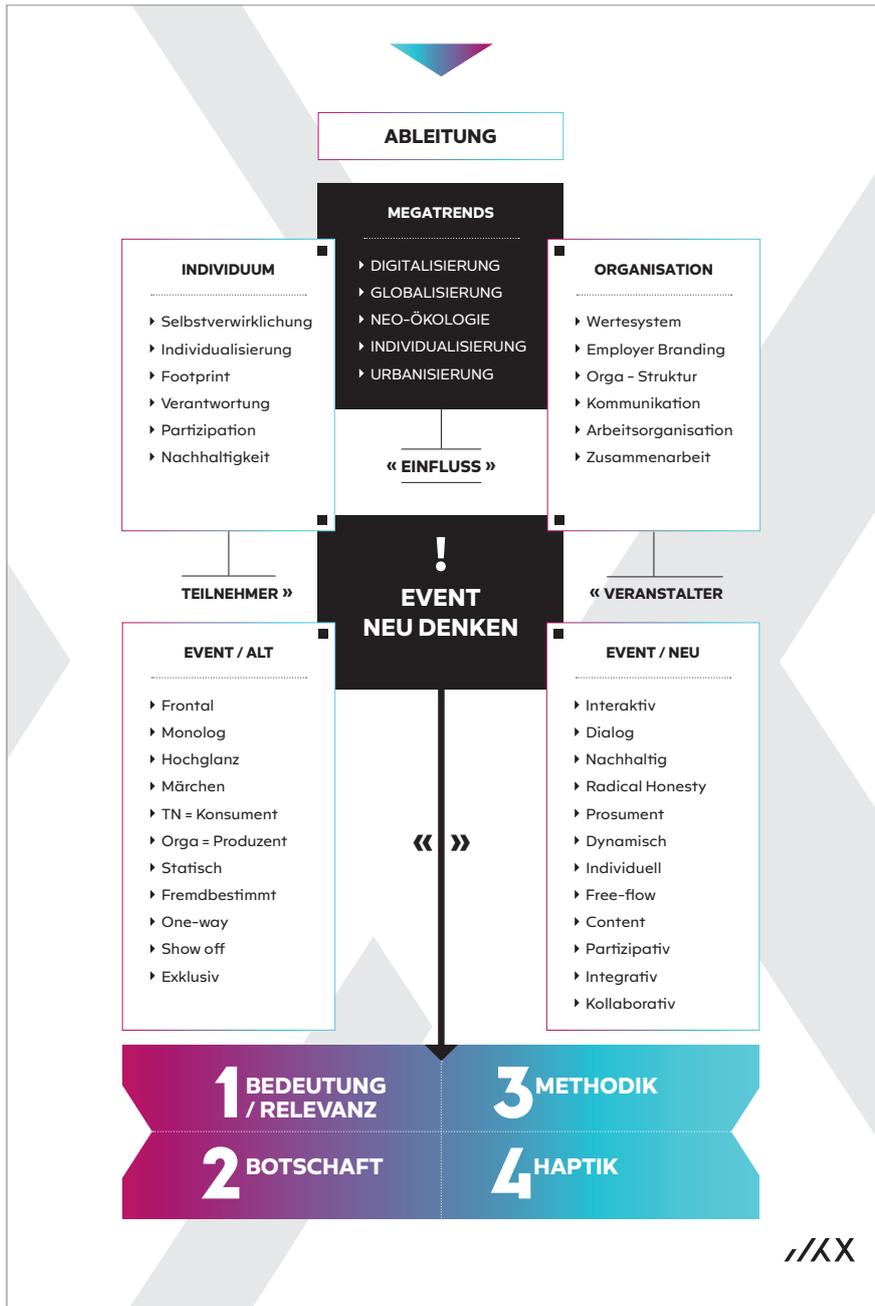


... im Dorint An der Messe Basel

- Zentrale Lage, direkt neben der Messe Basel und nur 10 Gehminuten bis zum Rheinufer
- 171 Zimmer und Apartments
- Restaurant „Côté Jardin“ und Lobby Bar „Le Bar“
- Terrasse für Veranstaltungen mit bis zu 100 Personen
- **4 neu renovierte Tagungsräume** für Events mit 2 bis 80 Personen ab Herbst 2019

Dorint · An der Messe · Basel

Schönaustrasse 10 · 4058 Basel · Schweiz
 Tel. +41 61 695 76 31
 bankett.basel@dorint.com
dorint.com/basel



← Wertesystem zu hinterfragen, anzupassen und deutlich zu kommunizieren. Im Einklang mit den vorab beschriebenen Megatrends fordern Arbeitnehmer heute auch eine Anpassung der Arbeitsumgebung hin zu Zusammenarbeit und New Work.

Vom Event zum Erlebnis

Mit diesem veränderten Mindset und den daraus resultierenden Erwartungshaltungen im Hinterkopf (oder Unterbewusstsein) treffen die beiden Gruppen dann bei einem Event in der Zukunft aufeinander: Individuen in der Regel als Teilnehmer und Organisationen als Veranstalter. Geht man als Eventplaner

und -gestalter so vor, wie „man das immer schon gemacht hat“, ist der Misserfolg vorprogrammiert und die Erwartungshaltung beider Anspruchsgruppen wird enttäuscht. Stattdessen sind wir als Eventkonzeptioner gefordert, ausgetretene Pfade zu verlassen und Veranstaltungen konsequent neu zu denken.

Vom Monolog zum Dialog: Powerpoint-Schlachten sind schon lange tabu und „Interaktion“ mit dem Publikum war lange Zeit das neue Zauberwort. Doch heutzutage reicht es nicht mehr, die Teilnehmer ein-, zweimal mit einem digitalen Tool abstimmen zu lassen und das Ergebnis zu kommentieren. Teilnehmer wollen sich einbringen, mitdiskutieren,

provozieren und sich über ihre Beiträge im besten Fall sogar profilieren. Damit lässt sich auch der unglaubliche Erfolg von Gimmicks wie dem Wurfmikrofon catchBox erklären. Die Tendenz geht heute bereits so weit, mindestens die gleiche Zeit für eine tiefgehende Q&A-Session einzuplanen wie für die Keynote an sich.

Von frontal zu integrativ: Der omnipräsente Wunsch der Teilnehmer, sich einzubringen, wirkt sich natürlich auch auf das gesamte Event-Setup aus. Der lange geltende Spruch „Die Coolen sitzen immer hinten“ ist obsolet. Teilnehmer von heute sind bereit, für einen Platz in der ersten Reihe entweder früh zu kommen oder einen nicht unerheblichen Aufpreis dafür zu bezahlen – zu verifizieren etwa bei Events aus der Reihe „Gedanken tanken“.

Vom Märchenerzählen zur „Radical Honesty“: Fast scheint es im Rückblick so, als wollten Eventgäste noch bis vor ein paar Jahren angeschwindelt werden, um mit einem guten Gefühl nach Hause gehen zu können. Nach Ölkatastrophen, Fabrikeinstürzen, Abgasskandalen, #metoo, #blacklivesmatter und Spendenaffären sind diese Zeiten nun definitiv vorbei. Heute gehen Menschen zu Veranstaltungen, um die Wahrheit zu erfahren – ungefiltert, offen und geradeheraus. Haben Teilnehmer das Gefühl, gerade belogen zu werden, stehen sie einfach auf und fordern bisweilen vom Redner „Radical Honesty“. Auch die Attraktivität von Formaten wie „Fuck-up Nights“ ist ein Zeichen dieses Wunsches nach Authentizität.

Vom Konsumenten zum Prosumenten: Bis vor gar nicht allzu langer Zeit war die Rollenverteilung glasklar: Der Veranstalter ist der Produzent und Vermittler der Inhalte, der Teilnehmer der Konsument. Zum Glück ist auch diese klassische Zuschreibung passé. Weder möchte sich der Teilnehmer mit der Rolle als Zuhörer begnügen, noch möchten Organisatoren auf das Potenzial der Schwarmintelligenz verzichten. Das erklärt den Erfolg von Kleingruppenarbeit und Workshopformaten, die zunehmend in Veranstaltungen integriert werden. Das geht sogar so weit, dass sich bei planworx das „Workshop-Design“ als eigene Disziplin herauskristallisiert hat: Hier plant man Mechanik, Didaktik, Dramaturgie, ja sogar Setup von Workshops je nach Zielsetzung maximal individuell.

Von fremdbestimmt zu individuell: Wann haben Sie zum letzten Mal eine Einladung zu einem Event mit einer chro-

nologischen Agenda erhalten? Haben Sie sich dabei „gesehen“ gefühlt? In unseren Augen werden solche starren Formate kaum mehr den wachsenden Ansprüchen der Zielgruppe und dem Streben nach Individualisierung gerecht. Schließlich sind die Einzelinteressen, Hintergründe und Bedürfnisse so unterschiedlich wie die Anzahl der Teilnehmer. Dementsprechend vielseitig und abwechslungsreich sollte auch das Angebot an Inhalten und Formaten sein. Bestes Beispiel ist für mich persönlich die „re:publica“, wo meine hohen Erwartungen in dieser Hinsicht nicht nur erfüllt, sondern übertroffen werden.

Von statisch zu dynamisch: Mehr inhaltliche Individualität erfordert ein radikal neu gedachtes Setup. Räume müssen „maximal situationselastisch“ (so nennen es unsere Kollegen) gestaltet werden, damit die auf Interaktionen und Dynamik drängenden Beteiligten flexibel reagieren können.

Von Hochglanz zu Nachhaltigkeit: Der oben beschriebene Trend zur Neo-Ökologie hat längst schon die Veranstaltungsbranche erreicht: Massive Bühnenbauten sind out, Layher-Gerüste sind in, Designer-Möbel müssen Fatboys weichen, die Bar „glänzt“ durch Pressspan statt durch Klavierlack und die Teilnehmer fordern regionales Bio-Catering statt Champagner & Kaviar. Bei meinem Besuch des letzten „Google Cloud Summit“ in München ist mir die Schönheit dieses Trends so bewusst geworden wie selten zuvor: Die

Teilnehmer bedienen sich an einer Armada von „leeren Butterstullen“ und individualisieren sich ihr Brötchen am Marmeladenbuffet.

Content is king: meine persönliche Highlight-Entwicklung, die auch stark mit der Forderung nach „Radical Honesty“ einhergeht. Event-Teilnehmer 4.0 gehen mit hohen inhaltlichen Erwartungen zu Events. Die Zeit ist knapp bemessen und die Veranstalter der wie Pilze aus dem Boden sprießenden Veranstaltungen buhlen um hochkarätige Teilnehmer. Dementsprechend werden Events ausgewählt, die zum Lebensplan passen, die inspirieren, den Horizont erweitern und persönlich weiterbringen. Unsere Teilnehmer*innen geben uns das Wertvollste, was sie haben – ihre Zeit. Selbstverständlich wird daher von uns Event-Machern erwartet, dass wir verantwortungs- und vor allem SINNVOLL damit umgehen und gar nicht erst auf die Idee kommen, die Gäste mit „Schaumschlägerei“ und Worthülsen abzuspiesen.

Neue „Critical Success Factors“

All diese Entwicklungen beeinflussen logischerweise unsere Arbeit ab dem Eingang des initialen Briefings. Sie fordern immer drängender die „strategischen Berater“ anstatt der „professionellen Umsetzer“ in uns heraus.

Aus oben genannten Herausforderungen und den eigenen Erfahrungen aus 32 Jahren planworx haben sich vier kritische Erfolgsfaktoren herauskristallisiert,

die die Erfolgchancen aller Events drastisch steigern:

Relevanz: Jeder Event sollte maximal auf die avisierte Zielgruppe zugeschnitten sein und ebendiese mit relevantem Content versorgen.

Botschaft: Warum will ich einen Event veranstalten? Was habe ich der Zielgruppe zu sagen? Was erhoffe ich mir, im Gegenzug, von den Teilnehmern zu bekommen? Je präziser wir in der Lage sind, das zu formulieren, umso größer die Erfolgsaussichten.

Methodik: Wie gelingt es uns, die Veranstaltung maximal interaktiv, integrativ und kollaborativ zu gestalten und dabei gleichzeitig das Individualbedürfnis des Einzelnen zu befriedigen?

Haptik: Wie „fühlt“ sich der Event an? Wie balancieren wir den Hochglanzanspruch des Unternehmens und die Ansprüche an Nachhaltigkeit geschickt aus?

Im Hinblick auf diese veränderten Vorzeichen und Bedürfnisse haben wir bei planworx denn auch konsequenterweise unsere Daseinsberechtigung – unser „WHY“ – neu formuliert. „Wir sind der Impuls, Erlebnisse neu zu denken“, ist unsere Antwort auf diese Anforderung und unser Anspruch, uns selbst als langfristig denkende Sparringspartner und strategische Co-Kreative auf ein neues Level zu heben und damit für alle Stakeholder das Beste aus Events herauszuholen.

Anzeige




JubelAngebot für Ihre Tagung in Bremen



50 Jahre Maritim Hotels – wir sagen DANKE für Ihr Vertrauen mit unserem JubelSpecial:
 Sichern Sie sich zu einer Kaffeepause unseren Geburtstagskuchen und sparen Sie zusätzlich 3,50 € pro Teilnehmer!
 Buchen Sie ganz einfach unsere „Maritim Exklusiv“ oder weitere Maritim Standard-Tagungspauschalen, einzusehen auf:

www.maritim.de/de/angebote/tagungspauschale
 Dieses Angebot ist nicht anwendbar auf bestehende Buchungen.



© Vladym50 – AdobeStock.com

 Maritim Hotel und Congress Centrum Bremen · Hollerallee 99 · 28215 Bremen
 Telefon 0421 3789-0 · info.bre@maritim.de · www.maritim.de
 Betriebsstätte der Maritim Hotelgesellschaft mbH · Herforder Straße 2 · 32105 Bad Salzuffen

degefest-Fachtage 2019: „Ressource. Digital. Mensch“

Der deutsche Kongressfachverband degefest widmet sich auf seinen diesjährigen Fachtagen den Veränderungen in der Arbeitswelt durch die Digitalisierung. Im Mittelpunkt stehen dabei die Themen Personal-Recruiting, die Veränderungen im Vertrieb durch digitale Tools, arbeitsrechtliche Konsequenzen sowie die daraus resultierenden Anforderungen an Arbeitgeber und Unternehmen.



Die „neue“ Filderhalle ist in diesem Jahr die Location für die degefest-Fachtage. Bild: degefest e.V.

ZEITGEMÄSS FORMATIERT präsentieren sich die Fachtage 2019 vom 27. bis 29. Juni 2019 in der neuen Filderhalle Leinfelden-Echterdingen als Mix von Keynotes, Workshops und weiteren partizipativen Formaten. Der Fachtag wird wie in den Vorjahren ergänzt durch eine Fachausstellung sowie die Jahreshauptversammlung. Die Veranstaltung richtet sich an die Mitglieder des degefest, ist aber auch offen für alle, die an der Thematik interessiert sind.

Schwerpunkt der Fachtage: Die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Veranstaltungsbranche

Die Experten sind sich einig: Mit Blick auf die wissenschaftlich-technologische Entwicklung ist eine neue Qualität der Digitalisierung absehbar. Dabei schwanken die erwarteten Auswirkungen auf die Arbeitswelt zwischen einerseits düsteren Rationalisierungsszenarien einhergehend mit einem „Ende der Arbeit“ durch den verstärkten Technikeinsatz und einem andererseits optimistischen Zukunftsglauben an neue, digital vermittelte Geschäftsmodelle und Möglichkeiten für Wohlstand, Innovation, Beschäftigung und Lebensqualität. Nicht immer

jedoch sind die Kausalitäten eindeutig, und es stellt sich die Frage, ob eine bestimmte Entwicklung ursächlich auf der Digitalisierung beruht oder ob eine womöglich schon länger zu beobachtende Tendenz lediglich durch die Digitalisierung beschleunigt und deshalb zu einem weit verbreiteten Phänomen wird. Doch welche Rolle nimmt die Digitalisierung im Personalmanagement der Veranstaltungsbranche ein? Neue Technologien sichern die Entscheidungen im Talentmanagement ab, erleichtern die Arbeit und eröffnen neue Möglichkeiten im Recruiting. Die Zeiten, in denen Unternehmen ein Stellenangebot inseriert und dann Hunderte Bewerbungen erhalten haben, sind vorbei. Einerseits gibt es aufgrund des demografischen Wandels immer weniger Bewerber, die sich auf vakante Stellen bewerben. Andererseits drängen die Digital Natives auf den Arbeitsmarkt. Hochqualifizierte Vertreter der Generationen Y und Z können zwischen mehreren Jobangeboten wählen. Sie sind in der digitalen Welt zu Hause und wollen sich nicht mehr auf klassische Ausschreibungen bewerben. Ihre Erwartungen an das Recruiting sind andere als die älterer Generationen. Aufgrund fehlender Talente

und veränderter Erwartungen wird sich in den kommenden Jahren die aktive Ansprache von Potenzialträgern im Social Web als Bestandteil im Prozess der Mitarbeitergewinnung fest etablieren. Getrieben von der Digitalisierung aller Marketingkanäle und immer besser informierten Kunden, haben sich die Märkte stark verändert – und mit ihnen auch die Anforderungen an den Vertriebsmitarbeiter. Wie erfolgreich ein Vertriebler Aufgaben meistert, hängt im Zeitalter der Digitalisierung nicht mehr nur von der Tagesform ab. Digitale Tools können den entscheidenden Vorteil verschaffen. Der Kongressfachverband degefest wird den Teilnehmern auf den diesjährigen Fachtagen einen aktuellen Überblick über die wichtigsten Entwicklungen der Branche bieten. (red)



Center Parcs als MICE Location?

Center Parcs: Bungalowparks inmitten der Natur für die ganze Familie, diesen oder einen ähnlichen Gedanken haben wahrscheinlich die meisten von Ihnen, wenn Sie das bekannte grüne Logo sehen. Dabei kann Center Parcs weitaus mehr sein. Die zahlreichen Parks in Deutschland, den Niederlanden, Belgien und Frankreich bieten neben den bekannten Anreizen für Familien, vielseitige Vorteile für Ihre nächste Firmenveranstaltung, jenseits des klassischen Tagungshotel in der Großstadt.



Übernachten wie noch nie

Hotelzimmer anbieten kann jeder – Center Parcs natürlich auch! Wenn auch nicht in allen Parks, steht Ihnen in einigen Parks auch ein Hotel mit bis zu 120 Zimmern mit allem Komfort zur Verfügung. Aber Center Parcs kann noch mehr. Bis zu 1.000 Bungalows und 5.000 Betten stehen pro Park zur Verfügung. Je nach Modell und Ausstattungsvariante können dort bis zu 20 Personen wohnen, arbeiten, gemeinsam kochen oder sich nach getaner Arbeit auf der möblierten Terrasse oder vor dem Kamin entspannen.



Alles unter einem Dach

Ob mit 10 oder 3.000 Personen: die sich auf über 100 Hektar erstreckenden Parks bieten Platz für jegliche Gruppengröße und Eventidee. Auch eine exklusive Anmietung des Parks ist möglich – machen Sie einen der Center Parcs für ein Wochenende oder eine Wochenmitte zu Ihrem ganz persönlichen Firmendorf! Im jeweiligen Parkzentrum, dem Market Dome befinden sich mehrere Restaurants, Bars, Einkaufsmöglichkeiten sowie der Zugang zum subtropischen Badeparadies Aqua Mundo und zu den Tagungsräumen.



Entertainment und Business

Sämtliche Restaurantflächen können exklusiv für Ihre Zwecke reserviert werden und auch das Schwimmbad kann sich nach den regulären Öffnungszeiten in eine subtropische Partylocation nach Ihren Wünschen verwandeln. Tagungsräume sind in allen Parks mit Business Center vorhanden. Sollten diese die Kapazitäten Ihrer Gruppe nicht fassen, verfügen fast alle Parks über die Möglichkeit, ein Zelt aufstellen zu lassen, um ein Gruppen-Event oder z.B. ein Dinner für 1.000 Personen parallel zum Normalbetrieb umsetzen zu können.

KEINE CHANCE FÜR LANGEWEILE

Teambuilding, Sport & Action

Als gewöhnlich sind auch die Möglichkeiten des Teambuildings in den Parks kaum zu beschreiben. Die Vielfalt der Aktivitäten findet sowohl Indoor als auch Outdoor kein Ende. Ob Bowling, Bouldern, Bogenschießen, Laser Battle, Hochseilgarten oder Escape Room – die Sports Activity Teams sorgen für Abwechslung im grauen Büroalltag!



FIRMENVERANSTALTUNGEN UND EVENTS FÜR 10 – 3.000 PERSONEN

Alles aus einer Hand - Ihr Business Solutions Team

Am Anfang einer jeden gelungenen Veranstaltung steht die Planung. Das Business Solutions Team von Center Parcs unter Leitung von Anke Kubista-Gerlach unterstützt Sie gern bei der Planung und Durchführung Ihrer Firmenveranstaltung von der ersten Ideenfindung bis hin zur Rechnungsstellung!

Mehr Informationen unter www.centerparcs.de/business

Ihre direkte Ansprechpartnerin: Anke Kubista-Gerlach, Senior Key Account Manager
Telefon: 0221-97303067 · E-Mail: anke.kubista@groupepvc.com

MICE an der Uni | von Hans Rodewald

Traditionell sind Hochschulen Orte der Kommunikation: Neugier trifft Wissen, Leidenschaft trifft Erfahrung, Forschung trifft Lehre. Damit bieten Akademiegebäude das perfekte Umfeld für Tagungen und Konferenzen. In einer wissenschaftlichen Umgebung kommen Menschen gerne zusammen, um sich über Neuigkeiten auszutauschen und Fortschritte zu diskutieren. Beispielhaft haben wir uns in Salzburg umgeschaut und präsentieren einige MICE-Möglichkeiten in der Mozartstadt.



Zum 249. Geburtstag von Wolfgang Amadeus Mozart wurde die große Universitätsaula am 27. Januar 2005 wiedereröffnet. Foto: Luigi Caputo

Formvollendet: Die Mozartaula

Wer es stilvoll mag, ist in der Großen Universitätsaula am richtigen Platz. Hier haben viele Komponisten ihr Publikum verzückt: Leopold Mozart führte die *Antiquitas personata* auf. Sohn Wolfgang Amadeus Mozart tanzte im Alter von fünf Jahren den Pagen im Schuldrama. 1767 wurde Mozarts Jugendoper *Apollo et Hyacinthos* (KV 38) in der Aula uraufgeführt.

Die Aula mitten im Festspielbezirk der Stadt Salzburg wurde renoviert und 2005 wiedereröffnet. Sie besticht durch eine wunderbare Akustik und eine ansteigende Sitztribüne. Bühnenorientierten Veranstaltungen wie Präsentationen und Vorträgen bietet sie perfekte Voraussetzungen. Zwei Foyers ermöglichen Ausstellungen und Pressekonferenzen.

Rund 600 Sitzplätze auf gepolsterten Klappstühlen stehen in der etwa 660 m² großen Aula zur Verfügung. Rund 500 davon befinden sich starr auf der Tribüne. Das Gebäude ist behindertengerecht.

Wortgewaltig: Die Bibliotheksaula

Etwa 100 Personen passen in die Bibliotheksaula der Universitätsbibliothek. Im 17. und 18. Jahrhundert noch als Theatersaal genutzt, wurde die Aula 1952 zu einem Vortragssaal umgebaut. Der

berühmte „Fürstaller-Globus“ aus dem 18. Jahrhundert und alter Buchbestand sorgen für einen würdigen Rahmen. Die etwa 4500 Bücher stammen zumeist aus dem 17. und 18. Jahrhundert und befassen sich vorwiegend mit theologischen, philosophischen und juristischen Themen. In Kontrast dazu steht die moderne technische Ausstattung der Aula.

Europäisch: Die Edmundsburg

Die vor rund zehn Jahren renovierte Edmundsburg ist Sitz eines fakultätsübergreifenden Europa- und Forschungszentrums. Das etwa 90 m² große Foyer trennt den Europasaal für 120 Personen und den Konferenzraum für 48 Personen. Der Europasaal gewährt einen Blick auf die Altstadt. Wer hier tagt, genießt die wissenschaftliche Aura und eine moderne Ausstattung.

Getragen: Die Max-Gandolph-Bibliothek

Der Max-Gandolph-Bibliothekssaal am Residenzplatz erfreut Nutzer durch seine wunderschöne Bodengestaltung und majestätische Säulen. Die klassisch anmutende Lokalität eignet sich für Ausstel-

In zentraler Lage der Mozartstadt Salzburg befindet sich die Rechtswissenschaftliche Fakultät der Universität Salzburg. Foto: Scheinast

lungen, Seminare, Vorlesungen, Symposien und Empfänge.

Historisch: Leopold-Kohr-Hörsaal / Wallistrakt / Dombögen

Das DomQuartier im Herzen Salzburgs umfasst die prunkvollen Schauräume der Residenz, die exquisiten Sammlungen der Residenzgalerie, die kirchlichen Schätze des Dommuseums und die Bestände des Stifts St. Peter. Der Rundgang eröffnet wunderbare Einblicke in den Dom und den Chor der Franziskanerkirche sowie Ausblicke auf die Stadt und ihre Umgebung.

Der Hörsaal für 130 Personen und ein Seminarraum mit 32 Plätzen im Dachgeschoss der Dombögen können seit 2014 für Events genutzt werden.

Toskanisch:

Die Rechtswissenschaftliche Fakultät

Der Volksmund nennt die Gebäude der Rechtswissenschaftlichen Fakultät traditionell oft „Toskanatrakt“. Der aus der Toskana vertriebene Großherzog Ferdinand IV. zog im 17. Jahrhundert samt Hofstaat hier ein.



Im Zentrum des Objekts befindet sich der etwa 700 m² große Hof Dietrichsruh. Er trennt den Trakt der Rechtswissenschaftlichen Fakultät mit Hörsälen und Seminarräumen von der Franziskanerkirche.

Die „Sala Terrena“ ist das Juwel des Hauses. Die rund 200 m² große Halle befindet sich ebenerdig zwischen den beiden Höfen und erstreckt sich über zwei Etagen. In ihrem Gewölbe auf drei Mar-

jeweils hinzu. Ein Seminarraum im ersten Obergeschoss mit 66 Sitzplätzen auf 112 m² komplettiert das Ensemble.

Konstruktiv: Die Kultur- und Gesellschaftswissenschaftliche Fakultät

Die Kultur- und Gesellschaftswissenschaftliche Fakultät bildet mit mehr als 8.500 Studierenden die größte Fakultät und damit das Herzstück der Universität

architektonisch bemerkenswertes Fakultätsgebäude in Betrieb“, sagt Gabriele Pfeifer, Leiterin Public Relations und Kommunikation der Universität Salzburg. „Sie haben die Möglichkeit, für Ihre Tagungen, Seminare, Konzerte, Lesungen etc. unsere wunderschönen Räume und Höfe zu nutzen.“

Elementar sind eine große Bibliothek und das Hörsaalzentrum mit rund



li.: Das neue Laborgebäude in der Science City in Salzburg-Itzling beinhaltet Forschungslabore, Großgerätelabore, Praktikumslabore, Hörsäle, Seminar- und Besprechungsräume, Büroräume, eine Bibliothek und verschiedene Werkstätten. Foto: Christof Reich | re.: Die Naturwissenschaftliche Fakultät – zentraler Standort für wissenschaftliche Forschung und Ausbildung. Foto: Scheinast

morsäulen leuchten farbenfrohe Deckenfresken.

Umfassend: Die Katholisch-Theologische Fakultät

Die Katholisch-Theologische Fakultät ist die Keimzelle der Universität Salzburg. Das barocke Raumensemble mit sieben Hörsälen befindet sich im Herzen der Salzburger Altstadt zwischen Universitätsplatz und Hofstallgasse.

Faktisch: Die Naturwissenschaftliche Fakultät

Wer es moderner mag, ist im Fakultätsgebäude der Naturwissenschaftlichen Fakultät gut aufgehoben. Das Objekt wurde 1986 fertiggestellt. Mehr als 4.000 Studierende suchen hier neue Erkenntnisse.

Außergewöhnlich gestaltet ist das neue Laborgebäude des Fachbereichs „Chemie und Physik der Materialien“ der Universität in der Science City im Salzburger Stadtteil Itzling. Seit März 2017 stehen etwa 60.000 m² für Forschung und Lehre bereit.

Der Christian-Doppler-Hörsaal UG70 bietet 137 Sitzplätze auf 145 m², der Lise-Meitner-Hörsaal UG60 117 Sitzplätze auf 155 m². Drei barrierefreie Plätze kommen

Salzburg. Der größte Teil der Fakultät ist seit 2011 im Unipark Nonntal untergebracht.

Der leicht, hell und transparent wirkende Glasbau auf Säulen bietet sehr viel Platz für alle Zwecke. Hunderte Metall-Lamellen an der Fassade regulieren den Sonneneinfall. „Die Universität hat mit dem ‚Unipark‘ ein hochmodernes und

730 Plätzen in vier großen Hörsälen sowie etwa 350 Plätzen in neun Seminarräumen. Besonders attraktiv ist die Dachterrasse mit Cafeteria und herrlichem Rundblick auf die Festung Hohensalzburg, das Benediktiner-Frauenstift Nonnberg und die umliegende Bergwelt.

Bewegend: Die Salzburg Experimental Academy of Dance

Für MICE-Veranstaltungen zum Thema Körper und Mobilität bietet sich die Salzburg Experimental Academy of Dance SEAD an. Das Ausbildungszentrum für zeitgenössische Tänzer und Choreografen ist gleichermaßen Produktions- und Veranstaltungsort für zeitgenössischen Tanz und Performancekunst. Rund 100 Studierende aus etwa 30 Ländern sowie Gastveranstaltungen bereichern das kulturelle Angebot der Stadt Salzburg.

Die SEAD verfügt über acht Studios und Säle und vermietet diese nach Verfügbarkeit für Kurse, Workshops, Proben, Fotoshootings, Dreharbeiten und Veranstaltungen. Fünf Studios sind zwi-



Viel Glas sorgt für Licht und Transparenz im Unipark Nonntal der Universität Salzburg. Foto: Luigi Caputo



Die 1993 von Susan Quinn gegründete Salzburg Experimental Academy of Dance SEAD ist ein Ausbildungszentrum für zeitgenössische Tänzer und Choreografen. Foto: SEAD



Das großzügige Eingangsfoyer der Universität Mozarteum besticht mit seiner lichten Architektur. Foto: Universität Mozarteum Salzburg

← schen 100 und 250 m² groß und verfügen jeweils über Tanzboden und Beschallung. Das kleine Studio und das Nest messen jeweils etwa 80 m².

Kunstvoll: Die Universität Mozarteum

Etwa 1.700 Künstlerinnen und Künstler aus aller Welt bildet die Universität Mozarteum in mehr als 40 künstlerischen und pädagogischen Studienrichtungen aus. Unter den 500 Lehrenden sind international bekannte Kunst- und Kulturkoryphäen, die das Salzburger Kulturlieben bereichern.

Das Hauptgebäude am Mirabellplatz im Herzen der Altstadt beherbergt einen Kammermusiksaal „Solitär“, Konzert- und Veranstaltungsräume für 100 bis 400 Personen sowie kleinere Veranstaltungsräume und Seminarräume.

Der modern gestaltete Solitär hinter dem attraktiven Eingangsfoyer bietet 300 Sitzplätze. Die große Glasfront und die Loggia dahinter ermöglichen herrliche Aussichten auf den Mirabellgarten und den Mönchsberg.

Das Große Studio für 420 Personen wurde für Konzert- und Theateraufführungen konzipiert. Der Boden im Bühnen- und im Publikumsbereich ist mechanisch verstellbar, sodass Zuschauerraum und Bühne ansteigen können. Das Kleine Studio für 70 Personen bietet sich für Vorträge, Workshops und Konzerte an. Das Opernstudio mit rund 187 m² dient vor allem für Proben. Alle Studios sind fensterlos.

Der Bösendorfersaal sowie der benachbarte Hörsaal befinden sich im Gartengeschoss. Hier finden 80 bis 100 Personen Platz. Für Seminare oder Workshops sind die 70 bis 80 m² großen Ensembleräume in der zweiten Etage geeignet.

Eine Lounge mit Glasfront und Blick auf den Mirabellgarten steht für Pausen bereit. Im Faistauersaal stellt das Deckenfresko von Anton Faistauer die Heimkehr Dianas von der Jagd dar. Der Raum für 24 Personen verfügt über einen kleinen Balkon.

Eindrucksvoll ist das repräsentative Eingangsfoyer der Universität mit seiner lichten Architektur. Über eine Freitreppe gelangt man zu offenen Laubengängen. Das Foyer mit einer Fläche von etwa 560 m² eignet sich für Empfänge oder Ausstellungen.

Die ehemalige Druckerei ist nun das Theater im Kunstquartier. Planer können die 100 m² große Bühne in unterschiedlichen Varianten nutzen. Fast 150 Zuschauer passen in das Theater.

Erholsam: Schloss Frohnburg

Schloss Frohnburg am Rande der prachtvollen Hellbrunner Allee ist ein Ort der Muße und Erholung. Zwischen 1660 und 1680 ließ Erzbischof Max Gandolf das Schloss als Sommerresidenz erbauen. Mit seinem historischen Konzertsaal und einer traumhaften Parkanlage bie-

tet das Barockschloss die hübsche Kulisse für Feiern, Konzerte und Firmen-events. Der Konzertsaal bietet Platz für 80 Personen. Ein halb so großer Saal sowie drei Nebenzimmer stehen ebenso zur Verfügung.

Elegant: Die Stiftung Mozarteum Salzburg

Der Verein Stiftung Mozarteum fokussiert auf Person und Werk Wolfgang Amadeus Mozarts. Das Gebäude der Stiftung wurde 1914 eröffnet. Die beiden Konzertsäle „Großer Saal“ und „Wiener Saal“ zählen zu Salzburgs schönsten Konzertsälen.

u. li.: Im Mai 2010 wurde die Propter-Homines-Orgel im Großen Saal der Stiftung Mozarteum Salzburg eingeweiht. Foto: ISM / Christian Schneider

u. Mi.: Der Wiener Saal kann gemeinsam mit dem Großen Saal genutzt werden. Foto: ISM / Christian Schneider

u. re.: Vier Konferenzsäle für mehr als 100 Personen und weitere zehn Seminarräume stehen im Bildungskund onferenzzentrum St. Virgil zur Verfügung. Foto: MuehlbacherRupert GAS



Der Große Saal in klassischen Beige-, Braun- und Goldtönen bietet 800 Besuchern Platz. Die ausgezeichnete Akustik empfiehlt sich vor allem für Musikaufführungen aller Genres. Der Saal ist barrierefrei, verfügt über einen behindertengerechten Lift und zwei Rollstuhlplätze. Das festliche Ambiente sorgt für den exklusiven Rahmen.

Der Wiener Saal eignet sich für Events bis 200 Personen. Die Konzertbestuhlung ist variabel. Eine große Fensterfront sorgt für Tageslicht.

Ein Pausenfoyer mit Buffet sowie der „Bastionsgarten“, der Zugang zum Mirabellgarten bietet, ergänzen das Ensemble.

Wissenschaftlich:

Die Paracelsus Medizinische Privatuniversität

Das Kongressbüro an der Paracelsus Medizinischen Privatuniversität stellt lokalen und regionalen Organisatoren von wissenschaftlichen Tagungen, Symposien, Meetings oder Kongressen Räumlichkeiten zur Verfügung und unterstützt bei Planung, Organisation und Durchführung.

Perspektivisch: VEGA Sternwarte

Die neue VEGA Sternwarte auf etwa 800m Höhe bietet ein einzigartiges Panorama der Nordalpen und faszinierende Blicke ins Weltall. Das wissenschaftliche Ambiente der Sternwarte bietet sich für Veranstaltungen an. Als eindrucksvolle Eventlocation am Abend können hier 150 Gäste Platz finden. Bei wolkenfreiem Himmel blicken die Teilnehmer ins Weltall. Zeitgleich werden die Bilder auf eine Großbildleinwand in den Eventsaal projiziert.

Planern stehen neben dem Eventsaal drei Eventräume für 15 bis 25 Personen zur Verfügung. Ein Foyer für 50 Perso-

nen sowie zwei Dachterrassen für 100 und 150 Personen ergänzen das Angebot.

Vereint: Bildung · Konferenz · Hotel St. Virgil

Für Gruppen bis 50 Teilnehmer bietet sich das Tagungshaus St. Virgil an. In inspirierender Architektur genießen Eventplaner zahlreiche Optionen innovativer Seminar- und Veranstaltungsformate. Der Virgilsaal im Obergeschoss bietet Platz für rund 400 Personen. Vier Räume fassen 110 bis 180 Teilnehmer. Acht Seminarräume sind für 12 bis 60 Personen ausgerichtet. Foyers können als Ausstellungsflächen genutzt werden. Draußen wartet ein großzügiger Park auf die Teilnehmer.

Von den 83 Hotelzimmern in zwei Häusern sind 49 Einzelzimmer. Ein Parkplatz mit 200 Stellplätzen ist kostenlos. Gastronomie mit „VeggieThek“ und kreativen Buffets sowie ein modernes Parkcafé mit regionalen und saisonalen Produkten sorgen für Entspannung und Stärkung.

Fazit:

Akademisches Ambiente kann unterstützen

Wer seine Veranstaltung mit wissenschaftlicher Aura bereichern möchte, findet an einer modernen Universität wie beispielsweise in Salzburg zahlreiche Optionen. Historische Bezüge finden sich schnell. Andererseits sorgen moderne Gebäude für einen Blick in die Zukunft und beleben die Diskussion.

„Das Angebot an Academic Venues in Salzburg steigt und wird von MICE-Kunden immer häufiger nachgefragt“, erkennt Gernot Marx, Managing Director des Salzburg Convention Bureau, die aktuelle Marktentwicklung und ergänzt voller Stolz: „Locations wie die VEGA Sternwarte sind einzigartig in Europa.“



New Ways of Doing Business

im multifunktionalen
Tagungs- und Eventforum
bei Basel



work

Coworking- und Meetingspaces



meet

Inspirierende Tagungsorte



perform

Inszenierungsstarke Eventflächen



retreat

Rückzugsbereich für Entspannung und Ausgleich



79589 Binzen | Am Dreispitz 6
+49 7621 666 400 | connect@reforum.de
www.reforum.de

reforum

Wenn die Business zur First Class wird

Bereits auf der ITB im letzten Jahr stellte Qatar Airways das neue Business Class-Produkt vor. Seit dieser Präsentation haben die sogenannten Q-Suites Einzug in die Flugzeuge des Typen Boeing 777 gehalten und sind heute für jeden Reisenden ein absoluter Pluspunkt. Auf Flügen von Deutschland aus können die Q-Suites sowohl von Frankfurt, Berlin als auch München gebucht werden.



Vom Drehkreuz Doha aus steuert Qatar Airways mehr als 150 Destinationen an. Im Flugzeugtyp Boeing 777 erwarten die Gäste außerdem die Q-Suites in der Business Class. Fotos: Qatar Airways

EIN SITZ, DER SICH zum Bett umgestalten lässt, quasi eine eigene Kabine mit verschließbarer Tür: Das sind typische Attribute eigentlich aller ersten Klassen der Flugzeuge dieser Welt. Um dem eignen Anspruch gerecht zu werden, wirklich immer das bestmögliche Reiserlebnis zu bieten, entschied man sich bei Qatar Airways bewusst für einen vollständigen Relaunch der Business Class hin zum First-Class-Niveau.

Absolute Privatsphäre

Ziel war es, das Gefühl absoluter Privatsphäre eben auch den Business-Class-Gästen zu ermöglichen. Durch die Anordnung der Q-Suites konnte das entsprechend realisiert werden. Nur bei Start und Landung müssen die Türen zu den einzelnen Kabinen geöffnet sein, während des Fluges entscheidet der Gast selbst. Ist die Tür geschlossen, erfreut man sich absoluter Privatsphäre in ca. 30.000 Metern Höhe – und kann sich entweder in Ruhe auf bevorstehende Meetings vorbereiten, das hervorragende Entertainment-System Oryx genießen oder aber einfach schlafen, um entspannt und ausgeruht am Zielort anzukommen.

Geschäftliches Meeting vorbereiten?

Manchmal möchte man, insbesondere bei einem Langstreckenflug, die Zeit nutzen, um sich auf ein wichtiges Meeting vorzubereiten. Das aber kann sich, insbesondere dann, wenn mehrere Personen gemeinsam unterwegs sind, im Flugzeug schwierig gestalten. Mit den Q-Suites ist das ab sofort obsolet. Denn die viereckigen „Räume“ sind so angeordnet, dass bis zu vier miteinander verbunden werden können. Durch flexible Trennwände, die sowohl an den Seiten als auch am jeweiligen Kopfteil der Suiten angebracht sind, kann unproblematisch ein Konferenztisch für vier Personen entstehen. Sogar Präsentationen können per Kabel vom eigenen Notebook auf die Bildschirme übertragen werden. Ein besseres Arbeitsklima kann man über den Wolken kaum erwarten. Wer mit nur einem Geschäftspartner verreist, kann – bei Bedarf – entsprechend nur zwei nebeneinanderliegende Q-Suites miteinander verbinden lassen.

Ein weiterer Vorteil ist die schnelle Wandelbarkeit der Suiten. So muss eine Konfiguration zum Vierertisch nicht

während des gesamten Fluges beibehalten werden. Das flexible System lässt sich in kürzester Zeit auch wieder zur Einzel-Q-Suite umbauen. Je nach Flugdauer kann dann sogar noch das Bett gerichtet werden und der Fluggast kann sich noch etwas entspannen, bevor es zum Meeting in der Zieldestination geht.

In allen Belangen top

Der Anspruch, den Qatar Airways an sein Business-Class-Produkt im Gesamten erhebt, kommt in der Hochwertigkeit, die sich in allen Bereichen rund um den Flug zeigt, zum Ausdruck. Seien es die Gerichte, die während des Fluges geordert werden können, oder aber der schon mehrfach ausgezeichnete Service. Alles in allem präsentiert sich die neue Business Class von Qatar Airways als ein in sich schlüssiges Produkt, das vor allem Geschäftsreisenden einige Vorteile bietet, die bei anderen Airlines so nicht zu finden sind. Darüber hinaus bietet der National Carrier Katars an seinem Drehkreuz in Doha mittlerweile Verbindungen in bis zu 150 Destinationen an. (ag)

RADISSON BLU HOTEL REUSSEN, ANDERMATT

Konzerthalle für Events bis 700 Personen



Schweizer Chalet trifft auf Skandinavisches Design

Eingebettet in die majestätischen Alpen, etwas abgeschieden und doch von wichtigen Zentren und Flughäfen aus leicht erreichbar: Das ist Andermatt. Das Dorf auf über 1400 Metern über Meer ist das perfekte Ziel für anspruchsvolle Reisende, im Sommer wie im Winter. Und nun steht hier der ideale Ausgangspunkt für Exkursionen in die wunderbare Alpenwelt. Das Radisson Blu Hotel Reussen.

Dieses moderne Viersternehotel, interpretiert im Stil eines Schweizer Chalets, lädt Sie ein in sein Skandinavisches Ambiente, in dem einheimische Stoffe, Naturholzböden und gedämpfte Farben Akzente setzen. Zudem bietet es Ihnen alle Annehmlichkeiten – zur Entspannung, für Wellness, Sport oder Geschäftliches. Was immer Sie bevorzugen: Sie werden sich gleich nach der Ankunft wie zuhause fühlen.

Andermatt als ideale Destination

Was macht Andermatt so attraktiv? Die warmherzige Gemeinde im Herzen des Urserentals, nahe dem Gotthard, war schon immer ein Ort, wo Menschen aus aller Herren Länder und verschiedensten Kulturen zusammenkamen. Andermatt verbindet mehrere Regionen der Schweiz. Verschiedene Alpenpässe führen Sie ins Tessin, ins Wallis sowie in den Kanton

Graubünden. Kein Wunder liegt der Bevölkerung hier die Gastfreundschaft im Blut.

Und dann ist da die Natur: Die Region Andermatt – hier entspringen der Rhein, die Reuss, der Ticino und die Rhone – ist eine wahre Augenweide, mit weissen Gipfeln, kristallklaren Seen, schroffen Felswänden und saftigen Bergwiesen, gesegnet mit jeder Menge Schnee im Winter und 1829 Sonnenstunden im Jahr. Kurz: Andermatt hat alles, was den perfekten Ferienort ausmacht, jederzeit. Das Dorf modernisiert und erweitert seit einigen Jahren seine Infrastruktur.

Zimmer, Suiten & Residenzen

Die berühmten Schweizer Alpen lassen niemanden kalt. Und als Gast im neuen Radisson Blu Hotel Reussen, Andermatt können Sie sich nun noch besser für sie erwärmen. Denn die 244 Zimmer, Suiten und Residenzen (von 28 bis 132 m²) verfügen alle über einen fast unbegrenzten Ausblick auf das Bergpanorama oder auf das einzigartige Alpendorf.



Eine kunstvolle Mischung von regionalen Aspekten in einer modernen Interpretation

Der alpine «Duft» des Radisson Blu Hotel Reussen durchströmt auch sein Restaurant und die Bar. Diese harmonieren perfekt mit der einzigartigen Kombination rustikaler, gemütlicher und zeitgenössischer Elemente des ganzen Hotels. Auch ihr kulinarisches Konzept ist ein verführerischer Mix aus Moderne und Tradition mit klarer Betonung lokaler und regionaler Spezialitäten. Die Köche unseres Restaurants «Spun» sind Meister darin, die aromatischsten Kräuter aus Andermatt mit marktfrischen Zutaten aus dem Tessin, Norditalien, Graubünden und dem Wallis zu kombinieren und so die schweizerische Küche besonders schmackhaft zu verbinden.

Einzigartige Event- und Veranstaltungshalle: Andermatt Konzerthalle

Das eindrucksvolle Konferenzzentrum bietet sechs Veranstaltungsräume sowie einen topmodernen Konzertsaal für bis zu 700 Personen. Für Veranstaltungen wie Seminare, Feiern und Konferenzen stehen vier hochwertig ausgestattete Meeting-Räume sowie zwei Boardrooms zur Verfügung. Die Andermatt Konzerthalle ist befahrbar und bietet Platz für bis zu 700 Personen in Konzertbestuhlung bzw. 300 Personen für ein Gala Dinner.

Uela Spa

Zum Gesundheits- und Fitness-Konzept gehören ein 25-Meter-Pool mit atemberaubender Aussicht auf die Berge, zwei Saunen, ein Dampfbad sowie mehrere Behandlungsräume. Die Treatments werden ergänzt durch ausgesuchte Bergkräuter aus der Region.



RADISSON BLU HOTEL REUSSEN, ANDERMATT
BÄRENGASSE 1, 6490 ANDERMATT, TELEFON 0041 41 888 11 11,
WWW.RADISSONBLU.COM/DE/HOTEL-ANDERMATT

Der richtige Ort für Business-Events

Ein Drittel der Weltbevölkerung lebt heutzutage vier Flugstunden und zwei Drittel acht Flugstunden von Dubai entfernt. Die gute Erreichbarkeit der Stadt für globale Märkte ist einer der Hauptgründe dafür, dass immer mehr Unternehmen und Organisationen ihre Geschäftstreffen und Veranstaltungen hier durchführen.



DUBAIS HOHE SICHERHEIT, seine erheblichen Investitionen und Entwicklungen in die Infrastruktur sowie das Portfolio an weltberühmten Hotels, Veranstaltungsorten und einer Vielzahl von Anbietern sind nur einige weitere Faktoren, die Tagungs- und Veranstaltungsplaner in das Emirat locken.

Dubai verfügt auch über eine starke Wissensbasis und Strategien für Innovationen in Schlüsselsektoren, etwa im Bereich erneuerbarer Energien, Verkehr, Bildung, Gesundheit, Technologie, Wasser und Raumfahrt. Business-Event-Planer können darauf für ihre Veranstaltungen zurückgreifen und so für ihre Teilnehmer das Beste herausholen, um langfristige Erfolge zu schaffen.

Ein weiterer Faktor, weswegen Business-Event-Profis Dubai für Meetings und Konferenzen auf dem Radar haben sollten, ist die Entwicklung der Hotelbranche in Dubai. Dubais Hotellerie hat in der jüngsten Vergangenheit eine wichtige

Rolle bei der Unterstützung des Wachstums der Stadt als Geschäfts- und Tourismusziel gespielt und legt nun den Fokus verstärkt auf das mittlere Marktsegment.

Sieben Gründe, warum Dubai der richtige Ort für Business-Events ist

1. **Tagungsorte:** Was die Veranstaltungsorte betrifft, so verfügt Dubai über eine Reihe von Hotels und Kongresszentren mit modernen Einrichtungen und Kapazitäten für Tagungsräume und Geschäftsveranstaltungen. Dazu gehört zum Beispiel das Dubai World Trade Centre, der größte Veranstaltungsort der Region, mit über 1,3 Millionen Quadratmetern überdachter Fläche. Es befindet sich im Herzen der Stadt und ist nur fünf Kilometer vom internationalen Flughafen Dubai entfernt.
2. **Oper und Hotel-Superlative:** Ein weiterer Veranstaltungsort ist die Dubai

Opera. Sie ist ein wichtiges Ziel für Gruppen, die die darstellenden Künste der Stadt genießen möchten. Die Dubai Opera nimmt ihre Rolle als kreatives Herz der Stadt an. Dazu kommt das Gevora, das höchste Hotel der Welt, das im Trade-Center-Bereich von Dubai eröffnet wurde und 365 Meter hoch ist. Das 77-stöckige Hotel verfügt über eine Auswahl von 528 Zimmern, die auf die unterschiedlichen Bedürfnisse von Incentive-Gruppen und andere Geschäftsveranstaltungen zugeschnitten sind.

3. **Ausstellungen und Expo 2020:** Ein ganz neuer Veranstaltungsort ist das Dubai Exhibition Centre, das ab der Expo 2020 Dubai im Oktober 2020 einen flexiblen und konfigurierbaren Raum für Konferenzen, Ausstellungen und Unterhaltungsveranstaltungen aller Art bieten wird. Die Anlage ist nur 15 Minuten von verschiedenen Hotels

entfernt und verfügt über 45.000 m² Veranstaltungsfläche. Mit einem nahtlosen Zugang zum gesamten Gelände der Expo 2020 Dubai umfasst das Angebot eine 28.000 m² große, individuell gestaltbare Ausstellungsfläche, zwei Theater/Auditorien mit entsprechenden Kapazitäten für 2.500 und 400 Gäste, zwei Mehrzweckhallen mit mehr als 2.000 Plätzen, die für größere Veranstaltungen kombiniert werden können, und zehn Besprechungsräume.

4. Flughafen: Ein weiterer wichtiger Anziehungspunkt für Business-Event-Planer ist die Möglichkeit, den Zulauf von Reisenden über den Dubai International Airport (DXB) zu unterstützen – im fünften Jahr in Folge der weltweit verkehrsreichste Flughafen für internationale Passagiere.
5. Freizeitattraktionen: Dubai hat sich auch als Heimat einer Vielzahl von Teambuilding- und Freizeitattraktionen etabliert, die für alle Gruppengrößen und Präferenzen geeignet sind, um Geschäftsveranstaltungen in der Stadt zu begleiten und einzurahmen. Futuristische und spannende Attraktionen wie Dubai Frame, der größte architektonische Bilderrahmen der Welt mit einer 150 m hohen Aussichtsplattform, sowie der Dubai Safari Park, in dem die Besucher die vielfältige Tierwelt der Welt an einem einzigen Ort sehen können,

sind einige der vielen Freizeitaktivitäten, die Gruppen genießen können.

6. Museum: Gruppen können auch das Etihad Museum besuchen, das den Besuchern ermöglicht, die Geschichte der Vereinigten Arabischen Emirate zu erkunden und sich mit dem kulturellen Erbe des Landes vertraut zu machen. Dubai bietet auch internationale Unterhaltung von Weltklasse für Gruppen, wie das La Perle, ein Theaterspektakel, das entsprechend ambitioniert ist, um den Titel der ersten Residentenshow Dubais zu erhalten.
7. Kultur und Sehenswürdigkeiten: Dubai hat darüber hinaus mehrere Badeorte, die sportliche Aktivitäten wie Surfen und Kajakfahren sowie eine Reihe von F&B-Outlets und Unterhaltung beinhalten. Besucher können auch das Sheikh Mohammed Center for Cultural Understanding (SMCCU) besuchen. Für diejenigen, die mehr über die Kultur Dubais erfahren möchten, bietet das SMCCU im historischen Al Fahidi District die Möglichkeit, den muslimischen Glauben und die kulturellen Praktiken der Menschen am Arabischen Golf kennenzulernen. Um ein Gefühl für das alte Dubai zu bekommen, können Geschäftsreisende den Gold Souk besuchen. Dieser traditionelle Schmuckmarkt befindet sich im geschäftigen Geschäftsviertel von Deira.



Über den Autor:

Steen Jakobsen ist Vice President bei Dubai Business Events (DBE), dem offiziellen Kongressbüro der Stadt und einer Abteilung der Dubai Corporation for Tourism and Commerce Marketing. DBE bietet Unternehmen und Verbänden aus aller Welt kostenlose Beratung, Anleitung und Unterstützung bei der Planung internationaler Geschäftsveranstaltungen im Emirat.

Anzeige

BREMENS SCHÖNSTE EVENTLOCATION für individuelle Eventkonzepte von 50 bis 1500 Gäste



METROPOL
THEATER
BREMEN

- **größter Theatersaal** der Stadt mit mehr als 1.450 Plätzen
- **Foyer über 3 Ebenen** im zeitlosen Design für Veranstaltungen bis 1.500 Gäste
- **lichtdurchfluteter moderner Saal** für Tagungen und sonstige Veranstaltungen bis 150 Gäste
- gemütliche **Bar-Location** für Veranstaltungen bis 60 Gäste
- **zentrale Lage** direkt zwischen der historischen Bremer Altstadt und dem Hauptbahnhof
- **anliegendes Parkhaus** mit 370 Stellplätzen
- zahlreiche Hotels in Laufweite
- **harmonisch abgestimmtes Eventcatering** der Meierei im Bremer Bürgerpark



Neue Betten in ehemaligen Konsumtempeln

Wo früher Kleidung, Schuhe und Spielzeug für regen Kaufrausch sorgten, zieht die Dormero-Gruppe künftig mit einem Hotel ein. In den oberen Etagen des ehemaligen Kaufhof-Gebäudes im Zentrum der nordbayerischen Stadt Hof soll ein modernes 4-Sterne-Superior-Stadthotel entstehen.



Hinter dieser denkmalgeschützten Fassade des ehemaligen Kaufhof verläuft der Umbau zum 4-Sterne-Superior Stadthotel in Hof in Nordbayern. Alle Fotos: Dormero

DAS NEUE HAUS der Gruppe ist nur etwa 30 Autominuten von der großen Kreisstadt Plauen in Sachsen entfernt, wo Dr. Marcus Maximilian Wöhr, heute Vorstand der Dormero Hotel AG, im Jahr 2007 das erste Hotel leitete. Auf „tolle Synergien mit Plauen an einem sensationellen Standort mitten in der Stadt“, freut sich Manuela Halm, COO der Dormero-Gruppe. „Unser Fokus liegt nun darin, weiter in Bayern und Franken zu expandieren“, ergänzt Wöhr.

Das ehemalige Warenhaus soll nach dem Umbau über 3 Tagungsräume und 112 Zimmer verfügen. Restaurant, Bar, Fitness- und Saunabereich komplettieren das Haus direkt in der Fußgängerzone. Im Erdgeschoss soll der Einzelhandel erhalten bleiben.

Die Wurzeln in Roth

1933 gründete Rudolf Wöhr, ein Großvater von Marcus Maximilian Wöhr, in Roth im Fränkischen Seenland das erste Bekleidungsgeschäft der Familie. Ab 1949 führte das Modehaus den Namen Wöhr. 1970 übernahmen die Söhne Gerhard und Hans Rudolf Wöhr das Bekleidungsunternehmen, das heute etwa 1.700 Mitarbeiter in 29 Häusern beschäftigt.

Hans Rudolf Wöhr verließ das Familienunternehmen 2011 und engagierte sich in der Hotelbranche bei der Berliner Gold Inn AG. 2013 trennte man sich wieder. Einige ehemalige Gold Inn Hotels erhielten, ebenso wie das Haus in Plauen, den neuen Namen Dormero. Marcus Maximilian Wöhr wurde Vorstand der neuen Gesellschaft. Seit Ende 2018 ist er alleiniger Eigentümer.

In Roth, etwa 30 Autominuten südlich von Nürnberg, eröffnete im März

Sales, Marketing und PR der Dormero AG. „Nun freuen sich alle, dass die Wöhrls sich hier wieder engagieren.“

„Der Mut der Familie Wöhr, aus einem ehemaligen Kaufhaus ein Hotel zu zaubern, ist einmalig und ein Gewinn für die Stadt Roth“, bestätigte Roths zweiter Bürgermeister Hans Raithel zur Eröffnung. Nach 400 Gästen zur Eröffnung strömten etwa 3.000 Menschen zum Tag der offenen Tür in das neue Hotel. Es bietet fünf Veranstaltungsräume für 20 bis 60 Personen und 68 Zimmer sowie Restaurant, Bar und einen großzügigen Wellness- und Fitnessbereich.

„Hotel Altes Kaufhaus“ in Lüneburg

Hanseatisch klar und mit einer 1742 aufwendig gestalteten Barockfassade präsentiert sich das Dormero „Hotel Altes Kaufhaus“ in Lüneburg. Direkt am Fluss Ilmenau am alten Hafenkran der Hansestadt Lüneburg bietet das Hotel zwei Tagungsräume und 83 Zimmer. Fitness- und Well-



Das Komfortzimmer im Dormero in Roth spiegelt das Design der Gruppe: Neutrales Weiß mit schwarzen und roten Akzenten. Die Betten wurden speziell für Dormero angefertigt.

2019 das Dormero Hotel Roth. Das Gebäude diente früher als Wöhr-Kaufhaus. „Als das Modehaus schließen musste, waren Generationen von Rothern zutiefst betroffen“, erinnert Tobias Graf, Director of

nessbereich, Restaurant, Bar und eine Kunstgalerie ergänzen das Tagungshaus.

Das Objekt war Zentrum des Lüneburger Handels. Nach einem Brand 1959 wurde das Haus zunächst zur Feuer-



Hinter der schmacken Barockfassade befindet sich das modern gestaltete „Hotel Altes Kaufhaus“, das seit 2017 zur Dormero Gruppe gehört.



Abweichend vom Dormero Farbkonzept präsentieren sich die Tagungsräume in Lüneburg traditionell in warmen Beigetönen. Durch die Fenster blickt man auf den Fluss Ilmenau.

wache und dann als Hotel ausgebaut. Seit 2017 ist es ein Dormero Hotel. Die beiden jeweils 53 qm großen Veranstaltungsräume befinden sich im Erdgeschoss direkt neben dem Eingang. Jeweils 40 Personen passen hinein.

Für größere Tagungen empfiehlt sich das benachbarte Bergström Hotel Lüneburg, das ebenso wie das „Hotel „Altes Kaufhaus“ Anfang 2017 von Dormero übernommen wurde. Das Hotel Bergström verfügt über 22 Tagungsräume, 131 Zimmer, Wellness- und Freizeitbereich sowie drei Restaurants und das Forsthäus Rote Schleuse komplettieren das Angebot.

Getagt wird darüber hinaus in der Vinothek der historischen Lüner Mühle,

in den Räumen der Crato Villa von 1876 oder im "Palais am Werder". Hier finden 420 Personen Platz. Alle Räume haben Tageslicht. Vielen Fernsehzuschauern der ARD-Serie „Rote Rosen“ ist das Bergström Hotel als Filmhotel „Drei Könige“ bekannt.

Das Hotel als Akt der Liebe

„Ein Hotel muss dem Gast persönliche Freiräume der Fantasie schaffen. Daher nutzen wir raffinierte Details, um unsere Gäste immer wieder zu verblüffen“, erläutert Wöhrle das Dormero-Konzept.

„Wir glauben, ein gutes Hotel verkörpert einen Akt der Liebe: Leidenschaft, einen anderen Menschen von ganzem

Herzen zu umsorgen. Ein Hotel, das wir lieben, vergisst nicht, dass wir auch geistig stimuliert werden wollen“, fasst das Unternehmen seine Ausrichtung zusammen.

Aktuell an 29 Standorten in Deutschland und in der Schweiz bietet Dormero bezahlbare Hotelzimmer mit moderner Ausstattung und klaren Designs. Farblich dominieren schwarze und rote Akzente vor sehr viel weißem Hintergrund. Pay-TV, Kinofilme, Minibar und Internet sind für Gäste gratis. Die Mitarbeiter tragen rote Schuhe zur schwarzen Kleidung und rote Hosenträger als Eye-catcher, um dem Alltag etwas mehr Farbe zu verleihen. (hr)

Anzeige



Maritim Tagen. Am Fluss der Zeit

Meetings, Incentives, Conferences und Events

STADTHALLE  **BREMERHAVEN**

www.stadthalle-bremerhaven.de

Catering im Wandel:

Mehr Engagement für Nachhaltigkeit und Zero Waste | von Tell Roth

Nachhaltigkeit hat schon längst die Catering-Branche erreicht. Doch wo „grün“ draufsteht, ist nicht immer „grün“ dahinter. Die tatsächliche Überzeugung des Catering-Unternehmens ist dabei wichtig. Setzen wir regionale und saisonale Produkte ein? Wie gehen wir auf Vegetarier oder Veganer ein? Wie fair behandeln wir unsere Mitarbeiter? Trennen wir Müll? Halten wir die Abfallproduktion gering? Wie umweltbewusst sind unsere Zulieferer? Wie nachhaltig sind die eingesetzten Deko-Materialien? All das sind Fragen, die auf dem Weg zu ernst gemeinter Umweltverträglichkeit hohe Relevanz haben.

NACHHALTIGKEIT IST EINE Frage der Verantwortung und der Tradition. Denn alles, was wir tun und weitergeben, beeinflusst unsere Umwelt und unsere Mitmenschen. Gegenseitige Wertschätzung und ein stärkeres Bewusstsein für jeden unserer Schritte sollte in jedem Catering-Unternehmen mittlerweile Standard sein. Wir als Roth Catering & Events mit über

ren. Sein Verständnis für Nachhaltigkeit war damals mit Tradition fest verankert, aber auch mit einer schonenden Verarbeitung der Lebensmittel und dem Angebot von Fleischwaren, die nicht von der Stange stammten. Was heute als „Nose to tail“-Foodtrend deklariert wird – also dass sämtliche Teile des Tieres verarbeitet werden –, war früher schon Usus. Heute gehen wir als Nachfolge-Generation mit der Expertise unserer Eltern natürlich einen Schritt weiter und mit der Zeit.

Mehr vegetarische und vegane Buffets gefragt

Im Zeitalter einer sich stetig verändernden Gesellschaft, die sich ihrer Verantwortung für Umwelt und Mitgeschöpfe immer bewusster wird sowie versucht, immer weniger Fleisch zu konsumieren, sind kreative Ideen auch bei uns gefragt. Als Familie mit Metzgereitradition, die verantwortungsbe-

wusst mit der Fleischverarbeitung umzugehen weiß, können wir gezielt auch auf andere Food-Trends setzen. Die Nachfrage nach veganen und vegetarischen Buffets bei Veranstaltungen ist dabei angestiegen. Und klar ist, dass wir hier auch Kreativität beweisen und neue Speisen im Portfolio haben, die zudem auch eine gluten- und laktosefreie Auswahl bieten und komplett auf Geschmacksverstärker und Konservierungsstoffe verzichten. Klar ist auch, dass alle Lebensmittel, die wir verwenden, aus der Region und von Produzenten stammen, die wir persönlich kennen und wo wir wissen, dass der Anbau ebenso umweltschonend vollzogen wird.

Ziel: Zero Waste

Ein weiterer Verhaltenskodex, mit dem sich alle unsere Mitarbeiter identifizieren können, ist das Thema Müllvermeidung. Zero Waste ist dabei unser Ziel, das weit über den Verzicht von Plastikverpackungen hinausgeht. Es geht uns darum, nur das zu kaufen, was wirklich benötigt wird, und den Blick auf die Mengen nicht verschwimmen zu lassen. Bei unseren regionalen Lieferanten achten wir sehr darauf, dass die Produkte so frisch und natürlich wie möglich in wiederverwendbaren Materialien und über eine kurze Transportkette geliefert werden. Speziell zu diesem Thema sprechen wir auch unsere Kunden gezielt an und planen mit ihnen bis ins kleinste Detail den Wareneinsatz, um auch ihr Bewusstsein und das ihrer Mitarbeiter und Gäste zu schärfen. Mit dieser Strategie fahren wir sehr gut. Trotzdem gibt es manchmal Events, wo Essen übrig bleibt. Aber auch hier haben wir eine Lösung und kompostieren den Rest in unseren Gärten oder beliefern nach Absprache und Wunsch die regionalen Tafeln.

Der Einsatz von umweltfreundlichen Produkten im Unternehmen und gesamten Catering-Prozess sowie fairer Einkauf bei regionalen Lieferanten sollte heute in jedem Catering-Betrieb Standard sein. Das garantiert auch faire Preise. Hochwertiges Gemüse vom Spargelhof um die Ecke, Geflügelprodukte aus artgerechter Haltung mit getreidebetonter Fütterung in der Nähe, Bäckereiprodukte nach überlieferten Rezepturen aus der Region sind nur einige Beispiele der Zusammenarbeit mit unseren langbewährten Partnern.

Umweltbewusstsein bei Mitarbeitern ebenso wichtig

Nachhaltiges Denken und Handeln der Mitarbeiter zu fördern, ist ebenso von immenser Bedeutung. Denn auch sie sind Multiplikatoren für eine bessere Zukunft.



Mit Tell Roth und seinen Geschwistern hat bereits die zweite Generation das Ruder im traditionsreichen Familienbetrieb übernommen.

30 Jahren Tradition haben bereits einen langen Weg mit vielen bewährten, aber auch ausbaufähigen Schritten hinter uns.

Vor uns liegt ein Weg für mehr „echtes grünes Engagement“ in der Catering-Branche. Unser Vorteil: das Schweizer Qualitätsversprechen, das aus der Feder meines Vaters und Gründers Heinrich Roth stammt, der vom Metzger zum leidenschaftlichen Pionier für Partyservice wurde – gemeinsam mit meiner Mutter, mit der er von der Schweiz in ihr Heimatland Niedersachsen zog. Zu Zeiten, als noch kaum eine andere Metzgerei Partyservice anbot, kochten sie bereits fleißig hinter den Kulissen – alles in den 80er-Jah-



Die Qualität der eingesetzten Produkte und die Regionalität werden immer wichtigere Kriterien – und das in allen Bereichen des Lebens. Dieser nachhaltige Trend macht natürlich auch vor Catering-Anbietern nicht halt. Fotos: Roth Catering

Klare Regeln in Bezug auf Energieverbrauch, Mülltrennung und -vermeidung sowie Umgang mit Speiseresten gehören ebenso dazu wie regelmäßige Umweltschulungen und Gesundheitstrainings, aber auch Betriebsbesichtigungen bei Lieferanten, um zu verdeutlichen, wie wichtig genau diese Lebensmittel für die Vorbereitung der Events sind.

Flexible Arbeitszeiten, gerechte Bezahlung und Coachings sowie ein moderner Arbeitsplatz sind weitere Maßnahmen, die für ein zufriedenes Team und damit für glückliche Kunden sorgen.

Beispiele für gesundes Catering

Roth Catering & Events nutzt zudem auch eigene und gepachtete Locations

in der Harz-Heide-Region, um durch bewährte Betriebsprozesse den ökologischen Fußabdruck so klein wie möglich zu halten. Im hippen Campus Fallersleben zum Beispiel, in direkter Nachbarschaft der Bürogebäude von Volkswagen-Marketing, wird auf Mehrweg-Kaffeebecher umgestellt und auf Plastikbehälter komplett verzichtet. Die Suppen werden täglich hausgemacht und bieten zusammen mit der veganen und vegetarischen Speisenauswahl besonders Büroangestellten eine leichte und gesunde Ernährung. Das einzigartige Mühlenmuseum Gifhorn bietet verschiedene Eventflächen und verfügt auch über eine Bäckerei vor Ort. Hier werden Brote und verschiedene Blechkuchen

noch nach traditionellen Rezepten gebacken, die komplett ohne Zusatzstoffe oder Backtriebmittel auskommen. In der Stadthalle Gifhorn wurde das Angebot für Tagungen nachhaltig optimiert. Die Auswahl an leichten Speisen mit regionalen Zutaten kommt besonders gut an.

Auch bei den angebotenen Weber-Grill-Seminaren im Roth-Feierwerk in Isenbüttel, die jetzt gestartet sind, dreht sich nicht mehr alles um Fleisch. Vegetarische oder vegane Kost wird beim Catering auch auf dem Grill immer mehr nachgefragt. Ganz neu hat das Team daher vegane und vegetarische Grillvarianten als festen Bestandteil in das Angebot aufgenommen und auch in die Grillkurse integriert.

Anzeige



Tagen in neuen Dimensionen

- Veranstaltungen bis 7.000 Personen
- 5.000 m² Ausstellungsfläche
- Multifunktionale Nutzungsmöglichkeiten
- Modernste ICT-Infrastruktur und Konferenztechnik
- Einzigartiges Ambiente im ehemaligen Plenarsaal
- Zentrale Lage am Rhein

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



„Mit jeder Geschäftsreise gehen nicht unerhebliche Risiken einher“

Viele beschäftigen sich mit Fragen des Versicherungsschutzes, wenn sie eine Urlaubsreise antreten. Aber was ist bei Geschäftsreisen zu beachten, insbesondere wenn sie – wie in unserer Branche häufig – ins Ausland gehen? Die vielleicht auch hier und da mit einer individuellen Verlängerung verbunden sind? Rechtsanwalt André Imhäuser, Fachanwalt für Versicherungsrecht, hierzu im Gespräch.



Rechtsanwalt André Imhäuser, Fachanwalt für Versicherungsrecht, Klinge Hess Rechtsanwälte PartmbB, Koblenz.
Foto: Klinge Hess

Auch und insbesondere in unserer Branche stellt sich häufig die Frage der Verantwortlichkeit bei Reisen. Was gibt es generell bei Geschäftsreisen zu beachten?

Mit jeder Geschäftsreise gehen nicht unerhebliche Risiken bei An- und Abreise sowie während des eigentlichen Aufenthaltes einher. Denkbar sind Unfälle, die zu Verletzungen sowie Sachschäden bei dem Reisenden selbst oder Dritten führen können. Ebenso sind plötzlich während der Reise auftretende Erkrankungen denkbar.

Bei der Durchführung von Geschäfts- bzw. Dienstreisen handelt es sich normalerweise um eine Tätigkeit im Rahmen des bestehenden Beschäftigungsverhältnisses.

Daher steht der Arbeitgeber in der Fürsorgepflicht und haftet grundsätzlich umfassend für solche Schäden, die während einer Dienstreise entstehen. Dies unter der Maßgabe, dass er die ihm obliegenden Pflichten als Arbeitgeber verletzt. Denn Unternehmen müssen die Sicherheit und die Gesundheit ihrer Mitarbeiter bei der Arbeit gewährleisten – ganz gleich wo sich der Arbeitnehmer befindet. Zudem besteht während Dienst

reisen für Arbeitnehmer grundsätzlich der Schutz der gesetzlichen Unfallversicherung. Kommt es also während der Reise zu einem Unfall, hat der Reisende bei Vorliegen der entsprechenden Voraussetzungen Anspruch auf Übernahme von Heilbehandlungskosten, Verletztengeld, Pflegegeld, Rente und – falls er stirbt – Hinterbliebenenleistungen.

Was also muss der Arbeitgeber tun, was sind die Pflichten des Arbeitnehmers?

Anders als bei Urlaubsreisen ist bei dienstlichen Aufenthalten im Ausland der Arbeitgeber in der Pflicht, für krankheitsbedingte Behandlungskosten aufzukommen, die nicht auf Unfällen beruhen. Zwar erstattet die jeweilige Krankenkasse im Fall gesetzlicher Versicherung anschließend Kosten bis zu der Höhe, die eine vergleichbare Behandlung im Inland gekostet hätte. Da Arzthonorare im Ausland deutlich höher ausfallen können, ist in jedem Fall für eine Auslandskrankenversicherung zu sorgen. Hierbei wiederum ist unbedingt darauf zu achten, dass beruflich veranlasste Reisen abgesichert sind und auch ein etwaig erforderlicher Krankentransport eingeschlossen ist.

Also ist eine solche Auslandskrankenversicherung unabdingbar.

Das stimmt. Aber noch ein weiterer Faktor ist in diesem Zusammenhang dringend zu beachten: Selbst wenn eine Auslandsreisekrankenversicherung besteht, kommt diese möglicherweise nicht für solche Behandlungskosten auf, die durch Krankheiten verursacht werden, die bereits vor Reiseantritt in Deutschland ärztlich behandelt wurden. Insbesondere bei Reisen in Staaten außerhalb der EU sollten sich Arbeitgeber und der Reisende daher gut überlegen, ob es nicht besser ist, die Reise bis zur vollständigen Gesundung zu verschieben.

Haben Sie ein Beispiel für einen derartigen Fall?

Ein Mandant suchte im Vorfeld einer Reise den Arzt auf, weil er Schmerzen beim Wasserlassen verspürte. Ihm wurde ein Breitbandantibiotikum verordnet und er trat die Reise – in diesem Fall nach Russland – an. Allerdings entwickelte sich das Ganze während des Aufenthaltes zu einer wirklich schlimmen Erkrankung, die in Russland vor Ort behandelt werden musste. Die Kosten für die Behandlung in einer Privatklinik beliefen sich auf 25.000 EUR. Trotz Auslandsreisekrankenversicherung musste der Reisende die Kosten selbst tragen.

Wie sieht es aus, wenn die Reise in sogenannte Krisengebiete geht? Gibt es besondere Vorkehrungen, die zu treffen sind?

Der Arbeitgeber hat in diesen Fällen eine umfassende Information des Mitarbeiters über die Sicherheitslage im Zielgebiet zu gewährleisten. Insbesondere hat er über das Bestehen konkreter Warnungen der hiesigen und örtlichen Sicherheitsbehörden zu informieren. Bei aktuellen und konkreten Reisewarnungen des Auswärtigen Amtes sind geeignete Maßnahmen zum Schutz der Mitarbeiter im Zielgebiet zu treffen. Gegebenenfalls ist die ursprüngliche Reiseplanung anzupassen. Je konkreter die Gefährdung des Mitarbeiters ist, desto intensiver haben die durch den Arbeitgeber zu treffenden

Schutzmaßnahmen auszufallen. In besonders heiklen Fällen ist sogar von der Durchführung der Reise in das gefährliche Krisengebiet abzusehen; oder sie ist – nach bereits erfolgtem Reiseantritt – abzubrechen und die Mitarbeiter sind umgehend auf Kosten des Arbeitgebers zurückzurufen.

Nun gibt es ja in unserer Branche vielerlei „Dreiecksbeziehungen“. Beispielsweise lädt eine Destination über ihre Agentur MICE-Planer zu einem Famtrip ein. Bei wem liegt die Versicherungsverantwortung für den Reisenden?

In einem solchen Fall wird man meines Erachtens weiterhin eine vom Arbeitgeber veranlasste Geschäfts- bzw. Dienstreise annehmen müssen. Da die Abgrenzung oft schwierig ist, sollte der Reisende selbst jedoch in jedem Fall für ausreichenden Versicherungsschutz (Auslandskrankenversicherung, Unfallversicherung) sorgen.

Wie sieht es aus, wenn die Reisezeiten einzelner Teilnehmer flexibel gestaltet werden? Beispielsweise, wenn ein Teilnehmer den Aufenthalt in Absprache mit dem Arbeitgeber individuell verlängert, um mehr Zeit für die Recherche zu gewinnen?

Auch hier handelt es sich trotz individueller Verlängerung um eine Dienstreise, wenn die Verlängerung zu dienstlichen Recherchezwecken erfolgt.

Und wie ist die Lage, wenn der Teilnehmer seine Reise zwar offiziell, aber zu privaten Zwecken verlängert? Thema Bleisure.

In diesen Fällen besteht nur für Teile der Reise der gesetzliche Unfallversicherungsschutz.

Wird die Reise zum Beispiel aus privaten Gründen früher als erforderlich angetreten, ist auf dem direkten Weg zum

externen Dienort kein Unfallversicherungsschutz gegeben, wenn private Belange durch die erhebliche (z. B. um mehrere Tage) Vorverlegung des Reisebeginns so in den Vordergrund treten, dass sie den Charakter der Fahrt bestimmen.

Haben Sie auch hierfür ein Beispiel?

Natürlich. Ein Mitarbeiter reist zu einer Konferenz nach Berlin. Anstatt am Montagmorgen erfolgt die Hinfahrt bereits am Freitagabend. Er wird von seiner Frau begleitet und möchte die Gelegenheit nutzen, am Wochenende die Hauptstadt zu erkunden. Für die Konferenz am Montag sind vier Stunden eingeplant. Auf der Fahrt nach Berlin erleidet er einen Unfall.

Durch die um Tage vorverlegte Anreise an den Zielort kommt der dadurch gewonnenen Freizeit in Berlin gegenüber dem eigentlichen Dienstgeschäft eine selbstständige Bedeutung zu. Auf der um mehrere Tage vorverlegten Fahrt ist somit kein gesetzlicher Unfallversicherungsschutz gegeben. Dies gilt selbst dann, wenn der Arbeitgeber mit der früheren Anreise einverstanden war.

Haben Sie abschließend Tipps und Anregungen für Geschäftsreisende, Veranstalter etc.?

Vielen ist unbekannt, dass bei Geschäftsreisen in die EU- und EFTA-Staaten seit einigen Jahren eine sogenannte „A1-Bescheinigung“ bzw. Entsendebescheinigung mitzuführen ist. Die Pflicht trifft Angestellte, aber auch Selbstständige unabhängig davon, ob es sich um eine Fortbildungsveranstaltung, die Teilnahme an einem Seminar oder eine Konferenz handelt. Jede beruflich bedingte Reise macht die Bescheinigung notwendig. Selbst bei kurzen Reisen, beispielsweise

für ein Seminar von nur wenigen Stunden, ist die Bescheinigung mitzuführen, da es im Sozialversicherungsrecht keine Unterscheidung zwischen einer Entsendung und einer Dienstreise gibt. Die „A1-Bescheinigung“ weist gegenüber ausländischen Sozialbehörden nach, dass der Geschäftsreisende in Deutschland sozialversichert ist und nicht in die Sozialversicherung des Landes einzahlen muss, in dem er sich vorübergehend aufhält.

Wie sieht es im Fall einer Kontrolle aus? Gibt es solche Kontrollen?

Es gibt diese Kontrollen. Dann drohen nicht nur Bußgelder, sondern Sozialversicherungsbeiträge können nach dem Recht des Staates, in dem man sich aufhält, sofort eingezogen werden. Auch der Zutritt zu Tagungszentren, Firmen- oder Messegeländen kann verweigert werden. Es wird erwartet, dass die Kontrollen künftig noch erheblich zunehmen werden.

Seit dem 1. Januar 2019 ist das elektronische Verfahren zur Beantragung für alle Arbeitgeber obligatorisch. Selbstständige müssen die Bescheinigung weiterhin schriftlich beantragen. Der Antrag ist von gesetzlich krankenversicherten Personen bei der Krankenkasse und von nicht gesetzlich Versicherten bei dem jeweils zuständigen Träger der gesetzlichen Rentenversicherung zu stellen.

Darüber hinaus ist denjenigen Selbstständigen, die in der gesetzlichen Unfallversicherung nicht pflichtversichert sind, zu raten, sich dort freiwillig zu versichern. Für verhältnismäßig geringe Beiträge erhält man auf Geschäftsreisen auch im Ausland umfassenden Schutz gegen die Folgen eines berufsbedingten Unfalls.

Anzeige



Sie wollen einen ganzen Tag ohne Sitzungskoller tagen?

Im topmodern ausgerüsteten Coop Tagungszentrum, stadtnah im Grünen, finden Sie den perfekten Rahmen für Ihre Konferenz, Sitzung oder Schulung – ob für einen oder mehrere Tage, ob mit oder ohne Übernachtung.

Coop Tagungszentrum & Restaurant INCONTRO
Seminarstrasse 12-22, 4132 Muttenz
cooptagungszentrum.ch, T +41 61 466 11 11

coop
tagungszentrum
hotel und gastronomie

Motto für BrandEX 2020 steht fest

Mit der ersten Ausgabe des International Festival of Brand Experience (BrandEx) im Januar 2019 ist den Initiatoren – BlachReport, FAMAB Kommunikationsverband, Westfalahallen Unternehmensgruppe und Studieninstitut für Kommunikation – der erfolgreiche erste Schritt zu einem wegweisenden Talk- und Performance-Forum für die Live-Marketing-Branche gelungen. Die Premiere wies mit dem Motto „01 | Die Begegnung“ bereits darauf hin, dass nach der ersten Begegnung mit der BrandEx noch viele weitere folgen sollen. Jetzt steht das Motto für das nächste BrandEx Festival am 14. Januar 2020 fest, es lautet „02 | Die Leidenschaft“.

Leidenschaft ist eine starke Emotion, die Menschen fesselt und ergreift. Sie macht aus Messeständen Traumlandschaften, aus Ereignissen bleibende Erlebnisse und aus Meetings echte Begegnungen.

Was steckt hinter Leidenschaft? Wie weckt man sie? Wo bekommt man sie? Und wofür empfinden wir sie? Die Antworten gibt es auf dem International Festival of Brand Experience 2020, wo „Leidenschaft“ zum zentralen Thema wird.

Convention4U kehrt nach Vorarlberg zurück

Von 24. bis 25. Juni 2019 lädt das Austrian Convention Bureau zur Jahrestagung ins Montforthaus nach Feldkirch ein. In ihrem Jubiläumsjahr kehrt die Convention4U nach Vorarlberg zurück, wo vor zehn Jahren die Reise quer durch Österreich begann.

Das Austrian Convention Bureau (ACB) entwickelte 2009 eine neue Fortbildungs- und Netzwerkplattform für die österreichische Kongress- und Tagungsbranche. Erklärte Ziele waren und sind es noch immer, die Branche fit für die Zukunft zu machen und das heimische Netzwerk zu stärken. Das Kongressprogramm greift daher aktuelle Themen der Meeting Industrie auf, um alle Akteure zu motivieren, neue Ideen, Technologien und Formate in die Welt der Veranstaltungen zu tragen.

Hamburg baut internationale Relevanz im Medizinkongress-Sektor aus

Mit dem Gewinn des Meetings der International Society for Hydrocephalus and Cerebrospinal Fluid Disorders (ISHCSF) 2022 unterstreicht Hamburg einmal mehr seine Relevanz als Destination für medizinische Kongresse. Rund 500 Experten kommen im September 2022 für das jährliche Verbandsmeeting in die Hansestadt. Verbandskongresse wie dieser wirken sich dabei nicht nur positiv auf die monetäre Wertschöpfung am Standort aus, sondern bringen Wissen, Austausch und Renommee in die Stadt.

Nele Aumann, Leiterin des Bereichs Conventions des Hamburg Convention Bureaus: „Der Gewinn des Annual Meetings der ISHCSF zeigt einmal mehr, wie stark aufgestellt Hamburg im Bereich der medizinischen Kongresse ist. Die Bedeutung von medizinischen Kongressen können wir nicht hoch genug bewerten, da ein solcher Kongress einen Spot auf die Wissenslandschaft in Hamburg wirft. Wichtiges Fachwissen wird direkt am Standort generiert und kommt den Instituten und Kliniken zugute. Wir sind dankbar für die exzellente Zusammenarbeit mit Experten der jeweiligen Fachdisziplinen, denn durch deren Expertise und Unterstützung ist die Chance, den Kongress für Hamburg zu gewinnen deutlich größer. Das Netzwerk, das wir hier vor Ort haben, ist immer wieder ein solides Fundament, auf dem wir bauen können.“

Spacebase kauft eventsofa

Spacebase, die weltweite Buchungsplattform für außergewöhnliche Workshop- und Meetingräume, übernimmt mit sofortiger Wirkung den profitablen Online-Marktplatz für Eventlocations eventsofa. Mit der Übernahme weitet die Berliner Buchungsplattform sein Angebot auf größere Events aus und manifestiert seine Marktführerschaft als One-Stop-Lösung für MICE-Direktbuchungen. In Deutschland zählt das Unternehmen bereits 29 der Dax30 Unternehmen zu seinen Kunden. Für das Location-Portfolio bedeutet die Übernahme eine Verdopplung des Angebots auf ca. 8.000 Spaces, die teilweise exklusiv über die Plattform gebucht werden können.

Ein Jahr Rhein Main Congress Center

Das RheinMain CongressCenter (RMCC) im Herzen von Wiesbaden feierte am 13. April 2018 seine offizielle Eröffnung. Ein Jahr RMCC bedeutet in Zahlen ausgedrückt: 132 Veranstaltungen mit rund 190.000 Besuchern und eine große Vielfalt an unterschiedlichen Veranstaltungsformaten und -konzepten, die den Weg nach Wiesbaden und ins RMCC gefunden haben – von Medizinkongressen mit knapp 4.000 Teilnehmern über Produktpräsentationen von Automobilherstellern, großen Publikumsmessen zum Thema veganer Lebensstil und E-Mobilität oder Unterhaltungsveranstaltungen in der großen Halle Nord.

Ein Jahr RMCC bedeutet auch gelebte Nachhaltigkeit. Neben der Zertifizierung der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen e.V. (DGNB) in Platin, wurde das RMCC unter dem Dach der TriWiCon zum ÖKOPROFIT-Betrieb ausgezeichnet. Im Oktober 2018 folgte der „DGNB-Diamant“ für herausragende gestalterische und baukulturelle Qualität.

Für 2019 ist der Veranstaltungskalender bereits gut gefüllt. Bis Ende des Jahres sollen 100 Veranstaltungen planmäßig stattgefunden haben, darunter auch zahlreiche Kongresse und Tagungen von Wiesbadener Firmen und Institutionen, beispielsweise aus der Versicherungs-, Medizin- oder Verlagsbranche.

Wiederbelebte Geschichte im besten Sinne



IM LETZTEN JAHR eröffnete das Capitol Kempinski Singapur und ergänzt seitdem das ohnehin schon gute Hotel-Portfolio des Löwenstaates auf beeindruckende Weise. Im Gegensatz zu den spektakulären Wolkenkratzern, die überwiegend die Skyline Singapurs prägen, zog Kempinski in ein historisches Gebäude, das durch ein ambitioniertes Sanierungsprogramm der Regierung in den letzten Jahren aufwendig renoviert worden war.

Ein Blick zurück

Im Jahr 1933 wurden die Bauarbeiten an den Namazie Mansions – heute als Capitol Building bekannt – beendet. Der neoklassizistische Bau entstand an der Kreuzung North Bridge/Stamford und liegt damit im heutigen kulturellen Herzen Singa-

purs. Über die Jahre entwickelte sich das markante Gebäude zwar einerseits zu einem unverwechselbaren Teil des Stadtgebietes, verlor aber andererseits immer mehr seine ursprüngliche Bedeutung und stand schließlich sogar gänzlich leer. Erst durch eine umfassende Restrukturierung und damit Zusammenlegung des Capitol Building, des Capitol Theatre und des direkt angrenzenden Stamford House wurde dem Komplex neues Leben eingehaucht. Heute finden sich hier neben einer exklusiven Shopping Mall unter anderem Apartments und Büroeinheiten – dies allerdings vorrangig in den oberen Stockwerken.

In ebendieses neue Nutzungskonzept fügt sich seit seiner Eröffnung das Kempinski ideal ein. Das Fünf-Sterne-Haus

o.: An historischer Stelle mitten in Singapur eröffnete das The Capitol Kempinski Hotel letzten Herbst.

u.: Einst das erste Kino Singapurs, heute exklusive Eventlocation: Das Capitol Theatre eignet sich hervorragend für größere Events. Fotos: Kempinski

verfügt über 157 Zimmer und Suiten, die sich auf gleich zwei der Gebäudeteile – Stamford House und Capitol Building – verteilen. Zwar unterscheiden sich die Zimmer durch ihre Lage und die jeweiligen Eigenheiten der Gebäudearchitektur, das Interior Design aber weist, egal in welchem der beiden Hoteltrakte man sich befindet, eine einheitliche Linie auf. Hochwertige Materialien, ruhige Farbwahl und eine gewisse Wohlfühlmosphäre sind die Eckpfeiler der Zimmergestaltung.

Die Zimmergröße startet übrigens bei komfortablen 45 m² und gipfelt in der 137 m² großen Heritage Suite. Dazwischen rangieren noch drei weitere Suiten-Typen.

Zwei unterschiedliche Venues für Veranstaltungen

Auch für Planer bietet das Kempinski eine mehr als solide Basis. Eine Variante ist das sogenannte Atelier, das im obersten Stockwerk liegt. Der als klassischer Veranstaltungsraum ausgelegte Saal eignet sich für jede Art von Veranstaltung, vom Boardmeeting über die Konferenz bis hin zum Galadinner. Durch seine mondäne Atmosphäre ist der Raum sogar als Location für Hochzeiten sehr gefragt. Absoluter Eye-Catcher ist zweifelsfrei die 18 m lange handbemalte Chinoiserie-Tapete von de Gournay, die den gesamten Raum umspannt. In Zahlen ausgedrückt, finden Planer hier eine beispielbare Fläche für bis zu 220 Personen.

Für größere Events gibt es eine weitere Adresse: das Capitol Theatre. Seit seiner Eröffnung 1930 hat dieses ursprünglich erste Kino Singapurs im Laufe seiner Geschichte zahlreiche Gala-Veranstaltungen und Filmvorführungen gesehen. 1998 flimmerte jedoch mit „Soldier“ der letzte Film über die riesige Kino-Leinwand, die anschließend fast 20 Jahre lang ungenutzt war – bis zur Neugestaltung des gesamten Bereichs. Zwar wurde das ehemalige Lichtspielhaus im Zuge dessen



← grundlegend renoviert, der alte Charme aber wurde glücklicherweise erhalten. So zieren noch immer riesige Skulpturen die Seitenwände und feine Stuckarbeiten prägen die in einer Kuppel zusammenlaufende Decke. Im Rahmen der Sanierung wurde einerseits Wert auf die technische Ausstattung gelegt, andererseits auf die Flexibilität für Events geachtet, die das fast 1.000 Plätze umfassende Auditorium in jedem Fall bieten sollte. Daher präsentiert sich das Capitol Theatre als ganzheitliche Location, die Planern eine enorme Bandbreite offeriert.

Für das leibliche Wohl ist bestens gesorgt

Gleich mehrere Restaurants und Bars sind im Kempinski beispielbar, alle mit einem jeweils einzigartigen Konzept. Eine der kulinarischen Anlaufstellen ist das 15 Stamford by Alvin Leung. Der auch unter dem Namen „Demon Chef“ bekannte Chefkoch aus Hongkong betreibt außerdem das mit drei Michelin-Sternen ausgezeichnete „Bo Innovation“ in Hongkong sowie das Bo London, das mit einem Michelin-Stern glänzt. Das 15 Stamford ist die jüngste Niederlassung Leungs und überzeugt mit einer typischen Interpretation der chinesischen Küche. Gewagte Kombinationen und vollkommen neu gedachte Traditionsgerichte können Gäste auf dem Teller erwarten.

Ein Tribut an die deutschen Wurzeln der Hotelgruppe findet sich im Frieda. Benannt nach der Tochter des Gründers der Kempinski Hotels – Berthold Kempinski –, erfahren Gäste hier eine Mischung aus traditioneller deutscher und österreichischer Küche, kombiniert mit modernen Einflüssen. So kommt,

inmitten des Löwenstaates, im Frieda auch mal ein Wiener Schnitzel auf den Teller. Verantwortlich für die kulinarische Ausrichtung zeichnet Chefkoch Jan Mulik. Abgerundet wird das Angebot durch die Lobby Lounge und die Bar 16 at Stamford.

Fußläufig liegt das Suntech Convention Centre

Etwa zehn Minuten Fußweg entfernt liegen außerdem 42.000 m² pure MICE-Fläche. Das Suntech Convention Center gilt als eines der besten. Es überzeugt zwar zunächst mit seiner Größe, vor allem aber mit der Tatsache, dass alle nutzbaren Quadratmeter absolut flexibel zu bespielen sind.

Bestes Beispiel dafür ist „Level Three“ mit beachtlichen 12.000 m², die durch ein vollständig flexibles Wandsystem in bis zu 26 Einheiten unterteilt werden können. Durch diese Modularität lässt sich – ganz dem Kundenwunsch und -bedarf entsprechend – der richtige Saal in der exakt passenden Größe erstellen. Darüber hinaus finden sich in den anderen Stockwerken weitere 12.000 m² Ausstellungsfläche, zwei Auditorien mit bis zu 6.850 Sitzplätzen sowie die großzügig gestalteten Foyerflächen, die ebenfalls nutzbar sind.

Technisch auf dem neuesten Stand

Beeindruckend sind auch die Kennzahlen in puncto technische Ausstattung. Planer können sich auf eine hervorragende Infrastruktur innerhalb des Gebäudes verlassen. Beispielsweise lässt das kostenfreie Highspeed-WLAN bis zu 8.000 Verbindungen zu, ohne dabei an Qualität zu verlieren. Dementsprechend

o.li.: 16 x 15 Meter misst die hochauflösende Videowand des Suntech Convention Centres, die natürlich auch individuell bespielt werden kann. Fotos: Suntech

o.re.: Bodentiefe Fenster außerhalb der Konferenzräume ermöglichen den Blick auf die Stadt.

ganzre.: Die Supertrees in den Gardens by the Bay sind bis zu 50 m hoch und sind mittlerweile ein Wahrzeichen Singapurs. Foto: Kanuman/shutterstock.com

ist die Nutzung von Event-Apps oder Live-Streamings problemlos möglich.

Ein weiterer Aspekt, der insbesondere der Orientierung der Teilnehmer dient, sind die insgesamt 72 interaktiven LED-Bildschirme, die im gesamten Center verteilt sind. Mit ihrer Hilfe können sich Teilnehmer über die unterschiedlichen Events informieren oder eine Übersicht verschaffen, wo welcher Workshop stattfindet.

Wer schon einmal in Singapur ist ...

... der sollte seinen Teilnehmern unbedingt die Möglichkeit geben, Singapur auch außerhalb des Konferenzraumes zu entdecken. Die quirlige Metropole bietet zahlreiche Optionen für ein ansprechendes Rahmenprogramm. Es gibt zahlreiche Möglichkeiten: von einem Streifzug durch Little India, Chinatown oder die Shops in den historischen Häusern von Katong bis hin zu einem Abstecher ins Peranakan Museum, um dort etwas über die noch sehr lebendige Kultur der Peranakan in Singapur zu lernen.

Durch die Vielseitigkeit innerhalb des Stadtgebiets können Planer Event und Ausflug in die Historie allerdings auch direkt miteinander verbinden. So ist beispielsweise die National Gallery



imposante Location und Museum zugleich. Hier bietet das Ngee-Ann-Kongsi-Auditorium mit anschließendem Foyer Platz für etwas mehr als 200 Personen und ist durch die vorhandene Technik und fest installierte Bestuhlung hervorragend für Konferenzen geeignet. Wer eher auf der Suche nach dem passenden Rahmen für einen stilvollen Empfang ist, sollte sich das oberste Stockwerk des

Gebäudes anschauen. Dort punktet das 180 m² große Padang-Deck mit einem Ausblick auf die beeindruckende Skyline Singapurs.

Generell bietet das Ensemble der National Gallery – bestehend aus ehemaligem Supreme Court und City Hall – Räumlichkeiten für jede Art von Veranstaltung. Sogar Restaurants und Bars sind vor Ort zu finden.

Nicht nur für Gartenfreunde interessant: Gardens by the bay

Das ambitionierte Projekt Gardens by the bay erhielt seit seiner Eröffnung viel öffentliche Aufmerksamkeit. Einerseits, weil die 101 ha große Parkanlage ein neues Wahrzeichen für Singapur werden sollte – und mittlerweile auch ist. Andererseits und insbesondere, weil das gesamte Areal auf neu gewonnenem Land errichtet wurde. Der Park ist in zwei Einheiten unterteilt. Neben der riesigen Pflanzenvielfalt beeindrucken vor allem die sogenannten Supertrees. Diese zwischen 25 und 50 m hohen Bauwerke sind nicht nur architektonisch ansprechend, sondern zusätzlich als vertikale Gärten angelegt und begehbar. Oben angekommen, liegt Besuchern das gesamte Areal sprichwörtlich zu Füßen – inklusive Blick über die Skyline.

Um die Erfahrung in den Gardens by the bay noch interessanter und beeindruckender zu gestalten, sollte man sich gegen Abend auf den Weg dorthin machen. Denn sobald die Dunkelheit hereinbricht, werden die Supertrees kunstvoll illuminiert.

Anzeige



Fotos: J. Berger, A. Friese

ERFAHRUNG, KNOW-HOW

Hinter dem Erfolg des **Estrel Berlin** steht ein außergewöhnliches Team

„Tages, Wohnen, Entertainment – Alles unter einem Dach“: Das Estrel Berlin hat sich mit seinem integrierten Konzept längst international etabliert. Mit Leben gefüllt wird das Konzept aber erst durch die Mitarbeiter des privat geführten Hauses. Wer das Estrel kennt, weiß um die Besonderheit der „Estrel Familie“: Die Mitarbeiterfluktuation ist außergewöhnlich niedrig; 20 und mehr Jahre Betriebszugehörigkeit sind im Estrel keine Seltenheit. Viele Mitarbeiter sind gemeinsam mit dem Estrel gewachsen; vor allem aber haben sie langjährige, vertrauensvolle Beziehungen zu Gästen und Kunden aufgebaut, die die Basis für die erfolgreiche Zusammenarbeit bilden.

Das Estrel hatte schon immer einen besonderen Fokus auf die Mitarbeiter – sowohl mit umfangreichen Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung als auch mit kluger Personalentwicklung. So profitiert das Estrel – und letztlich natürlich der Kunde – zum Beispiel sehr von der Beschäftigung von festangestellten Spezialisten im Bereich der Veranstaltungstechnik. Mittlerweile umfasst allein diese Abteilung 33 Mitarbeiter, die nicht nur ihren technischen Fachbereich, sondern auch das Haus wie die eigene Westentasche kennen und sehr genau wissen, wie sie Kundenwünsche perfekt umsetzen können.

& VIEL HERZ



www.estrel.com

Das schwimmende Tagungshotel:

Vielseitigkeit als absoluter Pluspunkt

Die Kreuzfahrt-Industrie boomt, sowohl im Leisure-Bereich als auch im MICE-Segment. Einer der führenden Anbieter ist Royal Caribbean. Was die Kreuzfahrt-Gesellschaft mit Hauptsitz in Miami zu bieten hat und warum sich Planer für eine Kreuzfahrt entscheiden sollten, erklärt Kaspar Berens, Head of Sales DACH bei Royal Caribbean Cruises Ltd.

Kaspar Berens,
Head of Sales
von Royal Carib-
bean Cruises Ltd.



Das Aqua Theatre bietet ideale Präsentationsmöglichkeiten. Fotos: Royal Caribbean

Zu Royal Caribbean gehören die drei Marken Royal Caribbean International, Celebrity Cruises und Azamara Club Cruises. Können Sie kurz erklären, was die einzelnen Marken ausmacht und wofür sie stehen?

Alle drei Marken sind in sich einzigartig und besonders. Daher sprechen sie unterschiedliche Vorstellungen und Zielgruppen an.

So steht *Royal Caribbean International* zum Beispiel für innovative, umfangreiche und vielseitige Angebote sowie einmalige Aktivitäten. Und das gilt natürlich für alle Bereiche: Familie, Individualreisender oder auch MICE-Gast. Die klassenbesten Schiffe bieten interna-

tionales Flair und herzlichen Service.

Außergewöhnliche Destinationen, kulinarische Exzellenz, intuitiver Service, luxuriöse Unterkünfte und atemberaubendes, modernes Design – dafür steht wiederum *Celebrity Cruises*. Die einzigartigen Erfahrungen, die auf einer Reise gesammelt werden, sind auch lange nach der Rückkehr bei den Gästen noch sehr präsent.

Mehr Zeit vor Ort – so heißt es bei *Azamara Club Cruises*. Wir bieten längere Liegezeiten in den Reisezielen und ermöglichen mehrere Übernachtungen in den Häfen, um entsprechend mehr von der Kultur des jeweiligen Landes erleben zu können. An Bord bestechen wir durch luxuriöse Unterkünfte und bieten Boutique-Hotel-Erfahrung.

Was macht den besonderen Reiz der Kombination MICE und Kreuzfahrt aus?

Die Besonderheit dieser Kombination liegt in der Vielseitigkeit der Möglichkeiten. Morgens beim Joggen vor dem Businessmeeting den Meerblick genießen, während der Kollege sich in lufti-

gen Höhen an der Kletterwand befindet und die Kollegin den Sonnengruß beim Yoga übt. Was sich nach Freizeitvergnügen anhört, ist für Delegierte zwischen Meetings und Konferenzen an Bord unserer Schiffe möglich und steigert im Endeffekt die Produktivität der Meetings. Neben der steigenden Nachfrage bei privaten Kreuzfahrten erfreuen sich die schwimmenden Tagungshotels auch im Geschäftsbereich wachsender Beliebtheit. Insbesondere Kurz-Kreuzfahrten von drei bis sechs Nächten liegen im Trend der Veranstaltungsbranche.

Wo liegen die Vorteile, wenn Planer sich für eine Kreuzfahrt entscheiden?

Es gibt zahlreiche Punkte, die für eine Kreuzfahrt sprechen. Grundsätzlich kann man auf der ganzen Welt unterwegs sein und die Wahl der Route lässt sich ganz nach den individuellen Bedürfnissen, Budget und zeitlicher Verfügbarkeit gestalten. Unsere Schiffe bieten ein ideales Preis-Leistungs-Verhältnis – Mahlzeiten, Aktivitäten, Meetingräume und vieles mehr sind bereits inklusive! Darüber hinaus stehen einzigartige Locations mit modernster Technik bereit und faszinierende Borderlebnisse von den

Unterkünften über Kulinarik bis zum Entertainment-Programm auf Weltklasse-Niveau werden geboten. Je nach Schiff stehen unterschiedliche Kapazitäten zur Verfügung. So bietet unser größtes Veranstaltungsräume mit bis zu 1.394 Sitzplätzen. Und dank Voom – dem schnellsten Highspeed-Internet auf See, haben

eignet sich das einem Amphitheater nachempfundene „Aqua Theater“ für den großen Open-Air-Bühnenauftritt. So sind beispielsweise Präsentationen oder Produktlaunches hier hervorragend aufgehoben. Außerdem lässt sich der vor der Bühne befindliche Pool absenken und zu einer weiteren Präsentationsfläche um-

allen Seiten, auch bei Großveranstaltungen an Bord. Eine weitere Möglichkeit ist das Studio B: Abends noch Bühne für professionelle Eislauf-Shows mit Glatteisfläche, am Morgen ein Vortragsraum und anschließend Location für ein glamouröses Wine-Tasting. Auch hier ist also eine enorme Bandbreite garantiert, die sich auf die persönlichen Bedürfnisse des Events zuschneiden lässt.

Mit dem „The Meeting Place“ auf der Celebrity Edge hingegen finden Planer 183 m² Veranstaltungsfläche, inklusive beeindruckender Aussichten, in zentraler Lage auf dem Schiff. Mit schalldichten Raumteilern, fortschrittlichen audiovisuellen Technikangeboten, abwechslungsreichen Sitzmöglichkeiten, privatem Büro für die Veranstaltungsplaner, mobilen Bars und einer stets gefüllten Speisekammer bieten sich hier zahlreiche Möglichkeiten für Veranstaltungen aller Art. Weitere besondere Locations auf diesem fast 3.000 Passagiere fassenden Schiff sind beispielsweise der revolutionäre, freitragende „Magic Carpet“, der ruhige Dachgarten oder das hochtechnische „Destination Gateway“.

Bei Azamara genießen die Gäste immer ein unvergleichliches Maß an Service und Luxus mit unzähligen Annehmlichkeiten und 24-Stunden-Zimmerservice – und das unabhängig von der gebuchten Kabinenklasse. Die zentralen Plätze auf dem Schiff eignen sich alle für besondere Veranstaltungen – vom freundlichen Mosaikcafé bis hin zur Looking-Glass-Lounge oder dem Broadway-Cabaret-



Das Resort-Deck der neuen Celebrity Edge ist weitläufig und großzügig gestaltet.

unsere Kunden auch immer die perfekte Verbindung zum Festland.

Welche besonderen MICE-Möglichkeiten gibt es an Bord?

Da könnte ich unzählige nennen. Hier mal ein paar Beispiele: Auf zahlreichen Royal-Caribbean-International-Schiffen

funktionieren oder eben auch ideal für Shows inszenieren. Springbrunnen-Fontänen, spektakuläre Wassersprung- und Akrobatik-Shows sind hier nur einige Stichworte, die aus dem regulären Programm in das Event-Design eingearbeitet werden können. Zwei Großbildleinwände garantieren uneingeschränkte Sicht von

Anzeige



hotel bildungszentrum 21 basel

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

Unsere Räumlichkeiten im Oekolampad bieten Ihnen für **bis zu 400 Personen** wunderbare Möglichkeiten.

Tagen und feiern im hotel bildungszentrum 21



- Zentrale Lage, mitten im Grünen
- 73 freundliche Hotelzimmer
- Lichtdurchflutete Räume für 2–200 Personen
- Attraktive Rahmenprogramme
- Praktische Seminarpauschale
- guter ÖV-Anschluss

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



Die Navigator of the Seas bietet spannende Aktivitäten an Bord.



Azamara-Schiffe wie die Azamara Pursuit können ideal auch kleinere Häfen ansteuern.

← Theater, alles individuell bespiel- und anpassbar.

Was für alle Schiffe allerdings gleichermaßen abseits der Business-Agenda gilt: Zum Standardrepertoire gehören attraktive Unterhaltungsprogramme, zahlreiche Spezialitätenrestaurants und Spa-Bereiche mit abwechslungsreichen Angeboten, die eben auch den MICE-Gästen zur Verfügung stehen und eine äußerst positive Stimmung außerhalb des Konferenzraums ermöglichen.

Gibt es von Seiten der Reederei eine gesonderte Unterstützung, insbesondere wenn es sich um große Gruppen handelt? Beispielsweise im Buchungsprozess oder der Planung von Veranstaltungen an Bord bzw. Ausflügen?

Wir bieten gerade für diesen Bereich die Beratung durch ein speziell geschultes und erfahrenes Event-Expertenteam an. Wir helfen bei der Auswahl der schönsten Kabinen, der besten kulinarischen Erlebnisse, von Teambuilding-Aktivitäten, Veranstaltungsräumen, spannenden Landausflügen und so weiter. An Bord ist grundsätzlich alles möglich! Und das soll auch jeder einzelne Teilnehmer in allen Bereichen spüren. So gibt es beispielsweise tolle Food-&-Beverage-Paketoptionen für Gruppen. Oder auch Branding-Möglichkeiten mit Ihrem Corporate Design & Logo. Wenn es jemand ganz exklusiv haben will, bieten wir selbstverständlich auch Vollcharter. So können wir die größtmögliche Anpassung an individuelle Bedürfnisse garantieren.

Gibt es spezielle Zusatzangebote, die Planern angeboten werden können? Insbesondere

in puncto Rahmenprogramm oder Teambuilding-Aktivitäten?

Speziell für Teambuilding-Aktivitäten bieten sich natürlich spannende Landausflüge an – ob karibische Sandstrände und bunte Korallenriffe, bezaubernde mediterrane Promenaden oder die raue Schönheit Alaskas – den Vorstellungen sind keine Grenzen gesetzt. Gerade bei Azamara bieten wir ja auch Liegezeiten von zwei Tagen in einzelnen Häfen an, was natürlich ideal ist, um die Destinationen, die man besucht, richtig kennenzulernen und sich auf besondere Abenteuer einzulassen. Davon profitieren ebenfalls MICE-Gruppen. Aber auch an Bord haben wir unzählige Möglichkeiten für Workshops und Gruppenaktivitäten: Von Sprach- und Tanzkursen über Wine-Tastings bis hin zu Pilates und Yoga-Kursen kann alles umgesetzt werden. Sogar Action-Liebhaber kommen bei Royal Caribbean International beispielsweise beim Zip-



Das dreistöckige Grand Plaza stellt einen tollen Rahmen für Veranstaltungen dar.

lining quer übers Schiff oder beim Surfen auf einem der 12 m langen Surfsimulatoren namens FlowRider auf ihre Kosten und genießen bei der perfekten Welle den Ausblick auf das weite Meer.

Was zeichnet die Schiffe von Royal Caribbean im Vergleich zu anderen, insbesondere im MICE-Bereich, besonders aus?

Ich denke, die Vielseitigkeit, die wir mit all unseren drei Marken anbieten können, ist schon einzigartig. Egal ob eine kleine, ganze exklusive Gruppe mit 20 Personen oder eine große Konferenz mit unterschiedlichsten Teilnehmern und Interessen – wir können allen Ansprüchen und Wünschen gerecht werden. Unsere Schiffe gehören im Bereich Konferenzmöglichkeiten und -technik zu den innovativsten Schiffen der Welt. Darüber hinaus bieten wir eine Vielzahl an Möglichkeiten an, sich aktiv auf unseren Schiffen zu betätigen, und für viele Gäste ist es die erste Erfahrung zum Beispiel mit einem Flowrider oder in einem Escape Room. Ein Erlebnis, das auch außerhalb des Konferenzraumes im Gedächtnis bleibt und den entsprechenden Mehrwert in puncto Gesamtpaket liefert, den die Teilnehmer mit nach Hause nehmen und nicht so schnell wieder vergessen werden.

Wie lange im Voraus sollte man ein MICE-Projekt auf einem Kreuzfahrtschiff planen und anfragen?

Unsere Erfahrung ist, dass MICE-Projekte ein bis zwei Jahre vor dem Termin angefragt werden. Eine rechtzeitige Anfrage ist natürlich immer von Vorteil, um alle Möglichkeiten bestens anbieten zu können.

flysaa.com



MIT DEN EXPERTEN INS SÜDLICHE AFRIKA

Sie haben die Wahl: Ab Frankfurt oder München täglich nonstop und über Nacht zum Drehkreuz Johannesburg und von dort aus mit besten Anschlüssen zu Ihrem Incentive-Ziel, Kongress- oder Messetermin im Südlichen Afrika. Buchung und Informationen zu Sondertarifen für MICE-Gruppen unter Tel. 069 – 299803 76, frasalessupport@flysaa.com

SAWUBONA - Willkommen an Bord!



SOUTH AFRICAN AIRWAYS

A STAR ALLIANCE MEMBER 

„In Zeiten der Digitalisierung sehnen sich die Menschen nach persönlichen Begegnungen“

Eventmanagerin Nadja Kahn sieht durch die Digitalisierung die MICE-Branche und auch ihr eigenes Geschäft im Aufwind. In ihrem Gastbeitrag für Convention International und einem Gespräch mit der Redaktion erläutert sie die aktuellen Chancen für die Branche genauer – und auch, warum 2019 das „beste Jahr in der Unternehmensgeschichte“ wird.



Nadja Kahn hat vor 16 Jahren ihre eigene Event-Agentur gegründet. Inzwischen ist die gelernte Reiseverkehrskauffrau und studierte Diplom-Betriebswirtin mit KahnEvents sehr erfolgreich am Markt etabliert. Die Agentur konzipiert und plant Kick-offs, Galas mit Stargästen, Produkteinführungen, Jubiläen und Incentives weltweit – sie steht damit für Live-Kommunikation jeder Couleur, insbesondere im B2B-Sektor mit Veranstaltungen von 4.000 bis 5.000 Personen.

WENN DIE EVENTBRANCHE die Korken knallen lässt, dann nicht immer im Kundenauftrag. Manchmal kann man sich auch selbst feiern. Dazu hat unsere Zunft gerade jeden Grund – die Branche boomt! Viele Unternehmen planen große Veranstaltungen, Tagungen, Kongresse oder Incentive-Reisen. Und nehmen dabei professionelle Unterstützung in Anspruch. Davon profitiert die gesamte MICE-Branche.

Dabei sahen noch vor wenigen Jahren die Zukunftsaussichten für Live-Kommunikation eher düster aus. Vor allem die zunehmende Digitalisierung, so wurde vermutet, würde Veranstaltungen mittelfristig überflüssig machen oder zumindest die Branche deutlich schrumpfen lassen. Videokonferenzen, digitale Kommunikation und Bestellprozesse, mobiles Internet fast überall auf der Welt würden dazu führen, so damals die Annahme, dass Geschäfte künftig virtuell abgeschlossen werden, ohne ein persönliches Treffen der Geschäftspartner. Das Gegenteil ist der Fall. Je mehr Technik uns umgibt, desto stärker sehnen sich die Menschen nach analogen Erlebnissen. Außerdem bietet die Digitalisierung tolle neue Möglichkeiten für Events. Sie eröffnet uns ganz neue Chancen für Bühnenszenierungen und Raumgestaltung. Wir können digital dekorieren und völlig neuartige Beleuchtungskonzepte realisieren. Avatare, die mit den Gästen interagieren, oder Hologramme bieten einen hohen Reiz. Und natürlich können auch Inhalte mit digitaler Technik ganz neu inszeniert werden. Wir können live von Veranstaltungen in die ganze Welt streamen und mit Virtual oder Augmented Reality neue Welten in ungeahnter Plastizität schaffen. Auch beim Teilnehmermanagement ist die moderne Digitaltechnik eine große Unterstützung.

Je digitaler unsere Arbeitswelt wird, desto mehr sehnen sich die Menschen nach persönlichen Begegnungen. Emoticons sind am Ende eben doch nicht emotional.

Hightech erfordert High Touch. Menschen wollen sich in die Augen schauen, die Hände schütteln und vielleicht sogar umarmen. Die Digitalisierung schadet der Branche somit nicht, sie fördert sie sogar.

Selbst klassische Veranstaltungen wie große Bälle erleben – entsprechend modernisiert – ein Comeback. Mit meiner Agentur habe ich beispielsweise gerade in Hamburg den Ball der Hamburger Juristen im Hotel Atlantic organisiert. Im vergangenen Jahr hatten wir für diese traditionelle Veranstaltung ein neues Konzept eingeführt. Nachdem die Juristen zuvor scheinbar ein bisschen tanzmüde geworden waren, steigen seitdem die Teilnehmerzahlen wieder sprunghaft an. In diesem Februar war die Veranstaltung ausverkauft. Unter dem Motto „Tanz um die Welt“ feierten 500 Gäste in diesem Jahr mit dem Fokusland „Kuba“ eine beinahe tropische Nacht im Hamburger Winter.

Auch Incentive-Reisen sind trotz verschärfter Compliance-Regeln und Kostenbewusstsein der Unternehmen weiterhin sehr gefragt. Gute Beziehungen zu Mitarbeitern und Kunden werden heute nicht mehr als selbstverständlich wahrgenommen. Entsprechend sind viele Firmen bemüht, ihnen abseits von finanziellen Anreizen etwas Besonderes zu bieten. Da kommen wir ins Spiel. Wir haben für dieses Jahr die Etats für Incentive-Reisen unterschiedlicher Unternehmen und Branchen gewonnen und entführen die Gäste unter anderem nach Tallinn, Cannes und Ljubljana.

Bei allen positiven Impulsen für die Branche gibt es allerdings ein Thema, das mich ärgert: der Pitch-Wahnsinn. Wissen unsere Kunden eigentlich, welche Kettenreaktionen sie mit diesen Pitches in Gang setzen und wie viele Menschen sich am Ende mit einem einzigen Projekt beschäftigen? Und das alles wird meistens auch noch kostenfrei getan, während inzwischen jedes Reisebüro ein Beratungshonorar bei der Herausgabe einer Bahnverbindung erhält. Ich wünsche mir hier mehr Bewusstsein auf Kundenseite und mehr Selbstbewusst-

sein, im wahrsten Sinne des Wortes, auf Agenturseite.

Frau Kahn, Sie skizzieren ein positives Bild der Eventbranche – wie sieht denn die Situation für Ihre Agentur KahnEvents aus?

Für uns wird 2019 das beste Jahr in der Unternehmensgeschichte, das steht schon jetzt fest. Wir haben sehr viele Neugeschäftsanfragen von Kunden, die entweder einen neuen Partner im Eventbereich suchen oder ganz neue Veranstaltungsformate entwickeln möchten. Gleichzeitig kommen viele bestehende Kunden auf uns zu, die in der Vergangenheit sehr zufrieden mit unserer Arbeit waren und deshalb auch in diesem Jahr auf unsere Kreativität und Organisationsstärke setzen möchten.

Was bedeutet das konkret, was für neue Etats haben Sie denn gewonnen?

Ganz neu in diesem Jahr haben wir den Jahresempfang der IHK zu Kiel gewonnen. Auch bei dieser Veranstaltung sollte die Digitalisierung im Fokus stehen. 1.200 Teilnehmer, Unternehmer aus ganz Schleswig-Holstein, sollten zusammenkommen und das Leistungsportfolio und die Innovationskraft der IHK auf emotionale Weise kennenlernen. Eines der Highlights war die Podiumsdiskussion und Teilnahme von Ministerpräsident Daniel Günther.

Um diesen Etat zu gewinnen, haben wir uns mit einem kreativen Konzept gegen sieben weitere Agenturen durchgesetzt – und haben den Ostseekai an der Förde kurzerhand in eine digitale Plattform verwandelt: Wir machten die Tanzfläche zur „Fest-

platte“ und ließen die Getränke von „Providern“ servieren. Das Motto zog sich durchs ganze Haus: Per „Upload“ oder „Download“ ging es im Fahrstuhl auf die andere Veranstaltungsebene. Und an der „Dockingstation“ – einem runden Sofa, an dem auch die Möglichkeit bestand, per Handy fürs Aufladen anzudocken – trafen sich Unternehmer, um im Sinne des Netzwerk-Gedankens mit anderen Unternehmern „anzudocken“.

Das neue Eventformat ist bei allen Gästen auf sehr positive Resonanz gestoßen. Vor allem junge Mitglieder, die den bisherigen traditionellen Jahresempfängen eher ferngeblieben sind, waren stärker vertreten und sehr angetan von dem Abend.

Klingt nach einer Menge Arbeit – haben Sie für diese Expansion Ihre Agentur neu aufgestellt?

Ja, wir haben uns in der Tat personell verstärkt und das Management ausgebaut. Seit dem Jahreswechsel ist unsere langjährige Senior-Projektleiterin Ulrike Dölle Prokuristin der Agentur. Sie arbeitet bereits seit 2006 fürs Unternehmen und kennt damit unsere DNA sehr gut. Ganz neu an Bord ist seit Februar Janina Jung. Janina ist ein absoluter Profi, sie hat unter anderem bereits für Palazzo und Nord Event gearbeitet, und ich bin sehr froh, dass wir sie für unser Team gewinnen konnten. Unser Team ist nun so groß wie noch nie. Wir haben unseren eigenen Arbeitsspeicher für die Aufgaben, die uns die Digitalisierung bringt, deutlich vergrößert.

Wie viele Events planen Sie ungefähr pro Jahr?

Insgesamt kommen wir locker auf 40 bis 50 Veranstaltungen pro Jahr mit unterschiedlichen Herausforderungen.



Erfolg ist immer Teamwork – Nadja Kahn mit ihren Mitarbeitern der Agentur Kahn Events.

**TAGUNGEN | SEMINARE
FIRMENEVENTS | MESSEN
GALA-ABENDE | JUBILÄEN
HOCHZEITEN | BANKETTE
GEBURTSTAGE UND VIELES
MEHR**



© BUCHHOLZ



© SANDELMANN



© SCHIMANKE

Beeindruckende Bergkulisse, viel Networking-Möglichkeiten und sogar ein eigener Song: Das war der GME in Montreux

Seit fast einem Jahrzehnt findet der Global Meeting Exchange – kurz GME – statt. Ursprünglich von FRHI ins Leben gerufen und seit drei Jahren von Accor weitergeführt, bringt die Networking-Veranstaltungen Planer, Destinationen und Hotels zusammen.



Drei Tage lang waren die Teilnehmer des diesjährigen Global Meeting Exchanges zu Gast im Fairmont The Palace Montreux und konnten das Traditionshaus als Meeting- und Eventlocation erleben. Fotos: Accor

AUSTRAGUNGORT FÜR DEN diesjährigen GME war Montreux, Gastgeber somit das Fairmont The Palace Montreux. Insgesamt vier Tage lang konnten sich die 280 Teilnehmer austauschen, Neuigkeiten entdecken und nebenbei die hervorragenden Meeting-Möglichkeiten des Fairmont selbst erkunden.

Während ein Teil der Gruppe bereits Dienstags anreiste und einige One-to-one-Appointments absolvierte, fiel der offizielle Startschuss mittwochs mit einem entspannten Networking-Event. Unter dem Motto „Dine around the world“ präsentierte das Team des Fairmonts Köstlichkeiten aus allen Teilen dieser Erde. Ein sehr gelungener Einstieg für die kommenden Tage.

Mit einer offiziellen Eröffnungsrede durch Markus Keller – Senior Vice President, Global Sales Organization bei Accor – ging es am nächsten Morgen weiter. Wer wollte konnte sich bereits ab 06.15 Uhr beim bodyART Extreme Boot Camp, organisiert von Pullmann, sportlich betätigen. Der Rest fand sich zwei Stunden später im Ballsaal ein, um neben Markus Keller mit der allgemeinen Begrüßung von Urs Eberhard – Deputy CEO von Schweiz Tourismus – in einem kurzweiligen Vortrag

zu erfahren was die Schweiz so besonders macht. Im Anschluss folgten noch ein Vortrag von Berard Lyons, übrigens schon mehrfacher GME-Redner und Senior Economic Advisor bei Parker Fitzgerald in London, zur momentanen ökonomischen Situation rund um den Globus sowie von Sarah Duignan mit dem Titel „Global Hospitality Trends – what Meeting Planners should know“. Sie stellte Angebot und Nachfrage in den verschiedenen Regionen der Welt gegenüber und zeigte beispielsweise, dass insbesondere in den Vereinigten Emiraten mit all ihren Hotelprojekten derzeit beispielsweise ein absolutes Überangebot herrscht.

Musikalisches Talent von Vorteil, aber nicht zwingend erforderlich

Schon mal einen eigenen Song geschrieben? Nein? Macht nichts. Das ungefähr ist die Einstellung, die es braucht, um mit Songdivision zu arbeiten und Gruppen zu begeistern. Ohne zu wissen, was auf sie zukam, folgten die Teilnehmer nach der Kaffeepause am Ufer des Genfer Sees dem Ruf in das Convention Center Montreux, das direkt gegenüber dem Fairmont liegt. Durch den Backstage-Bereich ging es über

die Bühne in das großzügige Auditorium. Unter den professionellen Klängen der Musiker von Song-division nahm jeder an einem der Tische Platz. In den nächsten zwei Stunden sollte nun der GME-Song entstehen. Zuerst erklärte Frontmann Tom Billington die Grundlagen des Songschreibens. Deshalb fragte er erst einmal nach verschiedenen Musikrichtungen, diese wurden von der Band aufgegriffen und im Anschluss wurde per Applaus entschieden, welche der Musikrichtungen dem GME-Song zugrunde gelegt werden. Es wurde sich für Rock entschieden. Danach warf er einige Themengebiete wie beispielsweise „Hospitality“ in den Raum und alle sollten andere Begriffe nennen, die ihnen dazu einfielen. So entstanden die einzelnen Wortgruppen, die anschließend an den einzelnen Tischen zu kurzen Reimen zusammengefasst werden sollten. Die gesamte Gruppe zeigte sich äußerst kreativ, und schnell konnten die professionellen Musiker aus den einzelnen Fragmenten einen richtigen Song entstehen lassen, der unter dem Titel „Why GME really rocks“ sicherlich noch lange in den Ohren aller Teilnehmer klingen wird. Wer kann schließlich von sich behaupten schon einmal einen Song geschrieben zu haben? Diese musikalische Aktivität lässt sich so ziemlich in jedem Teil der Erde für so ziemlich jede Gruppengröße organisieren. In jedem Fall ein Erlebnis, das nicht so schnell in Vergessenheit gerät.

Nach dieser Erfahrung ging es für alle Teilnehmer nach dem Lunch zurück in die One-to-one-Meetings oder in die Personal-Development-Sessions, in denen zum Beispiel der Head-Butler des Savoy London Einblicke in die Servicekultur gab. Abgerundet wurde der Tag durch ein exklusives Event im Château Chillon. Die mittelalterliche Burg lässt sich für Events eindrucksvoll bespielen und kann sowohl im Gesamten als auch in Teilen genutzt werden. Sogar mittelalterliche Schausteller können in die Gestaltung des Abends eingebunden werden. Einem rundum mittelalterlichen Schauspiel steht also nichts im Wege.

Tag 3 startet mit individuellen Rahmenprogrammen

Bereits im Vorfeld konnten sich alle Teilnehmer für einen Rahmenprogramm-punkt entscheiden. Beeindruckend hierbei die Vielfalt. Und das alles in nächster Umgebung von Montreux. Vom Wine-Tasting, über einen Schokoladen-Workshops bis hin zu einem Ausflug in das Olympische Museum oder in das Charlie-Chaplin-Museum. Hoch hinaus hingegen geht es bei der Glacier 3.000 Experience, die ebenfalls zu den Möglichkeiten zählte.

Bis zum Mittag fanden sich aber alle Teilnehmer wieder im Fairmont ein, um sich der letzten Runde Appointments und Weiterbildungs-Sessions zu widmen.

Ein Abend im Zeichen des Montreux Jazz-Festival

Zwar war die Verbindung zum Jazz Festival Montreux, einem der bedeutendsten Musikfestivals rund um den Globus, auch während des GME immer spürbar, beim abschließenden Galadinner sollte aber diese Verbindung noch einmal besonders geehrt werden. So plauderte der Verantwortliche für das Festival ein wenig aus



Die Mischung aus Weiterbildung und One-to-one-Appointments ist der Grundstein für den GME.

dem Nähkästchen über die Entstehung des seit 1967 stattfindenden Festivals und den mittlerweile leider verstorbenen Initiator Claude Nobs, der dank seiner besonderen Beziehung zu den Weltstars viele auf die vergleichsweise eher kleine Bühne nach Montreux holen konnte. Abgerundet wurde sein Vortrag durch einzigartige

Originalaufnahmen, von Stars wie Lauren Hill, Prince oder Etta James. Bei einem fantastischen Drei-Gänge-Menü, das in der Küche Fairmonts gezaubert wurde, genossen alle Anwesenden den Abend, der im Anschluss in die berühmte GME-Party gipfelte und bei Livemusik noch bis spät in die Nacht für gute Laune sorgte. (ag)

Anzeige



STADTCASINO BASEL

DER EXKLUSIVE RAHMEN FÜR IHREN ANLASS.

An zentraler Lage mit aussergewöhnlichem Charme,
modernster Infrastruktur und Platz für bis zu 1 300 Gäste.
Wiedereröffnung im August 2020. Buchen Sie bereits jetzt!

Casino Gesellschaft Basel, +41 61 226 36 00, info@stadtcasino.ch, erweiterung-stadtcasino.ch

Wenn eine Stadt zur Bühne wird | von Mali Karbach

Die wunderschöne Perle an der Côte d'Azur ist nicht umsonst seit 1946 Austragungsort des glamourösesten Filmfestivals der Welt: Denn sie vereint mediterranes Lebensgefühl mit professionellem Business. Während Urlauber gemütlich über die kilometerlange Promenade am Meer flanieren oder sich in einem der zahlreichen Altstadt-Restaurants die köstliche Küche Frankreichs schmecken lassen, nutzen Planer Cannes als Bühne für ihr Event.



Vom Altstadtthügel Suquet hat man einen einmaligen Blick auf den alten Hafen und das Palais de Festival. Foto: Artur Bogacki / shutterstock.com

Vom Fischerdorf zum „Treffpunkt der Reichen und Schönen“

Der bekannte Kongresspalast, ein Hafen voller Yachten und der glamouröse Boulevard de la Croisette machen die kleine Stadt an Südfrankreichs Küste weltberühmt und zum absoluten Luxusdomizil. Angesehene Haute-Couture-Labels, Juweliers und Kunstgalerien finden sich hier ebenso zahlreich wie in den großen Modemetropolen der Welt. In Sachen Reichtum kann es Cannes also durchaus mit der Partnerstadt Beverly Hills in Kalifornien aufnehmen.

Doch bevor Cannes Mitte des 19. Jahrhunderts immer mehr zum „Treffpunkt der Reichen und Schönen“ avancierte, war es ein bescheidenes Fischerdorf, in dem einfache Familien vom täglichen Fischfang lebten. Erst als der britische Lordkanzler Henry Brougham 1834 die idyllische Stadt im Herzen der französischen Riviera für sich entdeckt, folgen ihm immer mehr Adelige und Aristokraten und machen aus dem beschaulichen

Dörfchen ein beliebtes Ferienziel. Nachdem 1838 der „alte Hafen“ entstanden war, folgte 1868 der Bau der Promenade de la Croisette. Architekten und Bauherren veranlassten im 20. Jahrhundert nach und nach den Bau diverser Luxushotels rund um die beliebte Flaniermeile. Mit der Eröffnung des ersten internationalen Filmfestivals gelang Cannes der Aufstieg zur weltweit bekannten Kulturstadt.

Mittlerweile sind die Kapazitäten auf mehr als 8.000 Zimmer und 500 Restaurants gestiegen. In den letzten Jahren wurde zudem viel in den Ausbau des Strandes und die Renovierung der dazugehörigen Restaurants investiert. Alle erhielten ein komplettes Makeover und sind nun auch während der Wintermonate geöffnet.

Cannes kann, was andere nicht können

In Frankreich gilt Cannes nach Paris als wichtigstes Geschäftsreiseziel. Und das mit nur – oder gerade wegen – knapp 75.000 Einwohnern. Wenn hier ein großes Event in Planung ist, wird gerne

auch mal die ganze Stadt mit einbezogen, sodass es Planern ermöglicht wird, als Platzhirsch zu agieren. Professionelles Arbeiten gelingt Hand in Hand: Von lokalen Partnern über die Stadt selbst bis hin zur Location wirken alle Beteiligten gekonnt zusammen.

Einer der wichtigsten MICE-Veranstaltungsorte ist dabei das Palais de Festival. Es ist nicht nur Schauplatz der berühmten Filmfestspiele; jährlich finden hier über 50 Fachmessen und mehr als 120 Veranstaltungen statt. Von 2010 bis 2015 wurden Teile des Komplexes aufwendig saniert und erstrahlen seitdem in neuem Glanz. Vor allem der Blick aus der komplett verglasten Ausstellungshalle beeindruckt: Das glitzernde Meer, die von Palmen gesäumte Promenade und der kilometerlange Strand liegen den Besuchern buchstäblich zu Füßen.

Egal ob private Veranstaltung, internationale Messe oder Galaempfang, das Festspiel- und Kongresshaus von Cannes ist für jedwede Art von Event geeignet. →



CHIARADIA
EXHIBITIONS

bring your brand to life

***Conquer
the tradeshow,
conquer the world***

Hommert 18, 6361 HN Vaesrade, die Nederlande

Tel. +31 46 711 1760 Fax. +31 46 442 3675 info@chiaradia.com www.chiaradia.com



Für exklusive Events kann das Strandrestaurant des Le Majestic im Sommer wie auch im Winter bespielt werden. Foto: Le Majestic



Von PR-Veranstaltungen und Incentives bis hin zu Firmenmeetings und Seminaren ist im Le Gray d'Albion alles möglich. Foto: Le Gray d'Albion

← Unter anderem stehen das Auditorium mit 2.300 Sitzen, ein Theater mit 1.000 Sitzen und 14 Räume für 20 bis 400 Personen zur Verfügung. Auch die rund 3.100 m² große Außenterrasse des Palais mit Panoramablick auf die Altstadt, den Hafen und das Meer kann bespielt werden.

Mit Blick auf das Palais de Festival tagen

Cannes ist bekannt für seine internationalen Luxushotels, die sich an der Croisette aneinanderreihen. Direkt gegenüber dem Palais de Festival befindet sich das Hotel Barrière Le Majestic. Das Fünf-Sterne-Haus zählt 350 Zimmer, darunter auch 82 Suiten und 2 Penthouse-Suiten.

Die größte Penthouse-Suite erstreckt sich über zwei Etagen und misst ganze 400 m². Nicht nur der private Pool auf der Dachterrasse, auch der direkte Blick auf das Palais de Festival und das Meer beeindruckt: Die perfekte Location für Seminare, Incentives oder Teambuilding-Veranstaltungen, wie beispielsweise einen traditionell französischen Tapenade-Workshop.

Zum Le Majestic Cannes gehören insgesamt drei Gourmet-Restaurants: Das Le Fouquet's Cannes, das provenzalische Petite Maison de Nicole und das private Strandrestaurant La Plage Barrière Le Majestic Cannes. In allen Restaurants erwartet die Gäste erstklassige, typisch französische Küche, die auch Stars wie Elton John und Beyoncé schon angezogen hat.

Das neu designte La Plage Barrière Le Majestic Cannes verfügt über einen direkten Zugang zum Privatstrand des Hotels und eignet sich ebenfalls als exklusive Event-Location. Der ganzjährig geöffnete Innenbereich des Restaurants kann je nach Gästezahl individuell aufgeteilt werden, traumhafter Meerblick inklusive.

Wer einmal komplett abschalten möchte, kommt im 450 m² großen Spa

Diane Barrière auf seine Kosten. Das Spa ist bekannt für seine exzellenten Massagen, verfügt über fünf Behandlungskabinen, ein Hamam, eine Sauna und hochmoderne Fitnessgeräte. Bei Sonnenschein lädt zudem ein Outdoor-Pool zur Abkühlung ein.

17 hauseigene Konferenzräume mit Tageslicht und modernster Tagungstechnik, in denen bis zu 330 Gäste Platz finden, liefern ideale Rahmenbedingungen für alle MICE-Belange. Bei großen Veranstaltungen überzeugt insbesondere der Raum Marta Barrière mit direktem Zugang zur Außenterrasse sowie Blick auf den Pool und das Palais de Festival. Planer haben etliche Möglichkeiten, den Raum genau ihren Bedürfnissen anzupassen. Für einen mondänen Empfang sorgt die angrenzende Galerie Marta Barrière.

Oase der Ruhe

Nur 25 Minuten vom Flughafen Nizza Côte d'Azur entfernt liegt das 2018 frisch renovierte Hotel Le Gray d'Albion. Etwas abseits der Croisette und dennoch nah am Geschehen heißt das Vier-Sterne-Haus seine Gäste willkommen. Die Fußgängerzone Rue Meynadier ist nur wenige Schritte entfernt und lockt mit lebendigem Einzelhandel, regionalen Feinkostgeschäften und ortstypischen Souvenirläden.

Das Le Gray d'Albion verfügt über 174 moderne Zimmer sowie 24 Suiten, die sich wie der Rest des Hotels im neuen Design präsentieren. Die Kombination aus Marmor, Holz und Gold macht das Interieur des gesamten Hauses elegant und gleichsam gemütlich.

Die komplette erste Etage ist speziell auf Geschäftsreisende ausgerichtet und umfasst 8 Meetingräume für 10 bis 200 Personen, die ebenfalls umgestaltet wurden. Neben einer wärmeren und

freundlicheren Optik sind die schallisolierten und klimatisierten Räume nun auch mit neuester Technologie ausgestattet.

Neben den Konferenzräumen befinden sich auf dieser Etage noch das Fitnesscenter und das Restaurant La Terrasse du Gray, in dem vorzugsweise frische saisonale Produkte auf den Teller kommen. Dem Namen entsprechend kann auf der großen begrünten Außenterrasse inmitten von historischen Gebäuden das traditionelle Cannes in Ruhe genossen werden.

Rahmenprogramm in Cannes

Durch steile Gassen und versteckte Treppen gelangt man in das historische Herz von Cannes, das sich auf dem Hügel Suquet befindet. Wer den Aufstieg wagt, wird mit einer einmaligen Sicht auf Stadt und alten Hafen, auf die Croisette und auf die vorgelagerte Inselgruppe Îles de Lérins belohnt.

Zu dieser Inselgruppe gehören unter anderem die Île Sainte-Marguerite und die Île Saint-Honorat, die beide auf jeden Fall einen Besuch wert sind. Mit der öffentlichen Fähre gelangen Gäste auf die autofreien Inseln. Während auf Sainte-Marguerite das Meeresmuseum (Musée de la Mer) wartet, ist auf Saint-Honorat Erholung angesagt. Reisende wie auch Einheimische unternehmen gerne einen Tagesausflug, um die Sonne auf der von Mönchen bewohnten Insel zu genießen oder das seit dem 5. Jahrhundert bestehende Kloster zu besichtigen.

Das Kontrastprogramm bieten die – gleich drei – Casinos in Cannes, so viele wie in sonst keiner anderen französischen Stadt. Das Casino 3.14., das Casino Croisette und das Casino Les Princes sind perfekt geeignet, um einen Abend in Cannes bei einer Runde Poker ausklingen zu lassen.

—
DIE NEUE
MEETING—

EXPERIENCE
IN BASEL
—

Ab September 2019: Entdecken Sie den neuen, exklusiven Tagungsbereich für bis zu 300 Personen – mit den neu designten 206 Zimmern und dem stylischen Restaurant ein neues Highlight im Herzen der Stadt. Fragen Sie an!

Radisson Blu Hotel, Basel
Steinentorstrasse 25, 4051 Basel, Switzerland
T: +41 61 227 2727 info.basel@radissonblu.com

FEEL THE DIFFERENCE
[radissonblu.com/hotel-basel](https://www.radissonblu.com/hotel-basel)

Big Bids: Tagungen und Kongresse 2019 in Abu Dhabi

Das Abu Dhabi Convention Bureau (ADCB) hat für das Jahr 2019 den Zuschlag für hochkarätige Tagungen und Kongresse erhalten. Im März fanden bereits die Special Olympics World Games in Abu Dhabi statt. Es ist das erste Mal, dass dieses prestigeträchtige Ereignis in der MENA-Region durchgeführt wurde. Mehr als 7.500 Athleten aus über 190 Nationen haben sich in 24 olympischen Sportarten gemessen. Weitere Veranstaltungen z. B. im Gesundheitsbereich sind in diesem Jahr der Asia Congress 2019 der International Society of Pediatric Oncology der Anfang April stattgefunden hat und Experten über die Krebsbehandlung von Kindern diskutiert haben. Vom

29. Oktober bis zum 2. November wird Abu Dhabi auch den 37. Weltkongress für Endourologie ausrichten, den weltweit führenden Kongress für minimal-invasive urologische Operationen. In der Zeit von 9. bis 12. September 2019 findet der World Energy Congress in Abu Dhabi statt, das Emirat konnte sich hier gegen Mitbewerber wie Rio de Janeiro und St. Petersburg durchsetzen. Weitere wichtige Veranstaltungen sind die International Conference on CSR, Sustainability, Ethics and Governance vom 12. bis 13. Juni, der 26. World Road Congress vom 6. bis 10. Oktober und die International Baccalaureate Organization (IBO) Global Conference vom 24. bis 26. Oktober.

Das GCB on Tour



Im April fand die #GCBRoadshow Spot on Germany statt, auf der für einen Monat die Vielfältigkeit der deutschen Veranstaltungsbranche auf Social Media präsentiert wurde. Von Dresden, nach Kassel über Frankenthal nach Baden Baden, Nürnberg und Regensburg, aufs Schiff und in den Hohen Norden führte diese Tour und zeigte dabei, wie vielfältig Deutschlands Angebot für Tagungen, Kongresse und Events ist. Alle Inhalte und Highlights sind auf den GCB-Social-Media-Kanälen zu finden. Gleichzeitig wurden im Reisetagebuch alle Stationen nochmal dokumentiert: <https://gcb.de/de/germany-meetings-magazin/next-stop-germany/2019/gcbhome-roadshow-spot-on-germany.html>

Das vielfältige Gesicht von Malta

Die kleine Inselgruppe im Mittelmeer hat wesentlich mehr zu bieten als Sonne, Sprachschulen und eine reiche kulturelle Geschichte. Malta mausert sich immer mehr zu einer der angesagtesten MICE-Destinationen Europas. Dabei spielen die kurze Flugdauer, das breite Angebot von Veranstaltungsstätten genauso eine Rolle wie die exzellente Infrastruktur und das gute Preis-Leistungs-Verhältnis. Die maltesischen Inseln bieten zahlreiche Möglichkeiten für ein abwechslungsreiches Tagungsprogramm. Bei der Planung von Incentives und Konferenzen ist Conventions Malta eine tatkräftige Unterstützung. Besuchen Sie Conventions Malta bei der IMEX Frankfurt vom 21.-23. Mai am Stand D120.

Meetings am Etosha National Park

Die 4-Sterne-Mokuti-Etosha-Lodge liegt auf einem 4.000 Hektar großen Naturschutzgebiet, das direkt an den Etosha National Park angrenzt. Nach nur vier Autominuten hat man das östliche Von-Lindequist-Tor durchquert und findet sich in der reichen Tierwelt des Etosha wieder. Ein erfahrener Guide der Lodge führt die Gäste auf Wunsch im offenen Safarifahrzeug zu den besten Wasserstellen.

Nach dem Safariabenteuer erwartet die Gäste eine grüne Oase. Unter den schattenspendenden Bäumen der Mokuti Etosha Lodge lässt

es sich wunderbar entspannen, ein Sprung in den Pool erfrischt. Am Abend wird es traditionell: Beim „African Boma Dinner“ versammeln sich alle um eine offene Feuerstelle und werden mit einem original namibischen BBQ – Braai genannt – verwöhnt. Bestes Fleisch, ausgezeichnete Weine und der endlose Sternenhimmel machen den Abend perfekt.

Die Mokuti Etosha Lodge bietet insgesamt 106 stilvolle Zimmer sowie drei vollständig ausgestattete Veranstaltungsräume für bis zu 130 Personen.

Feel the rhythm of Colombia auf der IMEX 2019

„Colombia, Feel the Rhythm“ ist die neue Kampagne, die Kolumbien bei internationalen Reisen auf die Landkarte setzen soll. Das lateinamerikanische Land hat etwa 1.025 Rhythmen, die wiederum in 157 Genres untergliedert sind. Ein ungeheures Repertoire. Deshalb wird auch Musik das Rückgrat der neuen Kampagne sein, die von ProColombia, der offiziellen Stelle zur Förderung von Investitionen, Tourismus, Exporten und der Marke Kolumbien, um die Destination auf

internationalem Parkett bekannter zu machen, vorgestellt wird. Die kolumbianische Delegation, angeführt von Julián Guerrero, Vice-President of Tourism bei ProColombia, wird außerdem die Bedeutung des Geschäftstourismus für das gesamte Land verdeutlichen.

Mit der Unterstützung von ProColombia, werden insgesamt 19 Partner ihre mice-relevanten Angebote sowie die hervorragenden Möglichkeiten für Events in den unterschiedlichen Regionen präsentieren.



Jewel Changi Airport: neues multidimensionales Lifestyle-Reiseziel eröffnet in Singapur

Der Flughafen Changi in Singapur nicht nur einer der größten in Asien, er wurde auch vielfach zum besten Flughafen der Welt gekürt. Jetzt ist das Drehkreuz Asiens noch spektakulärer, denn am 17. April 2019 eröffnete ein neues Flughafengebäude: das Jewel Changi Airport. Auf zehn Etagen, jeweils fünf über und unter der Erde, bietet der kuppelförmige Komplex aus Stahl und Glas zwischen den Terminals 1, 2 und 3 jede Menge Aktivitäten für einen angenehmen Aufenthalt – ob beim Stopover oder als Ausflugsziel für die Einheimischen, denn das Jewel ist öffentlich zugänglich. Das Herzstück des Jewel bildet

eine Parkanlage mit Spazierwegen, die sich über vier Stockwerke erstreckt. Dazu kommen eine gigantische Mall mit unzähligen Entertainment Möglichkeiten wie Gratis-Kino, Sportmöglichkeiten und dem größten Indoor-Wasserfall der Welt mit rund 40 Metern Höhe.

Der Indoor-Park mitsamt dem Wasserfall wird Mitte dieses Jahres eröffnet, also etwas später als der Rest des Gebäudes. Reisende können sich die Wartezeit derweil in den mehr als 280 Shops und Restaurants versüßen.

Schon jetzt ist der Flughafen Changi in Singapur ein Besuchermagnet, 2018 nutzten über 65 Millionen Passagiere das wichtige

Drehkreuz zwischen Europa und Südostasien. Mit mehr als 100 Fluggesellschaften und Verbindungen zu 400 Städten weltweit wickelt der Flughafen Changi wöchentlich etwa 7.400 Flüge ab – d.h. einen Flug etwa alle 80 Sekunden. Mit seinen zahlreichen Attraktionen, Restau-

rants und Einkaufsmöglichkeiten ist Changi jedoch weit mehr als nur ein Flughafen und weltweit einzigartig. Auch im Film „Crazy Rich“ spielt Changi eine Rolle: Die Hauptdarstellerin ist ganz begeistert vom dortigen Schmetterlingsgarten und den kostenlosen Kinos.

Vorarlberg ist Gastgeber der Weltgymnaestrada

Vom 7. bis 13. Juli 2019 zeigen unter dem Motto „Come together – show your colours!“ rund 20.000 Turnerinnen und Turner bei der Weltgymnaestrada ihr Können. Ein Netzwerk bestehend aus WG19-Komitee, touristischen Unternehmen, Handel, Produzenten und 8.000 Ehrenamtlichen sorgt dafür, dass das Event zum Erfolg wird. Dieser fußt auf regionaler Versorgung, nachhaltiger Mobilität und Gastfreundschaft. Neu zum Einsatz kommt die eigens entwickelte Weltgymnaestrada-App.

„Der wahre Geist der Gymnaestrada weht in Vorarlberg“, lautete eine der Begründungen des Internationalen Turnverbands FIG für die Vergabe der Turnspiele, die auch die perfekte

Organisation, Vorarlberger Gastlichkeit und Begegnungsmöglichkeit zwischen den Aktiven lobte. Nach 2007 findet die Weltgymnaestrada daher zum zweiten Mal in Vorarlberg statt.

Rund 20.000 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus über 60 Nationen, dazu tausende Besucher werden erwartet. Schon an den Vorbereitungen dieses Großereignisses sind Tausende beteiligt: WG19-Komitee, Tourismusorganisationen, Handel, Produzenten und Ehrenamtliche. „Ein Event dieser Dimension bündelt alle Kräfte, damit er nicht nur erfolgreich, sondern auch im Geist der Vorarlberger Tourismusstrategie über die Bühne gehen kann“, freut sich Tourismusdirektor Christian Schützinger.

Einladung zum be networking

Brüssel ist nicht nur die Hauptstadt Belgiens und die Hauptstadt Europas, sondern auch eine Destination, die aus der gesamten Bundesrepublik Deutschland schnell und bequem zu erreichen ist.

Daneben ist Brüssel ein wichtiger Veranstaltungsort für Kongresse Tagungen der verschiedensten Art und Größe.

Hierfür bietet Brüssel den Veranstaltungsplanern eine Vielzahl von Locations, von denen wir Ihnen im Laufe dieses Networking-Events einige näher vorstellen möchten.

Freuen Sie sich daher auf einen Abend in entspannter Atmosphäre, kommen Sie mit uns und unseren Partnern* ins Gespräch und genießen Sie dabei die typische Brüsseler Gastlichkeit.

Wann? Am Montag, den 20. Mai 2019, um 18:00 Uhr
Wo? Im Mantis Roofgarden, Katharinenpforte 6, 60313 Frankfurt am Main
 (S und U-Bahn Konstablerwache)

Anmeldung unter: <http://bit.ly/VisitBrussels20thMay2019>

Bitte beachten Sie: Ihre Teilnahme gilt erst dann als verbindlich, wenn Sie eine separate Bestätigungs-Mail mit weiteren Details erhalten haben.

*unsere Partner: Square-Brussels Convention Center, Brussels Expo, Martin's Hotels, Warwick Hotels and Resorts, Thon Hotels, NH Hotel Group, Hotel Métropole Brussels, Sofitel Brussels Europe & Sofitel Brussels Le Louise, Accueil & Tradition, Tangla Brussels

„Ladies only“-Fam-Trip nach Südtirol: noch zwei Plätze frei!

In einem exklusiven Famtrip nach Südtirol, der sich ausschließlich an die weiblichen Vertreter der MICE-Branche richtet, sind derzeit noch ein paar wenige Plätze frei! Wer sich für eine Teilnahme interessiert, sollte sich also beeilen. Hier schon mal ein kleiner Vorgeschmack:



Atemberaubender Fernblick: die Weinberge von St. Magdalena über Bozen. IDM Südtirol/Clemens Zahn

Tag 1 – Mittwoch, 3. Juli 2018

| | |
|--------------|---|
| vormittags | Individuelle Anreise nach München, anschließend gemeinsame Anreise nach Bozen |
| 14:30 Uhr | Einstimmung auf den Famtrip mit den Kräften des Silberquarzit |
| 16:30 Uhr | Transfer zum Ritten und Check-in im Hotel |
| 19:00 Uhr | Gastronomische Nachtfahrt |
| Übernachtung | Parkhotel Holzner |

Tag 2 – Donnerstag, 4. Juli 2019

| | |
|-----------|---|
| 08:30 Uhr | Leichte Pilates-Einheit mit anschließendem Wellnessfrühstück im Garten des Hotels Holzner |
|-----------|---|

| | |
|--------------|---|
| 10:30 Uhr | Besichtigung Ansitz Mitterstiller |
| 12:00 Uhr | „Kräuterhexen“ unterwegs: Regionale Kräuter und Bäume kennen lernen, verarbeiten, schmecken und genießen. |
| 17:00 Uhr | Weiter geht's nach Meran: Besichtigung des Kurhauses Meran und Spaziergang durch die Stadt |
| Übernachtung | Thermenhotel Meran |

Tag 3 – Freitag, 5. Juli 2019

| | |
|--------------|--|
| 10:00 Uhr | Kochkurs mit der Sterneköchin Anna Matscher |
| 14:30 Uhr | Weinsafari im Weingut von Elena Walch |
| 17:00 Uhr | Besichtigung des MMM Messner Mountain Museum Firmian |
| Übernachtung | Hotel Cyprianerhof |

Tag 4 – Samstag, 6. Juli 2019

| | |
|-----------|--|
| 09:00 Uhr | Dolomiten hautnah! Viele Aktivitäten warten rund um die beeindruckende Bergkulisse |
| 12:00 Uhr | Mittagessen und anschließender Transfer nach München |
| 16:30 Uhr | Geplante Ankunft in München und individuelle Heimreise |

Anmeldungen per E-Mail an Tanja Knecht:
t.knecht@kprc.de

IMPRESSUM

Convention International | Mai 2019

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

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

Herausgeber:
Heinz-Dieter Gras

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

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

Anzeigen:
Knut Mans, Stephanie Müller
Korrektorat:
Kirsten Skacel, Lektorat Rotstift

Layout/DTP:
Günther Müller, Caroline Minor,
Ulli Steinbach

Titelbild:
Alan Bengel / shutterstock.com

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

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

Nächste Ausgabe:
02. September 2019

Kontrollierte Druckauflage:
01. Quartal 2019: 12.500



Es gelten die Anzeigenpreise in den Mediadaten vom 01.01.2019. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos wird keine Gewähr übernommen. Für namentlich gekennzeichnete Fremdbeiträge übernimmt der Verlag keine Haftung.



Die globale Messe für Incentive-Reisen, Meetings und Events

DER INNOVATIVE PULS DER MEETING- UND EVENT-INDUSTRIE IM HERZEN EUROPAS

Gerade in Zeiten der Veränderung ist Ihre Kreativität gefragt. Gerade jetzt haben Sie die Chance, Ihre Events auf das nächste Level zu bringen.

Die IMEX in Frankfurt startet dieses Jahr mit Ihnen durch und bietet Ihnen ...

Neue Ideen

Bringen Sie frischen Wind auf Ihre Events mit neuen Ideen und Ansätzen, Technologien und vielem mehr in der neuen Discovery Zone.

Neues Denken

Werden Sie kreativ und lernen Sie von und mit den Besten unserer Branche. Sowohl auf dem EduMonday als auch während der Messe in mehr als 250 kostenlosen Sessions.

Neue Begegnungen

Ganz egal, ob Sie nach Partnern für Ihr nächstes Event, nach Dienstleistern, Destinationen oder Venues suchen – auf der IMEX finden Sie die Kontakte, die Sie wirklich weiterbringen.

Werden Sie Teil der IMEX Community und lassen Sie uns gemeinsam Veränderung gestalten!

Jetzt registrieren auf
de.imex-frankfurt.com/register

Nachgedacht und diskutiert: Szenarien der digitalen Begegnung



Prof. Stefan Luppold. Foto: Sascha Reichert



Man kann sich der Diskussion nicht entziehen – die Welt wird digitaler und damit auch unsere Veranstaltungswirtschaft. Die meist sehr technikgetriebenen Entwürfe einer Zukunft sind ein wenig Science-Fiction: so in etwa wie *I, Robot* oder *Minority Report* für die MICE-Branche: Gesichtserkennung bei der Zutrittskontrolle und der als Holografie präsentierte Keynote-Speaker. Veränderung kommt unausweichlich, und die daraus resultierende Gewissheit, dass es anders werden wird, verunsichert den einen oder die andere.

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

Nun macht es wenig Sinn, sich entweder in die Ecke der Melancholiker zu flüchten oder der Fraktion *Endlich wird alles besser!* beizutreten. Wie generell bei anstehenden Veränderungen – privaten wie geschäftlichen – sollten wir nachdenken. Überlegens-Aspekte dabei sind die Relevanz und die Wertigkeit der heutigen, klassischen Kommunikation, als Überschriften für eine Sammlung von Attributen. Weshalb die Besprechung und das Meeting, wofür das Kolloquium oder die Konferenz, warum der Kick-off-Termin oder das Launch-Event?

In Workshops mit den Mitarbeitern eines großen Dienstleisters habe ich exakt danach gefragt:

Was macht heute die Begegnung mit Ihren Kunden aus? Weshalb treffen Sie sich? Wie beurteilen Sie das, was dabei entsteht? Worin sehen Sie den Sinn für dieses zeitliche Investment?

Nicht überraschend dann die Nennungen der über 100 Teilnehmer:

Beziehungsaufbau und zwischenmenschliche Wärme, Körpersprache und Multisensorik, Individualität und Persönlichkeit, integrierender Dialog und das Vermeiden von Missverständnissen, Emotion und Wertschätzung, aktiver Austausch mit einem verbindlichen Ergebnis und eine langfristige Bindung.

In einer zweiten Runde legten wir den Hebel um – von *analog auf digital*. Wie verhält es sich jetzt mit diesen Attributen? Deutlich anstrengender, sehr viel schwieriger ist es, wenn die Begegnung nicht im realen Raum stattfindet. Wie soll da Nähe entstehen, die alle oben aufgezählten Qualitäten einer Kommunikation stiftet? Für meine Mitdenker schwer vorstellbar.

Wir nahmen uns dann, um detaillierter beurteilen zu können, den Customer-Journey-Ansatz zur Hand. Ein Kunde durchreist verschiedene Zyklen bis zum Kauf. Etwas vereinfacht orientierten wir uns an *Kennen, Vertrauen, Kaufen* und *Binden* als Stufen. Das Ergebnis in allen Workshop-Runden: Ist erst einmal das Vertrauen geschaffen – durch klassische Begegnungskommunikation wie Tag der offenen Tür oder Infoveranstaltungen –, ist eine digitale Fortsetzung der Beziehung ohne Qualitätsverluste machbar. Auch durch die Hinzurechnung von

Vorteilen, etwa einer rascheren Reaktion und der besseren Erreichbarkeit.

Jüngere Workshop-Teilnehmer konstatierten, dass Vertrauen und Bindung nicht unbedingt einer echten Begegnung als Grundlage bedürfen; das ginge in bestimmten Fällen auch schon via WhatsApp – im Übrigen keine isolierte oder zufällige Meinung, sondern durch Studien belegt. Wir kennen das aus Situationen im E-Commerce – wo wir uns in eine Markenfamilie aufgenommen fühlen, ohne jemals eine reale Begegnung mit dem Unternehmen und seinen Repräsentanten gehabt zu haben. Wir werden zu überzeugten Botschaftern und Multiplikatoren, zu treuen und loyalen Kunden.

Zu unseren Info-Veranstaltungen an der Hochschule oder dem DHBW-Stand bei Bildungsmessen kommen interessierte Schüler meist in Begleitung ihrer Eltern; telefonische oder E-Mail-Anfragen erreichen uns hingegen fast nur von den potenziellen Studenten: Für ältere Menschen bedeutet das Vor-Ort-Sein hinsichtlich des Vertrauensgut-Charakters von Studium mehr als für jüngere.

Blieben wir noch einen Moment im Bildungssektor. Blended Learning ist so ein Ansatz, der die Kommunikation an Zielen und Inhalten orientiert. Da gibt es Konserven: Lehrmaterial, Filme und Literatur. Und nach wie vor Lehrveranstaltungen mit Anwesenheit im realen Raum. Als Bindeglied fungieren Online-Tutorien und -Seminare, die Live- und Begegnungskommunikation sind, allerdings im virtuellen Raum. Entscheidend für den Erfolg ist die richtige Mischung und eine konsequente Abfolge; quasi eine Melange aus Inhalt, Kanal und Zeit.

Hand aufs Herz: Wir sind mitten drin in dem Veränderungsprozess, schon immer. E-Mail und Skype schaffen, richtig eingesetzt, zeitliche Freiräume für die realen Begegnungen. Und die wiederum müssen sinnstiftend genutzt werden. Eben zum Transport solcher Werte, zur Generierung solcher Wirkungen, die digital nicht möglich sind. Oder um mit dem im Jahr 2000 verstorbenen Maler, Kunstkritiker und Schriftsteller *Hans Platschek* zu sprechen: *Die materielle Präsenz eines Bildes ist nicht transportierbar.*



Mittendrin trifft Nachfrage auf Angebot:

Mittendrin im Herzen der Freien Hansestadt Bremen liegen MESSE BREMEN, ÖVB-Arena und CONGRESS BREMEN.

Fast 40.000 Quadratmeter, sieben Hallen und ein engagiertes Team, das sich auf Ihre Bedürfnisse einstellt – das gibt es zur

zentralen Lage dazu. Flexibilität und die Umsetzung von Kundenwünschen stehen bei uns an erster Stelle. Sechs Messehallen plus ÖVB-Arena grenzen an ein Freigelände mit zusätzlichen 100.000 m² sowie an das Congress Centrum Bremen (CCB), in dessen 16 Tagungsräumen zwischen 25 und 1.600 Teilnehmer tagen können.

WLAN? Kein Problem!

Flexible Hallen? Selbstverständlich!

Hochkarätiges Catering? Logisch!

Eine spannende Stadt mit vielen Möglichkeiten für einen interessanten Ausklang Ihrer Veranstaltung? Haben wir!

M3B GmbH · Findorffstr. 101 · 28215 Bremen · T +49 (0) 421 3505 – 457
info@messe-bremen.de · messe-bremen.de



Fotos: M3B GmbH – Max Hartmann, Jan Rathke



**BREMEN
ERLEBEN!**



WIR SIND ÖPPEN



Das Scandic Frankfurt Museumsufer bringt nordischen Spirit an den Main. Freuen Sie sich auf konzentriertes Tagen mit bis zu 285 Personen in einer inspirierenden Atmosphäre. Mit skandinavischem Design, einem preisgekrönten Nachhaltigkeitskonzept und individuellem Veranstaltungsmanagement geben wir Ihrem Meeting den richtigen Rahmen. Buchen Sie jetzt Ihr Meeting in unseren neuen Räumen in Frankfurt und freuen Sie sich auf einen schwedischen Gratis-Snack.

SCANDIC FRANKFURT MUSEUMSUFER

Wilhelm-Leuschner-Straße 44 • 60329 Frankfurt am Main • Telefon 069 907459 399