

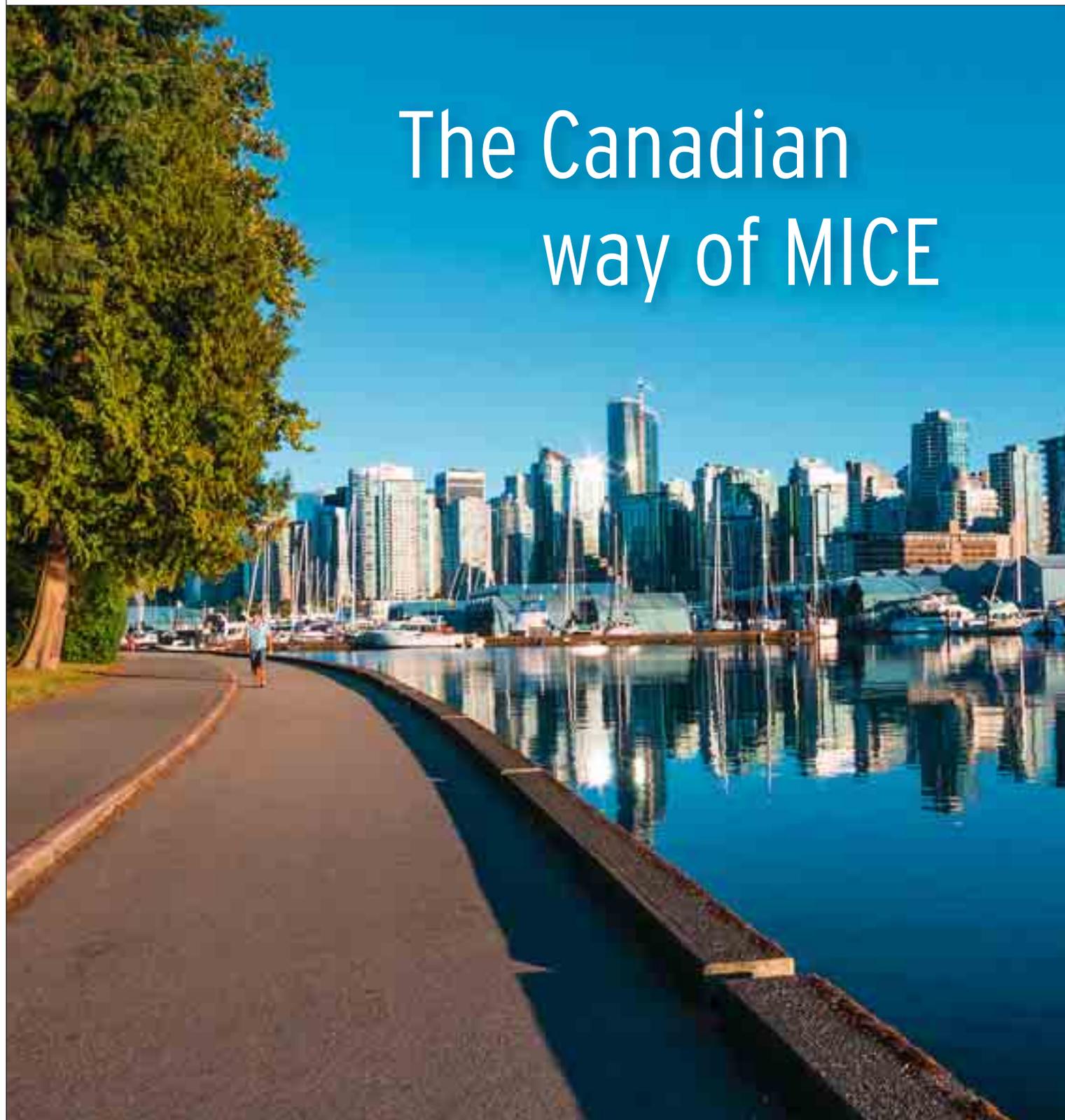
AUSGABE 4/16 | November 2016 | 8,50€

convention INTERNATIONAL

DAS MAGAZIN FÜR VERANSTALTUNGSPLANER

The Canadian way of MICE

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



Bodenseeregion: geliebte Vielfalt • **Interview:** neue Sicherheitskonzepte nötig • **Hannover:** starkes Netzwerk
micelab: Wege aus der Veranstaltungsangst • **Tschechien:** MICE in Böhmen • **Färöer-Inseln:** Neues entdecken



convention-net.de


Nürnberg Convention



*5 Years
NürnbergConvention.
Thank you!*

*Celebrate with us at ibtm[®] world 2016
in Barcelona from 29.11 – 1.12:
booth F50-10!*

nuernberg-convention.de/highfive



Das wird schon nicht passieren...

Ein bewegendes Jahr liegt hinter uns. Die wachsende Terrorgefahr und politische Entwicklungen rund um den Globus haben 2016 zu einem speziellen Jahr gemacht. Viele Veränderungen und Herausforderungen sind in jedem Fall zu erwarten. Es war aber zweifelsfrei auch ein Jahr der Überraschungen, insbesondere ein Jahr des „Das wird schon nicht passieren“. Erstes Beispiel: Der Brexit. Eigentlich war sich ganz Europa sicher, dass die Briten diesen Schritt nicht gehen würden. Als das Ergebnis des Referendums dann am 23. Juni doch den Ausstieg Großbritanniens aus der EU einleitete, war die Mehrheit fassungslos. Das zweite Beispiel ist deutlich aktueller. Anfang November wählten die Amerikaner ihren neuen Präsidenten. Clinton gegen Trump lautete das Duell, das nach Auffassung der Weltöffentlichkeit deutlich zugunsten Hillary Clintons ausgehen sollte. Nach einer langen und aufreibenden Wahlnacht stand dann aber das fest, was offiziell niemand erwartet hatte. Donald Trump wird der neue US-Präsident. Welche Folgen beide Ereignisse haben werden, ob positiv oder negativ, ist zum jetzigen Zeitpunkt nicht abzuschätzen: Schottland will ein weiteres Referendum zur Unabhängigkeit auf den Weg bringen; was die Präsidentschaft Trumps mit sich bringen wird, ist offen. Inwieweit sich das Geschehen auch auf unsere Branche auswirkt, bleibt abzuwarten. Klar ist allerdings schon heute, dass sich etwas ändern wird. Die Frage ist nur, in welcher Weise darauf reagiert wird. In den letzten Jahren hat sich gezeigt, dass insbesondere die MICE-Branche sehr flexibel auf Veränderungen reagieren kann, und sie – wenn möglich – als Chance nutzt. In diesem Zusammenhang wird die vor der Tür stehende ibtm world als wichtige Plattform für den internationalen Austausch viele Möglichkeiten eröffnen. Wir werden das auf jeden Fall nutzen und freuen uns auf die interessanten Gespräche während der ibtm world in Barcelona.

Anna-Lena Gras

Anzeige



Die perfekte Umgebung für erfolgreiche Veranstaltungen

Die Basis für eine erfolgreiche Durchführung von Kongressen, Seminaren, Firmenevents, Hausmessen, Betriebsversammlungen oder Ausstellungen.

- Zentrale Lage direkt gegenüber dem Hauptbahnhof Essen; große Hotelauswahl in Umgebung (Parkhäuser/-plätze fußläufig zu erreichen)
- historische Ambiente mit modernster Ausstattung
- professionelle Betreuung, flexibler Service angepasst an Ihre individuellen Wünsche
- 50 Räume für 5-570 Personen; multifunktionales Foyer mit großzügigen, lichtdurchfluteten Wandelgängen für Empfänge und Ausstellungen
- Catering nach individueller Vereinbarung
- HDT-Agentur für die Buchung von Hotelzimmern und Fahrkarten der Deutschen Bahn zu Sonderkonditionen
- Kunden-Service-Center für Ihre Fragen und Anliegen



HAUS DER TECHNIK

Partner der RWTH Aachen
und der Universitäten Duisburg-Essen
Münster · Bonn · Braunschweig

Haus der Technik e.V.
Hollestraße 1 · 45127 Essen
Tel.: 0201 1803-301
Fax: 0201 1803-261
www.hdt-essen.de
anmietungen@hdt-essen.de

Inhalt

November 2016



06

Vancouver überzeugt nicht nur mit Kapazitäten und interessanten Venues. Die Kombination aus Metropole und beeindruckenden Landschaften überzeugt auch die MICE-Branche auf ganzer Linie. Foto: Pete Spiro/shutterstock.com

- 6 Vancouver**
Junge Metropole mit enormem Potenzial
- 16 Interview**
Markus Weidenauer fordert neue Sicherheitskonzepte
- 17 Future Meeting Space**
Erste Projektphase abgeschlossen
- 18 IBTM world**
Networking, Weiterbildung und neue Formate
- 22 Hannover**
MICE-Stadt mit Ambitionen
- 36 Interview**
David Chalmers über den Wert technologischer Lösungen
- 38 MICE Boat 2016**
Famtrip, Roadshow und Workshop zugleich
- 47 Derag Livinghotel De Medici**
Hotel, Tagungsort und Museum in einem

Vernetzung als Wirtschafts- und Gesundheitsstandort – Hannover hat MICElern viel zu bieten.

22



65

Anstelle eines Fotografen skizzierte Jaron Gyger während des zweiten micelab-Moduls im Oktober die verschiedenen Tagungssituationen.



76

Stylische Tagungsräume und ungestörte, wilde Natur. Die Färöer-Inseln punkten mit ihrer Vielseitigkeit.

48–69 Bodenseeregion

- 50 Lindau
Tagungsort mit internationalem Renommee
- 56 Konstanz
Ein neues Tagungs- und Kongresszentrum für Konstanz
- 58 Montforthaus Feldkirch
Nachhaltig, vielseitig und inspiriert tagen

- 60 Bregenz
Wenn Kongresse zur Kultur werden
- 61 Interview
Gerhard Stübe über das Netzwerk BodenseeMeeting
- 65 Gastbeitrag
Aus der Angst ins Vertrauen
- 67 St. Gallen
Tagen in der Textilhauptstadt

- 70 Tschechien
Tagen, wo Natur und Kultur im Einklang sind
- 76 Färöer-Inseln
Ungestört, eigen und wild
- 80 Impressum
- 81 Luppolds Lupe

Junge Metropole mit enormem Potenzial | von Anna-Lena Gras

Mit seinen 129 Jahren ist Vancouver eine noch recht junge Stadt, insbesondere im europäischen Vergleich. Vielleicht aber liegt gerade hierin der Vorteil. Jung, offen, modern und mit vielfältigen Möglichkeiten – nicht nur in puncto MICE – präsentiert sich die größte Stadt in der kanadischen Provinz British Columbia.



Dass Vancouver Großveranstaltungen nicht nur verkraften, sondern meistern kann, bewies die Stadt am Pazifischen Ozean nicht zuletzt bei den Olympischen Winterspielen im Jahr 2010. Millionen Besucher und das weltweite Interesse konzentrierten sich über den Austragungszeitraum auf Vancouver und das etwa 120 km entfernt liegende Whistler. Aber auch zahlreiche Großkongresse wie die alljährliche TED conference finden hier rund um das Jahr statt. Infrastrukturell ist man wirklich gut gerüstet: Insgesamt 24.000 Hotelzimmer stehen in der Metropolregion zur Verfügung, davon ganze 10.400 im inneren Stadtkern. Eine beeindruckende Zahl, die schon allein genommen für sich spricht.

Ein weiteres Argument ist jedoch zweifelsfrei die Diversität: unberührte Natur, Strän-

de, Berge, moderne Wolkenkratzer, bezaubernde Backsteinhäuser, eine lebendige Kultur- und Kunstszene sowie eine beeindruckende und vor allem vielfältige Gastronomie, nicht zuletzt bedingt durch die über 100 Nationalitäten, die auf dem 115 qkm

großen Stadtgebiet leben. Und dennoch ist der Tenor in der Stadt entspannt. Von Großstadtheftik keine Spur. All das macht den ganz besonderen Reiz dieser – zu Unrecht – häufig unterschätzten Stadt im Westen Kanadas aus.



Jedes Stadtviertel hat seine eigene, individuelle Geschichte

So vielschichtig wie die Stadt an sich sind auch die einzelnen Stadtviertel. Kaum eines gleicht dem anderen und jedes hat seine eigene Geschichte und einzigartige Atmosphäre. Während beispielsweise



Coal Harbour – das Herzstück Vancouvers – mit seinen modernen Hochhäusern, dem Convention Center und dem beeindruckenden Hafen wahres Großstadtfleur

vermittelt, bildet Gastown den historischen Gegensatz: viktorianische Häuser, kleinere Straßen und Gässchen und eine gemütliche, ruhige Atmosphäre. Bekannt ist dieses älteste Stadtviertel übrigens auch für sein spannendes Nachtleben.

Ebenfalls einen Ausflug wert ist in jedem Fall Granville Island. Entweder per Fähre oder über eine der vielen Brücken erreichbar, existiert das Stadtviertel bereits seit 1900. Mit seinen zahlreichen Geschäften, Theatern, Kunsthandwerkerläden, Galerien und Werkstätten gilt das Viertel heute als einer der wichtigsten Kultur-Hotspots der Stadt. Kleinere Gruppen sollten in jedem Fall die Möglichkeit nutzen, dem Foodcourt für ein Mittagessen einen Besuch abzustatten. Kulinarische Spezialitäten aus aller Welt können mit Blick auf den False Creek hier verköstigt werden.

Eine Gastro-Szene, die ihresgleichen sucht

Hochwertig und inspiriert – so lässt sich die Gastronomie Vancouvers wohl am besten beschreiben. Sogar die New York Times bescheinigte bereits die Vielzahl an herausragenden Restaurants und bezeichnete Vancouver als „Food Capital“.

Zwei Beispiele dafür sind das Miku Restaurant und das Glowbal. Ersteres steht für feine japanische Küche in gediegener Atmosphäre. Direkt am Hafen präsentiert sich das Miku auch für private Veranstaltungen als Top-Adresse. Sowohl das gesamte Restaurant kann für exklusive Events gebucht werden als auch der Private-Dining-Bereich für kleinere Gruppen mit bis zu 18 Personen. Exklusive japanische Kreationen mit korrespondierendem Sake versprechen ein besonderes Geschmackserlebnis.

Die Glowbal Restaurant Group mit ihren Restaurants verschiedenster Ausrichtungen verteilt sich auf das ganze Stadtgebiet. Das gleichnamige Flagship-

li.o.: Durch die Bauweise der Hochhäuser – fast vollständig aus Glas – scheint selbst auf den Straßen Downtown Vancouvers die Sonne. Dadurch trägt die Stadt auch den Beinamen „Glas City“ Foto: canada-stock/shutterstock.com

li.u.: Das historische Stadtviertel Gastown ist berühmt für seine Dampfuhr. Weltweit gibt es nur eine weitere in Otaru in Japan. Foto: Dan Breckwoldt/shutterstock.com

u.li.: Das Flagship-Restaurant der Glowbal-Restaurant-Gruppe wurde 2015 neu eröffnet und bietet jetzt moderne Atmosphäre und flexible MICE-Möglichkeiten. Foto: Glowbal Restaurant Group

u.re.: Miku Waterfront: exquisite japanische Küche mit Blick auf das Kreuzfahrtterminal genießen. Foto: Miku Vancouver

Restaurant wurde 2015 nach einem Umzug in den TELUS Garden neu eröffnet. Seitdem stehen Gästen fast 1600 qm zur Verfügung. Neben einer großzügigen Außenterrasse und dem Restaurantbereich verfügt das Glowbal über mehrere Private-Dining-Möglichkeiten. Insgesamt drei exklusive und vom regulären Restaurantbetrieb abgetrennte Räume können Planer hier buchen. Für größere Gruppen eignet sich das Mezzanine, das sich über die gesamte obere Etage des Restaurants erstreckt. Sollte noch mehr Kapazität benötigt werden, ist auch das Glowbal vollständig für Veranstaltungen buchbar.

Aber nicht nur die Restaurants unterstreichen den Anspruch Vancouvers als kulinarische Top-Destination. Die vielseitige und qualitativ hochwertige Foodtruck-Szene begeistert bereits seit langem Einheimische ebenso wie Besucher. Nicht umsonst sind Foodtruck-Trails ein beliebtes Mittel zur Gestaltung des Rahmenprogramms. ➔





← Mit dem Helikopter zum Event

Um Gruppen ein besonderes Erlebnis in Verbindung mit einem Event oder einer Produktpräsentation zu ermöglichen, sollten sich Planer an das Team von SKY Helicopters wenden. Das 2011 gegründete Unternehmen steht für Qualität im Bereich Helikopter-Erlebnisse. Und verfügt neben der eigenen Helikopter-Flotte auch über eine eigene Event-Location. So bietet es sich zum Beispiel an, am Heliport in Vancouver zu starten, von dort aus einen Rundflug über die Stadt zu machen und anschließend im SKY Hangar zu landen. Der SKY Hangar in Pitt Meadows dient einerseits als Basisstation für die noch junge Firma, andererseits stehen hier über 550 qm Eventfläche zur Verfügung, die sich sehr variabel bespielen lässt.

Ein großer Vorteil des Hangars ist das qualitativ hochwertige technische Equipment. Hier wurden bei der Installation weder Kosten noch Mühen gescheut und so eine top ausgestattete Special-Event-Location geschaffen.

Eine Yacht als Eventlocation

Aufgrund der Tatsache, dass Vancouver nahezu vollständig von Wasser umgeben ist, ist es logisch, dass sich auch die eine oder andere Möglichkeit für Events auf

dem Wasser ergibt. Hier steht ebenfalls ein verlässlicher Partner von Tourism Vancouver bereit: Pacific Yacht Charters. Zum Portfolio der Eventspezialisten zählt die Pacific Yacht, eine 32 m lange dreistöckige Bar. Auf den drei Decks verteilen sich der Main Salon – hervorragend geeignet als Empfangsbereich –, der Dining Salon – variabel nutzbar sowohl für Dinner als auch kleinere Empfänge –, zwei voll ausgestattete Bars, ein Open-Air-Skydeck sowie das Vorderdeck. Ob Planer jetzt einfach nur den 360-Grad-Ausblick im Hafen genießen wollen oder sich für eine der verschiedenen Touren entlang der Küste entscheiden, bleibt jedem selber überlassen.

Grünes Juwel inmitten der Großstadt

405 ha Natur liegen direkt neben der Innenstadt Vancouvers. Damit ist Stanley Park der größte Stadtpark Kanadas und zugleich auch der drittgrößte Nordamerikas, lediglich der Lincoln Park in Chicago und der Golden Gate Park in San Francisco sind flächenmäßig größer. 200 km Spazierwege, ein Wald mit etwa einer halben Million Bäume und verschiedene Sehenswürdigkeiten sind die Argumente, die jährlich acht Millionen Besucher faszinieren. Grundsätzlich ist Stanley Park Anziehungspunkt für Einheimische und Touristen gleichermaßen. Für Planer bietet die Parkanlage aber weit mehr als Natur- und Kulturerlebnisse. Denn mit dem Stanley Park Pavilion befindet sich hier auch eine ganz exklusive Location. Das Gebäude, das vollständig mit dunklem Holz verkleidet ist, wurde bereits 1911 erbaut und hat sich seinen besonderen Charme bis heute erhalten. Es kann für Events sowohl in den historischen Räumlichkeiten als auch im Garten bespielt werden. Während im Außenbereich etwa 220 Personen bei entsprechendem Set-up Platz nehmen können, finden sich im Pavillon selbst ver-

schiedene Möglichkeiten. Mondänes und exklusives Highlight ist der Lord Stanley Ballroom. Stuckverzierte Wände, weiße Sprossenfenster und dunkle Holzböden verleihen jeder Veranstaltung einen ganz besonderen Rahmen. Zweite Möglichkeit ist der Tea Room. Durch die fest installierte Bar und den gemauerten Kamin eignet sich dieser Raum vor allem als Erweiterung des Lord Stanley Ballrooms oder als Stand-alone-Location für Empfänge mit Flying Buffet. Durch die angenehme Lounge-Atmosphäre sind hier entspannte und lockere Get-togethers genau richtig.



o. li.: Mit dem Helikopter eine Runde über Vancouver drehen und anschließend im Eventhangar feiern, tagen oder präsentieren: mit SKY Helicopters möglich. Foto: SKY Helicopters

o. re.: Ob Dinner, Event oder Feier, die 105 Meter lange Yacht ist eine Abwechslung zu Standard-Locations. Foto: Pacific Yacht Charters

u. li.: Der Lord Stanley Ballroom ist ein kleines Juwel der Eventszene Vancouvers. Kein Wunder, dass sich hier schon zahlreiche Paare das Jawort gegeben haben. Foto: Stanley Park Pavilion

u. re.: Der Stanley Park Pavilion liegt mitten in Kanadas größtem Stadtpark – Stanley Park. Das holzverkleidete Gebäude besticht mit einzigartiger Atmosphäre und stilvollem Interieur. Foto: Stanley Park Pavilion



Vancouver Aquarium: forschen, fördern, feiern

Ebenfalls im Stanley Park befindet sich das Vancouver Aquarium. Das größte Aquarium Kanadas ist weltweit bekannt und geschätzt für seine Forschungsarbeit im Bereich der Meeresbiologie – vorrangig der verschiedenen Quallenarten. Insgesamt leben über 50.000 Meerestiere in den verschiedenen Themengebieten, von Belugawalen, Seeottern und Robben über Delfine, Meeresschildkröten und Haie bis hin zu zahlreichen Fisch- und Quallenarten.

Selbstverständlich ist ein Besuch des Aquariums, beispielsweise im Rahmenprogramm zu einem Kongress, schon ein Highlight. Nicht umsonst wurde das Aquarium mehrfach zu einer der beliebtesten Attraktionen des Landes gewählt. Aber wie wäre es, im Tropenbereich vor einem der beeindruckenden Quallen-Becken ein Frühstück zu realisieren? Oder ein Galadinner während Haie und Rochen vorbeischwimmen? Das ist hier kein Problem. Alle Flächen der Themenbereiche, deren Gestaltung sich an den unterschiedlichen Bereichen der Weltmeere orientiert, sind für Events buchbar. Sogar das ganze Aquarium wurde schon für Veranstaltungen genutzt und ist nach wie vor in seiner Gesamtheit buchbar. Bis zu 2.000 Personen können dann die besondere Atmosphäre unter und über Wasser genießen.



Das Seeotter-Pärchen Tanu und Katmai lebt ebenfalls im Vancouver Aquarium.

Welcher Bereich, das ist hier die Frage ...

Die Entscheidung, vor welchem der verschiedenen Bewohner des Aquariums diniert werden soll, fällt sicherlich nicht leicht. Eine kleine Hilfestellung bieten dabei zumindest die unterschiedlichen Größen der Eventflächen. Gesetzte Dinner mit 100 Personen beispielsweise sind im Bereich Canada's Arctic gut aufgehoben. Dieser Bereich ist außerdem das Zuhause der beiden Beluga-Wale, die im Aquarium leben. Veranstaltungen mit bis zu 1.000 Personen sollten sich für das ge-



Das Vancouver Aquarium ist Forschungszentrum, maritimer Lebensraum und Eventlocation zugleich.

Fotos: Vancouver Aquarium

samte North Aquarium entscheiden, während noch größere Events eher das ganze Aquarium, außerhalb der Öffnungszeiten, anmieten sollten.

Beeindruckendes Catering-Konzept

Kulinarisch spielt das Vancouver Aquarium auf demselben Niveau wie die gesamte Gastronomie der Stadt. Das Team um Chefkoch Ned Bell kreiert für jedes Event und jede Veranstaltungsgröße das passende Menü, ob Breakfast Menu, Plated Dinner Menu oder Coffee Break. Neben feststehenden Menüs, aus denen Planer auswählen können, ist das Team bei entsprechender Vorlaufzeit auch gerne bereit, speziell auf die Bedürfnisse zugeschnittene Menüs zusammenzustellen und vorzubereiten. Mit oder ohne Themenbezug zum jeweiligen Event können hier ganz besondere Geschmackserlebnisse geschaffen werden. Ob Fisch-, Fleisch- oder vegetarische Gerichte, das bleibt den Veranstaltern überlassen. Allen Varianten gemeinsam ist zweifelsohne ein hohes kulinarisches Niveau. Was Planer jedoch darüber hinaus im Kopf haben sollten, ist die Tatsache, dass die sogenannte Ocean-Wise-Kampagne durch

niemand anderen als das Forschungsteam des Vancouver Aquariums ins Leben gerufen wurde. Mit dieser 2005 gestarteten Initiative soll die Überfischung der Meere verhindert werden. Ocean Wise hat mittlerweile über 650 Partner in ganz Kanada, darunter hauptsächlich Hotels und Restaurants. Durch die Initiative soll den Partnern das notwendige Wissen dahingehend vermittelt werden, nachhaltig richtige Entscheidungen zu treffen und somit Fisch aus vertrauenswürdigen Quellen zu kaufen – was wiederum dazu führt, dass Verbraucher den Fisch mit gutem Gewissen genießen können. In jedem Fall ein Programm, das es zu unterstützen gilt.

Imposante Umgebung: Sogar Seated Dinner vor dem Haifischbecken sind möglich.



Vier Fairmonts in Vancouver



O.: Das grüne Dach des Fairmont Hotel Vancouver gilt schon fast als ein Wahrzeichen der Stadt.

U.: Modern und lichtdurchflutet präsentieren sich die 489 Zimmer des Fairmont Waterfront in direkter Nähe zum Convention Centre Vancouver. Fotos: Fairmont Hotels

Gleich vier Adressen der kanadischen Hotelholding FRHI, die erst kürzlich mit dem französischen Accor-Konzern fusionierte, befinden sich auf dem Stadtgebiet der Metropole. Während eines der Häuser in unmittelbarer Nähe zum Flughafen liegt, sind die anderen drei im Stadtzentrum angesiedelt.

Das Fairmont Hotel Vancouver gehört zur Hotellerie-Geschichte der Stadt, wie das Ahornblatt zu Kanada. Zwar nicht an gleicher Stelle, aber bereits im Jahr 1888 eröffnete das erste Haus mit Namen Hotel Vancouver als Teil des Konzerns der Canadian National Railway, das bereits 1916 durch einen Neubau ersetzt wurde. Das heutige Hotel Vancouver öffnete 1939, einen Straßenblock von seinen beiden Vorgängern entfernt, seine Tore und gilt bis heute als die „Grand Dame“ der Stadt. Das im Art-déco-Stil errichtete Vier-Sterne-Haus zählt seit 1999 zum Portfolio der Fairmont Hotels und verfügt über insgesamt 556 Zimmer und Suiten. Schon allein aufgrund dieser Kapazitäten ist das Hotel Vancouver für Planer interessant. Darüber hinaus verfügt das Haus aber auch noch über mehr als 5.000 qm Veranstaltungsfläche, darunter zwei Ball-

säle und insgesamt 16 weitere Veranstaltungsräume. Durch die Vielzahl an Räumen variiert auch die Kapazität entsprechend. Kleinere Boardmeetings mit 12 Personen sind hier ebenso gut aufgehoben wie Konferenzen mit bis zu 1.500 Teilnehmern. Der größere Ballsaal des Ensembles verfügt über eine Gesamtfläche von etwa 1.100 qm sowie ein angrenzendes Foyer mit weiteren circa 500 qm. Auf-

grund der Ausstattung und Atmosphäre ist der in sich teilbare British Columbia Ballroom vorrangig für Konferenzen und Präsentationen geeignet. Soll es ein etwas festlicherer Rahmen sein, ist der Pacific Ballroom prädestiniert. Der etwa 675 qm große Raum erstrahlt noch heute im Stil eines klassischen Ballsaals: Holzböden, Kristallkronleuchter, Wandornamente, bodenlange Vorhänge, große Fensterflächen und eine immense Deckenhöhe von etwa 7 m schaffen ein ganz besonderes Flair. Doch trotz der Reminiszenz an alte Zeiten verfügt der Raum selbstverständlich über State-of-the-art-Technik. Erst kürzlich wurde der Pacific Ballroom diesbezüglich erneuert. Durch die fest installierte Bühne ist der Saal darüber hinaus für Konferenzen oder Präsentationen beispielbar.

Eine kleine Besonderheit des Fairmont Hotel Vancouver, die Planer im Blick ha-

ben sollten, ist das sogenannte Panorama Roof. Im 15. Stockwerk, also direkt unter dem ikonischen grünen Dach des Hauses, befindet sich dieser fast 500 qm große Raum, der über 75 Jahre für verschiedenste Veranstaltungen genutzt wurde. Nach einer vollständigen Renovierung im Jahr 2014 punktet er nun mit modernem Design und bietet einen gelungenen Rahmen für Dinner mit bis zu 200 Personen oder Empfänge mit 300 Personen. Und das alles mit Blick über die Dächer von Vancouver.

2x fußläufig zum Convention Center

Nur einen Häuserblock vom Vancouver Convention Center entfernt liegt das Fairmont Waterfront direkt an der Hafepromenade. Das 1991 eröffnete und erst kürzlich renovierte Haus überzeugt mit moderner Atmosphäre und dem typischen Fairmont-Stil. Alle Zimmer haben bodentiefe Fenster und geben den Blick entweder auf die Stadt, den Hafen oder die umliegenden Berge frei. Trotz der direkten Nähe zum Convention Center findet sich ein eigener, vollständiger Meeting- und Tagungsbereich innerhalb des Hotelkomplexes. Highlight ist in diesem Fall der Waterfront Ballroom. Der Saal überzeugt einerseits mit seiner Größe von über 600 qm, andererseits aber auch mit dem angrenzenden großzügigen Foyer. Durch die bodentiefen Fenster des Foyers dominiert hier Tageslicht in Verbindung mit einem beeindruckenden Blick auf den Hafen und die umliegende Natur. Die Kombination aus Foyer und Ballroom eignet sich daher hervorragend für einen Empfang im Foyer mit anschließendem Gala-Dinner unter den riesigen imposanten Kron-



leuchtern des Ballrooms. Insgesamt offeriert der Veranstaltungsbereich des Hotels elf multifunktionale Räume, die sich auf verschiedenen Ebenen befinden und wohl alle planerischen Bedürfnisse abdecken können. Wer außerdem eine Kombination aus Outdoor-Fläche und ungezwungener Atmosphäre sucht, sollte sich den Terrace Room merken. Dieser Raum, der sich im dritten Stockwerk befindet, besitzt einen direkten Zugang zum hoteleigenen Kräutergarten und einen privaten Patio. Bei einer Buchung des Terrace Rooms kann der Kräutergarten beispielsweise als Cocktail-Area oder für Flying Buffets genutzt werden. Der Terrace Room selbst verfügt über eine Maximalkapazität von 40 Personen und ist im Lounge-Stil eingerichtet.

Ebenfalls auf der dritten Etage und somit auch in direkter Nähe zum Terrace Room befindet sich der beheizte Außenpool. Hier können Gäste und Geschäftsreisende sommers wie winters ihre Bahnen mit Blick auf die Skyline, Stanley Park und den Hafen ziehen – insbesondere für Geschäftsreisende oder Kongressteilnehmer ein toller Ausgleich. Wer sich lieber

anderweitig sportlich betätigen möchte, dem steht einerseits der hoteleigene Fitnessraum zur Verfügung, andererseits – für Lauf-Affine – die Seawall. Der 28 km lange Uferweg zählt zu den längsten durchgängigen Wegen entlang einer Küste.

Nur die Straße überqueren

... müssen die Gäste des Fairmont Pacific Rim, um ins Vancouver Convention Centre zu gelangen. Damit punktet das jüngste Fairmont Hotel im Stadtgebiet ohne jeden Zweifel mit seiner Lage. Insgesamt 367 Zimmer und Suiten bietet das 2010 eröffnete Haus. Knappe 40 qm bemessen die Standard-Zimmer und sind somit auch bei einem längeren Aufenthalt sehr gut geeignet. Sollte dies nicht ausreichen, ist ein Blick auf die äußerst verschiedenen Suiten, die bei einer Größe von etwa 80 qm beginnen, ein Muss. Im Suitenbereich erfolgte die aktuellste Ergänzung des Pacific Rim. Mit der Owner's Suite Collection wurde eine völlig neue Kategorie geschaffen. Der innenarchitektonische Grundsatz wurde von dem Gedanken inspiriert, was eine Stadt tatsächlich leben-

dig macht: Mode, Kunst und Musik. So gibt es beispielsweise eine eigene Schallplatten-Kollektion, auf die Gäste dieser Suiten zugreifen können. Der notwendige Plattenspieler versteht sich von selbst.

Im Gegensatz zu den beiden anderen Fairmonts, die jeweils über nur ein Restaurant verfügen, gibt es im Pacific Rim gleich drei kulinarische Anlaufstellen mit jeweils drei verschiedenen Ausrichtungen. Während im Oru Gerichte aus dem Pazifischen Nordwesten kredenzt werden, steht im giovane cafe + eatery + market die italienische Esskultur im Vordergrund. Die Lobby Lounge and Raw Bar hingegen bietet neben spannenden Cocktailkreationen verschiedene Sushi-Variationen. Und das bei Live-Musik an sieben Tagen in der Woche. Eine einfallsreiche Mischung, mit der MICEler sicherlich sehr gut arbeiten können. Apropos arbeiten: Auch im Pacific Rim stehen mehrere Veranstaltungsräume zur Verfügung. Auf zwei Ballsäle (850 sowie 250 pax.), sechs Boardrooms mit einer Größe zwischen sechs und 95 Personen sowie ein Kino mit 24 Sitzplätzen kann hier zurückgegriffen werden.

Anzeige

RAUMWUNDER HANNOVER

Mit uns wird Ihr Event zum Erfolg.

- Architektonisch einzigartiges Messegelände mit Hallen, Kongresszentrum, Freigelände und Pavillons
- Modernste Veranstaltungstechnik, umfassende Services

Event-Hotline + 49 511 89-34444
raumwunder-hannover.de

Besuchen
Sie uns auf der
ibtm world –
Stand F101!

Global Fairs. Global Business.



Deutsche Messe

Rasen auf dem Dach und der Blick in die Natur. Nachhaltig wertvoll.

Das Vancouver Convention Centre ist mit seinen 43.340 qm eine der größten Versammlungsstätten Kanadas. Verteilt auf zwei Gebäude, das East und das West Building, liegen die verschiedenen Kapazitäten alle entlang der wunderschönen Hafepromenade.

1986 eröffnete das East Building im Rahmen der damaligen Expo. Das gesamte Gebäude befindet sich daher im sogenannten Canada Place, der während der Expo als kanadischer Pavillon fungierte. Dieses markante Wahrzeichen Vancouvers ist aber nicht nur Heimat des örtlichen Convention Centre; neben dem East Building sind hier auch das internationale Kreuzfahrtterminal, das Pan Pacific Hotel und darüber hinaus das weltweit erste IMEX-Kino beheimatet.

Insgesamt stehen im East Building, während der Olympischen Winterspiele 2010 übrigens als internationales Pressezentrum genutzt, 12.400 qm zur Verfügung. Darunter eine 8.500 qm große teilbare und säulenfreie Ausstellungsfläche, sowie 20 Meetingräume und ein Ballsaal.

Mehrfach ausgezeichnet – und das nicht ohne Grund

Mit der Eröffnung des West Building am 04. April 2009 im Vorfeld zu Olympia, wurden die Kapazitäten des Convention Centre verdreifacht. Weitere 20.500 qm sowie eine 8.400 qm große Geschäftsfläche entlang der öffentlichen Promenade kamen zu den originären Flächen, die



über die Jack Poole Plaza miteinander verbunden sind, hinzu. Auf diesem öffentlichen Platz steht auch die beeindruckende Olympia-Fackel, die mit entsprechender Genehmigung sogar für bzw. bei Events entzündet werden kann. Das vielfach ausgezeichnete Gebäude punktet in zweifacher Hinsicht: architektonisch und kapazitiv. Im ersten Punkt zeichnet ein Architekten-Dreiergespann – LMN Architects aus Seattle, MCM Architects und DA Architects + Planners aus Vancouver – verantwortlich.

Das offene und lichtdurchflutete Gebäude empfängt seine Gäste unter dem bekannten und imposanten Globus, der in der Nacht sogar beleuchtet ist. Von dort aus geht es in die verschiedenen Ebenen und Räume. Und damit sind wir bei Punkt zwei, den herausragenden Kapazitäten. Der Exhibition Floor, der sich unterhalb des Eingangslevels befindet, bietet insgesamt drei Ausstellungshallen, die entweder in Kombination oder einzeln genutzt werden können. Bei kleinerem Bedarf lässt sich die Halle B, die in der Mitte der Fläche liegt, in sich zwei weitere Male teilen. Insgesamt stehen über 20.000 qm Fläche zur Verfügung.

Die weiteren Kapazitäten des West Building verteilen sich auf die oberen

Stockwerke. Besonders eindrucksvoll sind dabei die zum Wasser gelegenen Räume oder Breakout-Flächen. Rundum verglast, bietet das Convention Centre nämlich einen faszinierenden Blick auf die umliegende Natur. Die Variabilität für Planer ergibt sich allein aus dem Raumangebot. Über 50 Meetingräume unterschiedlicher Größe stehen im West Building zur Verfügung, alle flexibel bestuhlbar und daher für alle erdenklichen Größen geeignet. Abgerundet wird das Angebot im West Building durch den Ballsaal. Neben der Möglichkeit zur Vierfach-Splittung offeriert der Saal vor allem einen wirklich atemberaubenden Blick auf das Wasser, die Berge und den Hafen Vancouvers.

Nachhaltigkeit kann nur funktionieren, wenn alle Aspekte ineinandergreifen

Nachhaltigkeit war einer der Grundpfeiler der Planung für die Architekten. Aus diesem Grund wurde das Convention Center bereits kurz nach seiner Eröffnung mit LEED-Platin-Zertifikat ausgezeichnet: das erste Convention Center weltweit, das sich über diese Auszeichnung freuen durfte. Für die Zertifizierung wurde in jedem Fall viel getan. So verfügt das Gebäude beispielsweise über ein „lebendiges“ Dach. Die 2,4 ha große grüne Dachlandschaft



beherbergt über 400.000 einheimische Pflanzen und Gräser und ist außerdem das größte nichtindustrielle lebendige Dach Nordamerikas. Neben dem positiven optischen Eindruck hat das begrünte Dach aber auch einige ökologische Vorteile: Es dient schlichtweg der Isolation. Im Sommer wird eine Erwärmung des Gebäudes und im Winter die entsprechende

li. o.: Das West Building des Convention Centre Vancouver eröffnete kurz vor den Olympischen Winterspielen im Jahr 2009.

li. u.: Der Globus unter dem Dach des West Building ist eines der Wahrzeichen des Gebäudes.

re. o.: Die größten Kapazitäten entfallen auf den Ballroom, der sich bei gesamtter Nutzung bis zur Fensterfront erstreckt. Damit bildet die Natur den Rahmen für jede Veranstaltung.

re. u.: Viel Holz kam beim Bau zum Einsatz. Jedoch nicht nur als Baumaterial, sondern auch als design-technisches Highlight. Dadurch entsteht außerdem ein sehr angenehmes Raumgefühl, das auch Großveranstaltungen gemütlich wirken lässt.
Fotos: Vancouver Convention Centre

Auskühlung verhindert. Darüber hinaus bietet das Dach das Zuhause für vier Bienenstöcke europäischer Honigbienen.

Doch mit all diesen Maßnahmen erklärten sich weder die Stadt noch die Architekten vollends zufrieden. Durch die direkte Nähe zum Wasser bot es sich an, einen weiteren Fokus auf den maritimen Lebensraum zu legen: Im Fundament des Gebäudes, das unter dem Meeresspiegel errichtet ist, wurde ein maritimer Lebensraum geschaffen, der durch wachsende maritime Population die Wasserqualität deutlich verbessern konnte – ein gelungenes Projekt, das seinesgleichen sucht. Zahlreiche weitere Maßnahmen, die nicht nur technische und bauliche Aspekte betreffen, wurden ebenfalls bei der Planung berücksichtigt: sei es ein grundlegendes Recycling-Programm für das gesamte Gebäude oder aber ein Küchenteam, das auf hauptsächlich frische, lokale und saisonale Produkte zurückgreift. All dies ist ebenso wichtig wie die Zusammenarbeit mit den Zulieferern, die dazu angehalten werden, ihre Waren in wiederverwendbaren Containern zu liefern.



Anzeige

SIE SUCHEN DEN PERFEKTEN VERANSTALTUNGORT IN DER PERFEKTEN STADT?



Messe München

MESSE MÜNCHEN LOCATIONS

[> Messe München](#)
[> ICM](#)
[> MOC](#)

Kommen Sie mit Ihrer Veranstaltung in die Weltstadt mit Herz: Messe München Locations bietet Ihnen mit der Messe München, dem ICM – Internationales Congress Center München und dem MOC Veranstaltungszentrum München drei Top-Locations für jede Veranstaltung: von Hauptversammlung über Kongress, Seminar und Messe bis hin zum Großevent. Verlassen Sie sich dabei auf eine optimale Infrastruktur, modernste Technik und innovative Services.

Erfahren Sie mehr über Messe München Locations. Wir sind für Sie da:

+49 89 949-23410 | locations@messe-muenchen.de
messe-muenchen.de/locations

Besuchen Sie uns auf der
IBTM World, Barcelona!
Halle 3, Stand F 70

Neuer Messe-Geschäftsführer in Dortmund



Foto: Messe Westfalenhallen Dortmund GmbH

Der neue Geschäftsführer der Messe Westfalenhallen Dortmund GmbH **Christian Plothe** (45) hat Anfang November seinen Dienst angetreten. Er verfügt über langjährige Erfahrung mit Messen, speziell für Hochschulabsolventen. Zuletzt war er als Geschäftsführer des führenden deutschen Anbieters von Personalmarketing- und Recruiting-Lösungen für junge Akademiker in Frankfurt tätig. In Dortmund hatte Hauptgeschäftsführerin Sabine Loos die operative Messe-Geschäftsführung kommissarisch mit übernommen, bis die Stelle nun also neu besetzt wurde.

Tanja Schramm übernimmt die Leitung von Event Destinations



Foto: privat

Seit Anfang November leitet die Berliner Geschäftsfrau **Tanja Schramm** das nun in eine GmbH umfirmierte Marketing-Netzwerk Event Destinations. Anne Hahn, die Event Destinations vor sechs Jahren ins Leben rief, zieht sich aus der Geschäftsführung zurück, um sich wieder verstärkt der konzeptionellen Arbeit zu widmen.

Schramm hat seit 14 Jahren in der Marketing-szene der Hauptstadt einen Namen. Als Gründerin der BESL Eventagentur vermarktete sie jahrelang den Meistersaal am Potsdamer Platz sowie den Berliner Dom. Sie bringt ihr Netzwerk, ihre Kundensicht und ihre Erfahrungen aus Hotellerie und Catering in das Unternehmen ein. Die erfolgreichen Veranstaltungsformate, wie z. B. die MEET BERLIN Tour werden auch in 2017 wieder stattfinden, dann sogar an vier deutschen Standorten: München, Berlin, Frankfurt und Bonn.

Neuer Geschäftsführer bei der Messe Erfurt



Foto: Messe Erfurt

Der Aufsichtsrat der Messe Erfurt GmbH hat **Michael Kynast** zum 01. Dezember 2016 als neuen Geschäftsführer bestellt. „Ich freue mich, dass wir mit Michael Kynast einen Geschäftsführer für die Erfurter Messe gefunden haben, der seine insgesamt fast 30-jährige Erfahrung im Messe- und Veranstaltungsgeschäft hier einbringen kann“, sagte Georg Maier.

Der Diplom-Ökonom Michael Kynast ist noch bis Ende November Geschäftsführer der C3-Chemnitzer Veranstaltungszentren GmbH mit Schwerpunkt in den Geschäftsbereichen Messen & Ausstellungen, Sport und Verwaltung sowie Finanzen. Von 1987 bis 2002 war Michael Kynast als Projekt- und Bereichsleiter bei der Leipziger Messe verantwortlich für alle

bau- und handwerksbezogenen Messen sowie mehrere Industriemessen und maßgeblich an der strategischen Neuausrichtung der Messe nach 1990 beteiligt. Seit knapp fünf Jahren ist er im Vorstand des Deutschen Fachverbandes für Messen und Ausstellungen FAMA tätig.

Zwei Wechsel bei Radisson Blu



Fotos: Radisson Blu

Ralph Goetzmann (o.), bisheriger General Manager des Radisson Blu Hotels Berlin, übernimmt ab sofort die Position des General Managers im Kölner Haus der Carlsen Rezidor Gruppe. Er übernimmt das operative Geschäft des Radisson Blu direkt gegenüber der Koelnmesse. Der Weg ins Rheinland ist für den gebürtigen Kerpener eine Rückkehr zu seinen Wurzeln. Bis ein Nachfolger für den Berliner Standort gefunden ist, trägt Goetzmann die Verantwortung für beide Häuser.

Eine Neuerung gibt es im Berliner Radisson Blu allerdings jetzt schon zu vermelden. **Robert Zellner** (u.) übernimmt die Position des Senior Director of Meeting & Event Sales. Damit ist Zellner für den Verkauf des 15 Veranstaltungsräume und die DomLounge umfassenden Veranstaltungsbereichs verantwortlich. Der gelernte Koch kommt von Ritz-Carlton und bringt insgesamt elf Jahre Auslandserfahrung mit nach Berlin.

Gerrit Thiebes übernimmt General-Manager-Posten im Kameha Grand Bonn



Foto: Kameha Grand Bonn

Ab dem 12. Dezember 2016 übernimmt **Gerrit Thiebes** als neuer General Manager, neben Geschäftsführer Norbert Rath, die Führung des Kameha Grand Bonn.

Gerrit Thiebes verfügt über mehr als 20 Jahre Hotellerie-Erfahrung und war unter anderem in namenhaften Häusern in Berlin, Tansania, Heiligendamm, München sowie den Vereinigten Arabischen Emiraten tätig. Thiebes versteht es als neue Herausforderung, das Kameha Grand Bonn weiterzuentwickeln und die Marktpositionierung des außergewöhnlichen Hauses nachhaltig zu stärken.

1998 verließ der gebürtige Rheinländer nach einer absolvierten Ausbildung zum Hotelfachmann seine Heimatstadt Köln, um im Adlon Kempinski in Berlin tätig zu werden. Es folgten unter anderem Engagements im Grand Kempinski Hotel Heiligendamm, Vier Jahreszeiten Kempinski München, Zamani Zanzibar Kempinski Tansania, Kempinski Hotel Mall Of The Emirates, Dubai, Vereinigte Arabische Emirate sowie dem Althoff Grandhotel Schloss Bensberg. Zuletzt bekleidete der heute 39-jährige die Position des Hotel Managers im Rocco Forte Hotel Villa Kennedy, Frankfurt.



GELUNGENE TAGUNGEN ERFORDERN PERFEKTE PLANUNG

Wir bei Swissôtel verstehen die hohen Ansprüche, die an einen Tagungsorganisator gestellt werden. Deshalb legen wir unsere Prioritäten nicht nur auf die besten Tagungsräume, sondern machen uns auch Gedanken über entsprechende Räumlichkeiten, in denen Sie Ihre Planung in Ruhe durchgehen, Ihre Emails bearbeiten oder einfach mal entspannen und ein Buch lesen können.

BUCHEN SIE UNSERE VITALITY TAGUNGSPAUSCHALEN AB EUR 66.

Kontakt: +49 30 22010 2042 oder conference.berlin@swissotel.com.

AMERICAS | ASIA PACIFIC | EUROPE | MIDDLE EAST

SWISSOTEL.COM/BERLIN

swissôtel BERLIN
AM KURFÜRSTENDAMM

LIVE IT WELL

„Es müssen zunehmend neue Sicherheitskonzepte entwickelt werden“

In Zeiten des Terrors ist Sicherheit bei Veranstaltungen ein heikles Thema: Wie können Veranstalter für Schutz sorgen? Kann ein individuell erstelltes Sicherheitskonzept die Wahrscheinlichkeit eines Anschlages verringern? Und sollten sich Veranstalter auf den Ernstfall vorbereiten? Über diese sensible Thematik sprach Redakteurin Nadine Laske mit Markus Weidenauer, dem geschäftsführenden Gesellschafter der SecCon Group GmbH – Security Consulting in München. Weidenauer und sein Team sind spezialisiert auf das Erstellen von individuellen Sicherheitskonzepten und – operativ tätig – auch auf deren Umsetzung.



Markus Weidenauer ist geschäftsführender Gesellschafter der SecCon Group GmbH, zu deren Kunden neben Privatpersonen, Konzertveranstaltern und mittelständischen Unternehmen auch DAX-Konzerne gehören. Foto: SecCon Group GmbH

Herr Weidenauer, mit welchen Sorgen kommen Ihre Kunden in Zeiten des Terrors auf Sie zu? Terror ist ja schon länger ein Thema, aber nachdem der islamistische Terror mit den Anschlägen in Paris und Brüssel näher an uns herangerückt ist und es erste Vorfälle in Deutschland gab, ist die Frage nach Sicherheit bei Veranstaltungen präsenter denn je. Daher müssen zunehmend neue Sicherheitskonzepte entwickelt werden.

Inwiefern sind neue Konzepte aufgrund der terroristischen Bedrohung notwendig?

Neue Konzepte sind deshalb notwendig, da bisher primär darauf geachtet wurde, dass die behördlichen Anforderungen wie zum Beispiel die Versammlungsstättenverordnung eingehalten werden. Aufgrund der geänderten Situation stoßen nun aber viele der Veranstalter und Sicherheitsunternehmer an die Grenzen ihrer Expertise.

Was heißt das für Veranstalter eines Events – was muss ein solches Sicherheitskonzept umfassen? Ich empfehle generell jedem Veranstalter

gemeinsam mit einem qualifizierten Experten ein Konzept zu erarbeiten, um die Wahrscheinlichkeit eines Anschlages möglichst gering zu halten. Denn so können Schwachstellen bereits im Vorfeld erkannt und einem möglichen Vorfall entgegengewirkt werden. Ein individuelles Sicherheitskonzept berücksichtigt viele Faktoren – wie beispielsweise den Inhalt der Veranstaltung und wie hoch die öffentliche Wahrnehmung des Events ist. Aber natürlich ist auch der Ort, also die Location an sich, ein wichtiger Faktor.

Was ist darüber hinaus wichtig für eine sichere Veranstaltung?

Die Qualifikation der Sicherheitskräfte – sie müssen gemäß der aktuellen Situation geschult werden. In der Branche gibt es eine große Diskussion um die Mindestqualifikation von Sicherheitspersonal. Viele Bundesverbände fordern eine Nachqualifizierung des Personals und auch ich bin der Meinung, dass sie nicht mehr zeitgemäß qualifiziert sind. Denn selbst die vorhandene Mindestqualifikation ist nicht unbedingt das, was den Geist der heutigen Veranstaltungssicherheit erfüllt.

Beispielsweise wenn es darum geht, die Besucher am Eingang innerhalb von wenigen Sekunden auf Sprengstoff zu prüfen und etwaige Gefahrensituationen zu erkennen. Um das zu leisten, müssen Sicherheitskräfte geschult werden. Aber je besser geschult das Personal ist, umso teurer ist es. Das ist die Krux der privaten Sicherheit: Das was man zu zahlen bereit ist, bekommt man dann auch. Daher empfehle ich immer, wenn Sicherheits-

kräfte privat hinzugemietet werden, einen Forderungskatalog darüber aufzustellen, welche Qualifikationen sie mitbringen sollen.

Welche Rolle spielen dabei die Sicherheitsbehörden?

Klar ist, dass Polizisten und Behörden die erforderlichen engmaschigen Sicherheitsmaßnahmen nicht alleine stemmen können. Wenn eine Veranstaltung als direkt gefährdet angesehen wird, ist die Polizei natürlich auch in einem gewissen Maße präsent und involviert. Aber auch der Veranstalter ist in der Pflicht. Wenn Sicherheitsbehörden beispielsweise eine abstrakte Gefährdung melden, fragt sich der Veranstalter, wie er damit umgehen soll. Es gibt da leider oft nur wenige konkrete Aussagen und der Veranstalter denkt natürlich auch an den betriebswirtschaftlichen Erfolg des Events. Schließlich schmälern die Kosten für operative Maßnahmen die Einnahmen. Unserer Auffassung nach unterliegt jede Veranstaltung mit großer medialer Wirkung beziehungsweise jede große Ansammlung von Menschen einer Gefährdung – egal ob diese direkt oder abstrakt ist. Meiner Meinung nach ist das Wortklauberei – ein Herumrühren in Phrasen.

Inwiefern sollte ein Veranstalter auf den Ernstfall vorbereitet sein?

Trotz eines auf die Veranstaltung zugeschnittenen Sicherheitskonzepts lassen sich nicht alle terroristischen Szenarien ausschließen. Ich empfehle jedem ein handfestes, klar strukturiertes Krisenmanagement und einen Notfallplan. Dazu gehört auch ein erfahrener Krisenstab, der im Fall der Fälle zu kommunizieren weiß und Entscheidungen treffen kann. Ein Notfall kann auch ein herrenloser Rucksack im Veranstaltungsraum sein. Wenn die Abläufe eingeübt sind, weiß jeder, was zu tun ist. (nl)

Erste Projektphase des „Future Meeting Space“ abgeschlossen



Die Forschungspartner der ersten Phase des Future Meeting Space: (v.l.n.r.) Rainer König (KFP), Dr. Stephan Rief (FIAO), Marco Oelschlegel (visitBerlin), Anke Pruust (GCB), Katja Heuer (Tourismus NRW), Tilman Naujocks (FIAO), Louise Blau (FIAO), Prof. Christine Kohlert (Drees & Sommer), Joachim König (EVVC), Claudia Delius-Fisher (SevenCenters of Germany) und Matthias Schultze (GCB).

Foto: GCB German Convention Bureau e.V.

für erfolgreiche Veranstaltungen zu entwickeln“, ergänzt Joachim König, Präsident des EVVC.

Auf diese Ergebnisse aufbauend wird die zweite Projektphase voraussichtlich Anfang 2017 beginnen.

Untersucht werden soll, welche Teilnehmertypen es gibt, was der Gebrauch methodischer und technologischer Veranstaltungselemente bei den Teilnehmenden bewirkt und wie sie Nutzerakzeptanz, Wissensvermittlung, Lernfortschritt und Erlebniswert beeinflussen. (nl)

Die Ergebnisse der ersten Forschungsphase des Verbunds „Future Meeting Space“ liegen vor: Die von Januar 2015 bis Juni 2016 erhobenen Daten aus Analysen, Experteninterviews und Fokusgruppen können im Management Summary der ersten Projektphase nachgelesen werden. Auf Basis der bisherigen Ergebnisse wurden sechs Szenarien zukünftiger Veranstaltungsformen entwickelt. Als Beispiel für die Umsetzung wurde daraus das interaktive Szenario „Future Meeting Room“ ausgewählt und ausgearbeitet. So soll es künftig möglich sein auftretende Teilnehmbedürfnisse wie auch –anforderungen abzudecken.

Das vom German Convention Bureau e.V. (GCB), Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e.V. (EVVC) und Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO initiierte Projekt erforscht Trends, Innovationen und Entwicklungen in der Gesellschaft sowie deren Einfluss auf die Veranstaltungsbranche. Gemeinsam mit weiteren Forschungspartnern wurden während der ersten Projektphase sechs Szenarien aus den vorliegenden Resultaten entwickelt. Je nach Szenario stehen dabei zum Beispiel eine verstärkte Interaktion der Teilnehmenden, die Vernetzung räumlich verteilter Veranstaltungen oder die Kombination aus realen und virtuellen Elementen zu einem hybriden Event im Vordergrund.

Aus den entwickelten Szenarien wurde daraufhin ein integriertes Gesamtszenario konzipiert, der sogenannte „Future Meeting Room“. Dieser wurde in verschiedenen Kategorien wie Beschreibung, Organisation, Format, Raum, Technik, Infrastruktur und Erlebnis ausgearbeitet. In einem „Future Meeting Room“ kommt eine Gruppe von bis zu 150 Personen zusammen, um ein bestimmtes Thema zu erschließen, zu diskutieren und gegebenenfalls weiterzuentwickeln. Ziel ist es, die Interaktion und Wissensvermittlung intensiv zu fördern, Teilnehmende mit verschiedenen Hintergründen zusammenzubringen und den Einzelnen aktiv zu beteiligen.

„Es sind innovative und zukunftsfähige Szenarien, die mit dazu beitragen, die Spitzenposition Deutschlands als führenden Tagungs- und Kongressstandort zu stärken“, so Matthias Schultze, Geschäftsführer des GCB. „Der Innovationsverbund liefert konkrete Handlungsempfehlungen, um darauf aufbauend technische, organisatorische und räumliche Anforderungen

Anzeige

MESSE
ESSEN

CONGRESS
CENTER
ESSEN

GRUGA
HALLE

CCE CONGRESS CENTER ESSEN

VERANSTALTERS LIEBLING.



Ihr Rundum-Sorglos-Service:
+49. (0)201.72 44-878/-879 | www.cc-essen.de

IBTM 2017: Networking, Weiterbildung und neue Formate



Die ibtm world versammelt jährlich Veranstaltungsplaner aus aller Welt in Barcelona.
Fotos: Reed Travel Exhibitions

Vom 29. November bis 01. Dezember findet wieder die ibtm world, früher EIBTM, in Barcelona statt. Auf der Fachmesse für Kongresse und Geschäftsreisen können sich Fachbesucher über die neusten Produkte und Dienstleistungen der Branche informieren, bestehende Verbindungen vertiefen und wertvolle neue Kontakte aufbauen.

Knowledge-Programm 2017

Weiterbildung ist ein zentraler Bestandteil der Messe. Das vielseitige Knowledge-Programm, gestaltet von führenden Branchenexperten, bietet eine Reihe von innovativen und kreativen Sitzungen. Sie präsentieren und diskutieren die neusten Trends und eröffnen dem Fachpublikum neue Perspektiven. Die Sitzungen werden zu verschiedenen Zeiten während der drei Messtage wiederholt.

In diesem Jahr fokussiert sich das Programm auf sieben Schwerpunktthemen. Neben Trends der Branche und Marketingtipps steht unter anderem auch das Thema Sicherheit und Risikomanagement auf dem Plan. In vielen Vorträgen können die Fachbesucher mehr darüber erfahren, wie Risiken bei internationalen Veranstaltungen richtig eingeschätzt und Veranstaltungsteilnehmern kommuniziert werden können. Auch Lösungen und Verhaltensanweisungen für Worst-Case-Szenarien werden entwickelt.

Weitere Schwerpunkte liegen auf den Bereichen Nachhaltigkeit, Mitarbeiterentwicklung und -motivation sowie Budgetplanung.

Im Rahmen des Knowledge-Programms stellt Geschäftsführer Dr. Rob Davidson auch den diesjährigen trend watch report vor – am 29. November um 11:45 Uhr und am 30. November um 9 Uhr.

Der Bericht stellt die wichtigsten Kennzahlen der MICE-Branche vor, analysiert das Jahr 2016 und stellt Prognosen auf, wie sich Angebot und Nachfrage im kommenden Jahr entwickeln. Die Ergebnisse der wichtigsten Branchen – Automobil, Informationstechnologie, Bau, Pharma und Finanzdienstleistungen – werden ebenfalls präsentiert. Schließlich sind diese Segmente der aktivste Teil innerhalb der Branche.

Globale Partnerschaft mit MPI

Anfang Oktober gab die ibtm world eine neue Partnerschaft bekannt: Meeting Professional

Was sind die Trends und wie kann die Branche Herausforderungen meistern? Darum geht es in den Vorträgen des Knowledge-Programms auf der Messe.

nals International (MPI) Foundation und NBTC Holland Marketing unterstützen die Messe in diesem Jahr mit dem Launch einer neuen Veranstaltung. „Rendezvous“, das Networking- und Fundraising-Event wird auch Teil der nächsten ibtm world und außerdem Teil der ibtm latin america 2017 sein.

Das erste „Rendezvous“ findet am 30. November im Opium Barcelona Nachtclub für Messebesucher und ortsansässige MPI-Mitglieder statt. Alle Erlöse des Events gehen zugunsten der MPI Foundation, die mit Stipendien und Zuschüssen die industrielle Forschung unterstützt, um die MICE-Branche auch in Zukunft erfolgreich gestalten zu können.

„Wir freuen uns über die Chance, zusammen mit Reed Travel Exhibitions die Reichweite des Events Rendezvous zu vergrößern“, betont Paul Van Deventer, Präsident und CEO der MPI Foundation. „Veranstaltungsplaner aus aller Welt kommen zur ibtm world. Das ist eine gute Möglichkeit für die Stiftung, auf ihre Bildungsfonds und Forschungsschwerpunkte aufmerksam zu machen.“

Auch Graeme Barnett, Senior Exhibition Director der ibtm world, freut sich auf das neue Veranstaltungsformat und bestätigt: „Das Networking-Event am Mittwochabend ist als soziales Highlight der Messe bekannt. Und die Tatsache, dass wir unser Club Night Event zusammen mit NBTC Holland Marketing bis hin zu Rendezvous entwickeln konnten, spricht für einen außergewöhnlichen Abend in einem von Barcelonas Hotspots. Wir freuen uns auf die Veranstaltung und darauf, Spenden für die Stiftung zu sammeln.“ (vb)





**AN ELECTRIFYING VIBE. JAW-DROPPING MEMORABILIA.
AND A LEGENDARY MENU.
WE DIDN'T BECOME WORLD-FAMOUS FOR NOTHING.**

AMSTERDAM | ATHEN | BARCELONA | BERLIN | BRÜSSEL | EDINBURGH | FLORENZ | GLASGOW
KÖLN | KOPENHAGEN | LISSABON | LONDON | MADRID | MANCHESTER | MÜNCHEN | NIZZA
PARIS | PRAG | SEVILLA | ROM | VENEDIG | WIEN

THIS IS *Hard Rock*
CAFE

HARDROCK.COM

f t i You Tube #THISISHARDROCK

JOIN HARDROCKREWARDS.COM

©2016 Hard Rock International (USA), Inc. All rights reserved.

degefest CampFire 2016

Am 02. Dezember 2016 wird das Hotel Camp Reinsehlen in der schönen Lüneburger Heide erstmalig Veranstaltungsort für eine Auftaktveranstaltung des Fachverbandes degefest, die künftig ein bis zwei Mal jährlich stattfinden soll. Eingeladen sind dazu vor allem Tagungshotels und Veranstaltungsstätten im Norden Deutschlands, da der degefest dort zukünftig mehr präsent sein möchte. Geboten wird den Teilnehmern ein Excerpt der degefest-Fachtage, die sich in diesem Jahr mit dem Thema ServiceQualität beschäftigt haben. Als Referenten werden dazu Markus Weidner von der Qnigge-Akademie sowie Prof. Dr. Gernot Gehrke, Mitglied des wissenschaftlichen Beirats des degefest, von der Hochschule Hannover anwesend sein, die auch schon auf den degefest-Fachtagen referiert haben.

Im Rahmen der praxisorientierten Vorträge, sowie in den Pausen, stehen beide Referenten für konkrete Fragen zur Verfügung. Abschließend gibt es im gemütlichen Kaminzimmer auch genügend Zeit zum Netzwerken.

Immer mehr Details im Programm der greenmeetings und event Konferenz 2017

Das Programm der vierten greenmeetings und events Konferenz, die vom 13. bis 14. Februar 2017 in Waiblingen stattfindet, nimmt Gestalt an und hält zukunftsweisende Themen rund um nachhaltige Veranstaltungen bereit. Drei Themenschwerpunkte beleuchten die aktuellen Entwicklungen der Veranstaltungsbranche: Neben den Foren Technik sowie Marketing und Kommunikation wird in diesem Jahr ein besonderer Schwerpunkt auf das Thema der sozialen Nachhaltigkeit gelegt.

So wird in praxisorientierten Keynotes und interaktiven Workshops der Frage nachgegangen, welchen Mehrwert eine sozial verantwortungsvolle Unternehmensführung den Akteuren von Konferenzzentren, Event-Locations, Hotels und Dienstleistern sowie Veranstaltungsplanern bietet.

Der Fachbereich Technik behandelt Themen wie innovatives Gebäudemanagement, Gebäudeinstandhaltung, Sanierung, Modernisierung und zukunftsweisende Veranstaltungstechnik. Auch im Forum Technik findet sich das Thema der sozialen Nachhaltigkeit wieder: Am Beispiel der Messe „SightCity“ wird vorgestellt, wie Kongress- und Veranstaltungsstätten barrierefrei gestaltet werden können.

Das Forum Marketing und Kommunikation beschäftigt sich mit den Fragen, was Kunden Nachhaltigkeit wert ist, wie nachhaltiges Denken und Handeln nach außen kommuniziert werden kann und wie ein Global Player seiner gesellschaftlichen Verantwortung in der Außenwirkung gerecht werden kann.

An beiden Konferenztagen wird zusätzlich zu den theoretischen Sessions zu jedem Themenbereich eine Exkursion angeboten.

MICE PEAK Mediterran Malta 2017

Nach dem fulminanten Auftakt im März 2016 in der Schweiz ist die sonnige Mittelmeer Insel Malta mit seinen Schwesterinseln Comino und Gozo der Gastgeber des MICE PEAK 2017 vom 16. bis 20. Februar.

Inhaltlich vereint das Event drei Konzept-Bausteine: die PEAK Performance, die PEAK Experience und das PEAK Training – verknüpft mit Site-Inspektionen auf Malta und seinen Inseln Gozo und Comino, sowie einem exklusiven Rahmenprogramm für alle Teilnehmer und Aussteller gemeinsam.

Teilnehmer können internationale Anbieter von MICE-Leistungen, die Geschäftskontakte mit Veranstaltungsplanern aus Deutschland, Österreich und der Schweiz knüpfen möchten. Die Teilnahme beinhaltet eine ausführliche Online-Präsentation ihrer Marken, Produkte und Services auf MICEboard.com - und das vor dem Event, währenddessen und danach.

Der MICE PEAK Mediterran Malta ist eine exklusive Veranstaltung mit einem einzigartigen Rahmenprogramm. Die Unterbringung der Aussteller und Teilnehmer, sowie die Fachveranstaltungen finden in den 5-Sterne Häusern Hilton und Westin Dragonara auf Malta statt. Die An- und Abreise der Teilnehmer erfolgt mit Air Malta.

Hosted Buyer Anmeldung für ibtm arabia offen

Seit Mitte Oktober ist es möglich, sich für die ibtm arabia als Hosted Buyer zu akkreditieren. Die nächste ibtm arabia wird zwischen dem 07. und 09. Februar 2017 in Abu Dhabi stattfinden.

Die Messe gilt als Top-Event für die MICE-Industrie im Nahen Osten. Das Hosted Buyer-Programm bietet Teilnehmern einen personalisierten Terminkalender, inklusive der obligatorischen One-to-One-Meetings, mit sorgfältig ausgesuchten Ausstellern.

Das innovative Pod-Format in Kombination mit dem ausgeklügelten Match-Making-System von ibtm events soll einen personalisierten Kalender mit vorab vereinbarten Meetings für jeden Hosted Buyer garantieren. Dadurch bietet die ibtm arabia eine hocheffiziente Arbeitsumgebung für erfolgreiche Meetings und Vertragsverhandlungen.

„Mit 260 Plätzen insgesamt, also für 130 Hosted Buyer und 130 Aussteller, zieht die ibtm arabia konstant hochkarätige MICE-Kontakte aus über 30 Ländern an. Unser innovatives, marktführendes Event ist bekannt dafür, eines der effektivsten und in puncto Preis-Leistungs-Verhältnis besten zu sein. Insbesondere wenn es um Return-on-Invest geht. Mit Hosted Buyern, die im Durchschnitt ein Event-Budget von 5.1 Millionen Dollar pro Jahr verwalten und etwa 4.000 Meetings, die während der ibtm arabia stattfinden, sind Multi-Millionen-Dollar-Geschäfte ein konkretes Resultat einer jeden ibtm arabia“, kommentiert Shinu Pillai, Exhibition Manager ibtm arabia.

Save the Date: MICE Club LIVE 2017

Vom 18. Bis 20. Juni 2017 findet der MICE Club LIVE erstmalig in München statt. Bereits seit Oktober können sich Anbieter registrieren. Bei dem Event wird sich alles um das Thema „Future Trends“ drehen. Spannende Keynotes und Impulsgeber bereichern das Programm.

Messe Frankfurt: Grundstein für Messehalle 12 gelegt

In einem Festakt wurde am 13. Oktober 2016 der Grundstein für die neue Messehalle 12 auf dem Westteil des Frankfurter Messegeländes gelegt. Der Frankfurter Oberbürgermeister und Aufsichtsratsvorsitzende der Messe Frankfurt, Peter Feldmann, begrüßte gemeinsam mit der Geschäftsführung der Messe Frankfurt zahlreiche geladene Gäste aus Politik und Wirtschaft.

Oberbürgermeister Feldmann begrüßte in seiner Rede das klare Bekenntnis der Messe Frankfurt und ihrer Gesellschafter zum Standort Frankfurt am Main: „Die Messe Frankfurt ist ein Global Player, dessen Herz nach wie vor am Heimatstandort schlägt“, so Feldmann. „Ein qualitativ hochwertiges Messegelände und ein erstklassiges Veranstaltungsportfolio dokumentieren ausdrücklich die Strategie, den Standort auszulasten und für die hochkarätigen Veranstaltungen der Messe Frankfurt zu rüsten.“

Wolfgang Marzin, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Frankfurt, freute sich, mit der Grundsteinlegung für

die neue Halle ein wichtiges Signal an die Kunden senden zu können: „Mit der neuen Messehalle 12 investieren wir in den Standort und entwickeln unsere Basis weiter. Hier entsteht, in einem modernen Ambiente, eine Erweiterung der Plattform für Angebot und Nachfrage – eine Heimat für unsere nationalen und internationalen Gäste.“

„Die neue Messehalle 12 bildet den Schlussstein in der Bebauung freier Fläche innerhalb unseres Westgeländes“, erläuterte Uwe Behm, Geschäftsführer der Messe Frankfurt. Die von der kadawittfeldarchitektur GmbH entworfene zweistöckige Halle soll zur Automechanika 2018 eröffnet werden. Das Gebäude wird rund 248 m lang und 118 m breit sein so-



Verschlossen den Grundsteinsockel: (v.l.n.r.) Johann Bögl (Firmengruppe Max Bögl), Klaus Pöllath (Ed. Züblin AG), Bürgermeister Uwe Becker, Kilian Kada (kadawittfeldarchitektur GmbH), Oberbürgermeister Peter Feldmann, Manfred Schmitz (Engie Deutschland), Uwe Behm und Wolfgang Marzin (Messe Frankfurt). Foto: Messe Frankfurt GmbH / Jean-Luc Valentin

wie eine Höhe von rund 30 m haben. Die Ausstellungsfläche der Halle 12 wird insgesamt etwa 33.600 Bruttoquadratmeter betragen. (nl)

— Anzeige

BOE 2017: Alles rund um das Trendthema Digitalisierung



Auch im Jahr 2017 können die Fachbesucher auf der BOE von vielen Vorträgen mit aktuellen Informationen profitieren.

Die BEST OF EVENTS INTERNATIONAL, internationale Fachmesse für Erlebnismarketing, am 18. und 19. Januar 2017, präsentiert sich auch in diesem Jahr als Plattform für fachliche Wissensvermittlung auf höchstem Niveau. Wieder wird es informative Foren in allen Hallen der Messe Westfalenhallen Dortmund geben: Das TECHNOLOGY & SAFETY-FORUM, das MICE-FORUM, den CAREER-HUB, ACTS ON STAGE und das DIGITAL FORUM. Die Digitalisierung stellt auch das Schwerpunktthema der Messe im kommenden Jahr dar.

Worüber wird online gesprochen? Wer bestimmt die Meinungen in sozialen Netzwerken? „Das mobile Internet hebt die Trennung zwischen online und offline, verschiedenen Kanälen oder Orten auf – Menschen, die vor Ort bei einem Event sind, können gleichzeitig mit der ganzen Welt verbunden sein“, sagt Prof. Dr. Klemens Skibicki. Er ist Professor für Economics, Marketing und Marktforschung an der Cologne Business School in Köln und Berater für Kunden in Politik und Wirtschaft zum Thema Digitalisierung. Auf der BOE 2017 spricht er im Digital-Forum in Halle 7. Dort geht es um das Trendthema Virtual Reality und wie es die Branche verändert.

„Marken, Business und Karrieren – der mächtige Einfluss der Digitalisierung“ lautet das Leitthema des CAREER-HUB 2017, ebenfalls in Halle 7.

Das MICE-FORUM versammelt erstmals alles unter einem Dach in Halle 5: In Vorträgen und Diskussionen beleuchten Branchen-Insider, Fachjournalisten und andere Vertreter der Branche momentane Entwicklungen.



Die Twitter-Welt auf der letzten BOE. Der Hashtag der Messe war an beiden Messetagen zeitweilig unter den Top-Ten der deutschen Trending Topics von Twitter. Fotos: Westfalenhallen Dortmund GmbH

Aktuelles zum Bereich Veranstaltungstechnik wird im TECHNOLOGY & SAFETY-FORUM in Halle 4 präsentiert. Die Experten des Forums vermitteln ihr Know-how um Trends und Anwendungsmöglichkeiten der Bühnen-, Licht-, Ton- und Videotechnik.

Bühne frei heißt es in Halle 8. Die Zuschauer können hier an beiden Messetagen je vier Shows mit potenziellen Bühnenkünstlern für ihr nächstes Event erleben.

„Hannover kann alles“: MICE-Stadt mit



Der nördliche Teil Deutschlands hat in Sachen MICE viel zu bieten: Metropolregionen wie beispielsweise Hamburg sind schließlich routinierte Player auf dem internationalen Parkett. Doch was vielen nicht bewusst ist: Auch Hannover verfügt über eine große Auswahl an Möglichkeiten für Veranstaltungsplaner.

Ambitionen | von Verena Bittelbrunn



Eine gute und grüne Infrastruktur
sowie zahlreiche ansässige
Firmen: Hannover hat viel
MICE-Potenzial.
Foto: Lars Gerhardt

Die Landeshauptstadt Niedersachsens präsentiert sich nicht nur mit einem großen Spektrum an Locations vielseitig und zukunftsfähig. Besonders ist vielmehr die Vernetzung der Stadt als Wirtschafts- und Gesundheitsstandort, die ganz neue Potenziale für Planer eröffnet.



Schloss Herrenhausen ist über die Landesgrenzen hinaus für seine Gärten berühmt, verfügt aber auch über ein Tagungszentrum. Foto: Nik Barlo jr.

Als Schauplatz internationaler Leitmes- sen wie der CeBIT, der HANNOVER MESSE, der IAA-Nutzfahrzeuge, der AGRITECHNICA oder der DOMOTEX ist die Stadt mit mehr als einer halben Million Einwohnern bereits weltweit als Wirtschaftsstandort be- und anerkannt. Hinzu kommt die Fülle an Vertretern verschiedenster Branchen: vom Fahrzeug- und Maschinenbau mit dem Volkswagen-Konzern als größtem Arbeitgeber der Stadt über Verkehr und Logistik bis hin zu einer breit aufgestellten Versicherungs- und Finanzwirtschaft.

Aber was ist es genau, das die niedersächsische Landeshauptstadt attraktiv macht für Unternehmen? Diplom-Ökonom Rouven Wiegard, Geschäftsführer des Hannover Center of Finance e.V., betont: „Konzerne und mittelständische Unternehmen profitieren in Hannover von der engen Verzahnung zwischen Finanz- und Versicherungswirtschaft. Eine Vielzahl von Geschäftsvorfällen an der Schnittstelle zum Kunden erfordern eine möglichst schnelle Verarbeitung der zentralen Wertschöpfungsprozesse, um den Wünschen der Kunden am Ende auch gerecht zu werden.“ Das trifft wie in allen Bereichen natürlich ebenso auf die Veranstaltungsbranche zu.

Auch die zentrale Lage in Deutschland sowie die gute Anbindung und

Infrastruktur zählen zu den Vorteilen Hannovers als Veranstaltungsort. Mit Kapazitäten von rund 30.000 Betten ist die Stadt für kleine bis sehr große Veranstaltungen gut aufgestellt. Dennoch haben viele Veranstaltungsplaner Hannover noch nicht in Betracht gezogen. Das soll dringend geändert werden.

Welcome to the Meeting Planet

Hannover soll als Veranstaltungsort bekannter werden – darin sind sich die Hauptakteure der Stadt in puncto MICE einig und haben zu diesem Zweck bereits im Januar 2011 die Kooperation „Hannover: The Meeting Planet – Tag und Nacht hellwach“ ins Leben gerufen. Mit diesem Konzept bündeln das Hannover Congress Centrum (HCC), die Deutsche Messe AG und die Hannover Veranstaltungs GmbH (HVG) ihre Aktivitäten. „Wir arbeiten zusammen, um den Standort Hannover weiter zu stärken“, betont Joachim König, Direktor des HCC und Präsident des Europäischen Verbandes der Veranstaltungs-Centren e.V. (EVVC). „Ob klein, mittelgroß oder international – Hannover kann alles!“

„Mit dem Meeting Planet wollen wir den Gesundheits- und Wirtschaftsstandort Hannover als Tagungsstandort bekannter machen“, erklärt Laura Harke, Projektleiterin bei HannoverKongress.

„Wir wollen zeigen, dass es nicht immer Berlin oder München für die Tagung sein muss. Viele Firmen, wie Volkswagen mit den Nutzfahrzeugen oder Versicherungen wie die Talanx AG, haben in Hannover ihren Sitz. Hier gibt es also viele Anknüpfungspunkte und Möglichkeiten, Sponsoren und wertvolle Kontakte zu finden.“ Ein Problem sei ihrer Ansicht nach, dass viele Menschen die Stadt einfach zu wenig kennen.

Für Veranstaltungsplaner spielt die Wahl der Destination eine immer bedeutendere Rolle – wie uns auch Stefan Köster, Leiter der Abteilung Gastveranstaltungen & Neue Messen bei der Deutschen Messe, berichtet: „Was braucht der Kunde? Natürlich braucht er eine vernünftige Tagungssituation, Verkehrsanbindung und Hotelkapazitäten. Aber er braucht auch eine Stadt, die für Side-Events etwas bietet und für das Rahmenprogramm.“

Und in dieser Hinsicht ist die niedersächsische Landeshauptstadt tatsächlich gut aufgestellt.

Grün wie der Big Apple ...

... denn die Stadt Hannover kann einen der größten historischen Stadtwälder ihr Eigen nennen: die Eilenriede. Mit 640 ha ist sie größer als der New Yorker Central Park. „Wir gehören zu den grüns-

ten Städten Deutschlands“, betont Laura Harke. Die grüne Naherholung liege in Hannover immer direkt um die Ecke, denn die Wege seien kurz – vor allem durch die zur Expo 2000 geschaffene gute Infrastruktur. „Hannover kann mit Erreichbarkeit und Infrastruktur punkten“, ist sich auch Joachim König sicher. „Wir sind im Benchmark gemeinsam mit anderen sicherlich ziemlich weit vorne. Und egal was sich im Veranstaltungssektor noch ändern mag, diese Faktoren werden immer von Bedeutung sein.“

Neben der Ellenriede bieten vor allem die Herrenhäuser Gärten viele Möglichkeiten zur Entspannung nach dem Seminartag. Herrenhausen präsentiert bereits seit über 300 Jahren Gartenkunst auf höchstem Niveau. Wem ein Spaziergang nach dem Arbeitstag nicht reicht, für den gibt es dort jährlich auch viele Events wie die KunstFestSpiele Herrenhausen, den Internationalen Feuerwerkswettbewerb oder das Kleine Fest im Großen Garten. Zusätzlich kann fast jeder Teil des Gartenensembles für Veranstaltungen gebucht werden. Historische, aber

dennoch technisch innovative Räumlichkeiten stehen auch im Tagungszentrum Schloss Herrenhausen zur Verfügung.

Zum Durchatmen in der Natur eignet sich das Gebiet rund um den Maschsee. Kurze Wege sind garantiert, denn der See mit seinen zahlreichen Spazier- und Wanderwegen drum herum liegt direkt in der Innenstadt. Die grüne Stadt Hannover hat Tagungsgästen also viel kostenfreies Erholungspotenzial zu bieten. Stefan Köster von der Deutschen Messe fasst es treffend zusammen: „Wir sind nicht ‚fancy City‘, aber Hannover hat viel Flair, reichlich Grün und eine lebhaft-kneipenszene.“ Und auch die Übernachtungsmöglichkeiten sind zahlreich und vielseitig.

„Congress Selected Hotels“

Hotelkapazitäten sind nicht in allen Städten ausreichend vorhanden – dies vor allem zu Zeiten von Messen und Großveranstaltungen. In Hannover finden Eventplaner nicht nur eine ausreichende Anzahl an Betten, sondern auch die Möglichkeit, sich die besten Preise bis zu

drei Jahre im Voraus der Veranstaltung zu sichern. Mit dem kostenlosen Service „Congress Selected Hotels“ bündelt und vermittelt der „Meeting Planet“ die Kapazitäten in ausgesuchten Häusern zu attraktiven Preisen.

Zu diesen Selected Hotels zählt unter anderem das Hotel am Stadtpark, direkt neben dem Hannover Congress Centrum (HCC) gelegen. Mit 258 Zimmern und 3.000 kostenfreien Parkplätzen ist es geradezu prädestiniert als Unterkunft bei einer Tagung im HCC. Für ein abschließendes Teambuilding bietet der 60.000 qm große Stadtpark zahlreiche Möglichkeiten.

Zentral in der Innenstadt Hannovers befindet sich das Dormero – mit einem komplett anderen Konzept als viele andere Hotels. Das Motto „Stay fancy“ zieht sich durch die 293 Zimmer und Suiten sowie die acht Veranstaltungsräume. Hier wird mehr Wert auf Originalität als auf Sterne gelegt: Bereits an der Rezeption wird der Gast von den zwei Wasserschildkröten des Hauses in ihrem Aquarium begrüßt und profitiert anschließend im

Anzeige



Willkommen in der langweiligsten Location der Welt.

Eine Eventlocation, die immer eine Lösung parat hat? Die für jeden Event die passende Größe hat und noch ein Theater? Deren Industrievergangenheit überall beeindruckend zu spüren ist – weil sie eine hat?

Das wäre das Ende. Von Telefonmarathons mit mehreren Dienstleistern für eine Tagung. Von Millionen Organisationsproblemen für eine Veranstaltung. Kurz: Von allem, was Ihr Leben bisher stressig gemacht hat. Sie würden nichts davon vermissen? Dann freuen Sie sich auf das Colosseum Theater Essen: die langweiligste Location der Welt.

Dürfen wir Sie ein wenig langweilen?

Per Telefon unter 0201.24 02 – 0 oder unter info@colosseumtheater.de und www.colosseumtheater.de

 **COLOSSEUM
THEATER ESSEN**



Der Hannoversaal ist der größte Konferenzraum im Dormero in Hannover. Er ist in zwei Räume teilbar und bietet in parlamentarischer Bestuhlung Platz für bis zu 280 Personen.

← Zimmer nicht nur von der kostenfreien Nutzung der Minibar, sondern darüber hinaus von einem wirklich jungen und frischen, sehr gepflegten Design – sogar dann, wenn die Veranstaltung selbst nicht dort stattfindet.

Zur Ausrichtung von Veranstaltungen gibt es im Haus ausreichend Räumlichkeiten mit modernster technischer Ausstattung: Neben zwei Konferenzsälen, einzeln oder zusammen nutzbar, mit insgesamt 494 qm Fläche und für bis zu 550 Personen in Theaterbestuhlung geeignet, stehen fünf weitere Arbeitsräume von 23 bis 81 qm Fläche zur Verfügung.

In direkter Nähe liegen die HDI-Arena, die Herrenhäuser Gärten und die Altstadt Hannovers. Elegant tagen heißt es im einzigen Fünf-Sterne-Haus Hannovers: Kastens Hotel Luisenhof. Zehn flexible Tagungsräume in Clubatmosphäre sind für jede Art von Veranstaltung geeignet. Ob kurzes Meeting, mehrtägige Konferenz oder teamförderndes Incentive – im Luisenhof hat jedes Event Stil.

Der Georgsaal mit Foyer, das sich gut für Ausstellungen jeder Art eignet, bietet auf 180 qm Platz für 200 Personen. Der etwas kleinere Gobelinsaal, ebenfalls mit Foyer, fasst 140 Personen. In den acht Clubräumen mit einer Fläche zwischen 18 und 52 qm finden regelmäßig Besprechungen, Seminare, Vorstandssitzungen und andere Veranstaltungen statt.

Medcon & more

Ein Schwerpunkt im Veranstaltungsbe-
reich liegt in Hannover auf medizinischen Kongressen – nicht zuletzt auch wegen der ortsansässigen Firmen. In und rund um die Stadt arbeitet jeder siebte Beschäftigte in der Gesundheitswirtschaft. Mit insgesamt mehr als 62.000 Angestellten und mehr als 3.000 Unternehmen gilt diese Branche als wachstumsstärkste der Region. Dennoch: „Das Thema Gesundheitswirtschaft ist hier definitiv noch ausbaufähig“, betont Joachim König. „Mit

der MHH und den darum angesiedelten Unternehmensstrukturen, Instituten und Forschungseinrichtungen ist eigentlich eine gute Substanz entstanden, um daraus auch Geschäft zu generieren – gerade für Kongresse und Tagungen.“ Daher gründeten die Medizinische Hochschule Hannover (MHH), die Deutsche Messe AG und das HCC am 01. Juli 2016 eine eigene GmbH: die medcon & more, spezialisiert auf die Organisation von Veranstaltungen im Bereich Gesundheitswirtschaft.

Aufgrund der Lage des Forum Niedersachsen im Medical Park Hannover kann die Gesellschaft auf der einen Seite Synergien bei Akquise, Organisation und Durchführung entsprechender Branchenevents nutzen. Auf der anderen Seite erhöhen sich die Chancen und Möglichkeiten für neue Veranstaltungen vor allem der Gesundheitswirtschaft am Standort Hannover, indem die Gesellschaft gezielt an Entscheider aus Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft herantritt, um mit ihnen die Durchführung von Kongressen und Tagungen vorrangig in Hannover zu entwickeln. Die medcon & more betreibt auch ein eigenes kleines Kongresszentrum.

In direkter Nachbarschaft liegt die Medizinische Hochschule (MHH) – wie alle zentralen Beteiligten in Hannover mit einem breiten, flexiblen Spektrum an Veranstaltungsräumlichkeiten sowie kreativen Ambitionen, das Eventgeschäft auszubauen.



Die Lobby vor dem Restaurant Sonderbar bietet sich für Pausen während der Veranstaltung an.
Fotos: Dormero Hotel Hannover

Von Krankenhaus bis Krimi: Veranstaltungen in der MHH

Am 17. Mai 1965 wurde die Hochschule in der Aula der seinerzeit Tierärztlichen Hochschule Hannover als Medizinische Hochschule Hannover (MHH) gegründet und feierte im vergangenen Jahr 50-jähriges Jubiläum. Externe Seminare, Meetings, Lesungen und anderes finden hier allerdings erst seit dem Jahr 2005 statt. „Viele haben noch Bedenken, was Events im Krankenhausumfeld angeht“, erzählt Tore Padula, Marketing- und Projektleiter im Bereich Veranstaltungsmanagement der MHH bei einem Rundgang über das Gelände. Dabei seien doch Vorlesungsbereiche und Seminarräume vom Krankenhaus komplett getrennt. „Wir wollen gern an unserem Image arbeiten und auch mal ganz andere Events hier stattfinden lassen, damit mehr Leute davon wissen, was wir zu bieten haben“, betont er.

Und das ist eine beachtliche Menge an Räumen für jede Art von Veranstaltung und Gruppengröße. Vom klassischen Hörsaal über moderne Seminarräume bis hin zum Science Lab – das Portfolio ist nicht nur für medizinisches Fachpersonal geeignet, sondern bietet allen Branchen solide Meetingmöglichkeiten. Das Gelände selbst ist gut mit öffentlichen Verkehrsmitteln und dem Auto erreichbar, aber auch die Hörsäle sind größtenteils für Lieferfahrzeuge zugänglich.

Die Kapazität der Hörsäle reicht von 34 qm mit 106 Sitzplätzen über 58 qm



Jahrestagung: Die MHH bietet zahlreiche lichtdurchflutete Ausstellungsflächen. Foto: Medizinische Hochschule Hannover / Tom Figiel

mit 334 Sitzplätzen bis hin zum größten Saal mit 119 qm und 472 Sitzplätzen. Und Hörsaal ist dabei nicht gleich Hörsaal, denn die Renovierungsmaßnahmen wurden bewusst gesteuert. „Gerade die alten Hörsäle haben für manche Kunden einen gewissen Charme“, erzählt Padula. Sie freuen sich noch über einen alten Overheadprojektor oder eine Tafel mit Kreide, da man so eine gewisse Nostalgie hätte und auch der Bedarf an neuer Technik gar nicht immer gegeben sei. Aber auch die neuen, modern ausgestatteten Hörsäle würden gut gebucht. Daher wird im

kommenden Jahr das komplette Gebäude J-2 inklusive der fünf Hörsäle modernisiert. Die Säle verfügen dann alle über ein Technikbüro sowie einen Lkw-Anlieferkeller. Der Innenhof eignet sich im Sommer für Kaffeepausen an der frischen Luft oder abendliche Barbecues. Auch für eine After-Work-Party bietet die MHH die passende Location: Das Wohnzimmer des Allgemeinen Studentenausschusses (AStA) kann als Lounge gebucht werden und bietet zahlreiche gemütliche Rückzugsnischen für ungestörtes Networking.

Wer nach der Arbeit seine Bank- oder Postgeschäfte erledigen, essen oder sogar zum Frisör gehen will, muss das Gelände des Veranstaltungsortes nicht verlassen. Denn es gibt einen Frisörsalon, Bankautomaten, einen Blumenladen und auch ein Café und Restaurant. „Die MHH ist quasi eine Stadt in der Stadt“, fasst Padula zusammen.

Ein besonderes Highlight ist der Hörsaal in der Pathologie. Betritt man den in dunklem Holz gehaltenen und mit roten Elementen durchzogenen Raum, wird man direkt in eine filmisch-düstere Stimmung versetzt. Die spezielle Pathologielampe tut ihr Übriges – die perfekte Szenerie für Lesungen oder Mottoveranstaltungen. „Hier haben wir schon öfter Krimilesungen veranstaltet“, erzählt der Marketingleiter. Und das mit großem Zulauf. „Wir wollen damit zeigen, wie vielseitig unsere Veranstaltungsräumlichkeiten sind, und damit auch andere Zielgruppen an die MHH holen.“



Mehr als nur medizinische Veranstaltungen – die Möglichkeiten in der MHH sind bunt und vielseitig. Fotos: Medizinische Hochschule Hannover

„Bei medizinischen Veranstaltungen ist Hannover die Nummer eins“

Medizin und mehr als Medizin – die medizinische Fakultät Hannover ist als Ort für viele Arten von Veranstaltungen geeignet.

Ein Schwerpunkt liegt natürlich auf der Medizin, aber auch ganz andere Events sollen mehr werden – findet Tore Padula,

Marketing- und Projektleiter im Veranstaltungsmanagement. Wir haben mit ihm über die Rolle von medizinischen Veranstaltungen in Hannover, Besonderheiten und Pläne der MHH gesprochen.



Tore Padula ist für die Veranstaltungsplanung in der MHH zuständig und weiß: Hier gibt es noch viel ungenutztes Potenzial. Foto: MHH

Welche Rolle spielen medizinische Fachveranstaltungen für den Veranstaltungsort Hannover?

Medizinische Fachveranstaltungen spielen in Hannover eine sehr große Rolle. Hannover ist auch wegen des bundesweit bekannten Medical Parks die zentrale Anlaufstelle für medizinische Veranstaltungen und junge Unternehmen der Life-Science-Branche. Tagungen, Kongresse und medizinische Fortbildungen sind in der Art und Weise, wie sie zum Beispiel an der MHH stattfinden, im Norden nur noch in wenigen Städten möglich. Die zentrale Lage Hannovers lockt Veranstalter aus allen Himmelsrichtungen an, was unter anderem wiederum zu einer hohen medialen Aufmerksamkeit führt.

Welchen Platz nimmt die MHH in der Veranstaltungslandschaft Hannovers ein?

Betrachten wir hier nur die medizinischen Veranstaltungen, sind wir in und um Hannover ganz klar die Nummer eins. Mit ungefähr 1.500 Veranstaltungen im Jahr müssen wir uns auch nicht vor anderen Agenturen und Kongressveranstaltern

verstecken. Durch aktuelle Veranstaltungen wie den „Krankenhaushygienetag“ im September oder den „Weltrheumatag“ im Oktober, die wir mit Bravour gemeistert haben, fühlen wir uns da auch bestätigt. Einmalig in Hannover war in diesem Jahr auch die Präsentation eines mobilen OPs mit 15 m Länge, der für eine Tagung extra aus England zur MHH transportiert wurde. Generell sollte man sich auch die sinkende Anzahl an Unikliniken vor Augen führen. Wo ist es noch möglich, direkt an der „Lehrquelle“ Veranstaltungen durchzuführen? Humanmedizin, Zahnmedizin, Biomedizin und viele weitere Bereiche werden an der MHH abgedeckt und der Bezug zur Wissenschaft ist unmittelbar gegeben. Aber auch nichtmedizinische Veranstaltungen sind bei uns auf dem Vormarsch und führen immer mehr Autoren wie zum Beispiel Michael Nast (Generation Beziehungsunfähig) und Tomislav Perko (*How to travel with almost no money*) zu uns.

Wir freuen uns über jeden Interessenten, der eine Veranstaltung auf unserem Campus durchführen möchte.

Was zeichnet den Veranstaltungsort Hannover aus? Was sind Besonderheiten?

Die Stadt Hannover zeichnet sich durch den perfekten Mix von ländlicher Gegend und Großstadtleben aus. Für Rahmenprogramme auf Tagungen und Kongressen ist sie ideal: Von königlichen Gärten bis Altstadtführungen – es gibt nichts, was es in Hannover nicht gibt. Der Standort Hannover bietet in vielerlei Hinsicht Vorteile für Großveranstaltungen. Hannover besitzt einen internationalen Flughafen und ist Knotenpunkt für das europäische Schienennetz mit Verbindungen von Paris nach Moskau oder von Rom nach Kopenhagen. Für die Verkehrsachsen Nord-Süd und Ost-West sind die Autobahnen A2 und A7 von besonderer Bedeutung. Insgesamt bietet Hannover eine hervorragende Infrastruktur, die das Reisen in und nach Hannover entspannt ermöglicht. Außerdem hat sich die Stadt durch Messen wie

die CeBit oder die Expo 2000 ein sehr gutes Image in Sachen Veranstaltungen aufbauen können.

Wo liegen die Schwerpunkte der MHH?

Ganz klar: medizinische Veranstaltungen. Unsere Räumlichkeiten bieten Plätze von 25 bis 500 Personen in Seminar- oder Hörsaalatmosphäre, was eine Durchführung jedes Kongresses möglich macht. Große Gangzonen und Ausstellerflächen vor den Räumlichkeiten bieten Platz für Exponate und Aussteller. Ein gutes Beispiel dafür ist die jährliche Durchführung des „HepNet-Symposiums“. Hierbei greift die „Deutsche Leberstiftung“ sowohl auf unsere Hörsäle als auch auf unsere Ausstellerflächen zurück. Ganz besonders bei uns ist jedoch unser Motto „Alles aus einer Hand“. Unsere Veranstaltungen kommen größtenteils ohne Fremddienstleistung aus: eine Druckerei, ein Blumenladen, moderne Präsentationstechnik, geschultes Personal und ein eigener Catering-Service der Zentralküche samt Servicepersonal – das alles und noch viel mehr befindet sich auf unserem Campus. Auch die Kooperation der Deutschen Messe AG, des Hannover Congress Centrums und der MHH, die sich in der medcon and more GmbH bündelt, erweitert das Angebot.

Wie sehen die Pläne in Sachen Veranstaltungen für die Zukunft aus?

Die meisten medizinischen Fachveranstaltungen finden zwar jährlich statt, wechseln dabei aber auch in der Regel die Location. Für uns bedeutet das, weitere Veranstalter von uns und der Stadt Hannover zu überzeugen. Außerdem haben wir es uns zur Aufgabe gemacht, nichtmedizinische Veranstaltungen an die MHH zu locken. Unsere Hörsäle bieten sich perfekt für Buchvorstellungen, (Krimi-)Lesungen, Konzerte und Ausstellungen an. Sogar Hochzeiten, Personalversammlungen und Jubiläen können bei uns durchgeführt werden. Zurzeit arbeiten wir an einem Konzept zur Modernisierung der Medientechnik. So möchten wir in naher Zukunft die Vernetzung wissenschaftlicher Zentren weltweit verbessern und unser Portfolio an Dienstleistungen weiter ausbauen.

Tradition und Innovation: das Hannover Congress Centrum

Das HCC hat 2014 sein 100-jähriges Jubiläum begangen. Ursprünglich wurde die Location als Stadthalle errichtet und genutzt. Heute wird die alte Halle mit dem historischen Kuppelsaal und großen Festsälen ergänzt um Funktionshallen und über 30 Konferenz- und Seminarräume.

Das HCC ist neben dem MHH und der Messe einer der zentralen Player im MICE-Business der niedersächsischen Landeshauptstadt. „Hannover hat so viele Angebote, daher spezialisieren wir uns im HCC auf die Kongresse“, erklärt Marco Lehmann, Sales Manager. Auch der Geschäftsführer Joachim König betont diesen Fokus: „Das Geschäft im Bereich von 300 bis 3.000 Teilnehmern kann sehr spannend sein.“

Stellt sich die Frage, ob sich die Hauptakteure dann nicht als eigentliche Konkurrenz betrachten. Man sei im Bereich der kleineren Veranstaltungen sicherlich auf eine gewisse Weise Konkurrenz, arbeite aber so gut es geht – und das funktioniert einwandfrei – mit dem größeren Partner zusammen. Denn: „Kooperationen sind die Zukunft. Und der Wettbewerb der Zukunft findet auch eher auf Augenhöhe mit den vorhandenen Wettbewerbstädten statt“, ist sich König sicher. Schließlich habe man das gleiche Ziel: „Wir wollen, dass mehr und neues Geschäft nach Hannover kommt. Dann wird sich auch der Wettbewerb eher erträglich gestalten.“

Und allein im HCC wurden nur im letzten Jahr 1.100 Veranstaltungen realisiert – kein Wunder, denn die Räumlichkeiten werden dem Motto des HCC gerecht: „Tradition und Innovation“. Alle Säle sind so weit im ursprünglichen Zustand erhalten und restauriert worden, wie es die Bausubstanz zuließ. Dennoch verfügen sie aber über die modernste Technik und sind flexibel anpassbar an Gruppengrößen und individuelle Bedürfnisse.



Das Hannover Congress Centrum (HCC) liegt direkt neben dem Stadtpark und besteht aus einem historischen und einem moderneren Teil. Foto: HCC

Events in und mit royaler Atmosphäre: die Räume im HCC

Eine ganz besondere Veranstaltungslocation ist der Kuppelsaal des HCC, in dem schon seit Eröffnung des Gebäudes vor einhundert Jahren bis heute Konzerte weltbekannter Künstler stattfinden. Aber auch für Aktionärs- und Jahreshauptversammlungen sowie private Feiern wird der Saal gebucht.

„WIR MÜSSEN NEUES GESCHÄFT NACH HANNOVER HOLEN.“

Joachim König

Von Juni 2015 bis Februar 2016 war der Kuppelsaal geschlossen und wurde für sieben Millionen Euro saniert. Unter anderem wurde die komplette Holzvertäfelung erneuert. Dabei wurden auch alte Stuckarbeiten hinter der Wand wiederentdeckt und wiederbelebt. „Der Gebäudemanager hat das alles mit der Endoskop-Kamera hinter der Wand entdeckt“, berichtet Lehmann. Zu Zeiten der Renovierungsarbeiten in den 60er-Jahren habe man das pragmatischer gesehen: Das Alte wurde früher einfach überdeckt. Heute zählt die

Erhaltung der Historie eines Gebäudes mehr denn je – und das auch dann, wenn es um moderne und zukunftsorientierte Modernisierungsmaßnahmen geht. Apropos Modernisierung: Die Akustik im Saal wurde optimiert, indem ein großes Akustiksegel durch kleine Wolken ersetzt wurde. Zusätzlich gibt es eine ausgeklügelte elektrisch gesteuerte Beschallungsanlage. „Und es gibt keine feste Bestuhlung, wir können die Sitzordnung gestalten, wie das der Kunde wünscht“, so Lehmann. Bis zu 3.500 Gäste können hier in beinahe royaler Atmosphäre tagen.

Auch die 28 Konferenzräume bieten historisches Flair und mit einer Kapazität von 20 bis zu 260 Personen maximale Flexibilität. Bei der Benennung der Räumlichkeiten spielen darüber hinaus die historischen Gegebenheiten eine Rolle: Der Kammermusiksaal, der bisher den Titel „Beethoven-Saal“ trug, wurde in diesem Jahr umbenannt in Leibnitz-Saal – passend zum Leibnitz-Jahr 2016 in Hannover. In der niedersächsischen Landeshauptstadt hatte der Universalgelehrte 40 Jahre gelebt, bevor er im November 1716 verstarb.

Beim Bankett legt das HCC viel Wert auf regionale Produkte. „Der Kunde kann das wählen, was es in der jeweiligen Saison gibt. Im Winter gibt es bei uns keine Erdbeeren“, so Lehmann. Dies ist ein besonderes Konzept im HCC. Darüber hinaus ist ein weiterer gastronomischer Aufgabenbereich des HCC auch die HDI Arena mit dem Bundesliga-Spielbetrieb und einer Vielzahl von kleinen und großen Sonderveranstaltungen bis hin zu Stadionkonzerten.



Der Kuppelsaal ist ein Highlight des HCC. Erst im vorigen Jahr ist er aufwendig renoviert worden. Foto: R. Dröse

Die HDI-Arena: mehr als nur ein Fußballstadion



Wo sonst die Pressekonferenzen von Hannover 96 abgehalten werden, finden auch Seminare und Vorträge eine besondere Kulisse. Fotos: HDI-Arena / M. Theis

Durch den Spielertunnel auf das Spielfeld gehen, Applaus wird eingespielt – wer würde das nicht gern einmal erleben? Was viele nicht wissen: Neben dem Spielfeldrand kann auch eine Veranstaltung stattfinden.

Dabei hat die Arena gerade auch durch das sportliche Umfeld für Eventplaner viel zu bieten. Auf drei Ebenen vereint das Gebäude die verschiedensten Räumlichkeiten mit ganz unterschiedlichem Ambiente. Egal ob schick oder leger, ob Vortrag oder innovative neue Formate – die HDI-Arena bietet für verschiedenste Bedürfnisse passende Möglichkeiten: Von der Produktpräsentation über Roadshows, Tagungen und Firmenfeiern bis hin zum Cocktail neben dem Spielfeldrand – die Arena ist eine vielseitige Veranstaltungslocation.

Events in Spielfeldnähe: Die Etage 0

Auf der Etage 0, im Untergeschoss, befindet sich unter anderem der 150 qm große Pressekonferenzraum. Er bietet eine gute Plattform für Produktpräsentationen mit maximal 60 Gästen. In der davorliegenden Mixed Zone mit 160 qm für 45 Personen finden Events im sportlichen Gewand statt. Wo sonst die Spieler in den letzten Sekunden vor dem Anpfiff zu Höchstleistungen angespornt werden, können ebenso Chefs ihre Mitarbeiter zu neuen Bestleistungen motivieren.

Zusätzlich zur Mixed Zone und dem Pressekonferenzraum stehen weitere Räumlichkeiten zur Verfügung, beispielsweise für das Catering, als Workshop-Raum oder für die An- und Absprache im kleinen Kreis. Die Gästekabinen, Doping-

kontrollräume oder der Schiedsrichterraum vervollständigen die Atmosphäre für ein unvergessliches Event.

Panorama de Luxe: Etage 1

Der insgesamt 1.400 qm große Panoramabereich in der ersten Etage bietet exklusive Clubatmosphäre mit direktem Stadionblick durch eine XXL-Glasfront. Bis zu 1.000 Personen finden hier Platz. Wie in allen Räumen ist die Bestuhlung individuell gestaltbar. Die lichtdurchflutete Ebene ist in drei Bereiche unterteilt, wobei der 350 qm große nördliche Teil besonders für Weihnachtsfeiern, Schulungen oder Vorträge geeignet ist.

Der südliche Teil eignet sich ideal für größere Vorträge, Präsentationen und Meetings. Hier könne man auch eine Bühne aufbauen, berichtet Christian Katz, Sales- und Eventmanager in der HDI-Arena. Lesungen und Konzerte fänden hier eine besondere Atmosphäre. Einmal habe man auch eine Lesung mit Schiedsrichter Dr. Markus Merk gemacht. Da sei das Stadion eine wesentlich passendere Veranstaltungslocation gewesen als ein Ort in der Stadt. Man habe auch gerade daher einen sehr kollegialen Austausch mit den Wettbewerben, denn die Kunden, die zum Beispiel eine Veranstaltung beim HCC machen wollen, kämen sowieso nicht in die HDI-Arena. Das seien zwei völlig verschiedene Zielgruppen.

Zwei 50 qm große Lounges ergänzen den Panoramabereich und bieten sich als „Executive Bureau“ oder

Produktionsbüro an sowie für eine Messe oder Ausstellung.

Formelle Events: Etage 2

Wer es lieber formell mag, findet auf der Etage 2 eine Meeting Corner von 170 qm und einen Business-Treff mit 110 qm. Dort steht auch ein Rundtresen zur Verfügung, der sich bestens für angeregte Gespräche eignet. Der großzügige Sitzbereich für bis zu 75 Personen lädt zum Verweilen auch nach dem offiziellen Teil der Veranstaltung ein. Zusätzlich gibt es Workshop-Räume, um in Gruppen von 5 bis 10 Personen konzentriert zu arbeiten.

Highlight Arena Lounge: Etage 3

Die 200 qm große Arena Lounge mit ihren Lounge-Möbeln und der besonderen Lichtstimmung ist der ideale Platz für entspannte Feiern bei Cocktails und Fingerfood. Ob als abendlicher Ausklang eines Businessmeetings oder für eigenständige Veranstaltungen – rund 140 Personen können hier die Nacht zum Tag machen.

Wer noch zusätzlichen Rückzugsraum benötigt, findet auf dieser Etage auch das Pressecafé mit 70 qm für bis zu 40 Personen – eine weitere Möglichkeit für Besprechungen oder Catering.

Veranstaltungsräumlichkeiten auf drei Etagen mit dem gewissen Etwas – in der HDI-Arena kann, aber muss man nicht sportlich tagen, und das sollten auch mehr Leute wissen, wie Christian Katz betont. Für viele sei die HDI-Arena nur ein Fußballstadion, erklärt er. Aber: „Wir machen mehr als nur Fußball und wollen das aktiv bewerben. Dass wir auch Veranstaltungslocation sind, war bisher nämlich nur Logenbesitzern und Sponsoren bekannt.“ Raumauswahl, Ambiente und Service werden das sicher bald ändern.

In der Mixed Zone können sportlich inspirierte Veranstaltungen für bis zu 45 Personen stattfinden.



Tierisch einfach – Veranstaltungslocation Zoo



Die kleine Palasthalle im Dschungelpalast bietet ein besonderes Ambiente für Galadinner.

Fotos: Erlebnis-Zoo Hannover

Ebenfalls eine Location mit Abenteuerpotenzial ist der Erlebnis-Zoo Hannover. Originelle und spannende Veranstaltungslocations für jede Art von Gruppengröße und Event treffen hier auf die wilde Romantik des Tierreichs. Abwechslungsreichere Settings als im Zoo sind nur schwer denkbar.

Jährlich werden im Erlebnis-Zoo Hannover über 2.000 Events gefeiert. Die Palette reicht von der Familienfeier über Tagungen und Seminare oder Workshops bis hin zur Abendveranstaltung. Elf thematisierte Locations in sieben Themenwelten entführen die Teilnehmer in andere Länder und Welten – darunter Indien, Afrika, Kanada oder auch heimische Gefilde wie Niedersachsen, die einmal von ganz anderen Seiten erlebt werden können.

Im Dschungel

Ein Meeting im Dschungelambiente? Im Dschungelpalast wird die Lebendigkeit des Tropenwaldes zum Teil der Veranstaltungen. Tagsüber sind hier Elefanten, Tiger und exotische Tiere zu Hause, am Abend dienen die leuchtenden Farben Indiens als Kulisse für verschiedene Events. Der Dschungelpalast bietet eine ganz besondere Kulisse für größere Abendveranstaltungen mit bis zu 2.000 Gästen.

Auch die anderen Orte dieses Themenbereichs sind sehr imposant: Der Prunksaal des Maharadscha im Dschungelpalast macht mit indischen Malereien, mosaikverzierten Säulen und Blumenornamenten seinem Namen alle Ehre. Er bietet im Winter Platz für 150 bis 400 Personen,

wenn nur die Indoor-Räume genutzt werden können. Im Sommer finden indoor und outdoor insgesamt bis zu 800 Personen Platz.

Die „kleine Schwester“ des Prunksaals, die indische Palasthalle, ist für kleinere Veranstaltungen in exklusiver Atmosphäre geeignet und fasst 50 bis maximal 80 Personen.

Der Zauber Afrikas

Wer dem indischen Bollywood-Szenario nicht viel abgewinnen kann und afrikanische Savanne als Kulisse bevorzugt, ist mit seiner Veranstaltung in der Afrikalandschaft Sambesi gut aufgehoben. Der gleichnamige Veranstaltungsraum hat Platz für 5 bis 20 Personen. Nach Tagung, Seminar oder Meeting können die Teilnehmer zu einer romantischen After-Work-Bootsfahrt über den Fluss starten, vorbei an der afrikanischen Tierwelt, bevor im Café Kifaru saftige Grillsteaks genossen werden können.

Kanadische Wildnis

Appetit auf Abenteuer steht im kanadischen Hafenstädtchen Yukon Bay im Vordergrund. Nordamerikanische Wildnis prägt das Ambiente und lokale Schlemmereien runden die Veranstaltung ab.

Die Yukon Market Hall ist eine mit Schwertfischen verzierte Holzhalle, die in den 1920er-Jahren für den Fisch-

Café Kifaru: Im Café Kifaru werden die Veranstaltungen von der afrikanischen Savanne inspiriert.

handel erbaut und rund 30 Jahre später zur Yukon Market Hall mit vielen kleinen Ständen umgebaut wurde. Als Veranstaltungsort fasst sie im Winter 100 bis 450, im Sommer bis zu 800 Personen.

Für kleinere Feiern und Tagungen bietet sich das ehemalige Büro des sagenumwobenen Kapitäns Henry Charters, der Captain's Room, an. Der Raum mit großem Balkon und Blick über den gesamten Hafen eignet sich für 25 bis 46 Personen.

Heimat mal anders

Auf Meyers Hof im Erlebnis-Zoo Hannover wird der Besucher in die Vergangenheit Niedersachsens versetzt: Alte Fachwerkhäuser, schnatternde Gänse und wollige Schafe – das ist das Setting für eine Veranstaltung anno 1743. Denn in dem Jahr wurde die Festscheune errichtet, die Raum für bis zu 150 Personen bietet.

Ein weiteres rustikales Highlight ist die alte Werkstatt. Treckersitze sind hier die Stühle, alte Türen die Tische, die Werkbank ist der Tresen und alte Werkzeuge sowie Hufeisen hängen an der Wand. Kleinere Veranstaltungen mit 20 bis 33 Teilnehmern können in der Werkstatt realisiert werden.

Egal ob es die Planer zu exotischen Zielen in die Ferne zieht oder in die ländliche Idylle Niedersachsens – die Natur macht auch im Erlebnis-Zoo einen großen Teil des Gesamtpakets aus, denn die Veranstaltungsräumlichkeiten liegen immer eingebettet im Grünen.



Variables Raumwunder: die Deutsche Messe



Das Expo-Dach ist nur eines der architektonisch imposanten Bauwerke auf dem Messegelände.
Fotos: Deutsche Messe

Internationales Aushängeschild für Hannover, architektonisch einzigartiges Raumwunder, vielseitiger Veranstaltungsort – für die Messe Hannover ließen sich noch viele weitere Bezeichnungen finden. Tatsächlich ist sie als Location so vielseitig, dass man sie kaum in eine bestimmte Schublade stecken kann.

Mehr als 466.000 qm Hallenfläche und 58.000 qm Freigeländefläche bieten zahlreiche flexible Nutzungsmöglichkeiten. Beeindruckende Größe und dennoch kompaktes Gelände und kurze Wege für die Veranstalter – die modulare Unterteilung des Grundstücks macht es möglich. „Jede Baumaßnahme hat das Ziel, unser Gelände noch flexibler zu machen“, führt Stefan Köster, Leiter der Abteilung Gastveranstaltungen & Neue Messen, aus.

Von kleinen Tagesveranstaltungen bis hin zu großen internationalen Leitmesen – in der Deutschen Messe werden Theorien in die Praxis umgesetzt. Und das von Anfang an.

Pionier aus Tradition

Im April 1947 befahlen die britischen Besatzer den Hannoveranern, eine Exportmesse zu organisieren. Und so entstand die heute als Symbol für das Wirtschaftswunder geltende weltgrößte Messe. „Viele Messen werden auf einmal gebaut, die Deutsche Messe ist langsam gewachsen“, erklärt Stefan Köster. Aufgrund dessen sei ein architektonisch einzigartiges Messegelände mit einer besonderen Kombination aus Hallen, Kongresszentrum, Freige-

lände und Pavillons entstanden. Die weitflächigen, gut nutzbaren Grünanlagen, die größtenteils zur Expo 2000 angelegt wurden, unterscheiden das Gelände von dem anderer Messen.

Auch in Sachen digitale Entwicklung war das Unternehmen von Beginn an Vorreiter: Als erste Messe machte sie sich nur sieben Jahre nach der Erfindung des World Wide Web 1996 die neue Technologie zunutze. Mit „GLOBIS“ bot die Deutsche Messe den ersten virtuellen Messestandort im Internet an. Dort konnten Besucher von zu Hause aus rund um die Uhr auf sämtliche Produktinformationen zugreifen – Mitte der 1990er-Jahre nahezu revolutionär. Bis heute ist die Digitalisierung ein Schwerpunktthema der Messe und ihrer Veranstaltungen. Beispielsweise findet hier – bereits seit 1986 – jährlich die weltweit größte Messe für Informationstechnik, CeBIT, statt.

Neben der Digitalisierung liegen die Schwerpunkte auf Themen wie Gesundheitswirtschaft, Automotive sowie Finanzen und Versicherungen. „Wir begrüßen die Strategie der Kompetenzfelder, denn die Schwerpunkte der Stadt und auch des Landes Niedersachsen finden sich in unserem Kongressgeschäft wieder“, be-

tont Köster. „Wir haben selten exotischere Veranstaltungen.“

Neben großen Kongressen werde aber auch das Konferenzgeschäft gestärkt, so Köster. „Corporate Events sind auch für uns ein wachsender Markt, dabei vor allem das Thema Automotive.“

Überzeugender Hybrid: Messe und Convention Center

So verfügt die Messe über ein vielseitiges Kongresszentrum für bis zu 1.000 Personen. Auf der Erdgeschoss- und Saalebene befinden sich insgesamt 16 Säle, teilweise mit einer Glasfront und dementsprechend viel Tageslicht. Genauso gut können die Räume für Präsentationszwecke auf Wunsch abgedunkelt werden. Im Erdgeschoss gibt es weitere 13 flexible Räume. Zentrales Verbindungselement ist das Foyer, das sich gut für Empfänge eignet.

Säle 1 bis 3 – die Herzstücke

Sie wollen einen Seminarraum mit viel Tageslicht? Aber eigentlich sollte er bei der späteren Präsentation besser abgedunkelt sein? In den Sälen 1 bis 3 des Convention Center auf dem Messegelände sind Kunden nicht vor die Wahl gestellt. Vielmehr sorgt die umlaufende Glasfassade nicht nur für eine sehr helle, freundliche Atmosphäre, sondern kann bei Bedarf einfach komplett verdunkelt werden. Saal 1 verfügt zudem über eine fest eingebaute, 63 qm große Bühne, während Saal 2 ein Auditorium mit fester Bestuhlung bietet – eine angemessene Vortragssituation für bis zu 838 Personen. Zudem ist ein Backstagebereich vorhanden, der als Stau- oder Technikraum genutzt werden kann.

Als kleinster Saal bietet Nummer 3 Platz für maximal 550 Personen: Saal 3



Auch die Messe baut verstärkt auf das Konferenzgeschäft. Das Convention Center auf dem Gelände bietet vielfältige Möglichkeiten.

kann halbiert werden, ist ebenfalls verdunkelbar und verfügt auch über eine Bühne.

Im Erdgeschoss befinden sich weitere acht Säle, die sich teilweise kombinieren lassen, sowie 13 Räume mit einer Fläche von 30 bis 90 qm. Sie eignen sich für Workshops, begleitende Posterausstellungen oder als Lagerflächen. Auch Büroräume stehen in den Arkaden des Convention Centers bei Bedarf zur Verfügung.

Licht, Technik, Bestuhlung – im Convention Center der Deutschen Messe Hannover trifft enorme Kapazität auf enorme Flexibilität.

Ergebnis erfolgreichen Wachstums: Halle 19/20

Aber nicht nur kleinere Säle, sondern auch riesige Messehallen können wandelbar sein, wie die Halle 19/20 der Deutschen Messe beweist. Sie ist das Ergebnis einer auf Jahre angelegten Wachstumsstrategie des Unternehmens: Ideen frühzeitig entwickeln und konsequent umsetzen. So erwirtschaftete das Unternehmen im Jahr 2013 den höchsten Umsatz und Gewinn seit zehn Jahren. Aufgrund der guten

Zahlen konnte der Neubau der Halle aus eigener Kraft finanziert werden.

Die moderne Eventlocation lässt sich bei Bedarf mit wenigen Handgriffen in zwei Messehallen von 10.940 und 3.370 qm aufteilen. Als Einzelhalle bietet sie Platz für rund 10.000 Personen und ist für Gäste bei jedem Wetter trockenen Fußes erreichbar – durch einen gläsernen Übergang.

Und auch die Halle 19/20 verfügt über zusätzliche, flexible Tagungsräume: einen Saal mit Regie- und Dolmetscherplätzen, einen Tagungsraum und fünf flexibel gestaltbare Besprechungsräume, die Platz für 8 bis 800 Personen ermöglichen. Für das leibliche Wohl wird ebenfalls gesorgt: im angeschlossenen Restaurant „Five



In Halle 19/20 finden Veranstaltungsplaner alles, was sie brauchen: zwei Messehallen, flexible Tagungsräume und ein angeschlossenes Restaurant.

Continents“ mit 425 Sitzplätzen. Die Anbindung an die Straßenbahnhaltestelle Messe Nord ermöglicht eine problemlose An- und Abreise aus allen Richtungen.

So kann auf der Messe wie auch in Hannover selbst eine rundum durchdachte, effektive und gelungene Veranstaltung realisiert werden.

Anzeige

25hours und Accor verkünden strategische Partnerschaft

AccorHotels erwirbt einen 30-prozentigen Anteil an der 25hours Hotel Company und ist damit ab sofort strategischer Partner von 25hours als Begleiter des langfristigen und internationalen Wachstums. Mit diesem Schritt werden die Voraussetzungen für ein weltweites Wachstum der Marke 25hours geschaffen. Dadurch sollen auch interne Entwicklungsstrukturen ausgebaut und in Kürze ein Kreativlabor ins Leben gerufen werden.

Die 25hours Hotel Company betreibt acht Hotels in Hamburg, Frankfurt, Berlin, Wien und Zürich. Fünf weitere Häuser eröffnen in den nächsten zwei Jahren in Zürich, München, Köln, Düsseldorf und Paris. An einer Expansion ins europäische Ausland wird seit einiger Zeit gearbeitet, nun rücken auch Langstrecken-Destinationen in den Fokus. „Um spannende Hotels zu entwickeln, reicht es nicht interessante Konzepte zu haben. Man braucht auch ein lokales Netzwerk mit Standort-Expertise und erfahrene Partner vor Ort. Dank AccorHotels haben wir nun genau das auf allen Kontinenten“, ergänzt Hoffmann.

Um auch in Melbourne, Miami oder Mailand Hotels mit Seele entwickeln zu können, werden nun schrittweise die Strukturen des 25hours Head Office in Hamburg ausgebaut. Im Mittelpunkt steht dabei die Gründung eines Kreativlabors, das verschiedene Kompetenzen bündelt.

Die 25hours Hotels werden weiterhin von CEO Christoph Hoffmann und seinem langjährigen Management-Team geleitet, mit dem gemeinsamen Ziel die 25hours Unternehmenskultur mit Herzblut in die Zukunft zu führen. „Wir fühlen uns sehr wohl als Teil der Lifestyle-Strategie von AccorHotels und sind glücklich ein wichtiger Partner von einer der größten Hotelgesellschaften der Welt sein zu dürfen.“

Die Zustimmung der deutschen und österreichischen Kartellbehörden zu dieser Transaktion ist derzeit noch ausstehend.

Dorint freut sich auf ein weiteres Franchise-Hotel mit der HR Gruppe

Die imposante Glasfassade inmitten der mittelalterlich geprägten Altstadt fällt sofort ins Auge, und den weltbekannten Dom von Erfurt haben Besucher von dieser Adresse aus direkt im Blick: Das ehemalige Arcadia Grand Hotel am Dom erstrahlt ab sofort als Dorint Hotel am Dom Erfurt unter neuem Markenemblem.

„Das First Class Hotel passt perfekt in das Marken-Portfolio und wir sind sicher, dass wir damit als erstes Haus am Platz noch erfolgreicher sein werden“, so Ruslan Husry, Geschäftsführender Gesellschafter der HR Group, die das Hotel ab sofort als Lizenznehmer betreibt.

160 Zimmer und sieben Tagungsräume bietet das Dorint Hotel am Dom Erfurt in moderner Architektur zum Wohlfühlen. Selbstverständlich erwartet die Gäste auch hier Full Service made by Dorint sowie erstklassige Tagungskompetenz. Sieben Konferenzräume mit umfangreichen Tagungsmöglichkeiten finden sich hier. „Davon sind allein drei Salons zu einer Gesamtfläche von 405 Quadratmetern kombinierbar. Darüber hinaus sprechen die Spezialitäten unseres Restaurants „Gloriosa“ Geschäftsreisende wie lokale Gäste gleichermaßen an.“, erklärt Ruslan Husry.

Hampton by Hilton zieht in den Stadtteil Gateway Gardens

Der Baubeginn für das neue Haus der Hilton Marke im aufstrebenden Frankfurter Stadtviertel ist für Anfang 2017, die Eröffnung für 2018 geplant. Betrieben wird das Hotel mit rund 10.820 qm Geschossfläche auf Vermittlung von Colliers International von Primestar Hospitality; das Unternehmen hat mit Hilton Multi Development Verträge über den Betrieb von zehn neuen Hotels unter der Marke Hampton by Hilton in Deutschland abgeschlossen.

Der Hotelneubau der Kategorie drei Sterne wird auf acht Obergeschossen und zwei Untergeschossen mit 196 Zimmern und 31 Tiefgaragenstellplätzen ausgestattet sein. Im Erdgeschoss befindet sich der Frühstücks- und Aufenthaltsbereich. Das Gebäude nach dem Entwurf von BGF+ Wiesbaden wird um den Bestand von drei rund 150 Jahre alten Buchen entwickelt und legt großen Wert auf Nachhaltigkeit; eine LEED Zertifizierung in Gold wird angestrebt.

W Dubai – das erste Hotel in den Vereinigten Arabischen Emiraten

W Hotels Worldwide gibt die Eröffnung des ersten Hotels in den Vereinigten Arabischen Emiraten bekannt: das W Dubai – Al Habtoor City. Nach dem 2009 eröffneten W Doha ist dies das zweite Haus der Lifestyle-Marke im Nahen Osten.

Das W Dubai – Al Habtoor City und seine 356 Zimmer und Suiten, darunter die „Extreme WOW Suite“ und die „Sensationel Suite“, wurden von den in Singapur ansässigen Silberfuchs Studios und Ws preisgekröntem Designteam gestaltet. Das Mobiliar der Zimmer ist maßangefertigt; die helle, lebendige Farbpalette wirkt gegen die klaren Muster der minimalistisch gestalteten Zimmer.

Das W Dubai – Al Habtoor City verfügt über hochmoderne Veranstaltungsräume, darunter der außergewöhnliche, ovale, 725 qm große „Great Room“, in dem die Wände und die Decke zu einem Spiraleffekt konvergieren. Für kleinere Veranstaltungen und Tagungen eignen sich die fünf multifunktionellen Studios. Diese Räume sind mit dem für W Hotels typischem „Sensory Set Up™“ ausgestattet, das stimungsvolle Musik, verschiedene Düfte und vieles mehr erzeugen kann.

Radisson Blu eröffnet erstes Haus in Mannheim

Die Hotelmarke Radisson Blu hat am 17.10.2016 im neuen Stadtquartier Q6 Q7 das erste Hotel in Mannheim eröffnet. Mit der Lage im Herzen der Quadratesstadt bietet das erste Radisson Blu Hotel, Mannheim ein völlig neues Hotelenerlebnis in der Kurpfalz-Metropole an. Denn die Stadt an zwei Flüssen verfügt nicht nur über einen der größten Binnenhäfen Europas, sondern auch über ausgeprägte Stärken in den Bereichen Handel, Wirtschaft und Kultur.

Das Hotel verfügt über 229 Zimmer inklusive 13 Long-Stay-Appartements mit Kitchenette, sechs Juniorsuiten, drei Suiten und eine Präsidenten-Suite. Auch bei der Zimmergestaltung setzt das Radisson Blu Hotel, Mannheim ganz auf die Stadtheimen Urbanität, Regionalität und Kreativität. Konferenzteilnehmern stehen neun Tagungsräume zur Verfügung. Alle Räume des 700 qm großen Seminarbereichs bieten natürliches Tageslicht und Kapazitäten für bis zu 160 Teilnehmer, im größten Veranstaltungsraum „Q7“. Die Roof Bar des Radisson Blu Hotel, Mannheim punktet mit einer weitläufigen Dachterrasse inklusive Panoramablick über die Dächer der Stadt.

A nighttime photograph of the Hague skyline, featuring a mix of historic brick buildings and modern skyscrapers. The lights from the buildings are reflected in the water in the foreground. The sky is a deep blue.

The Experience The Network The Result The **Hague.**

Any event or conference is made up of a series of encounters, services, facilities and places. For an experience to be world-class every aspect has to be excellent – no weak links. The Hague delivers at every point. From taxi to debate to dinner, the quality never falters.

To hold a conference at The Hague email or call:
info@theconventionbureau.com + 31 (0)703 618 888

The Conference™
The **Hague.**

theconventionbureau.com

„Unser vorrangiges Ziel ist es, die Branche über den Wert technologischer Lösungen zu informieren“

Immer mehr Veranstaltungsplaner greifen bei der Vorbereitung und Durchführung ihrer Events auf Apps zurück. Dementsprechend wächst der Markt rasant und ist hart umkämpft. Eine der Branchengrößen ist Cvent. CI-Redakteurin Nadine Laske sprach mit David Chalmers, Marketing Director von Cvent Europe, über die Entwicklung des Unternehmens, die beständige Erweiterung des Produktportfolios in den vergangenen Jahren und die Rolle Cvents in der MICE-Branche.



David Chalmers ist seit Juni 2014 Marketing Director von Cvent Europe. Foto: Spotlight Communications Ltd.

Wie würden Sie Cvent jemandem beschreiben, der das Unternehmen noch nicht kennt?

Cvent wurde 1999 gegründet und ist mit Niederlassungen in Großbritannien, den USA, Deutschland und Indien eines der größten Eventmanagementtechnologie-Unternehmen der Welt. Cvent bietet Veranstaltungsplanern Softwarelösungen für Anwendungen wie Online-Eventregistrierung, E-Mail-Marketing, Wahl der Location, Eventmanagement sowie mobile Apps für Events, Lead-Erfassung, Internetumfragen oder On-site Check-ins und nicht zuletzt das Erstellen von Namensschildern. Heute gibt es rund um den Globus nahezu 200.000 aktive Nutzer der Cvent Softwarelösungen.

Unsere Produkte erlauben Veranstaltungsplanern, den gesamten Eventablauf zu handhaben - vom Erfassen der Daten über die schnelle und nahtlose Teilnehmerregistrierung bis hin zum Networking während und nach dem Event. Darüber hinaus haben wir das Cvent Supplier Network, den derzeit größten Online-Markt-

platz zur Locationsuche und -auswahl, sowie die erst vor Kurzem gelaunchte Hospitality Cloud, die es Hotels und Venues ermöglicht, Businessanfragen zu steigern und effizienter zu bearbeiten.

Cvent hat auf der diesjährigen IMEX die deutsche Version seines Tools Cvent Express Version gelauncht. Wie hat die Branche es angenommen?

Die Nutzer lieben die Unkompliziertheit von Cvent Express, und wie einfach es ist, damit eine Veranstaltungswebsite zu kreieren oder eine Online Registrierung mithilfe der intuitiven Drag & Drop Oberfläche durchzuführen. Sie empfinden es als perfekte Lösung, wenn sie für Events nur ein „ja“ oder „keine Angabe“ brauchen oder Karten für eine Veranstaltung verkaufen möchten.

Was hat sich seitdem verändert? Gibt es beispielsweise weitere Funktionen?

Wir haben nun auch die deutsche Version von Cvent Express Professional herausgebracht. Das erlaubt unseren deutschen

Kunden sämtliche Funktionen zu nutzen und das für jede Art von Event – egal ob klein oder groß, komplex oder unkompliziert: Mehrere Registrierungspfade und Anmeldeformulare für unterschiedliche Teilnehmergruppen wie auch Programme mit verschiedenen Sessions können über mehrere Tage hinweg kreiert werden.

„WIR ARBEITEN KONTINUIERLICH DARAN, UNSERE PRODUKTE SO WEITERZUENTWICKELN, DASS UNSERE KUNDEN IMMER MEHR ASPEKTE DES GESAMTEN VERANSTALTUNGSABLAUFS DAMIT BEWÄLTIGEN KÖNNEN.“

Wie sehen Ihre Pläne für die Zukunft des Unternehmens und seine Rolle in der MICE-Branche aus?

Unser vorrangiges Ziel ist es, die Branche über den Wert von technologischen Lösungen wie auch Best-Practice-Beispielen zu informieren. Seit drei Jahren ist Cvent auch in Frankfurt ansässig und seitdem haben wir Weiterbildungsprogramme für die MICE-Branche entwickelt. Darüber hinaus haben wir in Deutschland Partnerschaften mit dem MICE Club LIVE und veranstaltungsplaner.de geschlossen, so dass deren Mitglieder nützliche Einblicke darin gewinnen können, wie der Einsatz von Technologie sich positiv auf ihre Veranstaltungen auswirken kann.

Abgesehen davon arbeiten wir kontinuierlich daran, unsere Produkte so weiterzuentwickeln, dass unsere Kunden immer mehr Aspekte des gesamten Veranstaltungsablaufs damit bewältigen können. Wir sind immer dabei, uns über neue Technologien zu informieren und darüber, wie diese unseren Kunden dabei helfen könnten, die Zufriedenheit der Teilnehmer noch zu steigern.

Eröffnungstermin für Elbphilharmonie Hamburg steht fest

Nach etlichen Verzögerungen und einer Bauzeit von neuneinhalb Jahren soll die Elbphilharmonie am 11. und 12. Januar 2017 eröffnet werden. Die Stadt Hamburg hat das Gebäude bereits von HOCHTIEF abgenommen und an die HamburgMusik GmbH übergeben. Anfang November wurde daraufhin die Plaza der Elbphilharmonie, die öffentliche Aussichtsplattform in 37 m Höhe zwischen dem ehemaligen Kaispeicher und dem gläsernen Neubau, offiziell eröffnet.

Der Erste Bürgermeister Olaf Scholz betonte bei der Eröffnung der Plaza die Bedeutung der Elbphilharmonie als Haus für alle: „Hamburg hat jetzt eines der besten Konzerthäuser der Welt. Ich freue mich sehr, dass wir die Reihe der offiziellen Eröffnungsfeiern auf der Plaza beginnen. Wir stehen hier im Hamburger Hafen, 37 Meter über dem Meeresspiegel auf dem höchsten öffentlichen Platz in Norddeutschland – und über uns schwebt ein Hochhaus. Die Elbphilharmonie ist ein Haus für alle.“

Zur Eröffnung werden am 11. und 12. Januar zwei Konzerte stattfinden. Die HamburgMusik GmbH als Betreibergesellschaft der Elbphilharmonie mit ihrem Generalintendanten Christoph Lieben-Seutter erwartet rund 4.500 Besucher. Tickets können allerdings nicht gekauft werden: Eingeladen werden Persönlichkeiten aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft sowie zahlreiche Pressevertreter.

Gästeorganisation und Teilnehmermanagement für die Eröffnungsveranstaltungen übernimmt die Wuppertaler Agentur Guest-One. „Wir freuen uns sehr, unseren Teil zu den Eröffnungskonzerten der Elbphilharmonie beitragen zu können“, so Oliver Maitre, Ge-



Nach neuneinhalb Jahren Bauzeit fertiggestellt: die Elbphilharmonie Hamburg.
Foto: Sophie Wolter

schäftsführer von Guest-One. Die Full-Service-Agentur übernimmt darüber hinaus Druck, Konfektionierung und Versand der Einladungskarten. (nl)

Anzeige

NEU mit
MICE Quiz
Show

5. Schweizer KonferenzArena 2017

Mittwoch, 25. Januar 2017, 10.00 bis 18.30 Uhr
Kongresshaus Zürich

**Informationen und
Besuchermanmeldung:**
www.konferenzarena.ch

- **Ausstellung**
Umfassende Ausstellung mit Schweizer Leistungsträgern und Dienstleistern aus allen Bereichen des MICE-Angebotes (Meetings, Incentives, Conventions, Events)
NEU: erstmals mit Ausstellern aus dem Ausland (Internationale Hotelketten und Tourist Offices)
- **Kongress**
Ausgebaute Content-Veranstaltung mit Top-Referenten in der Arena und auf der Impulsbühne
- **Networking**
Ausstellung, Kongress und der abschliessende Aperó sind perfekte Plattformen für ein effizientes Networking

Die KonferenzArena richtet sich an Seminar-Organisatoren, Kongress-Verantwortliche und Event-Veranstalter.


**KONFERENZ
ARENA**

Presenting Partner

MICE tip
Tagungen & Events organisieren


**SWISS
SALES**
Conferences

MICE Boat 2016

Famtrip, Roadshow, Workshop und Networking-Event zugleich

von Nadine Laske

Anfang Oktober war es bereits zum dritten Mal so weit: Das MICE Boat stach in See. Dieses Mal führte die Reise zweimal quer über die Ostsee – von Stockholm nach Tallinn und wieder zurück. Unter dem Motto „Treasure hunt at the Baltic Sea“ kamen 27 internationale Aussteller und 50 Eventplaner aus Deutschland, Österreich und der Schweiz zusammen. An Bord der M/S Romantika begaben sie sich gemeinsam auf die Suche nach wertvollen Businesskontakten, spannenden Locations und neuen Impulsen.



Bevor es mit der M/S Romantika am 07. Oktober 2016 auf große Fahrt ging, nutzten viele der Planer die Chance, Stockholm mitsamt seinen Veranstaltungsmöglichkeiten zu erleben. Sie reisten bereits am 06. Oktober zu der angebotenen Pre-Tour an und konnten so die Stadt sowie ausgewählte Partner des Stockholm Convention Bureaus kennenlernen.

Pre-Tour in Stockholm

Nach der kurzen Fahrt mit dem Arlanda Express vom Flughafen zum Hauptbahnhof wurden die Teilnehmer in der Lounge des Nordic Light Hotel von den Teams des MICE Boats und des Stockholm Convention Bureaus herzlich begrüßt. Ausgerüstet mit Stadtplänen durften die Teilnehmer die auf 14 Inseln erbaute Stadt mit der malerischen Altstadt daraufhin selbst erkunden. Am späten Nachmittag ging es dann aus der Innenstadt hinaus zum Hotel J. Das etwas außerhalb gelegene Hotel bietet tolle Ausblicke auf den Einlaufhafen Stockholms und somit auf die vorbeifahrenden Kreuzfahrtschiffe.

Abends ging es im Anschluss an eine kurze Vorstellung des Hotel J zu Fuß zu J's Fabrikörsvilla. Die ehemalige Residenz eines schwedischen Fabrikanten dient dem Hotel heute als exklusiver Veranstaltungs-

ort. Dort präsentierten sich das Team des Stockholm Convention Bureaus und in zwanzigminütigen Sessions dann auch deren ausgewählte Partner. In liebevoll bis ins Detail geplanten Präsentationen stellten sich immer drei oder vier Anbieter gemeinsam vor.

Ob Hotels, Venues, DMCs, PCOs, Transferservices oder Museen – am Ende hatten die Veranstaltungsplaner einen guten Eindruck davon, was in Stockholm alles möglich ist: angefangen mit dem Arlanda Express, der vom Flughafen in die Innenstadt fährt, über Bus- und Schiffsunternehmen, Museen wie das Fotografiska oder das POP HOUSE, welches neben der bekannten ABBA-Ausstellung noch drei weitere bietet, bis hin zum Artipelag, einer Eventlocation auf der Insel Värmdö inmitten der Schären.

Danach ging es für alle Beteiligten zu der zweiten Location des Hotels J: In J's Tornvilla wurde auf den Abend angestoßen und gemeinsam diniert. Die 1889 erbaute ehemalige Sommerresidenz mit mehr als 20 Räumen und drei Küchen war 2011 komplett renoviert worden und bietet Tagungs- und Banketträume in elegantem Ambiente.

Stockholm vom Wasser aus erkunden

Mit einem kleinen Ausflugsboot ging es am nächsten Morgen dann weiter: Da

Stockholm von Wasser umgeben ist, lohnt es sich, die Stadt und ihre Umgebung auch von diesem aus zu erkunden. Vom Hotel J aus ging es zur Festung in Vaxholm. Während der Fahrt testeten die Teilnehmer bei einem Quiz ihr bisheriges Wissen über Schwedens Hauptstadt und traten in Gruppen gegeneinander an. Ein weiteres Highlight der Fahrt waren die Ausblicke auf den Stockholmer Schärengarten. Mit seinen fast 30.000 Inseln (Schären) zeigt sich hier überwiegend unberührte Natur. Eine idyllische Landschaft, die von den Stockholmern gern am Wochenende oder in den Ferien aufgesucht wird.

Die Festung Vaxholm begeisterte die Teilnehmer zunächst mit den Team Activities, die in Hülle und Fülle angeboten werden. In dem historischen Gebäudekomplex gibt es ganze Stockwerke, die mit unterschiedlichsten Challenges aufwarten können. Toll daran ist, dass diese für zehn bis 500 Personen möglich sind und für jeden etwas dabei ist. Egal ob Geschicklichkeit, Wissen oder Sport – die Challenges können genau auf die Teilnehmer ausgerichtet

o.: Ab Mitte Dezember dieses Jahres wird die M/S Romantika auf der Strecke Stockholm–Riga eingesetzt werden.

u.: Die M/S Romantika bietet einen eigenen Konferenzbereich mit mehreren Tagungsräumen an.
Fotos: Tallink Silja GmbH





o. : Durch die malerische Altstadt zu schlendern, gehört einfach zu einem Besuch in Stockholm dazu.
Foto: Mikael Damkier/shutterstock.com

u. li. : Eine besonders vielseitige Event- und Tagungslocation ist die Festung in Vaxholm.
Foto: Jürgen R. Schreiter, SMS Frankfurt Group Travel

u. re. : Das Vasa-Museum ist Skandinaviens beliebtestes Museum und kann auch als Veranstaltungsort gebucht werden.
Foto: Matej Kastelic/shutterstock.com

werden. Dieses Angebot musste natürlich zunächst einmal selbst ausprobiert werden. Und zwar anhand einer überdimensionalen Version des Geschicklichkeitsspiels „Der heiße Draht“.

Im Anschluss daran wurde die Festung als Tagungsort vorgestellt. Schließlich bietet sie mehrere Säle, deren größter Platz für bis zu 180 Personen bietet. Das Restaurant kann zudem bis zu 250 Gäste in mehreren angrenzenden Räumen fassen. Der eindrucksvolle Innenhof kann, mit Zelten und Tischen versehen, Schauplatz eines Dinners für bis zu 2.000 Personen oder

eines Konzerts mit bis zu 4.000 Personen sein.

Die nahe gelegene kleine Insel Badholmen hingegen bietet eine exklusivere Atmosphäre für Feiern oder Tagungen mit maximal 135 Gästen. Mit einem kleinen Strand und Platz für weniger aufwendige Teamchallenges spielen die Abgeschlossenheit und idyllische Natur hier eine größere Rolle.

Ein Dinner mit Blick auf die Vasa

Eines durfte auf der anschließenden Fahrt nach Stockholm nicht fehlen: Fika, so heißt die typisch traditionelle schwedische Kaffeepause zu der Tee, Kaffee und Gebäck gereicht werden. Frisch gestärkt ging es als Nächstes in das meistbesuchte Museum Skandinaviens. Das Vasa-Museum zeigt in seinen beeindruckenden Räumlichkeiten das weltweit einzige erhaltene Schiff aus dem 17. Jahrhundert. 333 Jahre hatte die Vasa am Meeresgrund gelegen, bevor sie geborgen und restauriert wurde.

Die Vasa versank am Tag ihrer Jungfernfahrt, dem 10. August 1628. Bereits nach einer zwanzigminütigen Fahrt drückte eine starke Windbö das Schiff so

weit auf die Seite, dass Wasser eindrang und die Vasa in kürzester Zeit unterging. Das gigantische Schlachtschiff mit den prunkvollen Holzschnitzarbeiten sollte die Wunderwaffe des Königs Gustav II. Adolf von Schweden gegen die Polen sein. Der 52 m hohe Dreimaster war ein Projekt nie dagewesenen Ausmaßes, weshalb es den Schiffsbauern schlichtweg an Erfahrung bei der Umsetzung fehlte. Dazu kamen die Wünsche des Königs, deren Verwirklichung das Schiff enorm toplastig machten – schon leichter Seegang brachte die Vasa gefährlich ins Wanken.

Seit 1990 steht die Vasa in dem eigens für sie gebauten Museum, das gleichzeitig auch Eventlocation ist. So kann beispielsweise direkt in der Haupthalle ein Dinner mit Blick auf die Vasa gebucht werden. 800 Personen passen bei Bankettbestuhlung in die Halle. Bei einem Stehempfang kann sie sogar bis zu 2.000 Personen fassen.

Eine weitere Stockholmer Institution ist das „The Grand Hôtel“. Das Fünf-Sterne-Hotel wurde 1874 eröffnet und befindet sich direkt an der Promenade. Von hier aus blicken die Gäste auf den königlichen Palast und die Altstadt. Neben den edlen Zimmern und Suiten weist das Haus eine große Anzahl von beeindruckenden Veranstaltungsräumen auf. Imposante Kronleuchter, erlesene Kunstwerke, weiche Teppiche und edle Möbel prägen das Bild des Hauses.

Ganz besonderes Highlight ist aber der dem Schloss von Versailles nachempfundene Spiegelsaal. In ihm kann ein Empfang mit bis zu 500 Personen abgehalten werden oder bei Theaterbestuhlung ein Event mit bis zu 300 Personen stattfinden.

Nach dieser Tour hieß es für die Teilnehmer dann Abschied nehmen von Stockholm. Gemeinsam mit den angereisten Ausstellern ging es nun an Bord der M/S Romantika und auf den Weg nach Tallinn. Das Abenteuer auf See konnte beginnen. ➔





← Effizientes Networking in Gruppen

Nach der Begrüßung an Bord begann das offizielle Networking: Während der ersten Gruppenphase konnten sich Eventplaner und Aussteller nun besser kennenlernen. Auf dem Konferenzdeck des Schiffes präsentierten sich die thematisch in Gruppen aufgeteilten Aussteller den Planern in zwei 35-minütigen Sessions. Zusammen mit der zweiten Gruppenphase am darauffolgenden Tag war es so möglich, dass alle Teilnehmer einander kennenlernten und Termine für das nachfolgende One-to-One Speed Dating vereinbaren konnten.

Die Ausstellergruppen waren unter Namen wie „Märchen, Mythen und Sagen“ zusammengefasst und hatten kleine interaktive Präsentationen vorbereitet, die ein ungezwungenes Kennenlernen ermöglichten. So spielte die Gruppe „Symbole, Rituale und Traditionen“ mit den Eventplanern etwa eine, an die Inhalte der Aussteller angelehnte Version der Quizshow „1, 2 oder 3“.

Wie auch in den Vorjahren gab es ein eigenes Veranstaltungsmagazin, in dem neben einem Schiffsplan und dem kompletten Programm auch die 27 internationalen Aussteller mitsamt ihrer Kontaktinformationen einzeln vorgestellt wurden. Der Clou dabei – nach den Präsentationen hielten die Aussteller Fotos von sich selbst bereit, welche die Planer nach einem gemeinsamen Gespräch in ihr Magazin kleben und die Seite des Ausstellers so vervollständigen konnten. Dieses spielerische Element lockerte auf, sorgte aber gleichzeitig dafür, dass alle Teilnehmer zumindest

einmal kurz in Kontakt miteinander trafen, selbst wenn sie keine Termine für das One-to-One Speed Dating am nächsten Tag vereinbaren wollten.

Estland präsentiert sich

Am nächsten Morgen lief die M/S Romantika in Tallin ein, deren Fährhafen einer der bedeutendsten der Ostsee ist. Nach der Begrüßung des Estonian Convention Bureaus ging es für die Teilnehmer direkt in die berühmte mittelalterliche Altstadt Tallinns mit ihren malerischen Gassen und beeindruckenden Kirchen. In dem im 13. Jahrhundert errichteten gotischen Rathaus der estnischen Hauptstadt stellte das Convention Bureau die MICE-Möglichkeiten des Landes vor. Estland sei als Boutique Destination perfekt für Gruppen mit bis

zu 2.000 Teilnehmern. Alleine in Tallinn ständen Veranstaltungsplanern mehr als 7.650 Hotelzimmer zu Verfügung. Auch die großen Marken wie Hilton, Radisson und Swissôtel hätten Häuser in der Stadt.

Ein Wahrzeichen Tallinns ist die Figur des Stadtknechtes „Alter Thomas“, die seit 1530 die Turmspitze des Rathauses schmückt. Eben dieser Thomas und zwei andere, als historische Charaktere verkleideten Guides führten anschließend durch die Stadt. An verschiedenen Stationen wurde den Gästen die Lebensart, Legenden und Geschichte Estlands nähergebracht.

Das neue Hilton Tallinn Park

Direkt an einem kleinen Stadtpark und dennoch mitten in Tallinn befindet sich das Hilton Tallinn Park. Das im Juni dieses Jahres eröffnete Haus ist das erste Hilton in Estland. Nach einem Lunch im stylishen Steakhaus „The able Butcher“ konnten die Teilnehmer das Hotel besichtigen: Neben den 202 Zimmer und 27 Suiten bietet das Hilton Tallinn Park ein Businesscenter samt Executive Lounge und zehn flexibel nutzbaren Meetingräumen für bis zu 800 Gäste, darunter ein Ballsaal für maximal 530 Gäste.

Das diesjährige MICE Boat

Nach ihrer Rückkehr auf die M/S Romantika hatten die Teilnehmer die Möglichkeit, das Schiff samt Suiten, Konferenzsauna (!)

o. : Die Altstadt Tallinns wurde 1997 zur Liste des UNESCO-Weltkulturerbe hinzugefügt.
Foto: ESB Professional/shutterstock.com

u. : Das im 13. Jahrhundert errichtete Rathaus ist eines der Wahrzeichen der estnischen Hauptstadt Tallinn. Foto: gadag/shutterstock.com



und Brücke zu erkunden. Marina Selikowitsch, Business Development Director der Tallink Silja GmbH stellte das 2002 erbaute und im vergangenen Jahr sanierte Schiff vor: Es könne bis zu 2.500 Passagiere befördern und verfüge über 662 Kabinen, darunter 18 Deluxe-Räume und sechs Suiten. Auf seinen 12 Decks befinden sich unter anderem mehrere Restaurants, ein eigenes Konferenzdeck, Bars und ein Sauna- und Wellnessbereich.

Ab Mitte Dezember werde das Schiff auf der Strecke Stockholm-Riga eingesetzt, erzählte Selikowitsch. Alles in allem biete die Reederei 13 Luxus-Cruisefahrten, die täglich in der nördlichen Ostsee zwischen Schweden, Finnland, Lettland und Estland operieren. Tagungsmöglichkeiten für Gruppen ab 10 Personen bis hin zum Vollcharter seien realisierbar. Eine Tagung auf einer der Cruisefahrten lasse sich gut mit Incentive-Elementen in den Zieldestinationen verbinden, erläuterte Selikowitsch.

Von Formaten und familiärer Atmosphäre

Nach der zweiten Gruppenphase mit den Präsentationen der Aussteller fand das One-to-One Speed Dating statt. Jeder Planer konnte acht individuelle, 15-minütige Termine mit den Ausstellern seiner Wahl vereinbaren. Ein Konzept, das bei den Eventplanern gut ankam: „Die Veranstaltung hat mir gut gefallen und war sehr interessant. Vor allem die Aufteilung der Supplier-Präsentationen nach Themen und auf zwei Tage war gelungen. Es war super, dass erst in Gruppen präsentiert wurde und wir dann acht individuelle Einzeltermine mit den Ausstellern vereinbaren konnten“,



Das im Juni dieses Jahres eröffnete Hilton Tallinn Park verfügt über eine eigene Meetingetage samt Ballsaal.

Foto: 2016 Hilton Hotels & Resorts

resümierte Mara Hürtgen, Project Manager der VOK DAMS Events GmbH.

Auch das Programm beziehungsweise die Aufteilung der einzelnen Programmpunkte wurde von vielen der Teilnehmer positiv beurteilt. Ein weiterer Aspekt, der wiederholt lobend erwähnt wurde, war die entspannte Stimmung während der ganzen Reise. „Die Atmosphäre war klasse, es war fast familiär. Buyer und Supplier haben den Event wie eine Gruppe erlebt, es war fast schon wie ein Teambuilding“, betonte Jürgen R. Schreiter, Inhaber der SMS Frankfurt Group Travel, der zum ersten Mal dabei war.

Auf den Erfolg der Veranstaltung angesprochen erzählte Peter Cramer, Initiator des MICE Boats und Inhaber der Agentur

PeC Kommunikation, von dem besonderen Konzept des Events: Das MICE Boat vereine Famtrip, Roadshow, Networking und Workshops. Dies biete besonderen Mehrwert für die Teilnehmer. Ein weiterer Vorteil sei der hybride Ansatz – so könnten die Präsentationen der Aussteller beispielsweise von „Daheimgebliebenen“ live mitverfolgt werden. Darüber hinaus seien der diesjährige Ausstellermix wie auch die Qualität der Planer sehr gut. Ausgewählt wurden die 50 Planer von den Ausstellern in einem demokratischen Verfahren aus über 200 Anmeldungen. Für 2017 sei das nächste MICE-Boat schon in Planung. Diesmal solle es im September von Rostock über Kopenhagen nach Amsterdam gehen, so Cramer abschließend.

Anzeige



Tagen in neuen Dimensionen

- Veranstaltungen bis 5.000 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



Portopiccolo: Konferenzzentrum eröffnet im Dezember 2016

Noch in diesem Winter erweitert das Immobilienprojekt Portopiccolo in Norditalien seine Meeting- und Tagungskapazitäten. Das Konferenzzentrum „Portopiccolo Pavilion“ wird im Dezember eröffnet und über drei großzügige Veranstaltungsräume mit Meerblick verfügen.

Portopiccolo erstreckt sich auf 35 Hektar rund um die malerische Bucht von Sisti-ana und ist nur wenige Kilometer von Triest entfernt. Oberhalb des Yachthafens, am östlichen Rand des Hafenstädtchens, ist in den vergangenen Monaten das neue Veranstaltungszentrum „Portopiccolo Pavilion“ entstanden. Während sich die Meetingräume „Iris“ und „Arcobaleno“ im Erdgeschoss des neuen Zentrums befinden, nimmt der Festsaal „Sirene“ den ersten Stock ein.

Alle Räume sind mit Flachbildschirmen, Projektoren sowie WLAN ausgestattet und überzeugen durch minimalistisches Design. Der größte Saal „Iris“ kann bei Bedarf in zwei Räume unterteilt werden und bietet bestuhlt bis zu 215 Personen Platz. Der Festsaal ist sogar für Empfänge mit bis zu 370 Personen ausgerichtet und kann bestuhlt 342 Gäste fassen. Neben dem Kongresszentrum verfügt das Areal von Portopiccolo über 460 Wohnhäuser und Apartments sowie mit dem Falisia, a Luxury Collection Resort & Spa, über ein Fünf-Sterne-Hotel.

Schleswig-Holstein setzt auf Zukunftsmarkt

Die Marketingkooperation Städte in Schleswig-Holstein e.V. (MakS) möchte mit ihrer neuen Kampagne „Metropole kann jeder – zum Glück sind wir anders“ das Segment MICE im Land und bei Kunden im gesamten deutschsprachigen Raum bekannter machen und zu mehr MICE-Buchungen in schleswig-holsteinischen Städten beitragen.

Das Land zwischen den Meeren bedient einen Großteil der bekannten Branchentrends wie Menschlichkeit, Emotionalisierung in Form authentischer Locations sowie Storytelling und somit auch das Potenzial der MICE-Branche. In Schleswig-Holstein leben laut Glücksatlas 2016 die glücklichsten Menschen der Republik, und das spiegelt sich auch bei Geschäftsreisen und Incentives wider. Das Land bietet viel Natur und dabei vor allem Meer. So wird ein Kontrast zum technisierten Alltag sowie virtuellen Veranstaltungen in den Metropolen geschaffen. Erholsame Incentives, regionales Essen und außergewöhnliche Locations: Ist es nicht weitaus ansprechender, eine Veranstaltung mit Blick auf das Wasser und Treiben am Hafen zu besuchen als in einer Großstadt mit Blick aus dem Fenster auf Bankenhochhäuser?

Im Rahmen der Marketingkampagne „Metropole kann jeder – zum Glück sind wir anders“, der insgesamt ein fünfstelliger Betrag als Budget zur Verfügung steht, wurden neun Film-Clips produziert, die genau diese Thematik darstellen sollen. Neun der zwölf MakS-Städte zeigen sich in den Clips von ihrer außergewöhnlichen Seite in Bezug auf den Geschäftsreisetourismus. So wird ein Meeting kurzerhand an den Strand verlegt oder das Telefon klingelt inmitten eines Schlamm-bads. Die etwas andere Art des Geschäftsreisetourismus eben.

Location Awards 2016 in Berlin verliehen

Im Westhafen Event & Convention Center in Berlin wurden am Abend des 17. Oktober 2016 vor über 500 geladenen Gästen und namhaften Vertretern der Eventbranche die besten Event-Locations mit dem Location Award in fünf Kategorien ausgezeichnet. Darüber hinaus wurde ein neuer Publikumspreis sowie der fylo Sonderpreis verliehen. Für die diesjährige Preisverleihung wurden die drei Leit motive Kompetenz, Transparenz und Leichtigkeit dabei in den Fokus gerückt.

Preisträger war unter anderem das PrinzenStadl aus München, vertreten durch Geschäftsführer Martin Stenzel für die beste Konzeptlocation. Florian Leisentritt, Hotel-direktor vom Gewandhaus Dresden, erhielt den Location Award in der Kategorie Hotel-Eventlocations und Sascha Schnobrich, verantwortlich für The Aircraft at Burghof, freute sich über den ersten Preis als Newcomerlocation.

Der Gewinner des fylo Sonderpreises war Klaus Peter Kofler, CEO K&K Group AG, für das innovative Konzept „Pret a diner“. Der Preis für die beste Eventlocation mit Erlebnischarakter ging an Kraftwerk Rottweil vertreten durch den Geschäftsführer Maik Wutta. In der Kategorie Tagungs- und Kongresslocation konnte sich am Ende Jennifer Mahneke freuen, die für Station Berlin den Location Award in Empfang nahm. Der neue Publikumspreis wurde vergeben für das Video vom Tempodrom Berlin.

Hotel & Conference Center Bad Nauheim für Mitarbeiterprogramm ausgezeichnet

Bei den international ausgeschriebenen 17. Worldwide Hospitality Awards erreichte das Tagungs- und Konferenzhotel Bad Nauheim in der Kategorie „Beste Initiative in Personalentwicklung und Karriereförderung“ eine spektakuläre Platzierung unter den ersten drei. Von den elf Teilnehmern in dieser Kategorie – darunter zahlreiche internationale Hotelgruppen – wurde das Individualhotel aus dem Rhein-Main-Gebiet als einer von drei Finalisten punktemäßig lediglich von Radisson Red überholt.

Bei der Preisübergabe im Rahmen einer Gala im Ballsaal des Hotels Intercontinental Paris Le Grand vor über 700 Gästen aus der internationalen Hotellerie konnte das nahe Frankfurt am Main gelegene Hotel seine Innovationskraft unter Beweis stellen. „P. People. Path. Power.“ – so lautet der Titel des eingereichten Programms, welches das Kompetenzteam, bestehend aus der internen HR-Abteilung und der externen PR- und Marketingagentur, erreicht hatte.

Die zentrale Aussage des Programms: Effektive Personalentwicklung ist der Schlüssel zum Erfolg. Sie ermöglicht es dem Hotel, unmittelbar auf sich verändernde Geschäftssituationen sowie soziale Bedingungen zu reagieren und in einer sich wandelnden Gesellschaft eine zukunftsorientierte Vision zu schaffen. „Unser im Januar 2015 implementiertes Mitarbeiterprogramm ‚P. People. Path. Power.‘ kombiniert die Personal- und die Management-Entwicklung. Parallel führt es ehemals geteilte Themen wie Personalverwaltung, Personalentwicklung und -training sowie vielfältiges regionales soziales Engagement sinnvoll auf einer Ebene zusammen“, resümierte Michel Prokop, der das Haus seit 2004 als General Manager leitet.



ICONIC EVENT SPACES SUPERLATIVE SERVICE

Book an event by 31st December to take place before 30th April 2017 and enjoy
1 in 10 delegates free at any Fairmont Hotel in Europe.

BARCELONA | BAKU | HAMBURG | ISTANBUL | KIEV | LONDON
MONTE CARLO | MONTREUX | ST ANDREWS

Gateway to your moment - fairmont.com/eumeetings

Fairmont

UNFORGETTABLE. since 1907.

Neues Büro für den TVB Kufsteinerland

Der Tourismusverband Kufsteinerland konnte nun das neue Büro im Einkaufszentrum Kiss am Unteren Stadtplatz offiziell beziehen. Die Einrichtung wird dominiert von Stein und viel Holz – Materialien, die zur Natur der Region und somit auch ideal zur neuen Zentrale passen. Künftig werden circa 20 Mitarbeiter des TVB Kufsteinerland von hier aus für die Region tätig sein.

TVB-Obmann Johann Mauracher nutzte die Eröffnung der neuen Räumlichkeiten, um auf die stete Aufwärtsentwicklung des Tourismus im Kufsteinerland hinzuweisen. Dies belegen auch die Zahlen der aktuellen Sommerbilanz: Die Region verbuchte ein Plus von rund 21.000 Übernachtungen (über vier Prozent) sowie unter anderem ein Besucherplus von sechs Prozent auf der Festung Kufstein. Dies zeigt, dass sich die Investitionen der Wirtschaft, Stadtgemeinde und Projekte von rund 35 Millionen Euro zwischen 2014 und 2017 auszuzahlen.

Zu den Projekten zählen unter anderem der Ausbau der Festung Kufstein, die Errichtung von Shared Space Zonen und bauliche Impulse zwischen Bahnhofsbereich und Kultur Quartier (Fertigstellung 2017) sowie ein neues Verkehrsleitsystem. Neubauten und Totalsanierungen in der Stadt, wie das Boutique-Hotel Träumerei#8, Hotel Andreas Hofer oder das Design-Hotel ARTE ergänzen außerdem das Übernachtungsangebot.

Neue Produkte im Bereich Kultur, Sport, Natur und MICE wie beispielsweise die Gründung des Kufstein Convention Bureaus runden das facettenreiche Angebot ab.

Vienna Convention Bureau und Maritz Global Events verstärken Zusammenarbeit

Das Vienna Convention Bureau und Maritz Global Events, eines der weltweit führenden Unternehmen der Tagungsindustrie, verstärken ihre Zusammenarbeit. Eine entsprechende Vereinbarung wurde im Rahmen der IMEX America in Las Vegas unterzeichnet. Wien ist die erste Destination in Europa – und nach Singapur die zweite weltweit – die ein solches Agreement mit Maritz Global Events erzielen konnte.

Mit diesem Abkommen, das von Januar 2017 bis Dezember 2018 läuft, wird die bereits seit Jahren erfolgreiche Kooperation der beiden Institutionen auf eine neue Stufe gestellt. Das Vienna Convention Bureau hat künftig die Möglichkeit, gemeinsam mit VertreterInnen von Austria Center Vienna, Hofburg Vienna und Messe Wien Exhibition & Congress Center die Vorzüge der Tagungsdestination Wien auf verschiedenen Veranstaltungen von Maritz Global Events vorzustellen. Darüber hinaus werden die rund 1.500 Angestellten des Unternehmens mittels exklusiver Destinationspräsentationen an den vier US-Standorten live und per Webinar über Wien informiert.

600 qm neue Veranstaltungsflächen im Austria Center Vienna

Sechs flexible Räume auf rund 600 qm in unmittelbarer Nähe zum Eingang – laut eigenen Angaben der attraktivste Bereich des Gebäudes – komplettieren die Ebene 0 des Austria Center Vienna. Gemeinsam mit der gegenüberliegenden Business Lounge und dem Café MOTTO, die beide 2015 eröffneten, wurden ansprechende Räume für Meetings und Vorträge von 70 bis 140 Personen geschaffen.

„Unser Ziel war es, größtmögliche Funktionalität für Veranstalter zu schaffen. Der neue Meetingbereich besteht aus sechs Räumen zwischen 71 qm und 128 qm, die durch mobile Trennwände in kleinere Einheiten unterteilt werden können. Er ist bestens geeignet für kleinere Vorträge, Workshops und neue Meetingformate sowie für Produktpräsentationen. Für unsere Kunden ist es wichtig, dass sich die Räume in unmittelbarer Nähe des Eingangs, der Registratur sowie der Ausstellung befinden, aber abgegrenzt sind. Daher können die Räume sehr gut als Hospitality-Bereich für Sponsoren oder für Satelliten-Symposien eingesetzt werden“, so Austria Center Vienna Direktorin Dr. Susanne Baumann-Söllner. „Besonders für Kongresse und Firmentagungen mit 3.000 bis 4.000 TeilnehmerInnen ist diese Veranstaltungsfläche eine ideale Ergänzung. Natürlich eröffnen Sie auch Großkongressen, wie der UEG-Week (United European Gastroenterology), bei der Mitte Oktober 9.000 Gastroenterologen im Austria Center Vienna tagten, neue Möglichkeiten.“

Innsbruck ab Dezember auch von London Heathrow direkt erreichbar

Fünfmal täglich hebt ein Flugzeug der Austrian Airlines von Innsbruck nach Wien ab. Viermal täglich eine Lufthansa-Maschine nach Frankfurt am Main. Die dreifache Olympiastadt ist durch die zwei Drehkreuze mit über 450 Buchungsmöglichkeiten weltweit verbunden. Ab 04. Dezember wird nun, zu den bisher fünf wöchentlichen Flügen nach London Gatwick, auch viermal wöchentlich ein Airbus der British Airways von Europas größtem Flughafen – London Heathrow – Tirols Landeshauptstadt ansteuern. Damit entstehen rund 650 Flugrouten von und nach Innsbruck, wie die Flugstatistiken der Drehkreuze Fraport, Wien-Schwechat und London-Heathrow zeigen.

Durch die neue Heathrow-Anbindung ist Innsbruck nun auch erstmals an eines der wichtigsten Langstrecken-Drehkreuze des Oneworld-Gründungsmitgliedes British Airways angeschlossen. Somit kann Innsbruck via Heathrow jetzt über entsprechende Codeshares der Oneworld-Vereinigung bei American Airlines, Cathay Pacific, Japan Airlines, Qatar Airways, Qantas Airways oder auch British Airways direkt gebucht werden.

Multifunktionshalle 1 in Salzburg wieder eröffnet

In nur knapp sieben Monaten wurde im Messezentrum Salzburg die Halle 1 generalsaniert und erstrahlt nun pünktlich zur Oldtimermesse Classic Expo in neuem Glanz und mit modernstem Gebäudestandard.

Fast 30 Jahre nach deren Errichtung, wurden die Halle 1, der dazugehörige Eingangsbereich, sowie das Obergeschoss inklusive des Gastronomiebereich und der Büros der Messezentrum Salzburg GmbH, einer umfassenden Modernisierung unterzogen. „Unser Ziel des Umbaus war es – unter Einhaltung der Zeit- und Kostenverbindlichkeit – die Multifunktionalität der beliebten Halle sicherzustellen, damit sie auch weiterhin für unterschiedlichste Veranstaltungsvarianten wie Messen, Kongresse, Tagungen, Shows, Sportveranstaltungen etc. ideal genutzt werden kann“, so Michael Wagner, Geschäftsführer im Messezentrum Salzburg zur Zielsetzung der Modernisierung.

Dr. Heinz Schaden, Aufsichtsratsvorsitzender der Messezentrum Salzburg GmbH, ergänzt: „Der Umbau der 27 Jahre alten Halle 1 wurde in herausragender Bauzeit abgewickelt. Es freut mich, dass wir mit dieser Modernisierung den Spitzenplatz, den das Messe- und Kongresszentrum Salzburg als Veranstaltungsort einnimmt, weiter absichern können. Für die Standortattraktivität hinsichtlich Messen, Kongressen und Veranstaltungen jeder Art war der Umbau wesentlich.“ Wie auch bisher wird die Halle 1 für Messen, Kongresse und Events mit einer Ausstellungsfläche von insgesamt 2.529 m für die vielfältigsten Veranstaltungsansprüche zur Verfügung stehen.

Willkommen in der Welt der

WERBEMITTEL

Weitere
95.000 Artikel
in unserem Online-Shop
unter
www.dkpromotion.de



Set Black Edition 9,95 €
ab 100 Stück mit Ihrem Logo bedruckbar!



Attraktive Kombination des Kugelschreibers GRIP 2011 (schwarz-matt), des Design-Bleistiftes GRIP 2001 aus dunkel durchgefärbtem Holz sowie des Radierers Sleeve Mini. Alle Teile in edlem Schwarz. Zusammen eingelegt auf schwarzem Seidenpapier in die Verpackung mit transparentem Deckel (Ufo-Box).

Set Black Mix 7,30 €
ab 100 Stück mit Ihrem Logo bedruckbar!

Attraktives Set mit dem GRIP 2010 Kugelschreiber (Blau schreibend), dem patentierten GRIP 2001 Bleistift mit umweltfreundlicher Wasserlackpolitur und dem passenden Zubehör: Sleeve Mini Einfachspitzdose und PVC-freien Qualitätsradierer Sleeve Mini. Zusammen eingelegt in einer Geschenkverpackung mit Schubler.



GRIP 2022 Kugelschreiber 0,53 € ab 1.000 Stück mit Ihrem Logo bedruckbar!

Hochwertiger Einweg-Kugelschreiber GRIP 2022 mit Druckmechanik und ergonomischer Dreieckform.

Kunststoffmine schwarz/M, dokumentenecht.



Secco d'Italia 1,49 € ab 264 Stück in Ihrem individuellen Design!

Der Secco Frizzante d'Italia in der Lifestyle-Dose garantiert prickelnde Marketingenerlebnisse mit Erinnerungswert. Der klassische, italienische Perlwein mit elegant-jugendlicher Note aus den besten Lagen Venetiens. Jung, quirlig und aufmerksamkeitsstark - ganz im Trend der Zeit für die italienischen Momente im Leben. Spitzenqualität aus Italien. PFANDFREI!



dk promotion

Preise gelten bei der genannten Abnahmemenge, andere Staffeln auf Anfrage. Zzgl. Veredelungskosten, gesetzlicher MwSt., sowie Porto und Verpackung, Zwischenverkauf vorbehalten.

| Am Schlagfeld 5 | 90602 Seligenporten | Tel. 09180 18681-0 | Fax 09180 18681-20 | E-Mail info@dkpromotion.de | www.dkpromotion.de

Hotel, Tagungsort und beeindruckendes Museum in einem

von Nadine Laske

Kunstvoll gestaltete Innenhöfe und Treppenhäuser, deren ruhige Atmosphäre von leise plätschernden Brunnen untermalt wird, Säle mit prunkvollen Kassettendecken und überall, wo der Blick hinfällt, Kunstwerke, die detailverliebt präsentiert werden – gemeint ist nicht eines der altherwürdigen Kunstmuseen in Rom oder Florenz, sondern ein Hotel inmitten der Düsseldorfer Innenstadt.



Nur wenige Schritte von der berühmten Kö entfernt und direkt neben der barocken Andreaskirche liegt das Derag Livinghotel De Medici. Der Name des Hauses verweist auf Anna Maria Luisa de Medici, die letzte Repräsentantin der einflussreichen Florentiner Familie und gleichzeitig Frau des Kurfürsten Johann Wilhelm von der Pfalz. Als Kurfürstin lebte sie 25 Jahre lang in Düsseldorf und erhob die Stadt in dieser Zeit zur Kunstmetropole. Nach ihr wurde das Derag Livinghotel De Medici benannt.

Das zweite Düsseldorfer Haus der familiengeführten Hotelkette vereint klassische Hotellerie mit Serviced Apartments. Hinter der klassizistischen Fassade des denkmalgeschützten, ehemaligen Stadthauses verbirgt sich ein umfangreich restauriertes Inneres. „Unser Anliegen war es, die alte Architektur des Stadthauses wieder erlebbar zu machen und im Mix mit modernem Design gekonnt in Szene zu setzen“, so Inhaber Max Schlereth.

„Das Derag Livinghotel De Medici ist ein Ort, an dem man Geschichte atmet.“

Und das wird schon in der Lobby des im März 2015 eröffneten Hotels deutlich: Die prachtvolle Decke ist eine originalgetreue Nachbildung der Kassettendecke von San Lorenzo, der Familienkirche der de Medici in Florenz. Porträts berühmter Mitglieder der florentinischen Dynastie schmücken die Wände und Relief-Friese mit altägyptischen Motiven prägen den Empfangsbereich.

Geschichte, Kunst und modernes Design

Im ganzen Haus kommen Geschichte und Kunst zusammen – überall finden sich originale und replizierte Kunstgegenstände, die teilweise sogar bis ins 15. Jahrhundert zurückdatieren. Sie alle stammen aus der Sammlung der Eigentümerfamilie Schlereth. Skulpturen, Gemälde, Gobelins und Möbelstücke sind harmonisch in das moderne Design des Hauses einge-

fügt. Insgesamt seien die Kunstwerke wie bei einem Museumsrundgang arrangiert, erzählt die Stellvertretende Direktorin Léa Rogacki. „Wir sind nicht das klassische Tagungshotel – wir spielen mit der Kunst und dem musealen Charakter des Hauses“, fügt Rogacki hinzu.

Das Certified Business und Certified Conference Hotel verfügt über 112 Hotelzimmer und 58 Serviced Apartments, die individuell eingerichtet sind. Wie in allen Derag Livinghotels sind die Apartments jeweils mit einer Kitchenette oder Küche ausgestattet und auf Langzeitaufenthalte ausgerichtet.

Tagen vor historischen Tapisseries

„Unser Fokus liegt auf unseren Gästen, auf Business und Luxus“, führt Rogacki weiter aus. Und das Veranstaltungsgeschäft läuft – bereits eineinhalb Jahre nach der Eröffnung verzeichnet das Haus Buchungen für wiederkehrende Events. Der größte

li.: Die prachtvolle Lobby des Hotels kann für Empfänge mit bis zu 140 Personen genutzt werden.

re.: Der Medici-Saal glänzt bei Tagungen mit seinen edlen historischen Tapisserien und den Fotos bedeutender Düsseldorfer.

u.li.: Die Fürstensuite kann nicht nur als Suite, sondern auch für Boardmeetings oder Private Dining gebucht werden.

u.re.: In einem langen Korridor wird die umfangreiche Kollektion von Spazierstöcken präsentiert, die überwiegend aus dem 19. Jahrhundert stammen.

Fotos: Derag Livinghotels



Veranstaltungsraum ist der Medici-Saal, der mit seinen 231 qm bei Theaterbestuhlung bis zu 230 Personen fassen kann. Dank einer Deckenhöhe von 4,15 m und den Oberlichtern wirkt der Raum hell und weitläufig. Fünf Tapisserien zieren die Wände des Saals. Sie zeigen eine Bildfolge zum Leben des Achilles – eine für die Renaissance typische Heroendarstellung.

Der große rechteckige Saal lässt sich in drei Räume unterschiedlicher Größe teilen. So ergeben sich drei Säle mit 56, 58 und 117 qm. Der ebenerdig gelegene Medici-Saal grenzt direkt an das Foyer an; hier können die Kaffeepausen oder ein Empfang mit bis zu 140 Personen stattfinden. Alternativ könne auch die Terrasse im Innenhof des Hotels genutzt werden, so Rogacki.

Für kleinere Events eignen sich darüber hinaus die Maisonett-Suiten, die als Boardrooms genutzt werden können und zwischen sechs und acht Personen fassen. Als besonders exklusiver Veranstaltungsort ist die Fürstensuite buchbar: Der ehemalige Wappensaal mit originalen Stuckarbeiten von 1891 ist das Kronjuwel des einstigen Stadthauses. Die 130 qm große Suite wird des Öfteren für Private Dining oder beispielsweise Weindegustationen gebucht. Dank modernster Technik – wie etwa einem riesigen versenkbaren Flach-

bildschirm – eignet sie sich aber auch für exklusive Meetings oder Präsentationen.

Gastronomische Vielfalt & viel Bestaunenswertes

Für das leibliche Wohl während der Veranstaltungen sorgt die Gastronomie des Hotels: Die Brasserie Stadthaus wird vom Gastgebertrio rund um Chefkoch Florian Conzen betrieben und bietet gehobene französische Küche. Die Brasserie selbst kann für ein Dinner 85 Personen fassen, bei einem Stehdinner ist Platz für bis zu 120 Personen. Ist das Wetter gut, kann auch auf der dazugehörigen Terrasse mit 50 Plätzen gespeist werden.

Rustikales Ambiente bietet die Grüznerstube – benannt nach dem Genremaler des 19. Jahrhunderts Eduard von Grützner. Mit ihrer dunklen Kassettendecke und den historischen Leuchtern aus Widderhörnern herrscht hier ein ganz anderes Flair. Die gemütliche Stube hat aber noch eine andere Seite: Hier lebt nämlich auf Wunsch des Besitzers ein Stück österreichische Kaffeehauskultur. An ausgewählten Sonn- und Feiertagen können Gäste wie auch Düsseldorfer Speisen und Getränke wie in einem Wiener Kaffeehaus genießen. Dafür wurde sogar eigens eine Medici-Torte kreiert, deren berühmtes Vorbild die Sachertorte ist.

Diese ganz besondere „Kaffeepause“ sei auch für Veranstaltungsgäste buchbar, erzählt Rogacki. Abgesehen davon habe das Hotel genug zu bieten, sodass keine Langeweile während der Pausen aufkomme. „Wir nutzen das Haus in den Veranstaltungspausen – erzählen die ein oder andere Geschichte zum Gebäude und den Kunstwerken“, erläutert die Stellvertretende Direktorin. Schließlich bieten beispielsweise die Smokers Lounge mit ihren mehr als 150 Tabakspfeifen, die vorwiegend aus dem 19. Jahrhundert stammen, oder die 250 Stück reiche Sammlung von Spazierstöcken aus der gleichen Zeit genügend Ansatzpunkte. Ob in den Räumen, den Korridoren oder sogar im Spabereich – überall warten Kunstwerke darauf, betrachtet und bestaunt zu werden.

Ebenso wie Léa Rogacki wurden daher mehrere Mitarbeiter von beratenden Kunsthistorikern geschult und können Gruppen mit jeweils rund 20 Personen durch das Hotel führen. Einmal pro Woche findet darüber hinaus eine öffentliche Führung statt, die stets gut angenommen werde. „Selbst für Gäste oder Einheimische, die viel unterwegs sind und sehr viel sehen, ist das Derag Livinghotel De Medici etwas Besonderes“, betont Rogacki abschließend.





Friedrichshafen. Foto: LaMiaFotografia / shutterstock.com



Lindau. Foto: ZM Photo / shutterstock.com



Insel Mainau. Foto: LaMiaFotografia / shutterstock.com



Bregenz. Foto: LaMiaFotografia / shutterstock.com



Friedrichshafen. Foto: GagliardiImages / shutterstock.com



Meersburg. Foto: LaMiaFotografia / shutterstock.com

Bodenseeregion: Wo Vielfalt lebt

Im Vierländereck zwischen Deutschland, Österreich, Liechtenstein und der Schweiz liegt der Bodensee, der eigentlich nicht ein großer See, sondern eine Kombination aus zwei Seen und dem sogenannten Seerhein ist. Während Liechtenstein über kein eigenes Seeufer verfügt, grenzen die anderen drei Länder direkt an. Wegen ihrer malerischen Landschaft und des milden Klimas wird die Bodenseeregion nicht nur von Touristen geschätzt, auch der Kongresstourismus entwickelt sich konstant weiter.

Insgesamt verfügt das Gewässer über 273 Uferkilometer von denen sich der größte Teil mit 173 km Länge auf der deutschen Seite entlangschlingelt. Österreich verfügt demgegenüber zwar über die zahlenmäßig wenigsten Kilometer, dafür aber sind die insgesamt 28 österreichischen Uferkilometer allesamt öffentlich. Hier gibt es, anders als auf deutscher Seite, keine Privatgrundstücke, der See ist überall frei zugänglich. Auf den Schweizer Uferabschnitt entfallen die restlichen knapp 80 km. Bei einer Gesamtgröße von knapp 540 qm ist der Bodensee flächenmäßig der drittgrößte See Europas. In Bezug auf das Wasservolumen kann er sich im Vergleich sogar den zweiten Platz sichern. Nicht verwunderlich, denn an seiner breitesten Stelle misst der Bodensee ganze 14 km, während er an seiner tiefsten Stelle bis zu 254 m tief ist. Schwer zu toppen.

Der Bodensee als MICE-Hotspot

Durch die Lage im Vierländereck ist eine gewisse Internationalität schon inbegriffen. Die Grenzen zwischen baden-württembergischer und bayrischer Kultur einerseits und österreichischen, schweizerischen und liechtensteinischen Lebensweisen andererseits verschwimmen. Das gilt natürlich auch für die MICE-Branche. Mit dem BodenseeMeeting wurde ein Netzwerk geschaffen, das die Branche rund um den See weiter nach vorne bringen soll und ihn in der Vergangenheit bereits als MICE-Hotspot etabliert hat.

13 regionale Partner sind rund um den Bodensee angesiedelt. Alle unterschiedlichster Ausrichtung, alle einzigartig: von der Inselstadt Lindau über die Kulturmetropole Bregenz über die Blumeninsel Mainau bis hin zur Säntis-Schwebbahn, die Planern zu Seminar- und Banketträumen über den Wolken bringt. Die Region um den Bodensee überzeugt mit ihrer Vielseitigkeit und überrascht einerseits mit großen Kapazitäten, andererseits mit individuellen Angeboten, wie zum Beispiel dem Dornier Museum in Friedrichshafen. Das Luft- und Raumfahrtmuseum am Bodensee bietet in direkter Nähe zur Messe und dem Flughafen Friedrichshafen rund 3.000 qm Veranstaltungsfläche. Ob eine Konferenz inmitten historischer Großexponate im Hangar oder Produktpräsentationen auf dem 1.200 qm großen Vorfeld: Im Dornier Museum sind der Fantasie kaum Grenzen gesetzt.

Location mit Industriegeschichte

Im Milchwerk Radolfzell wurde früher, wie schon der Name vermuten lässt, Milch verarbeitet. 2008 erhielt das ehemalige Industriegebäude einen markanten Anbau, der sich heute als repräsentatives Tagungs-, Kultur- und Messezentrum präsentiert. Bis zu 2.000 qm Veranstaltungsfläche, in verschiedenste Räumlichkeiten unterteilt, finden Planer hier vor. Hinzu kommt das Freigelände, das ebenfalls bespielbar ist. Insgesamt acht Säle und Tagungsräume gibt es im Milchwerk. Die größten Kapazitäten entfallen dabei auf den Großen Saal. Bei Reihenbestuhlung fasst der Raum bis zu 900 Personen. Die Tagungsräume gliedern sich in verschiedene Größen von 35 bis 167 qm.

MICE im Fürstentum

Markante Architektur und zentrale Lage. Das sind gleich zwei der aussagekräftigen Argumente, die das Saal am Lindaplatz Veranstaltungszentrum – kurz SAL – in Schaan in die Waagschale wirft. Darüber hinaus verfügt es über 2.200 qm Innen- sowie 1.200 qm bespielbare Außenflächen. Unter dem Dach des SAL können Planer zwischen zwei unterschiedlich großen Sälen auswählen, die durch großzügige Treppenaufgänge miteinander verbunden sind. Der Außenbereich der Liechtensteiner Location ist als Pendant zum gegenüberliegenden Lindaplatz konzipiert und sowohl für Veranstaltungen als auch für das öffentliche Leben gedacht.

Eine Insel als Location

Mehr als zehn Inseln befinden sich in den 540 qm Bodensee: Während Reichenau die Größte, ist Mainau touristisch die Bekannteste. Berühmt als Blumeninsel, zieht das 45 ha große Eiland jährlich über eine Million Besucher an. Hinter dem Naturparadies, das sich selbstverständlich auch für Veranstaltungen bespielen lässt, steht bereits in der fünften Generation die gräfliche Familie Bernadotte. Bettina Gräfin Bernadotte af Wisborg ist seit dem 1. Januar 2007 Geschäftsführerin der Mainau GmbH und sieht sich dem Familienunternehmen genauso verpflichtet wie dem Erlebnis Mainau, denn schließlich ist die Insel zu jeder Jahreszeit einen Besuch wert. Als Rahmenprogramm einen Ausflug auf die Insel – oder gleich die Veranstaltung hier organisieren. Mit verschiedenen Tagungsräumen, den beeindruckenden Außenanlagen und verschiedenen Restaurants wartet das Portfolio der Insel Mainau auf und bietet einen ungewöhnlichen Rahmen für jede Art von Veranstaltung. (ag)

Inselstadt Lindau:

Tagungsort mit internationalem Renommee | von Nadine Laske

Am und im Bodensee gelegen – kaum ein Besucher Lindaus kann sich der idyllischen Lage und ruhigen Beschaulichkeit der Stadt entziehen. Die malerischen, verwinkelten Gassen der historischen Altstadt und die familiäre Atmosphäre täuschen allerdings leicht über eines hinweg: Lindau ist ein international bekannter und hoch angesehener Tagungsort, der mit der neuen Inselhalle noch besser aufgestellt sein wird. Das erweiterte und sanierte Veranstaltungshaus wird im Herbst 2017 fertiggestellt und Tagungsplanern dank eines Maximums an Flexibilität viele Möglichkeiten eröffnen.



Auf der dem Festland zugewandten Seite der Insel entsteht mit der erweiterten Inselhalle Lindaus ein neues Veranstaltungshaus. Foto: Hari Pulko, www.lindau.de

Dank der Lage am östlichen Ufer des Bodensees profitiert Lindau von mildem Klima und mediterranem Flair. Die Insel lädt mit der von schmalen Gassen durchzogenen mittelalterlichen Altstadt, den trutzigen Türmen und wehrhaften Schanzen zum Erkunden und Bummeln ein. Etwa 3.000 der insgesamt rund 25.000 Einwohner der südwestlichsten Stadt Bayerns leben hier.

Von der Insel, auf der Lindenbäume wachsen

Der Name der Stadt geht auf einen Mönch aus St. Gallen zurück, der 882 eine Urkunde über „die Insel, auf der Lindenbäume wachsen“ ausstellte. Eines der ersten Gebäude der Insel war ein Frauenkloster, das der Legende nach um 810 von einem Grafen gestiftet wurde, um sich damit für seine Rettung nach einem Schiffbruch zu bedanken. Im Mittelalter pros-

perierte der Handel auf der Insel und ab 1275 war Lindau mehrere Jahrhunderte lang Reichsstadt. Nach Napoleon und der kurzen Zugehörigkeit zu Österreich wurde die Stadt 1805/06 dem bayerischen König übergeben. Von Bayern aus wurde Lindau 1853/54 an das Eisenbahnnetz angeschlossen, was Touristen in die Stadt brachte. So entstanden in der Nähe des Bahnhofs die ersten großen Hotelbauten, die das Gesicht des bislang wenig bebauten westlichen Inselteils tiefgreifend veränderten.

Als Schnittstelle der damaligen modernsten Verkehrsmittel Eisenbahn und Dampfschiff wurde 1856 der neue Seehafen fertiggestellt. Aus dieser Zeit stammen auch die Wahrzeichen der Stadt: Die Einfahrt des Seehafens wird noch heute von der imposanten Skulptur des Bayerischen Löwen und dem 36 m hohen sogenannten Neuen Leuchtturm flankiert.

Im Zweiten Weltkrieg wurde Lindau kaum beschädigt und hatte nach dem Krieg einen Sonderstatus inne: Da die Stadt und der Landkreis eine Landbrücke zwischen den französischen Besatzungszonen in Südwestdeutschland und Westösterreich bildeten, war es den Franzosen unterstellt und verfügte über ein eigenes eingerichtetes Kreispräsidium, dessen Kompetenzen denen einer Landesregierung ähnelten. Diese staatsrechtliche Sonderrolle galt bis 1955/56 und wurde von den Lindauern zur Gründung einer Spielbank sowie zur Ansiedlung von Industrie genutzt.

Prestigeträchtige Tagungen etablierten den Standort

In dieser Zeit wurden auch zwei für die Stadt besonders bedeutende Tagungen initiiert, die Lindau internationales Renommee einbrachten: 1950 wurden die Lindauer Psychotherapiewochen gegründet, zu denen sich mittlerweile jährlich rund 4.000 Praktiker treffen und die zu den weltweit wichtigsten Tagungen dieses Fachbereichs gehören. Im darauffolgenden Jahr fand die erste Tagung der Nobelpreisträger in Lindau (Lindau Nobel Laureate Meetings) statt. Im jährlichen Wechsel widmet sich die Veranstaltung den naturwissenschaftlichen Kategorien des Nobelpreises: der Medizin, der Physik und der Chemie. Alle fünf Jahre findet darüber hinaus eine interdisziplinäre Tagung statt. Zusätzlich treffen sich seit 2004 alle drei Jahre die Nobelpreisträger für Wirtschaftswissenschaften in Lindau. Im Vordergrund steht der fachliche Austausch zwischen renommierten Spezialisten und Nachwuchswissenschaftlern. Passend dazu hat Lindau mit rund 4.000 Betten von der Pension bis hin zum traditionsreichen Fünf-Sterne-Haus alles zu bieten und verzeichnet über 800.000 Übernachtungen im Jahr.

Übernachten und tagen, wo Löwe und Leuchtturm wachen



Die Gäste der Hotels Bayerischer Hof und Reutemann/Seegarten können den herrlichen Ausblick auf den Seehafen und somit den Bodensee genießen. Fotos: Bayerischer Hof Stolze-Spaeth KG

Direkt an der Seepromenade Lindaus und nur wenige Schritte vom Hauptbahnhof entfernt, befindet sich eines der traditionsreichen Familienunternehmen der Stadt: das Hotel Bayerischer Hof und das Hotel Reutemann/Seegarten. Die beiden unmittelbar nebeneinander liegenden Häuser gehören zu den Stolze-Spaeth-Hotels, deren Ursprung das 1854 eröffnete Hotel Bayerischer Hof ist. Im Laufe der Jahre erwarb die Familie auch die benachbarten Hotels Seegarten und Reutemann, die dann zusammengelegt wurden. Insgesamt stehen Veranstaltungsplanern so 104 individuell gestaltete Zimmer und Suiten in der Kategorie fünf Sterne wie auch 62 Räume im Vier-Sterne-Bereich zur Verfügung.

Besonders vorteilhaft an diesem Ensemble ist, dass die Hotels miteinander verbunden sind. Daher profitieren Hotel- wie auch Tagungsgäste beispielsweise von den gastronomischen Möglichkeiten oder den Veranstaltungsräumen beider Häuser. Hinzu kommt, dass das Gebäudeensemble seit dem vergangenen Jahr von einem zwischen den Hotels liegenden Neubau vervollständigt wird. In diesem befinden sich weitere Suiten, ein Tagungsraum und ein Indoorpool. Ergänzt wird das Angebot durch einen großzügigen Wellness- und Spabereich samt Outdoorpool auf der Außenfläche.

Tagen mit Blick auf den See

„Die Haupttagungsräume befinden sich im Hotel Bayerischer Hof“, erläutert Stephan

Rübsamen, stellvertretender Direktor der beiden Häuser. Die Tagungs- und Eventkapazitäten umfassen rund 800 qm und ermöglichen Events für bis zu 300 Personen in Reihenbestuhlung. Die insgesamt neun Räume sind zwischen 20 und 295 qm groß und bieten teils herrliche Ausblicke über den Bodensee.

Der neuste Saal Reichenau kann mit seinen 92 qm bis zu 80 Personen in Reihenbestuhlung fassen. Im obersten Stockwerk des Neubaus, verfügt er an beiden Längsseiten über Balkone. Auf diesen können Veranstaltungsteilnehmer den Blick über die Dächer der Altstadt oder über den See genießen. Ein weiteres Highlight sind die kreisförmigen goldfarbenen Designerleuchten, die dem Raum ein edles, modernes Ambiente verleihen. „Der Saal Reichenau wird bisher sehr gut angenommen. Wir hatten hier beispielsweise schon viele Vorstandssitzungen“, führt Rübsamen weiter aus.

Größere Kapazitäten bietet der 240 qm große Raum Konstanz, der zweifach teilbar ist. So ist es beispielsweise möglich, eine Veranstaltung vormittags im Plenum zu beginnen und nach dem Mittagessen in drei Workshopräumen fortzusetzen.

Auch der im Erdgeschoss liegende Raum Lindau bietet viele Möglichkeiten für Veranstaltungsplaner: Mit seinen 195 qm kann hier bei parlamentarischer Bestuhlung mit bis zu 112 Personen getagt oder mit 150 Personen an Bankettischen gespeist werden. An diesen Saal schließt sich in Blickrichtung des Bodensees der sogenannte Seepavillon an. Der verglaste, halbrunde Raum eignet sich ideal für den Empfang der Gäste. Hier seien außerdem schon Fahrzeuge präsentiert worden, ergänzt Rübsamen. Seitlich grenzt darüber hinaus noch der 100 qm messende Raum Bregenz an, der für bis zu 80 Personen Platz bietet. Gemeinsam bilden die drei Räume ein klassisch-elegantes Eventsetting.

Auf die bisher im Haus durchgeführten Veranstaltungen angesprochen, erzählt Rübsamen von einem absoluten Highlight: 1994 fand das Treffen der Finanzminister und Notenbankchefs der Europäischen Union im Hotel Bayerischer Hof statt. Natürlich werde das Haus aber auch regelmäßig für jährlich in Lindau stattfindende Tagungen wie beispielsweise die Nobelpreisträgertagung oder die Lindauer Psychotherapiewochen als zusätzliche Location gebucht. „Generell haben wir viele Veranstaltungen im Haus, bei denen Tagung und Incentive kombiniert werden“, erklärt der stellvertretende Direktor Rübsamen weiter. Dazu bietet die Lage des Hotels natürlich beste Voraussetzungen, schließlich sind die historische Altstadt und der Seehafen nur wenige Schritte entfernt.

Der 92 qm große Saal Reichenau ist der neuste Veranstaltungsraum des familiengeführten Hotels Bayerischer Hof.



Die neue Inselhalle: hell, flexibel und voller Möglichkeiten



Die Inselhalle sei immer die gute Stube der Stadt und ein beliebter Treffpunkt gewesen, erzählt Carsten Holz, Geschäftsführer der Lindau Tourismus und Kongress GmbH. Das 1981 eröffnete Veranstaltungshaus sei in den vergangenen Jahren aber vor allem räumlich an seine Grenzen gestoßen. Den Wettbewerb für die Sanierung und Erweiterung der Inselhalle gewann 2010 das bekannte Architekturbüro Auer Weber. Es fiel die Entscheidung, den Großen Saal, das Herzstück des Hauses, zu sanieren, die restliche Halle allerdings abzureißen und neu zu bauen. Fertiggestellt werden soll das Veranstaltungshaus im Herbst 2017.

„Wir verdreifachen die Nutzflächen, ohne an der Hauptkapazität des Saals etwas zu ändern“, erzählt er weiter. Der in drei kleinere Räume teilbare Saal wird daher weiterhin bei Reihenbestuhlung über 1.100 Gäste fassen können. „Auf zwei Geschossen entstehen auf hellen, weiten Flächen Foyers und Break-out-Räume in ausreichender Größe, sodass nun ebenso begleitende Ausstellungen möglich sind“, betont Holz. Das Raumprogramm sei auch im Dialog mit den Stammkunden abgestimmt worden.

Dank des modularen Raumkonzepts wird der Große Saal zukünftig von zwölf Konferenzräumen und zwei Foyers ergänzt. Daraus ergeben sich 46 mögliche Raumvariationen und eine Gesamtkapazität für Veranstaltungen mit bis zu 2.000 Teilnehmern. Hinzu kommt noch

das „Seerestaurant“ mit circa 150 Sitzplätzen im Innen- und 140 Sitzplätzen im Außenbereich.

„Die Balance zwischen den Kapazitäten des Saals und den übrigen Flächen war uns sehr wichtig“, erläutert Holz. „Jetzt ist es wunderbar aufgeteilt und wir freuen uns auf die neue Inselhalle. Wir haben die Zukunft bedacht und wie wir aktiv verschiedene Formate gestalten können“, führt der Geschäftsführer der Lindau Tourismus und Kongress GmbH aus.

Modulares Raumkonzept für maximale Flexibilität

Zentraler Empfangs- und Eingangsbereich der neuen Inselhalle wird das lichtdurchflutete, weitläufige Hauptfoyer sein. Hier werden sich das zentrale Tagungs-

büro und die Eingänge zum Großen Saal befinden. Von der Ostseite gehen darüber hinaus drei Konferenzräume ab, die sich untereinander flexibel kombinieren lassen und so Platz für bis zu 338 Personen bieten können. Gemeinsam mit dem Hauptfoyer können sie eine Fläche von mehr als 1.280 qm bilden. In Kombination mit den übrigen Räumen ist das Hauptfoyer natürlich auch als Catering- oder Ausstellungsfläche nutzbar.

Zusätzlich zu den drei Tagungsräumen auf der Ostseite des Foyers verfügt dieses noch über weitere sieben Konferenzräume im südlichen Teil. Sie sind zwischen 41 und 88 qm groß und können teilweise miteinander verbunden

werden. Das Hauptfoyer wird von dem 193 qm großen Seefoyer ergänzt, das sich seitlich an das zentrale Foyer anschließt, weitere Zugänge zum Großen Saal bietet und auch als eigenständiger Veranstaltungsraum fungieren kann. Schließlich wird das bodentief verglaste Seefoyer einen direkten Ausblick auf den See und einen Zugang zu der davor liegenden Terrasse bieten. Diese verbindet die Inselhalle mit der Promenade des sogenannten Kleinen Sees, der zwischen Insel und Festland liegt.

Als Kernstück der Inselhalle soll der Große Saal nach den Sanierungsarbeiten noch festlicher wirken: Elegante Deckenleuchten ergänzen die bestehende Holzverkleidung und sollen ihm ein edles, modernes Ambiente verleihen. In Reihen-



bestuhlung fasst der Saal mehr als 1.100 Personen, an Banketttischen können hier bis zu 768 Gäste dinieren und feiern. Dank der ausgezeichneten Akustik des Großen Saals ist er auch sehr beliebt für Konzerte.

Das Untergeschoss der Inselhalle wird vom Hauptfoyer über eine große Treppe oder alternativ mithilfe des Aufzugs zu erreichen sein. Dort werden sich zwei weitere Konferenzräume befinden, die von einer zusätzlichen Cateringfläche vervollständigt werden. Zusammengenommen können hier maximal 580 Personen tagen. Der Zugewinn dieser Fläche sei vor allem in Bezug auf die Nobelpreisträgertagung ein wichtiger Aspekt gewesen, da hier zukünftig die Mittagspause stattfinden könne, ohne dass in den anderen Tagungsbereichen mit großem Aufwand umgestuhlt werden müsse, erläutert Holz. Der angrenzende begrünte Lichthof ermögliche einen direkten Zugang zur Seepromenade und schaffe Tageslicht in diesen Räumen.

Nicht nur die Inselhalle, sondern auch die umgebenden Flächen werden neu gestaltet. Abgesehen von der Seepromenade



samt Terrasse entsteht neben der Inselhalle ein neuer Stadtplatz, der für Events nutzbar sein wird. Er wird das Bindeglied zwischen der Inselhalle und einem Multifunktionsgebäude, welches unter anderem ein Parkhaus und die Feuerwahrstation der Insel beherbergen wird. Beide Gebäude werden durch eine umlaufende kupferfarbene Blechverkleidung optisch ein Ensemble bilden.

Tagungen zwischen Tradition und Moderne

Die kupferfarbene Verkleidung sei auch deshalb gewählt worden, weil sie sich gut in die Tonalität der Lindauer Altstadt einpasse, erläutert Carsten Holz. Schließlich ist die historische Altstadt nur wenige Meter von der Inselhalle entfernt. Im Inneren des neuen Veranstaltungszentrums werden ebenfalls kupferfarbene Oberflächen – kombiniert mit Eichenholz – die Optik dominieren.

Generell könne von einem Kontrast zwischen Tradition und Moderne gesprochen werden, erzählt Holz. Diese Aussage

sei auf mehreren Ebenen berechtigt – sei es bezüglich der historischen Altstadt und der neuen Inselhalle oder aber innerhalb der Inselhalle zwischen dem traditionsreichen Großen Saal und dem umliegenden Neubau. Was die Inselhalle aber auf jeden Fall weiterhin sein soll, sei ein Treffpunkt für Gäste und Lindauer, betont Holz. „Die neue Inselhalle ist nicht zuletzt auch ein Bürgerforum“, so Holz weiter.

Was die Kunden der Inselhalle an der Stadt schätzen, sind vor allem die familiäre Atmosphäre, die kurzen Wege und das dennoch vorhandene internationale Flair. Und die Lindauer freuen sich über ihre Gäste: Besonders die zwei großen wiederkehrenden Tagungen, das Lindauer Nobel Laureate Meeting und die Lindauer Psychotherapiewochen gehören schon fast zum Lindauer Kulturgut und werden von den Einheimischen herzlich begrüßt.

Alles aus einer Hand

Was das Angebot für Eventplaner angeht, wird die neue Inselhalle viele Möglichkeiten für die unterschiedlichsten Formate bieten und ermöglicht auch parallele Veranstaltungen. Praktisch für Planer ist zudem, dass die zukünftigen Angebote bereits alles Wichtige umfassen – so ist beispielsweise WLAN auf hoher Bandbreite stets inklusive. Carsten Holz, Geschäftsführer der Lindauer Tourismus und Kongress GmbH, fügt hinzu: „Bei uns ist alles in einer Hand. Wir sind zentraler Ansprechpartner für die touristische Vermarktung der Stadt Lindau wie auch für die Zimmerbuchung. Zusammen mit dem Bereich Kongresstourismus ergeben sich optimale Synergien, von denen Veranstalter nur profitieren können.“

li. o.: Von der Stadtmauer aus blickt man auf die Inselhalle (li.), das gegenüberliegende Parkhaus (re.) und den beide Gebäude verbindenden neuen Stadtplatz.

li. u.: Als Kernstück der Inselhalle bleibt der Große Saal bestehen und erhält durch die neue elegante Ausstattung ein modernes Aussehen.

o. re.: Acht der zehn modularen Konferenzräume im Erdgeschoss gehen von dem weitläufigen, hellen Hauptfoyer der Inselhalle ab.

u.: Im Untergeschoss wird ein Lounge- oder Bankettbereich geschaffen, der über eine Außentreppe im daran grenzenden Lichthof direkt zum Kleinen See führt. Alle Abb.: Visualisierungen Auer Weber



Lindau von seiner historischen Seite



o. : Die prachtvoll bemalte Fassade des Alten Rathauses stammt aus der Zeit um 1930.

u. li. : Der Pulverturm wurde ursprünglich als Wehrturm am westlichsten Punkt der Insel erbaut.

u. re. : Wo einst Schießpulver lagerte, kann heute gefeiert und getagt werden. Alle Fotos: Jürgen Wisckow, www.lindau.de

Während der Bauzeit der neuen Inselhalle wichen viele Veranstaltungen wie die Nobelpreisträgertagung auf andere Locations innerhalb der Stadt aus. Schließlich hat Lindau auch abseits der Inselhalle und der vorhandenen Tagungshotels einiges zu bieten. Für Veranstaltungen mit maximal 80 Personen kann beispielsweise das Forum am See gebucht werden. Herzstück des historischen Gebäudes

ist der imposante, holzvertäfelte Kirschbaumsaal.

Eine weitere beliebte Location ist das denkmalgeschützte Stadttheater. Die ehemalige Kirche aus dem 13. Jahrhundert ist das größte Theater am Bodensee. Mit seinen knapp 700 Sitzplätzen sind Vorträge und Präsentationen in edler Atmosphäre möglich.

Abgesehen davon bietet das Stadttheater tolle Ideen für ein gelungenes Rahmenprogramm: Neben den Aufführungen des Kulturamtes Lindau finden hier die Vorstellungen der Lindauer Marionettenoper statt, der einzigen Puppenbühne Deutschlands, die ausschließlich Musiktheater spielt. Ein Ensemble aus einem Dutzend Puppenspieler zeigt mit über 400 selbst gebauten Marionetten neben Klassikern der Operngeschichte und einer Operette auch das Ballettstück „Schwanensee“. Seit mehr als zehn Jahren begeistert die Lindauer Marionettenoper ihre Besucher und kann ebenso für Gruppen gebucht werden.

Stadtgeschichte erleben

Auch das prächtige Alte Rathaus der Stadt wird oft für exklusive Empfänge und Meetings genutzt. Das von 1422 bis 1436 errichtete, gotische Gebäude wurde in der darauffolgenden Zeit mit dem markanten Stufengiebel und der reich bemalten Fassade an den Stil der Renaissance angepasst. Die heutige Bemalung stammt aus der Zeit um 1930, wurde in den 1970er-Jahren rekonstruiert und zeigt auf der Nord- und Südseite des Gebäudes Szenen des Deutschen Reichstages, der 1496 hier getagt hatte.

Über die mächtige Holztreppe gelangen Gäste des Alten Rathauses direkt in

den sogenannten Verkünder-Erker, der sich sehr gut für einen kleinen Empfang eignet. Insgesamt verfügt das Gebäude im Obergeschoss über drei individuell gestaltete gotische Säle, die mit ihrer Holzvertäfelung, den geschnitzten Pfeilern und den großen Leuchtern ein besonders festliches Ambiente bieten. Der Große Saal, der Kleine Saal und der Rungesaal ergeben gemeinsam eine Fläche von 400 qm und sind mit moderner Technik ausgestattet. Beamer, Leinwand, Konferenz- und Lautsprecheranlage sowie WLAN sind vorhanden. Schließlich werden hier bis zum heutigen Tag noch die Sitzungen des Stadtrates abgehalten.

Events statt Schießpulver

Am westlichsten Punkt der Insel befindet sich der Pulverturm. Er wurde 1508 im Zuge der Stadtummauerung erbaut und gegen Ende des 18. Jahrhunderts zum Pulverturm umfunktioniert, in welchem die Lindauer Bürgerwehr ihre Vorräte lagerte. Ende des 19. Jahrhunderts wurde er für den damaligen Bürgermeister Dr. Heinrich Schützing zur Wohnung umgestaltet. 1988 wurde der Pulverturm renoviert und steht seitdem für Veranstaltungen zur Verfügung. Beamer, Leinwand und WLAN sind vorhanden, ebenso eine vollständige Küche und sanitäre Anlagen. Rund 16 Personen können im Pulverturm tagen, bei Feiern fasst er bis zu 30 Personen. Ansprechpartner für Buchungen ist die Lindau Tourismus und Kongress GmbH.

Wer mehr über Lindaus historische Altstadt mit all ihren Schätzen erfahren möchte, dem sei eine der beliebten Stadtführungen oder ein abendlicher Nachwächterrundgang empfohlen. Abgesehen davon ist die Stadt auch ein perfekter Ausgangspunkt für ein Event auf einem Schiff oder eine Drei-Länder-Panoramafahrt über den Bodensee.



Die Grande Dame von Bad Schachen



li.: Auf dem Festland gelegen und doch dem Bodensee so nah: das familiengeführte Hotel Bad Schachen.

u.: Die Schachen Suite ist einer der neu gestalteten Räume, die Anfang dieses Jahres fertiggestellt wurden. Fotos: Hotel Bad Schachen

Nachdem der bayerische Prinz Luitpold 1848 die „Villa Amsee“ als Residenz für die Sommerfrische erworben hatte, folgten viele Adelige und Großbürger diesem Beispiel und die sogenannte Bayerische Riviera entstand. Als Grande Dame des mit Villen gesäumten Bodenseeufer direkt gegenüber der Insel Lindau kann das Hotel Bad Schachen bezeichnet werden. Das familiengeführte Haus liegt inmitten eines herrlichen, 50.000 qm großen Parks.

Seit 1752 gehört das Anwesen der Familie Schielin, die dort ab 1849 die ersten möblierten Zimmer anbot und noch heute die Geschicke des Hauses lenkt. Zur Zeit leitet es die Familie Schielin in siebter Generation und auch die achte Generation stehe schon bereit, erzählt Eventleiter Muzaffar Khuja Nuritdinkhodjaev.

Ursprung des Namens Bad Schachen ist die auf dem Grundstück befindliche Eisen-Schwefel-Quelle, die erstmals im Jahr 1474 erwähnt und als Heilquelle für jegliche Art von Krankheiten genutzt wurde. Aufgrund der Quelle verfügte das „Bad zu Schachen“ schon früh über eine Badehütte, die im Laufe der Zeit stetig erweitert wurde. So war das Hotel Bad Schachen noch bis ins 20. Jahrhundert hinein vor allem eins: ein Kurhotel.

In früheren Zeiten reisten die Gäste überwiegend von der Seeseite an, weshalb die Hauptschauseite des Hotels dem See zugewandt ist. Bereits 1894 wurde die bis heute erhaltene Schiffsanlegestelle errichtet. Hier können gecharterte Schiffe Grup-

pen direkt abholen oder nach einem Ausflug über den Bodensee wieder absetzen.

Mittlerweile umfasst das Hotel neben seinen 128 individuell eingerichteten Zimmern und Suiten sieben Salons für Veranstaltungen, zwei Restaurants, eine Bar sowie weitläufige Terrassenflächen zum See hin und einen Wellness- und Spabereich. Circa 80 Prozent der Gästezimmer seien seeseitig, betont Nuritdinkhodjaev. Anfang dieses Jahres seien sieben Räume renoviert und neu gestaltet worden, so der Eventleiter. Abgesehen davon seien weitere Veränderungen geplant – so heiße das Haus ab 2017 „Grand Hotel Bad Schachen“, und zurzeit werde geprüft, ob man den saisonalen Betrieb von Anfang April bis Ende Oktober zukünftig auf das ganze Jahr ausweiten solle.

MICE in edlen Salons

Da das Haus erstklassige Tagungsmöglichkeiten bietet, wäre dies besonders für Veranstaltungsplaner ein großer Vorteil. Die drei weitläufigsten Säle verfügen nicht nur über ein eigenes Bankettfoyer, sie eignen sich auch hervorragend zur gemeinsamen Nutzung. So können die Salons Baden und Württemberg zu einem 200 qm messenden Raum mit Kapazitäten für bis zu 250 Personen verbunden werden. Die großen, bodentiefen Fenster der Salons geben den Blick auf die Außenterrasse und den angrenzenden Kleinen Garten frei.

An diese beiden Säle grenzt der Salon Belle Epoque mit seinen 170 qm und den 4,4 m hohen Decken an. Der elegante Saal sei besonders beliebt für Vorträge, Konzerte oder Dinner, erzählt Nuritdinkhodjaev. An ihn schließt sich zudem ein kleines Foyer an, das direkte Zugänge zum Restaurant Seeblick bietet. Das Restaurant kann exklusiv gemietet bis zu 500 Personen fassen. In der danebenliegenden historischen Fischerstube können Gruppen mit maximal 48 Personen speisen. Dieses Raumentsemble wird von einer Bar sowie zwei kleineren Tagungsräumen ergänzt, die ideal für Meetings auf Führungsebene mit bis zu 16 Personen nutzbar sind.

Events im hauseigenen Strandbad

Mitten im weitläufigen Park des Hauses befindet sich mit dem 1924 erbauten Parkstrandbad zudem nicht nur ein Juwel an Jugendstilarchitektur, sondern darüber hinaus eine tolle Location für Events. Das Parkstrandbad mit seinem 10x20 m großen Pool und der weitläufigen Wiesenfläche mit direktem Seezugang wird vom Hotel auch für eigene Veranstaltungen wie die Reihe „Jazz on the beach & Barbecue“ genutzt. Bei Livemusik, Tanz und Barbecue kommen das mediterrane Flair des Parkstrandbads und die unvergleichliche Lage am Bodensee besonders gut zur Geltung.



Ein neues Tagungs- und Kongresszentrum für Konstanz | von Anna-Lena Gras



Direkt am Seerhein liegt das neue Bodenseeforum Konstanz, das erst Ende Oktober zum ersten Mal seine Türen öffnete.

Modern, lichtdurchflutet, flexibel und mit einer ganz besonderen Atmosphäre präsentiert sich das Bodenseeforum Konstanz direkt am sogenannten Seerhein. Erst Ende Oktober wurde das neue Tagungs- und Konferenzzentrum der größten Stadt am Bodensee offiziell eröffnet.

Seitdem stehen Planern die modularen Räumlichkeiten des Bodenseeforums zur Verfügung. Bereits viele Veranstaltungen konnte das Team des Bodenseeforums um Geschäftsführer Dr. Thomas Karsch nach Konstanz holen. Durch die Lage am Bodensee und damit in der weltbekannten Vier-Länder-Region ist es nicht verwunderlich, dass das Bodenseeforum auch als Alternative für das Kongresshaus in Zürich – hier steht ein Renovierungsprozess über drei Jahre an – in Betracht kommt. Nur etwa 50 Minuten Fahrt liegt der internationale Flughafen Zürich entfernt. Daher haben schon vor der offiziellen Eröffnung einige Planer und Organisatoren in Konstanz angefragt und sich für das Bodenseeforum entschieden. Sogar die Veranstalter von Konferenzen, die in der Vergangenheit ausschließlich auf schweizerischem Boden stattfanden, haben für 2017 das Bodenseeforum ausgewählt.

Ehrlich gesagt, liegen die Gründe für diese Entscheidung auf der Hand, denn das ehemalige Forschungs- und Entwicklungszentrum eines Herstellers

für Solarzellen überzeugt heute mit modernster Technik, einem höchst flexiblen Raumkonzept und einer ganz besonderen Atmosphäre, die sowohl absolute Ruhe ausstrahlt als auch eine enorme Effizienz garantiert.

Mehr als „nur“ ein Tagungs- und Kongresszentrum

Zu allen Seiten hin öffnet sich das Bodenseeforum Konstanz durch seine riesigen Fensterfronten der Umgebung. So

verfügen im Grundsatz auch alle Räume über Tageslicht; ausgenommen ein Raum, der lediglich bei Teilung den direkten Lichteinfall verliert.

Als tragendes Prinzip für die Raumkonzeption gilt der Gedanke der Inspiration; die Räumlichkeiten im Bodenseeforum sollen dazu anregen, auch einmal vom standardisierten Ablauf abzuweichen und sich auf unbekanntes Terrain zu begeben, erklärt Karsch im Gespräch. Dieser Ansatz wird einerseits durch das äußerst flexible Raumkonzept unterstützt und andererseits durch das hochkarätige Team des Bodenseeforums ge-

fördert. So zeichnet beispielsweise mit Claudia Brier eine Theaterdramaturgin als Projektleiterin verantwortlich. Den Catering-Bereich führt mit Catherina Hug ein Profi in puncto leibliches Wohl, der bereits Prinzessinnen und Könige umsorgt hat. Ein mehr als ambitioniertes Team, das jeder Veranstaltung das ein oder andere Highlight garantieren kann.

Das Bodenseeforum Konstanz lässt sich in drei Ebenen unterteilen. Dabei liegen die größten Kapazitäten im Erd-



Im großen Saal fand die offizielle Eröffnung statt. Eine gute Möglichkeit für Besucher, sich von der hochwertigen Ausstattung und dem flexiblen Raumkonzept selbst zu überzeugen. Fotos: Lorth Gessler Mittelstaedt

geschoss. Hier befindet sich sowohl das großzügige Foyer mit seinen 500 qm als auch der große Saal mit etwa 1.000 qm. Beide Räumlichkeiten können übrigens in Kombination bespielt werden. In Konzertbestuhlung bietet der große Saal Platz für bis zu 1.104 Personen. Durch das modulare Konzept und die dadurch bedingte enorm hohe Flexibilität bietet sich der Raum darüber hinaus für Events verschiedenster Größe an. Ganze elf Varianten lässt das Raumkonzept insgesamt zu. So sind zum einen auch kleinere Veranstaltungen mit

mungsverstärker, beispielsweise bei einem Gala-Dinner. Durch die unterschiedliche Größe der Löcher entsteht eine wellenartige Illumination, die gleichermaßen beeindruckt und den Weg in den großen Saal auf besondere Weise erleuchtet.

Weitere Möglichkeiten auf der zweiten Ebene

Das obere Stockwerk verfügt über insgesamt drei weitere Räume, von denen sich die beiden oberhalb des großen Saales – mit direktem Blick in den Saal – nochmals

gelangen – sicherlich ein weiterer riesiger Vorteil, wenn eines der tragenden Argumente für das Bodenseeforum schlicht und ergreifend die Nähe zum Bodensee ist.

Modernste Technik versteht sich von selbst

Durch den Neubau beziehungsweise die komplette Umnutzung des Gebäudekomplexes konnte auch modernste Technik Einzug in das Bodenseeforum halten. So ist es unter anderem möglich, mit bis zu 1.600 Geräten das leistungsstarke WLAN zu nutzen. Wer hier aber nach Verkabelung am oder im Boden sucht, der sucht vergebens. Durch die intelligente Architektur des Gebäudes liegt die gesamte Technik entweder außerhalb der Räume oder ist in die Raumdecken integriert und von dort zu beziehen. So sind beispielsweise im großen Saal Beamer bereits vorinstalliert und können jederzeit und ganz nach Bedarf genutzt und angesteuert werden. Alles geschieht dabei kabellos und kann auf Knopfdruck an die Bedürfnisse von Planern und Veranstaltern angepasst werden. Durch diese Technik können auch nachfolgende Speaker genau



v.l.n.r.: Friedhelm Schaal (Leiter Wirtschaftsförderung Stadt Konstanz), Ehrengast EU-Kommissar Günther Oettinger und Uli Burchardt (Oberbürgermeister Stadt Konstanz) waren bei der Eröffnung persönlich vor Ort. Foto: Bodenseeforum Konstanz, Oliver Hanser

geringerer Teilnehmerzahl realisierbar. Zum anderen finden Veranstaltungen mit unterschiedlichen Programmmodulen im Bodenseeforum den richtigen Rahmen. Denn sowohl die Foyerflächen als auch die verschiedenen Konfigurationen des großen Saals eignen sich für begleitende Ausstellungen.

Eine Besonderheit des Erdgeschosses ist zweifelsohne die illuminierbare Lochwand. Diese zieht sich grundsätzlich durch das gesamte Gebäude, kann aber im Erdgeschoss als besonderes Stilelement in Szene gesetzt werden: Hinter den unterschiedlich großen Löchern, die von den Architekten bewusst gewählt wurden, befindet sich eine LED-Beleuchtung, die in allen gewünschten Farben erstrahlen kann. Sie bildet so ein absolutes Highlight in puncto Corporate Design oder aber dient als Stim-

unterteilen lassen. Durch diese Teilung entsteht dann auch die kleinstmögliche, mietbare Einheit in diesem Ensemble mit einer Raumgröße von 63 qm.

Den Abschluss der Räumlichkeiten im Bodenseeforum macht die Lounge im obersten Stockwerk. Vom ungestörten Ort für ein Boardmeeting über eine Speakers-Lounge bis hin zum externen Standesamt; der für 20 Personen ausgelegte Raum ist variabel nutzbar und bietet in jedem Fall einen gelungenen Rahmen für jede Veranstaltung im kleineren Kreis. Ein separater Eingang ermöglicht sogar die vollkommen autarke VIP-Betreuung. Innerhalb des nächsten Jahres wird außerdem noch eine Anlegestelle in direkter Umgebung des Bodenseeforums gebaut. So können Teilnehmer auch ohne Schwierigkeiten per Boot ankommen und zur Veranstaltung

abpassen, wann sie mit ihrer eigenen Rede oder Keynote beginnen müssen, ohne sich dabei im Saal aufzuhalten.

Partnerschaft wird großgeschrieben

Um die Planung eines Events zu vereinfachen und nochmals aufzuwerten, ist das Bodenseeforum bereits in verschiedenen Partnerschaften aktiv. So gibt es in Konstanz gleich zehn Partnerhotels aller Kategorien, die ein entsprechendes Zimmerkontingent bereithalten. Insbesondere größere Kongresse können sich demzufolge sicher sein, genügend Unterbringungsmöglichkeiten zu finden. Zu diesen Partnerhotels zählt auch das direkt neben dem Bodenseeforum liegende 47°. Das 99 Zimmer und Studios umfassende Hotel liegt nur 270 m entfernt und bietet urbanen Lifestyle ebenfalls direkt am Seerhein.

Montforthaus Feldkirch: nachhaltig, vielseitig und inspiriert tagen | von Nadine Laske

Etwas abseits des Bodensees, aber im Herzen des Vierländerecks liegt mit dem Montforthaus ein außergewöhnliches Kultur- und Kongresshaus, das seinesgleichen sucht. In der Stadt Feldkirch im Westen Österreichs angesiedelt, passt sich das Anfang 2015 eröffnete Montforthaus perfekt in die Innenstadt ein. Als Konzerthaus, Eventlocation und Tagungsort zugleich überzeugt es mit seiner zeitgenössischen Architektur, den wandelbaren Flächen und dem nachhaltigen Ansatz.



Eine nur 20-minütige Autofahrt vom Rheintal entfernt befindet sich die energieeffizienteste Stadt Österreichs. Feldkirch wurde im November 2015 bereits zum zweiten Mal mit dem European Energy Award in Gold geehrt, der höchsten europäischen Auszeichnung, wenn es um das energieeffiziente Handeln von Städten und Gemeinden geht. Inmitten der denkmalgeschützten Innenstadt Feldkirchs und neben Resten der historischen Stadtmauer liegt mit dem Montforthaus ein ebenso um Nachhaltigkeit bemühtes Veranstaltungshaus.

Das im Januar 2015 eröffnete Kultur- und Kongresshaus sei sozusagen das Entree in die Stadt, erzählt Corina Dreher, die für die Unternehmenskommunikation des Montforthaus zuständig ist. Vor dem Neubau habe an diesem Ort bereits seit den 1970er-Jahren ein Namensvorgänger gestanden, so Dreher weiter. Das neue Montforthaus stehe fast auf der identischen Stelle, sei nur leicht gedreht worden, damit es sich besser an die umgebende Altstadt anpasse. In Bezug auf die Fläche unterscheide sich das von den Architektenteams Hascher Jehle aus Berlin und Mitiska/Wäger aus Bludenz gestaltete

Montforthaus aber kaum von seinem Vorgängerbau, fährt Dreher fort. Die alten Kapazitäten von rund 6.500 qm und über 1.100 Personen im Großen Saal blieben bestehen.

Ein klangvoller Saal & lichte Räume

Besucher gelangen durch den Haupteingang in das 450 qm große Atrium im Erdgeschoss des Gebäudes. Der lichtdurchflutete Raum mit den geschwungenen Formen bietet genügend Fläche für einen Empfang oder eine Ausstellung. Direkt vor dem Großen Saal stehen mit dem Altstadtfoyer darüber hinaus weitere 160 qm zur Verfügung, die wiederum auch für Ausstellungen genutzt werden können.

Der Große Saal selbst bietet im Parterre 837 Sitzplätze in Reihenbestuhlung, auf der Galerie zusätzliche 311 Plätze. Die 326 qm große Bühne ist eine Hebebühne, die es möglich macht, Gegenstände von der Anlieferung bis in den Saal zu transportieren. Charakteristikum des Großen Saal ist das Zusammenspiel aus wogenden Holzflächen, den transparenten

Akustikelementen und der riesigen Bühne. Das warme Licht, welches den Saal erfüllt, stamme aus extra angefertigten, dimmbaren LEDs des österreichischen Leuchtenherstellers Zumtobel, erzählt Corina Dreher. Abgesehen von diesem klassischen Setting sei der Große Saal aber sehr flexibel, was die Gestaltung angehe, und könne kreativ bespielt werden, ergänzt sie.

Im ersten Obergeschoss ergänzen dann ein 236 qm messender Kleiner Saal und zwei Seminarräume das Raumangebot. Die Seminarräume können parlamentarisch bestuhlt Platz für 28 beziehungsweise 40 Personen bieten. Im darüberliegenden Stockwerk wartet ein Highlight auf die Besucher: Neben der Gastronomie, die vom Team der renommierten Traube Tonbach ebenfalls bei Veranstaltungen exklusiv betreut wird, befindet sich hier die 161 qm große Dachgalerie. An diesen Veranstaltungsraum schließt sich eine 191 qm messende Terrassenfläche, die mit in Events eingebunden werden kann und einen herrlichen Ausblick über die Dächer der Stadt sowie hinauf zur Schattenburg bietet.





li. o.: Das Montforthaus fügt sich mit seiner geschwungenen Form perfekt in die umliegende Innenstadt ein.
Foto: Montforthaus Feldkirch, David Matthiessen

li. u.: Wie im gesamten Haus dominieren auch im Atrium geschwungene Formen sowie strahlend weiße Flächen in Kombination mit Glas und Holz
Foto: Montforthaus Feldkirch, David Matthiessen

o.: Die Dachterrasse des Montforthaus bietet einen herrlichen Blick über die Stadt und die nahe gelegene Schattenburg.
Foto: Montforthaus Feldkirch, Petra Rainer

u.: Der Große Saal ist das Herzstück des Hauses und kann bei Reihenbestuhlung über 1.100 Personen fassen.
Foto: Montforthaus Feldkirch, David Matthiessen

Erfolgreiche Eigenveranstaltung

Neben dem regulären Veranstaltungsbetrieb wie etwa den Konzerten des Sinfonieorchesters Vorarlberg hat das Montforthaus zudem eine erfolgreiche Eigenveranstaltung aufzuweisen: die „Montforter Zwischentöne, Zeit-Räume zwischen Dialog und Musik“. Diese finden an drei Wochenenden im Jahr statt und behandeln jedes Mal ein anderes Hauptthema. Bisher seien die Themen „Anfangen“, „Streiten“, „Glauben“, „Erfinden“ und „Pause“ gewesen, erzählt Dreher. Die aktuellen Zwischentöne behandeln das „Sterben. Über das Loslassen“. Mit Konzerten, Vorträgen und Lesungen wird sich dem Thema angenähert und das Gebäude kann in seiner Ganzheit und vor allem als Schnittstelle zwischen Musik und Dialog erfahren werden.

Wo der Lift Strom erzeugt

„Wenn wir mit dem Lift ins Erdgeschoss herunterfahren, erzeugen wir Strom“, erklärt Corina Dreher. Tatsächlich erzeugen die Personenlifte beim Abwärtsfahren

Strom – was nur ein Aspekt des nachhaltigen Gebäudes ist. Neben den nach Maßgaben von Green Building gewählten Lacken, Farben und Dämmstoffen wurde ökologisch gebaut. Es wurden regionale Materialien wie Birnenholz und Jura-Marmor verwendet. Eine Fotovoltaikanlage sowie die umweltfreundliche Methode, Kälte und Wärme mittels Grundwasserpumpe zu erzeugen, runden das Profil weiter ab. Die Energieeffizienzklasse des Hauses beträgt A. Darüber hinaus gibt es Tankstellen sowohl für Elektrofahräder als auch -autos.

Das Thema Nachhaltigkeit werde komplett gelebt, erläutert Dreher. Das fange klein an und würde sich durch alle Aspekte des Hauses ziehen. So gehe beispielsweise das Licht aus, wenn man den Raum verlasse. Auf Wunsch können im Haus stattfindende Veranstaltungen natürlich nach den Kriterien der Green Meetings und

Green Events zertifiziert werden. Ebenso wichtig wie die Nachhaltigkeit sei es außerdem gewesen, ein barrierefreies Gebäude zu schaffen, welches von allen Besuchern erlebt werden könne. So gibt es zudem ein eigenes Leitsystem für Sehbehinderte.

Events im ersten Hallenbad Vorarlbergs

Die Montforthaus Feldkirch GmbH gehört zur Unternehmensgruppe der Stadt und verfügt mit dem Alten Hallenbad über noch eine weitere außergewöhnliche Location. Das Schwimmbad eines ehemaligen Jesuitengymnasiums habe bis Mitte der 1980er-Jahre als Schulschwimmbad gedient und liege lediglich fünf Minuten Fußweg vom Montforthaus entfernt, so Dreher. Da das Alte Hallenbad auch für einen längeren Zeitpunkt gemietet werden kann, ist es vor allem bei Theaterproduktionen und anderen kulturellen Veranstaltungen beliebt. Oft entstehe ein Theaterstück erst vor Ort, erzählt Dreher.

Die unverändert schlichte Architektur mit dem ehemaligen Schwimmbecken im Erdgeschoss und der früheren Turnhalle im Obergeschoss bietet weitläufige Flächen und viele Möglichkeiten. Das gesamte Haus kann bis zu 1.100 Personen fassen und bei Bedarf exklusiv gemietet werden. Pool und Foyer bieten Platz für bis zu 300 Gäste und im ehemaligen Schwimmbad befindet sich eine fix installierte Bühne. Im Obergeschoss kann auf 522 qm ein Cocktailempfang mit 900 Personen oder ein Bankett mit 412 Personen stattfinden. Abgerundet wird das Raumangebot von einem Barbereich, einem Backoffice sowie von Garderoben.



Bregenz: Wenn Kongresse zur Kultur werden | von Anna-Lena Gras



Modern und mit viel Glasflächen: Das Bregenzer Festspielhaus punktet mit seiner Architektur und den großen Kapazitäten.

Alljährlich, wenn auf der markanten Seebühne wieder die Festspiele stattfinden, schaut die Kulturszene auf. Zwei Jahre lang sind die jeweiligen Gastspiele während der Sommermonate hier zu sehen.

In diesem Jahr konnten Besucher die zweite Spielzeit von „Turandot“ genießen; die nächste Spielzeit wird dann im Zeichen von Georges Bizets „Carmen“ stehen. Während der Spielzeiten befinden sich Seebühne und Festspielhaus ganz in der Hand der Festspiele. Das ändert sich jedoch sofort, wenn die Festspielsaison beendet ist. Dann steht das gesamte Festspielhaus MICElern offen.

Der See als Bühne

Sobald der Festspielbetrieb eingestellt ist und die Bühnenaufbauten verschwunden sind, lassen sich auf der Seebühne vielfältigste Veranstaltungen realisieren. 6.980 Personen können gleichzeitig erreicht werden. Und das – trotz der Tatsache, dass es sich um eine Freiluftlocation handelt – ganz ohne Einbußen in

puncto Akustik. Durch den Bedarf der Festspiele an exzellenter Akustik profitiert die MICE-Branche ebenfalls. Unter dem Namen BOA, kurz für Bregenz Open Acoustics, versteckt sich eine beeindruckende Weiterentwicklung des Richtungshörens. In erster Linie bedeutet dieses Konzept, dass Zuhörer Bewegungen akustisch exakt wahrnehmen können. 800 Lautsprecher, die auf der Tribüne verbaut wurden, sorgen für diesen außergewöhnlichen Standard. Daher liegt es auf der Hand, dass die Seebühne vorrangig für Konzerte gemietet wird.

Ebenfalls zu Outdoor-Locations des Festspielhauses zählt der Platz der Wiener Symphoniker. Dieser Vorplatz zum Festspielhaus wurde als Begegnungsstätte und Bindeglied zwischen Innenstadt, Bodensee und Festspielhaus konzipiert. Mit Sondergenehmigung kann der Platz der Wiener Symphoniker für Veranstaltungen gebucht werden. Bei Konzerten ist der Platz für bis zu 12.000 Personen ausgelegt.

Auch die „inneren Werte“ sind mehr als überzeugend

Unter dem Dach des Festspielhauses stehen Planern 23 verschiedene, individuell bespielbare Säle zur Verfügung. Einige davon mit Seeblick, allesamt mit großem Potenzial.

Dreh- und Angelpunkt der Kongresskultur Bregenz ist das großzügige Foyer mit seinen 630 qm. Hell und lichtdurchflutet empfängt es Gäste und gibt einen ersten Eindruck hinsichtlich der Möglichkeiten innerhalb des modernen Gebäudes. Denn hier stehen nicht die einzelnen Räume oder das Gebäude im Mittelpunkt, sondern die Veranstaltung selbst. Die Architektur drängt sich nicht in den Vordergrund und lässt Veranstaltern ausreichend Raum für ganz eigene Inszenierungen. Dies spiegelt den Leitgedanken der Kongresskultur in ihren Grundfesten wider. Wir schaffen Raum für besondere Erlebnisse unserer Kunden und Besucher. So ist es mehr als zutreffend formuliert.

Über eine Treppe geht es vom Foyer aus auf die zweite Ebene. Oberhalb des Sees befindet sich unter anderem der Große Saal. Neben zahlreichen Veranstaltungen wie Konzerten, Musicals oder Opernaufführungen eignet sich dieser Saal außerdem hervorragend für Kongresse. Bis zu 1.656 Personen können bei außergewöhnlicher Akustik und hervorragender technischer Ausstattung gemeinsam arbeiten. Im Großen Saal profitieren Planer übrigens wiederum von den Festspielen: Da die Festspiele meist hier offiziell eröffnet werden, verfügt der Raum über eine TV-Triax-Verkabelung. Diese ermöglicht es, live und damit direkt aus dem Saal zu senden. Ebenso gibt es zwölf mobile Dolmetscherkabinen, die Simultanübersetzungen in verschiedene Sprachen ermöglichen. Darüber hinaus können an Hängepunkten im Vorbühnenbereich Lautsprecher Systeme installiert werden; zwei Beleuchterbrücken ermöglichen individuelle Lichtarrangements.

Platz nehmen die Teilnehmer oder Gäste auf roten Samtstühlen, die in Kombination mit dem dunklen Akazienholz eine sehr gediegene Atmosphäre schaffen. Bei Bedarf kann der Große Saal mit parlamentarischer Bestuhlung versehen werden, was zu einer Kapazität von 478 Sitzplätzen führt.

Die „Blackbox“ für große Inszenierungen

Die Werkstattbühne ist der heimliche Star des Gebäudes. Planer finden 45 × 37 m vollkommen flexibler Veranstaltungsfläche vor. Beim Betreten der Werkstattbühne im „Rohzustand“ ist zunächst einmal die Größe für sich genommen beeindruckend. Schon allein daraus ergeben sich

unzählige Varianten. Hinzu kommt, dass der Gestaltung kaum Grenzen gesetzt sind. Nicht nur verschiedenste Dekorations- und Einrichtungsmöglichkeiten sind in der Werkstattbühne vorhanden, auch durch die unterschiedlichen Platzierungsmöglichkeiten für die Bühnenaufbauten wird das Paket abgerundet. Bei einer solchen Variabilität müssen aber selbstverständlich auch die Rahmenbedingungen optimal sein. So verfügt die Werkstattbühne unterhalb der Decke über einen begehbaren Gitterboden, der bis 37,5 t Hängelasten bewältigt, ebenso wie über Einfahrtsmöglichkeiten für Klein-Lkw, zudem einen mobilen Regieturm und zwei Hallenkräne, die größere Aufbauten ermöglichen und vor allem erleichtern. Die fast 10 m hohen Wände der Werkstattbühne haben schon die ein oder andere denkwürdige Veranstaltung gesehen: vom Konzert über Produkt-Launches und Wirtschaftsforen bis hin zu Messen, Bällen oder Gala-Dinner. Jedes Mal konnte das Team um Peter Spritzen-dorfer, Leiter Veranstaltungsmanagement, eine besondere und zum Event passende Atmosphäre kreieren. Ein weiterer Pluspunkt ist der separate Eingang, der eine vollständig autarke Veranstaltung garantiert. Für große Tagungen und Kongresse können außerdem die Hauptbühne sowie die beiden Seitenbühnen angeschlossen werden. So ergibt sich eine Maximalkapazität von bis zu 3.700 Personen.

Von der Blackbox in den White Cube

„Ganz in Weiß“ präsentiert sich der fast 300 qm große Saal Bodensee oberhalb des Platzes der Wiener Symphoniker. Aufgrund dieser Neutralität ergibt sich eine enorme Gestaltungsfreiheit für Planer

und Veranstalter. Mit Hilfe verschiedener Lichtinstallationen können in diesem Raum wirklich alle Aspekte der jeweiligen Corporate Identity abgedeckt werden. Farben und Logos lassen sich auf den weißen Wänden hervorragend abbilden.

Sechs Meter Deckenhöhe

Diese beeindruckende Deckenhöhe bietet das sogenannte Seefoyer. Aber nicht nur das macht die vielleicht stimmungsvollste Räumlichkeit des Festspielhauses so einzigartig. Auf drei Seiten holzvertäfelt, öffnet sich das Seefoyer mit seinen 33 m Länge auf einer Seite vollständig in Richtung See; Die bodentiefen Fenster schaffen eine ganz besondere Atmosphäre. Durch dieses Raumgefühl eignet sich das Seefoyer vorrangig für Gala-Dinner oder Empfänge. Aber auch für Konferenzen oder begleitende Ausstellungen wird durch die hochwertige installierte Technik der passende Rahmen geboten. Noch eine weitere Besonderheit ist in jedem Fall zu erwähnen: die Nähe zum See und dem zum Festspielhaus gehörenden Bootsanleger. Hierdurch können Planer beispielsweise direkt vor dem Seefoyer eine Schifffahrt über den Bodensee in das Programm einbauen. Ein separater Eingang unterhalb des Seefoyers garantiert die problemlose Anreise oder eine VIP-Behandlung für Teilnehmer.

Catering-Konzept mit Prinzipien

Nachhaltigkeit gilt bei der Kongresskultur Bregenz als eines der Grundprinzipien. Nicht umsonst wurden schon mehrere Auszeichnungen wie das Österreichische Umweltzeichen oder der Meeting Experts Green Award an das Bregenzer Haus verliehen. Ein essenzieller Bestandteil für dieses Nachhaltigkeitskonzept ist das Catering. Als exklusiver Partner ist evenTZ Hospitality für die kulinarischen Belange verantwortlich. Ob Firmenfeier, Ball, gesellschaftlicher Anlass oder Galadinner – der hauseigene Caterer kreiert für bis zu 2.000 Personen verschiedenste Menüs, die sich vorwiegend aus regionalen und saisonalen Produkten zusammensetzen. Hinzu kommt ein erweitertes Bewusstsein für ausschließlich biozertifizierte und fair gehandelte Lebensmittel. Zum Portfolio der evenTZ Hospitality gehört darüber hinaus das – unter der Woche täglich geöffnete – Restaurant buehnedrei.



Das Seefoyer bietet Veranstaltungen jeglicher Art einen besonderen Rahmen. Fotos: Kongresskultur Bregenz GmbH

Netzwerk BodenseeMeeting: Kurze Wege für gute Entscheidungen

Den Kunden unterstützen und die Region nach vorne bringen. Das sind die Grundpfeiler des BodenseeMeeting. Seit mittlerweile 20 Jahren arbeiten die Mitglieder aus dem Vierländereck Bodensee partnerschaftlich zusammen. Davon profitieren sowohl Mitglieder als auch Kunden.



Gerhard Stübe ist seit über zehn Jahren Geschäftsführer des Veranstaltungsbereichs im Bregenzer Festspielhaus, darüber hinaus ist er Vorsitzender und Sprecher des länderübergreifenden Netzwerks BodenseeMeeting.
Foto: Kongresskultur Bregenz GmbH

Vor 20 Jahren wurde das Netzwerk BodenseeMeeting ins Leben gerufen. Wie kam es dazu und wer waren die Initiatoren?

Das Netzwerk wurde dazumal von den Städten Lindau, Friedrichshafen, Konstanz, St. Gallen und Bregenz gegründet. Ziel war und ist es immer noch, die Tagungslandschaft Bodensee ins Rampenlicht der MICE-Branche zu rücken.

Eine Besonderheit ist zweifelsfrei, dass hier länderübergreifend gearbeitet wird. Sowohl deutsche als auch österreichische und schweizerische, aber auch Liechtensteiner Anbieter gehören dem Netzwerk an. Ein bewusster Schritt oder aus der Situation heraus gewachsen?

Dieser Schritt wurde im Bewusstsein gesetzt, dass der Bodensee mehrere Anrainerstaaten hat und diese Internationalität im Wettbewerb eine interessante Komponente spielen könnte. Wir leben die Grenzenlosigkeit in unseren Köpfen seit Jahrzehnten, was der Kreativität in der Ideensammlung für neue Vermarktungsmöglichkeiten sehr gut getan hat. Der See trennt,

sagen die einen, wir – die ihn auch bespielen – wissen, er verbindet.

Welche Vorteile haben insbesondere Veranstaltungsplaner und Kongressorganisatoren von diesem „Bündnis“? Ein Beispiel dafür aus der gelebten Realität: Ein Großkunde im Bregenzer Festspielhaus verlinkt sich über die Kontakte des BodenseeMeetings mit dem Dornier Museum und richtet dort einen von drei Abenden der Veranstaltung aus. Oder eine in Lindau beginnende Schifffahrt im Zuge eines Kongresses endet in Romanshorn und geht über in den Besuch der berühmten Stiftsbibliothek in St. Gallen. Alles ist möglich. Es sind also die Netzwerke, die länderübergreifend funktionieren: kurze Wege, um gute Entscheidungen für den Kunden sowie die Teilnehmer einer Veranstaltung treffen zu können.

Würden Sie sagen, dass sich die Kongresslandschaft am Bodensee in den letzten 20 Jahren verändert hat? Wenn ja, woran machen Sie das aus?

Ja, definitiv. Aus mehreren Perspektiven. In den letzten zehn Jahren wurden um den See alleine in die Infrastruktur der Partnerbetriebe des BodenseeMeetings mehr als 300 Millionen Euro investiert. Ein klares Bekenntnis der einzelnen Städte und Unternehmen zum Thema MICE am Bodensee. Die Art und Weise, wie gemeinsame Vermarktung betrieben wird, hat sich ebenfalls grundlegend verändert. Vor sechs Jahren waren wir noch glücklich, wenn wir an unserem Messestand alle Badetaschen als Give-aways losgeworden sind oder ein paar Visitenkarten sammeln konnten. Input recht hoch, Output gleich null. Nunmehr, mit unserem nachhaltigen EU-Projekt „micelab:bodensee“, gehen wir ganz neue Wege. Der Input ist immer noch hoch, jedoch dieses Mal auch der Output.

Können Sie Trends oder Entwicklungen ausmachen?

Ein Trend hat ein Ablaufdatum, Entwicklungen nicht. Ich sehe die Bemühung mancher Veranstaltungszentren, sich auf neue Bedürfnisse ihrer Kunden einzustellen. Die Entwicklung weg vom reinen Raumvermieter wird eine der großen Herausforderungen für Veranstaltungszentren sein. Da tun sich die ganz Großen eher noch schwer.

Mit dem micelab haben sie ein spannendes Projekt mit ihren Partnern initiiert. Können Sie den Grundgedanken hinter dem micelab kurz zusammenfassen?

Der inhaltliche Grundgedanke des Projektes ist, durch Weiterbildung mehr „Kultur“ im Sinne von guter Gastgeberschaft in Veranstaltungen wie Tagungen und Kongressen, aber auch Events zu bringen. Die Intention des Projekts kann man in drei konzentrischen Kreisen erklären. Im innersten Kreis steht die Weiterbildung unserer eigenen MitarbeiterInnen am Bodensee. Den zweiten konzentrischen Kreis bilden die MitarbeiterInnen der MICE-Branche im deutschsprachigen Europa. Den dritten konzentrischen Kreis bildet die europäische MICE-Branche, die im internationalen Wettbewerb gegen Shootingstars wie Asien, aber auch die USA durch diese Art von Weiterbildung einen Wettbewerbsvorteil erhalten soll.

Aus welchen Modulen besteht das micelab?

Das micelab ist in die folgenden drei Module unterteilt: explorer, experts und experience.

An welchem Punkt steht das Projekt derzeit?

Wir haben Anfang Oktober das erste „Experiment“ exploriert. Der nächste Schritt ist die Organisation des ersten „expert“-Moduls Ende November im Festspielhaus Bregenz.

Können Sie schon Ergebnisse verraten?

Hinter uns liegen drei intensive Tage mit ganz neuen Eindrücken und Erfahrungen zum Thema „Angst & Vertrauen“. Viele „Aha-Erlebnisse“ sowohl im Bereich der Kommunikation mit Kunden und Partnern als auch in der Selbstreflexion unbewusster und bewusster Handlungen. Diese Vielfalt an Erlebtem verdanken wir einerseits dem Inhalt selbst, andererseits ganz sicherlich auch der sehr heterogenen Zusammensetzung des Teilnehmerkreises. Dies wird definitiv auch in das „experts“-Modul einfließen.

Abschließend ein Blick in die Zukunft. Was wünschen Sie sich in Hinsicht auf das BodenseeMeeting, die Kongresskultur Bregenz und die Branche im Allgemeinen?

Wir sind gemeinsam im BodenseeMeeting angetreten, um die Tagungslandschaft Bodensee ins Rampenlicht unserer Branche zu rücken. Ich wünsche mir, dass dieses doch eher avantgardistisch anmutende Projekt seine Speerspitzen-Funktion für eine gute Zukunft unserer Branche beibehält. Für den eigenen Betrieb, die Kongresskultur Bregenz wünsche ich mir, dass der Name Programm bleibt und sich dadurch auch wieder weiterentwickelt. Wenn wir mit dem Projekt einen Beitrag dazu leisten können, die MICE-Branche im Sinne von steter Weiterentwicklung zu kultivieren, haben wir vieles richtig gemacht. (ag)

Die Module des micelab:bodensee

Die beiden Kuratoren, Tina Gadow und Michael Gleich beschreiben die Module

„**explorer**“ nennen wir die Forschungsmodule im micelab:bodensee. Hier wird Neuland erforscht und entdeckt. Wie sehen die Konturen der zukünftigen Kongresskultur aus? Welche wissenschaftlichen Disziplinen dienen hierfür als Inspiration? Wie lassen sich wirksame Veranstaltungen konzipieren, in denen sich das ganze menschliche Potenzial – Denken, Fühlen und Handeln – entfalten kann?

Bis Ende 2018 wird es drei explorer geben zu den Themen „Angst und Vertrauen“, „Information? Selbst denken!“ und „Der Kongress tanzt“.

Die im explorer gemachten Erkenntnisse fließen in das darauf aufbauende Modul micelab:bodensee experts ein. „**experts**“ sind die Weiterbildungsmodule von micelab:bodensee. Sie haben das Ziel, die Teilnehmenden für interaktive Kongresse und Meetings zu sensibilisieren und sie darin zu fördern, eine Haltung von guter Gastgeberschaft zu entwickeln. In diesen Modulen entwickeln die Teilnehmenden gemeinsam einen zukunftsweisenden Beispielkongress. Um selbst Dramaturgie und Design dieses Kongresses erleben und reflektieren zu können, folgt auch der Aufbau eines experts-Moduls selbst Gestaltungselementen innovativer Kongressformate. Die Teilnehmenden nehmen also an einer Art Prototyp-Kongress teil, während sie zugleich gemeinsam alle Schritte durchgehen und gestalten, die es für die Entwicklung eines Kongresses braucht.

Inhärenter Bestandteil der Weiterbildung ist es, nach dem micelab:bodensee experts einen In-House-Tag mit dem eigenen Team zu organisieren, um das Gelernte in der entsendenden Organisation verankern und als Botschafter einer neuen Kongresskultur agieren zu können. Die damit einhergehende Wertschätzung und die Bestätigung seitens der Führungsebene, dass sie die angestoßene Veränderung ernst meint, ist dabei ein gewünschter und nicht geringzuschätzender Nebeneffekt.

Das dritte Modul nennt sich **micelab:bodensee experience**. Mit diesem Modul bringen wir alle Erkenntnisse und Erfahrungen aus den jährlich stattfindenden beiden anderen Modulen zusammen und fügen diese in einer Art „Kongress der Kongresse“ ein.

Aus der Angst ins Vertrauen – wie man bei Veranstaltungen Gefühle integriert | von Michael Gleich

Angst und Vertrauen: Warum ausgerechnet dieses schwierige Thema für das erste Forschungslabor micelab:explorer? Was hat das mit Veranstaltungen zu tun? Ausgangspunkt war die Beobachtung, dass viele Akteure der Veranstaltungsbranche von Ängsten und Befürchtungen daran gehindert werden, etwas Neues zu wagen. Das betrifft sowohl Veranstalter als auch Organisatoren und Moderatoren. Die Folge sind defensive Routinen, erstarrte Formate und vermehrt unzufriedene Teilnehmer – die irgendwann ganz wegbleiben.

Ein Labor auf 1.100 m über dem Meer: Der Berggasthof Millrütte im Bregenzer Wald war Anfang Oktober 2016 der Ort des ersten micelab:explorers. Experten verschiedener Disziplinen suchten gemeinsam mit erfahrenen Praktikern nach Alternativen zu überholten Veranstaltungsformen. Mit dabei: ein Psychologe, der auf die Behandlung von Angststörungen spezialisiert ist; ein Pfarrer, der die Frage stellt, wie Gottesdienste Veranstaltungsdraturgien inspirieren könnten, und ein Improvisationsschauspieler, der mit der Unsicherheit umzugehen weiß, ohne Regieanweisung und gelernten Text auf der Bühne zu agieren.

Der Psychologe Dr. Engelbert Winkler arbeitet als Therapeut mit Jugendlichen, die von Ängsten geplagt werden. In seinem Impulsvortrag wies er auf zwei verschiedene Persönlichkeitstypen hin, die in jeder Gruppe vorkommen und auf deren sehr unterschiedliche Bedürfnisse und Ängste man sich bei der Planung von Veranstaltungen einstellen müsse. Diese Persönlichkeiten unterscheiden sich darin, ob sie als Kind einen sicheren Grund- und Selbstwert erfahren haben oder nicht. Grundwert heißt: Das Kind hat in seiner frühesten, vorrationalen Entwicklungsstufe erfahren, dass es erwünscht und willkommen ist, ohne dass es dafür etwas leisten muss. Selbstwert entsteht in der späteren, rationalen Entwicklungsstufe, wenn das Kind positive Rückmeldungen auf seine Leistungen erfährt. Beides

ist für die Entwicklung eines Menschen elementar, beides wird von der Evolution gebraucht. Menschen mit einer Grundwertstörung werden abhängiger von ihren Leistungen. Sie suchen ständig nach Bestätigung ihres Selbstwertes, etwa nach Herausforderungen, wo sie mit Leistung punkten können. Grundwertsichere Menschen brauchen weniger Bestätigung durch Leistung und lassen sich leichter von Fakten ansprechen und überzeugen.

Menschen, die Informationen und Argumente wollen, werden womöglich verschreckt, wenn bei Veranstaltungen zu viel Zeit auf Beziehungsaufbau und emotionale Ansprache verwendet wird. Andererseits kann man Teilnehmer „verlieren“, die eine belastbare, vertrauensvolle Atmosphäre brauchen, um sich einbringen zu können, wenn man sie lediglich mit Fakten versorgt. Fazit: Weil Gruppen immer aus Menschen beider Typen zusammengesetzt sind, geht es darum, verschiedene Settings und Formate für sie anzubieten.

Beim Thema Angst spielt zudem der Fluchtimpuls eine Rolle, den unser Gehirn seit der Steinzeit mit sich herumträgt. In Veranstaltungen kann sich diese Erkenntnis dahingehend auswirken, dass Teilnehmende zwischen ganz unterschiedlichen, parallel angebotenen Settings entscheiden – und damit „fliehen“ können.

Ein weiteres Ergebnis gemeinsamer Überlegungen im micelab:explorer lautete: „Aus Angst mach Furcht!“ Die beiden Phänomene verlangen nach unterschiedlichen Antworten: Ängste sind unspezifisch, sie richten sich gegen das Unbekannte an sich. Furcht dagegen hat einen konkreten Anlass und kann deshalb mit rationalen Argumenten überwunden werden. Übertragen auf die Branche könnte das beispielsweise die Form der Argumentation in Beratungsgesprächen verändern.

Welche Vorbehalte gibt es gegen selbstorganisierte, interaktive, partizipative Formate? Für 15 verschiedene Akteure der MICE-Branche wurden während des Labors die jeweiligen Befürchtungen analysiert. Zwei Beispiele:

- Eine Unternehmensvertreterin befürchtet, die Geschäftsführung habe zu wenig Zeit für eigene Botschaften; die Veranstaltung könnte ein Misserfolg



werden, weil Chaos entsteht; Führungskräfte könnten sich blamieren, weil sie bei „Spielchen“ mitmachen müssen.

- Ein Verbandsfunktionär befürchtet, die Kontinuität seiner Veranstaltungen sei nicht mehr gewährleistet und das Renommee leide, wenn „esoterische“ Veränderungen nicht erfolgreich sind.

Es lohnt, sich in die unterschiedlichen Akteure des „Systems Veranstaltung“ hineinzusetzen und zu überlegen, welche Ängste und Befürchtungen sie antreiben, um entsprechend darauf reagieren und einen Umgang damit finden zu können. Beim micelab:explorer entstand eine solch umfassende „Akteurs-Angst-Analyse“ für die Veranstaltungsbranche – vermutlich zum ersten Mal. Ganz wichtig waren auch für diese Erkundung die Beiträge der Praktiker aus der Branche: Gerhard Stübe, Geschäftsführer von Kongresskultur Bregenz, Reinhold Maier, stellvertretender Geschäftsführer von Kultur Tourismus Singen, und Roland Hagspiel, Vertriebsleiter des Montforthauses in Feldkirch.

Die Neurobiologie zeigt, dass Lernen keine rein rationale Angelegenheit ist. Vernunft und Emotionen spielen dabei eng zusammen. Menschen lernen dann besonders leicht, wenn sie der Inhalt berührt, etwas „unter die Haut geht“, eine emotionale Resonanz auslöst. Begeisterung als „Dünger fürs Gehirn“, wie ein Hirnforscher es einmal formuliert hat. Daraus ergibt sich die Frage: Wie integrieren wir emotionale Intelligenz stärker bei Veranstaltungen, die bislang sehr „mental“ ausgerichtet sind?

Womöglich können wir von Gottesdiensten und geistlichen Feiern lernen, wie man Menschen emotional berührt. Um das praktisch zu erforschen, gestaltete Jürgen Harder, evangelischer Pfarrer und Mitglied bei „der kongress tanzt. Netzwerk für gute Veranstaltungen“, mit den Teilnehmern des micelab:explorers eine Andacht – immerhin eine Veranstaltungsform mit mehrtausendjähriger Tradition.

Unabhängig vom eigenen Verhältnis zu Religion oder Kirche beobachteten die „Explorer“, welche dramaturgischen Elemente während einer Messe entscheidend sind, die sowohl auf Körper, Herz und Verstand einwirken. Einmal mehr wurde die Kraft von Geschichten deutlich, in diesem Fall biblische Erzählungen. Darüber hinaus waren es Rituale, die Gemeinschaft und Zugehörigkeit stärken, die Bedeutung von Musik, des Singens aus „Leib und Seele“, die sinnliche Dimension des Raumes mit Kerzen, Blumen, Skulpturen, mit Fensterbildern und dem Spiel der Symmetrien, der Rhythmus zwischen Worten und Liedern, Stehen und Knien, Aktivitäten und Stille. Als die biblische Geschichte „Die Stillung des Sturms“ gelesen wird, geht ein Teilnehmer kurz entschlossen auf die Empore und entfacht auf der Kirchenorgel ein musikalisches Unwetter, das allen unter die Haut geht. Spontane Aktion und strenge Liturgie – wie geht das zu-



sammen? Die Explorer haben erfahren: Es geht! Und zwar dann, wenn jemand einen Raum des Vertrauens schafft – in diesem Fall der Pfarrer. Bei Veranstaltungen können das die Redner oder Moderatoren sein. Ist diese Person authentisch, lebt sie, was sie predigt, hält sie, was sie verspricht, dann strahlt das vertrauensbildend auf die Teilnehmer aus und lebendige Interventionen, Wendungen und Pirouetten werden möglich.

Auch Roberto Hirche, Improvisationsschauspieler, Coach und Trainer, brachte die Explorer aus der Komfort- in die Lernzone. Beim Impro-Theater gibt es keine Drehbücher oder Regieanweisungen. Die Akteure verlassen sich ganz auf das, was ihnen hier und jetzt zu einem Stichwort oder einer Szene einfällt. Mit nichts in der Hand auf die Bühne gehen: Das braucht Selbstvertrauen. Oder anders formuliert: Es fördert den offensiven Umgang mit Befürchtungen, die Sicherheit im Umgang mit Unsicherheit. Improvisation ist damit mehr als eine Theaterform. Sie beschreibt eine Haltung zum Leben überhaupt, zu seinen Wechselfällen, zur Unplanbarkeit ständigen Wandels. Für Veranstaltungen relevant ist die Kompetenz, flexibel auf Änderungen im Ablauf und spontane Bedürfnisse der Teilnehmer reagieren zu können.

Im micelab:explorer wurden die Prinzipien der Improvisation spielerisch erforscht:

- „Ja, genau, und ...“: Diese Redewendung beschreibt die Bereitschaft, wirklich jeden Impuls des Mitspielers positiv aufzunehmen

Um den suchenden, forschenden Charakter des micelab:explorers auch optisch zu veranschaulichen, begleitete statt eines Fotografen der Schweizer Zeichner Jaron Gyger das Labor. Seine Skizzen, die teilweise nur Konturen andeuten, drücken aus, was auch gelungene Veranstaltungs-dramaturgien auszeichnet: Lebendigkeit, Offenheit, Freiräume für das Eigene der Teilnehmer.

Copyright: Jaron Gyger





- ◀ und weiterzuspinnen. Für Diskussionsveranstaltungen, bei denen es meist um das „ja, aber...“, um das Gewinnen und Verlieren von Argumentationsschlachten geht, wäre das eine geradezu revolutionäre Haltung.
- Das Spiel fließt dann besonders leicht, wenn jeder Spieler im Auge hat, seinen Partner „zum Leuchten zu bringen“. Etwa indem er ihm Steilvorlagen gibt oder sich bemüht, stets das Positive im Gesagten anzuerkennen – gut zu wissen für Moderatoren und Conferenciers.

- Es ist gut, einen Faden zu verfolgen und einen Plan zu haben – und ihn spontan zu ändern, wenn die Energie (einer Dramaturgie, einer Veranstaltung, eines Gesprächs, ...) in eine neue Richtung geht.

Die gute Nachricht von Roberto Hirche lautet: Die innere Haltung der Improvisation kann man üben und kultivieren. Er zeigte an zahlreichen Beispielen, wie Impro-Theater in Kongressen, Konferenzen und Firmen-Events erfolgreich eingesetzt wurde, beispielsweise um Probleme mit einer erfrischenden Leichtigkeit auf den Punkt zu bringen und spontan Lösungen auszuprobieren.

Es gebe zwei dramaturgische Elemente von Veranstaltungen, so Roberto Hirche, mit denen man wirklich alle Teilnehmer abholen und mitnehmen kann: Zum einen das Erzählen von Geschichten; sie bieten den Teilnehmenden die Möglichkeit, sich darin wiederzuerkennen, sich mit Figuren zu identifizieren und durch den Verlauf der Geschichte von bekanntem Terrain sicher zu neuen Horizonten begleitet zu werden. Storys können erzählt, auf die Bühne gebracht, in Bildern und Räumen visualisiert, gemeinsam entwickelt werden. Winkler: „Am meisten mag das Gehirn unfertige Geschichten, die es selbst kreativ weiterspinnen kann.“ Die Lücke, das Unfertige, wird damit elementarer Bestandteil guter Veranstaltungskultur.

Das zweite Element ist das Spiel. Erwachsene könnten vom kindlichen Spielen lernen. Kinder spielen selbstvergessen und angstfrei, weil sie im Spiel nichts leisten müssen – und deshalb keine Versagensängste kennen. Die Ergebnisse der Hirnforschung legten nahe, „das Spielerische stärker in Veranstaltungen zu integrieren, um Lernen und zwischenmenschliche Begegnungen zu erleichtern“, so der Coach.

Die beiden Kuratoren des micelab:bodensee, Tina Gadow und Michael Gleich vom Netzwerk „der kongress tanzt“, betonen den Wert dieser Art, nichtakademisch zu forschen: „Wichtig ist uns die eigene, direkte Erfahrung, genauso wie wir es für lebendige Veranstaltungen generell empfehlen.“ Es gehe nicht darum, Wissen zu verkünden, sondern neue Perspektiven für die MICE-Branche gemeinsam zu entdecken. Sie betonen: „DEN Kongress der Zukunft gibt es nicht. Die Gesellschaft ändert sich hochdynamisch. Darauf müssen sich Veranstaltungsformate immer wieder neu einstellen.“

Gerhard Stübe von Kongresskultur Bregenz und Leadpartner im EU-Projekt zieht aus seinen Erfahrungen im Forschungslabor die Schlussfolgerung: „Der micelab:explorer hat mir gezeigt, dass der Weg zu einer neuen, lebendigen Veranstaltungskultur immer auch eine Auseinandersetzung mit sich selbst und der eigenen Haltung bedeutet. Sonst landet man leicht in einer selbstgefälligen Besserwisseri.“ Veränderung zu initiieren und zu begleiten setze eine selbstkritische und zugleich neugierige, wertschätzende innere Haltung voraus.



Tagen in der Textilhauptstadt St. Gallen

In direkter Umgebung der Olma Messen St. Gallen – die mit zahlreichen Veranstaltungen jährlich etwa 800.000 Besucher in die schweizerische Gemeinde ziehen – liegt das Radisson Blu. Mit 123 Zimmern und Suiten präsentiert sich das Haus, das zur Carlson Rezidor Gruppe zählt, als hervorragende Adresse für Businessreisende in der Ostschweiz.

Das Vier-Sterne-Superior-Haus besticht neben seiner Lage auch mit der von Radisson Blu bekannten freundlichen und designaffinen Atmosphäre. Eine Besonderheit in St. Gallen: direkt im Hotel befindet sich ein Casino. Dadurch lässt sich beispielsweise ein authentischer James Bond Abend unter dem Motto „Casino Royale“ ins Rahmenprogramm einbauen.

Auf zwei miteinander verbundene Gebäude verteilen sich die Zimmer des Hauses. Während alle Standard- und Business Class-Zimmer im Hauptgebäude liegen, sind die Junior-Suiten allesamt im Nebengebäude angesiedelt, das über den Zugang zum Hauptgebäude hinaus einen zusätzlichen, separaten Eingang besitzt. Eine exklusive Nutzung dieses Teils des Hotels ist daher ohne weiteres möglich.

Wenn Textilien im Mittelpunkt stehen ...

Unter den insgesamt 12 Junior-Suiten befindet sich auch die sogenannte Textil-Suite, die das Thema Textilwirtschaft in St. Gallen und damit einen wichtigen Bestandteil der Geschichte der Gemeinde aufgreift. St. Gallener Stickereien und original Textilien der ortsansässigen Bischof Textil AG wurden in diesem Zimmer als Design-Highlights gesetzt.

Eine ganze Etage für Veranstaltungen

Ganze 400 qm Veranstaltungsfläche bietet der Tagungsbereich im Radisson Blu.



123 Zimmer und Suiten verbergen sich hinter der schicken Glasfront. Fotos: Radisson Blu St. Gallen

Gruppiert um das großzügige und lichtdurchflutete Foyer präsentieren sich hier insgesamt acht multifunktionale Räume, die ausnahmslos über Tageslicht verfügen. Meetings im Boardroom für zehn Personen bis hin zu Konferenzen mit bis zu 200 Teilnehmern sind bei entsprechender Kombination der Räume möglich. Ein praktisches Extra für Planer ist das Conference Service Center, das sich im Foyer befindet. Die Mitarbeiter in diesem fest installierten Büro stehen Planern mit Rat und Tat zur Seite. Vor und auch während der jeweiligen Veranstaltungen. Selbstverständlich sind die Tagungsräume auf dem neusten Stand in puncto Technik und Ausstattung: Vollklimatisierung und optimale Bedingungen hinsichtlich Beschallung und Beleuchtung. Für den Fall, dass doch einmal etwas fehlen sollte, entschied sich das Team vom Radisson Blu St. Gallen erst kürzlich dazu, anstatt eines Züricher Anbieters, einen ortsansässigen Partner mit an Bord zu nehmen, um die Reaktionszeiten zu minimieren.

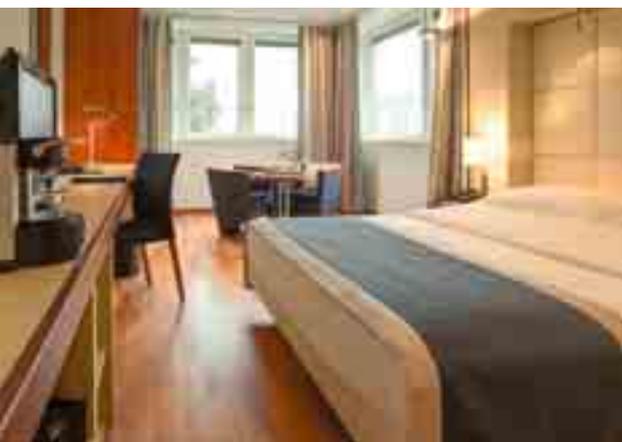
Mit dem Kräutergarten und der Dachterrasse „Lounge 902“ stehen zwei weitere Möglichkeiten bereit, die sich individuell

bespielen lassen. Beispielsweise mit einem typischen Fondue-Abend inklusive Blick über die Dächer St. Gallens, oder einem Aperó zwischen den verschiedenen Kräutern.

Kulinarisch: lokal mediterran

Das Restaurant Olivé bildet den kulinarischen Mittelpunkt im Radisson Blu. Hier zeigt die Speisekarte eine gelungene Mischung aus lokalen Gerichten und Produkten in Kombination mit mediterranen Einflüssen. So gibt es beispielsweise den klassischen gegrillten Bodenseefisch ebenso wie mediterrane Gerichte mit Kräutern aus dem hauseigenen Kräutergarten. Wem das nicht ausreicht, oder wer sein Dinner unter ein spezielles Motto stellen möchte, der findet in Küchenchef Jan Brosinsky einen leidenschaftlichen Partner.

Auch private Dinner können in den Räumlichkeiten des Olivé, das sich auf der Lobby-Ebene des Hotels befindet, realisiert werden. Durch eine Trennwand lässt sich ein Teil des Restaurants problemlos zum Private Dining umfunktionieren. Wer sich für eine Location außerhalb des Radisson Blu entscheidet, kann sich aber trotzdem auf das Küchen-Team verlassen. Denn der flexible Allround-Catering-Service garantiert inspirierte Küche für bis zu 500 Personen. (ag)



Warme Farben und natürliche Materialien wurden in den Zimmer des Vier-Sterne-Superior-Hauses verwendet.

The Chedi Andermatt: Gault Millau Hotel des Jahres 2017

Das im Herzen der Schweizer Alpen gelegene Fünf-Sterne Deluxe Hotel The Chedi Andermatt wurde vom Gault Millau Schweiz zum Hotel des Jahres 2017 gewählt. „Ein Lifestyle-Hotel mit faszinierender Architektur. Restaurants mit verführerisch-asiatischem Touch. Ein Spa mit 35-Meter-Pool. Ein 18-Loch-Golfplatz gleich vor der Tür: The Chedi Andermatt ist GaultMillau Hotel des Jahres 2017“, schreibt der Gault Millau Schweiz zu seiner Wahl.

Das Ende 2013 eröffnete Hotel mit 123 Zimmern und Suiten betont in seiner Gestaltung den Bezug zur Natur. So holen natürliche Materialien, Panoramafenster und über 200 Kamine die Andermatt Berglandschaft in die Räume. In den verschiedenen Restaurants des Hauses wird neben der westlichen auch die asiatische Küche großgeschrieben – hier ist sogar der erste in Japan zertifizierte Sake-Sommelier der Schweiz tätig.

Der Gastroführer Gault Millau Schweiz kürt jedes Jahr das beste Hotel des Landes für das darauf folgende Jahr. Der Titel zählt zu den wichtigsten Auszeichnungen der Schweizer Hotellerie. „Unser Erfolg liegt im Chedi-Spirit. In der perfekten Verbindung des ungewohnten Miteinanders von alpinem Chic und asiatischem Ausdruck. In der Kraft und Ruhe der umliegenden Bergwelt. In der Sorgfalt und im einzigartigen Service unserer Mitarbeiter. Und nicht zuletzt – oder vor allem? – im fast unendlichen kulinarischen Genuss“, so Jean-Yves Blatt, General Manager des Hauses.

Zwei starke MICE Partner bündeln die Kräfte

Die KonferenzArena GmbH und die Celebrationpoint AG haben eine Zusammenarbeit vereinbart und warten am 25. Januar 2017 im Zürcher Kongresshaus mit Neuerungen für Besucher und Aussteller bei der KonferenzArena auf: Als neuer Partner präsentiert der Kommunikations- und Networkingspezialist Celebrationpoint eine MICE Quiz Show.

Erstmals werden 2017 auch ausländische Destinationen zugelassen, jedoch nicht direkte Nachbarländer der Schweiz, um den Schweizer Anbietern weiterhin eine gewisse Exklusivität zu sichern.

Das inhaltliche Programm der KonferenzArena wird etwas gestrafft und konzentriert sich nebst einer Impulsbühne auf die zentrale Arena, um den Besuchern genügend Zeit für den Besuch der Aussteller auf dem Market Place, für den Ausbau der Kontakte und Geschäftsbeziehungen sowie für die Inspiration durch die vielseitigen Angebote einzuräumen. Auf der Arena-Bühne werden Keynotes, fachspezifische Referate und die abschließende Verleihung der Swiss MICE Awards 2017 stattfinden.

SuisseEMEX 2017 erstmals mit Digital Marketing Summit für KMU

Unter dem Motto „Was wirklich wirkt!“ werden auf der SuisseEMEX'17 die neuesten Angebote und Trends im 360° Marketingmix erlebnisreich in Szene gesetzt und Experten live on Stage präsentiert. Die Messe für Marketing wird am 29. und 30. August 2017 in der Messe Zürich stattfinden. Der Fokus der größten Schweizer Marketing-, Event- und Promotion Messe liegt auf wirkungsvollen Werbemitteln, zukunftsweisenden Marketing- und Eventangeboten für crossmediale Kampagnen und Live-Kommunikations-Auftritte, verbunden mit einem Business-Networking für neue Kontakte.

Das erste Mal wird zudem der Digital Marketing Summit für KMU parallel und ergänzend zur SuisseEMEX'17 stattfinden. Die neue Wissens- und Begegnungsplattform wird das „how to“ zu den Fokusthemen Digitalisierung, Leadership und Marketing in den Vordergrund stellen.

Halle 622 wird als Event- und Konzertlocation neu eröffnet

Von der ABB Schweiz gebaut, diente die Industriehalle 622 in Zürich Oerlikon bis ins Jahr 2012 der Produktion von Hochspannungsapparaturen. Nach einem Umbau im Spätsommer dieses Jahres wird die ehemalige Industriehalle im Januar 2017 neu eröffnet und als multifunktionale Event- und Konzertlocation durch die MAAG Music & Arts AG betrieben.

Veranstaltungsplanern stehen ein großzügiger und überdachter Außenbereich, ein 880 qm großes Foyer und die Haupthalle mit insgesamt 1.818 qm samt der 347 qm messenden Galerie zur Verfügung. Garderobe, Cateringküche sowie Backstagegarderoben und WC-Anlagen runden das Raumangebot der ehemaligen Industriehalle ab.

Mit einer Gesamtfläche von 4.200 qm eignet sich die säulenfreie Halle 622 für kleine Messen, Ausstellungen, Konferenzen, Galadinner, Feiern und Konzerte. Mit einer Kapazität von bis zu 2.500 Personen bei Businessanlässen und bis zu 3.680 Personen im Konzertlayout ist die Halle äußerst vielseitig. Die zentrale Lage direkt neben dem Bahnhof in Zürich Oerlikon und die dadurch sehr gute Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr, sowie ausreichende Parkmöglichkeiten und Hotels in der nahen Umgebung sind weitere Vorteile der neuen Eventhalle.

Zürich mit drittbestem Punktzahl im GDS

Zürich spielt eine Vorreiterrolle bei der Veranstaltung von nachhaltigen Kongressen. Die Stadt erreicht im Ranking des Global Destination Sustainability Index (GDS) im Vergleich mit anderen Städten die drittbeste Punktzahl.

Der Index bewirbt und fördert die nachhaltige Entwicklung der internationalen Meeting-Industrie und beurteilt die Attraktivität von Veranstaltungsorten in den vier Kategorien: Environmental Performance, Social Performance, Supplier Performance und Convention Bureau Performance. Der Index zählt zum Beispiel, welche Prozentzahl an Hotels weniger als eine halbe Stunde von einem Messestandort entfernt sind oder wie viele Hotelzimmer in einer Stadt ein Nachhaltigkeits-Zertifikat eines anerkannten Labels vorweisen können.

Aus Steigenberger Hotel Group wird Deutsche Hospitality

Die Steigenberger Hotels AG ist eine Gesellschaft mit Tradition, die international auf Wachstumskurs ist. Für die Erschließung neuer Märkte verändert das Unternehmen seine Markenarchitektur und bündelt seine drei Hotelmarken unter der neuen Dachmarke: Deutsche Hospitality. Dazu Puneet Chhatwal, CEO der Steigenberger Hotels AG: „Diese zwei Worte vereinen unsere deutschen Wurzeln mit einer internationalen Vision. Die neue Dachmarke ist ein entscheidender Hebel, um Dynamik zu entfalten, international zu expandieren und Innovationen voranzutreiben.“

Die Deutsche Hospitality eint unter ihrem Dach drei Hotelmarken: die Steigenberger Hotels and Resorts, die IntercityHotels sowie das zukunftsweisende Konzept Jaz in the City. Damit ist die Deutsche Hospitality eine starke Dachmarke, unter der weitere Hotelmarken angesiedelt werden können. Durch ihren

internationalen Klang schafft sie beste Voraussetzungen, um neue Standorte zu erschließen.

Die neue Dachmarke ist ein klares Bekenntnis zu den Markenwerten: Deutsche Hospitality versteht sich als internationale, dynamische Markenfamilie.

Unter dem Dach von Deutsche Hospitality befinden sich insgesamt 116 Hotels in zwölf Ländern auf drei Kontinenten. Davon sind 20 Hotels im Bau oder in Planung.

Das Portfolio der Steigenberger Hotels and Resorts umfasst 56 faszinierende Standorte rund um den Globus. Von historischen Traditionshäusern über lebendige Stadtresidenzen bis hin zu Wellnessoasen inmitten der Natur. Jüngst eröffneten das Steigenberger Airport Hotel Istanbul (Türkei) sowie das Steigenberger Coraya Beach in Marsa Aslam. Zwei weitere Eröffnungen in Ägypten folgen noch bis Ende des Jahres.

Das erste Haus der Marke Jaz in the City öffnete 2015 in Amsterdam. Das auf-

regende neue Konzept präsentiert sich jung, urban und ganz nah am pulsierenden Leben der Stadt. Neben coolem Interieur und Trends aus der lokalen Food- und Drinks-Szene, findet der Gast hier modernste Technik: So kann man per Smartphone-App ein- und auschecken und die Zimmertüren öffnen. Das zweite Jaz-Hotel wird im Frühjahr 2017 in Stuttgart eröffnet.

Die 39 Häuser der Marke IntercityHotel befinden sich im Herzen der schönsten Städte Deutschlands und anderer internationaler Destinationen. Die modernen Stadthotels garantieren Komfort der gehobenen Mittelklasse und liegen jeweils nur wenige Gehminuten entfernt von zentralen Verkehrsknotenpunkten wie Bahnhöfen oder Airports. Mit der Eröffnung des IntercityHotel Qingdao, China, konnte die Deutsche Hospitality ein weiteres Haus zum Portfolio der Marke hinzufügen.

Anzeige



Treffen Sie uns
auf der IBTM 2016
Stand F101



Standort Hannover

- kurze Wege und hochmoderne Infrastruktur
- größtes Messegelände der Welt
- vielseitige, außergewöhnliche Locations
- exzellente Forschungseinrichtungen
- innovative Unternehmen im Medizinbereich

Unsere kostenlosen Leistungen

- Locationsuche
- Unterkunftsbuchung
- Shuttle-Service
- Catering
- Reservierungstool



HannoverKongress
Tel.: 0511 12345 - 444
E-Mail: info@hannoverkongress.de

www.MEETINGPLANET.de

THE MEETING PLANET

Tag und Nacht hellwach: Die Kongressstadt Hannover

Tagen, wo Natur und Kultur im Einklang sind | von Verena Bittelbrunn

Denkt man an Tschechien, denkt man zunächst an die Hauptstadt Prag. 1993 im Zuge der Teilung der Tschechoslowakei gegründet, präsentiert sich das Land heute in dreizehn abwechslungsreichen Regionen mit eigenen Convention Bureaus. Eingebettet in die verschiedensten Landschafts- und Kulturbilder, bietet Tschechien Veranstaltungsplanern und -teilnehmern zahlreiche Locations und Hotelkapazitäten – vielleicht weniger international und bekannt als die Hauptstadt selbst, aber nicht weniger attraktiv. Lesen Sie mehr darüber, was die Regionen rund um die Kurorte Karlsbad und Marienbad sowie um Ústí nad Labem für MICEler bereithalten.



MICE auf dem Wasser, auf den Bergen und in der Natur – Tschechien hat eine Vielzahl toller Veranstaltungsorte zu bieten. Foto: Boris Stroujko/shutterstock.com

Spa-Hotels und Wellnessangebote soweit das Auge reicht – dafür ist die Region Karlsbad, tschechisch Karlovy Vary, bekannt. Gemeinsam mit Marienbad und Franzensbad bildet sie das sogenannte Westböhmisches Bäderdreieck. Diese Gegend, angrenzend an die deutschen Bundesländer Bayern und Sachsen, ist außerdem berühmt für ihre schöne Natur und unzählige beeindruckende Baudenkmäler. Genauso abwechslungsreich und vielseitig, aber kaum bekannt ist das MICE-Angebot der Kurorte. Mit 35 Konferenzveranstaltungsorten und einer Kapazität von 20 bis 7.000 Teilnehmern ist Karlsbad und Region für kleine bis mittelgroße Veranstaltungen bestens geeignet.

Seien es Tagungskapazitäten in Hotels und Burgen oder aber Möglichkeiten für Rahmenprogramme und Incentives – Karlsbad und Marienbad sind mehr als

nur Wellness-Destinationen. Nichtsdestotrotz ist die Bedeutung dieses speziellen Wellness-Effekts vor Ort auch im Business-Travel-Segment nicht zu verkennen.

„Feel like a star“: MICE-Destination Karlsbad

Schauspielstars aus aller Welt, glamouröse Partys und Zeremonien – das gibt es nicht nur bei den Filmfestspielen in Cannes. Was viele nicht wissen: Auch in Karlsbad findet jährlich ein Internationales Filmfestival statt. Im Jahr 2015 feierte die Veranstaltung ihr 50-jähriges Jubiläum und ist damit das älteste Filmfestival der Welt.

Zentrum dieses Events ist das Hotel Thermal, ein Vier-Sterne-Haus in der Innenstadt von Karlsbad, das über die größten Kongresseinrichtungen der Region Westböhmen verfügt. Die Gesamtkapazität

tät übersteigt 2.000 Konferenzplätze, wobei das Highlight ein großer Kinosaal ist, der Platz für 1.148 Personen bietet. Hier können Veranstaltungsplaner ihrem eigenen Event einen Hauch von Hollywood-Glamour verleihen. Zwei weitere Räume und diverse Lounges stellen weitere 1.000 Plätze zur Verfügung.

Das Thermal selbst wurde vom Architekten optisch in Anlehnung an das Filmfestival entworfen: Es besteht aus zwei runden Gebäuden, die an Filmrollen erinnern und durch einen länglichen Trakt, also das Filmband, verbunden sind. „Feel like a star“ lautet das Motto des Hotels. Und wer einmal über den roten Teppich in die Lobby schreitet, kann das selbst fühlen. Aber nicht nur im Hotel Thermal erleben Veranstaltungen den Starfaktor – in Karlsbad gibt es zahlreiche Häuser mit besonderem Charme, unter anderem das

Grandhotel Ambassador Národní dům und das Grandhotel Pupp.

Glanz alter und neuer Zeiten

Im Grandhotel Ambassador Národní dům wird der Glanz alter Zeiten mit modernsten Konferenzräumlichkeiten vereint, so zum Beispiel im historischen Festsaal Orpheum. Wo schon in der Vergangenheit klassische Konzerte stattfanden und Menschen auf den Balkonen die tolle



Akustik des Saales genossen, da werden heute verschiedenste Veranstaltungsformate realisiert. Der Saal bietet Platz für bis zu 800 Personen. Durch eine Glasdecke ist das Werk der Architekten Ferdinand

Fellner und Hermann Helmer lichtdurchflutet und wartet mit einer freundlichen Atmosphäre auf.

Ursprünglich als Grandhotel Střelecký dům, Schützenhaus, gebaut und im Jahr 1901 eröffnet, erlebte das Haus zunächst einige Rückschläge und wechselte oft den Besitzer, unter anderem war es im Besitz der Stadt. Dahin gelangte es am Ende auch zurück. Bereits in den Jahren 1921 und 1923 fanden hier die ersten Veranstaltungen statt, die Zionistenkongresse. Im Jahr 1958 wurde das Gebäude in die Liste der staatlichen Kulturdenkmäler aufgenommen. Nach jahrelangen Querelen begann der neue Besitzer im April 2011 mit den Modernisierungen und Renovierungen. Im Mai 2015 wurde das Hotel dann als Grandhotel Ambassador Národní dům feierlich eröffnet.

Auf eine noch längere Tradition kann das Grandhotel Pupp zurückblicken: Im Jahr 1701 errichtet, ging es 1890 in das Eigentum der Familie Pupp über. Als eines der ersten Häuser der Stadt konnte das Grandhotel nach umfassenden Renovierungen bereits Anfang der 1920er-Jahre durch Zimmer mit eigenem Bad und kaltem sowie heißem Wasser überzeugen.

Heute ist das Hotel mit einem Festsaal für 750 Personen, drei Lounges und sieben Salons beliebter Partner für Veranstaltungen und Konferenzen jeder Art. Wie auch im Hotel Thermal zieht sich die Bedeutung des Filmbusiness wie ein roter Faden weiter durch die Veranstaltungslandschaft Karlsbads: Alle zwei Jahre zeichnet Czech Tourism im Rahmen dieser Veranstaltung die besten Werbe- und Dokumentarfilme aus, die sich mit internationalem Tourismus beschäftigen. Partnerland war in diesem Jahr Finnland.

Die Marke Becherovka und andere Quellen

Hinsichtlich des Rahmenprogramms in der Region gibt es zahlreiche Möglichkei-

ten, zu entspannen und dabei in die Kultur des Landes einzutauchen. So bieten sich nach einer Veranstaltung im Grandhotel Pupp ein Besuch und eine Führung im Jan-Becher-Museum an. Dort erfährt man mehr über die 200-jährige Geschichte des National-Likörs und erhält Einblicke in Produktion und Lagerung. Am Schluss der Tour können Teilnehmer die sogenannte 13. Heilquelle auch testen.

Eine weitere Quelle, die zum Stadtbild gehört, ist die sogenannte singende Fontäne. Sie ist ein beliebtes Ausflugsziel in Marienbad. Nach einem Rundgang durch den Kurort lohnt es sich, das dortige Wasserspektakel anzuschauen: Zu jeder ungeraden Stunde erklingt Musik, während sich die Wasserstrahlkombinationen – von einem Computer gesteuert – dem Rhythmus anpassen. Nach einer Tagung in den Häusern der Danubius Gruppe oder auch in der Mittagspause bietet sich ein Besuch dieser nahe gelegenen Attraktion an.

„Well Meeting – Well Being“: Tagen in Marienbad

Die Hotels der Danubius Gruppe liegen alle im Zentrum des jüngsten Kurortes und verfügen über insgesamt acht Konferenzräume sowie eine Kapazität von 1.591 Betten. Eine besondere Location befindet sich im Cultural & Conference Center Casino: Wer die sogenannte Marble Hall betritt, fühlt sich in die italienische Renaissance zurückversetzt. In diesem Stil ist der Saal in den Jahren 1899 bis 1901

u.li.: Karlsbad ist für seine heißen Quellen bekannt. MICE und Entspannung gehen hier Hand in Hand. Foto: CzechTourism

u.re.: Vom klassischen Konzert über die Tagung bis zum Galadinner: Der Orpheum Saal im Hotel Ambassador bietet stilvolles Ambiente und eine tolle Akustik. Foto: Ambassador Národní dům





Die Marble Hall innerhalb der Marienbader Danubius-Gruppe versetzt Veranstaltungsteilnehmer in die italienische Renaissance zurück. Foto: CzechTourism

← erbaut worden. Konferenzen, Workshops, glanzvolle Abendevents mit Musik – die Marble Hall lässt schon bei der Besichtigung ganz besondere Events vor dem geistigen Auge Wirklichkeit werden. Zusammen mit den anderen Räumlichkeiten – der Mirror Hall, der Red Hall sowie einer Lounge, einem Restaurant und einer Bar – können im Casino Veranstaltungen mit bis zu 740 Personen stattfinden.

Wellness und Kultur gehören auch in Marienbad fest zu jedem Rahmenprogramm, ganz nach dem Motto der Hotelgruppe: „Well Meeting – Wellbeing“. Denn die Wellnessbereiche und damit die Entspannung liegen im selben Gebäudekomplex wie die zahlreichen Meetingmöglichkeiten. So kann man zum Beispiel bei den unterschiedlichsten Anwendungen oder einem Bad im größten Innenpool der Stadt, wie im Wellness & Spa Hotel Villa Butterfly, den Arbeitstag ausklingen lassen.

Auch kulturell blicken die Kurbäder Karlsbad und Marienbad auf eine lange Tradition zurück. Schon viele Persönlichkeiten wie zum Beispiel Johann Wolfgang von Goethe, Franz Liszt oder Mitglieder des englischen Königshauses, haben sich hier von den Strapazen des Alltags erholt.

Dass spannende Veranstaltungslocations im Verborgenen liegen können, zeigt sich in Tschechien nicht nur in den Kurbädern, sondern auch in der sogenannten Böhmisches Schweiz.

MICE und böhmische Kulinarik

Hier stehen ebenfalls Gesundheit und Wellness im Fokus – kombiniert mit einigen Konferenz- und Eventmöglichkeiten. Sie liegen häufiger mal ein wenig abseits, entwickeln aber gerade daraus ihren besonderen Charme.

So befindet sich in einer der schönsten Gegenden Nordböhmens, in Trziblit, das Schlossweingut Johann W mit Blick auf das malerische Panorama des böhmischen Mittelgebirges. Die Region Trziblit gehört mit ihren fast 1.000 Jahren zu den ältesten

Anbauregionen Böhmens. Das Weingut sowie dessen neue Weinmarke wurden nach Johann Wolfgang von Goethe benannt, der sich wegen seiner einstigen Geliebten Baronin Ulrike von Levetzow häufig in der Gegend aufhielt.

Jährlich werden hier nicht nur 100.000 Flaschen Wein produziert, vielmehr ist es auch eine ganz besondere Veranstaltungslocation. Ein Highlight ist dabei das Freilicht-Amphitheater mit 235 Sitzplätzen, das bei gutem Wetter zu Theatervorführungen und Konzerten einlädt, aber genauso als Podium für Vorträge und Seminare genutzt werden könnte. Bei schlechtem Wetter stehen darüber hinaus Räumlichkeiten im Inneren zur Verfügung. Im Anschluss an einen produktiven Arbeitstag können Fortbildung und kulinarische Genüsse auf dem Weingut Johann W gut kombiniert werden: Verschiedene Programme führen durch den Herstellungsprozess des Weines und gipfeln in einer abschließenden Verkostung.

Aber auch Bierliebhaber kommen in der böhmischen Schweiz auf ihre Kosten. Zahlreiche Brauereien produzieren eigenes Bier und bieten interessante Rahmenprogramme rund um das Thema. Eine der Brauereien wird sogar um ein Hotel und einen großen Veranstaltungsraum bereichert: das Monopol in Teplice. Dieses Haus im Jugendstil wurde um 1850 gebaut und bei der Rekonstruktion in den Jahren 2012 bis 2014 in seiner ursprünglichen Form wiederhergestellt. Das charmante kleine



Auf der Burg Leitmeritz heißt das Motto: tagen im gotischen Ambiente. Foto: CI

Hotel verfügt über 13 Zimmer und ein an die Brauerei angrenzendes, großes Restaurant mit mehreren Balkonen – ebenfalls ein Veranstaltungsort mit Stil.

Veranstaltungen in gotischem Ambiente

Auf der gotischen Burg Leitmeritz steht wiederum der Wein im Fokus: So gibt es die Möglichkeit zur Weinverkostung in Verbindung mit einer interaktiv gestalteten Ausstellung. Im Anschluss an eine Konferenz lässt sich das Rahmenprogramm hier also vielseitig und aktiv gestalten. Das aus dem 13. Jahrhundert stammende Gebäude wurde im März 2011 wiedereröffnet und verfügt heute über einen Konferenzsaal für bis zu 180 Personen, Ausstellungsräume im Foyer und einen Repräsentationssalon mit gotischer Kapelle. Reichen die Kapazitäten in der Burg nicht aus, können Organisatoren auch die Räumlichkeiten des Kulturhauses nutzen, das direkt mit der Burg verbunden ist. Dort haben schon viele größere Events stattgefunden, wie zum Beispiel die Verhandlung der Verkehrsminister aus den Ländern der EU.

In der Kapelle und im Konferenzsaal versetzen gut erhaltene gotische Artefakte und original gotische Fenster die Veranstaltungsteilnehmer in ein anderes Zeitalter. An diesem Ort begegnen sich Geschichte und Gegenwart. Die historischen Gebäude verfügen jedoch über modernste technische Ausstattung. Der ehemalige tschechische Präsident Václav Klaus fasste die Besonderheit der Location



bei seinem Besuch im November 2011 treffend zusammen: „Ich habe ein dramatisch und zauberhaft rekonstruiertes Objekt gesehen. Ich muss gestehen, dass ich überrascht bin, wie rationell die Räumlichkeiten einer altertümlichen Burg genutzt werden können.“

Und die Burg Leitmeritz ist nur eine der zahlreichen spannenden Locations dieser Art in der böhmischen Schweiz. Ein weiteres Beispiel der gelungenen Symbiose aus historischen Räumlichkeiten und modernster Technik ist das Chateau Děčín. Neben den prunkvollen Sälen bietet das barock-klassizistische Schlösschen auch gepflegte Grünanlagen. Durch ihre beeindruckenden Orchideen-, Kamelien- und Rosensammlungen sind die Schlossgärten bereits im 19. Jahrhundert berühmt geworden. Heute ist besonders der blühende Rosengarten, der sich ideal für stilvolle Empfänge eignet, ein Highlight der Anlagen.

MICE auf der Elbe

Auch auf dem Wasser bietet Tschechien dem Planer viele Möglichkeiten, verbunden mit einer lang andauernden Tradition. Der erste Dampfer „Bohemia“ machte seine Jungfernfahrt auf der Strecke von Prag nach Dresden bereits im Jahr 1841 und ist heute für Veranstaltungen und Seminare buchbar.

Tolle Aussichten auf die Weinberge und das Elbsandsteingebiet, Wachburgen, Festungen oder das Zentrum von Dresden: Mit den Schiffen der Labská Plavební Společnost können Arbeit und Naturerlebnis verbunden werden. „Wir haben viele Gäste aus Deutschland – Firmen, die in Dresden losfahren, an Bord ein Seminar machen und dann in der Nähe der Unterkunft anlegen“, berichtet Jana Novotná, Marketing-Managerin bei der Schiffsgesellschaft. Es gäbe zudem zahlreiche Hotels in der Nähe der Anleger. Das mache das Schiff als Veranstaltungsort besonders attraktiv. So könne man das Angenehme mit dem Nützlichen verbinden. Da die Schiffe nur 70 cm Tiefgang hätten, könne die Gesellschaft auch bei Niedrigwasser Fahrten garantieren.

Bei gutem Wetter kann das nicht überdachte Deck der Dampfer für Kaffeepausen genutzt werden. Die Räumlichkeiten in den Schiffen fassen bis zu 160 Personen und sind individuell mit Firmenlogo und

Branding gestaltbar. Für das Rahmenprogramm gibt es entlang des Flusses ebenfalls viele schöne Alternativen: seien es die zahlreichen Wander- und Fahrradrouten sowie Klettersteige oder aber Stadtführungen und vielfältige Kultur- und Wellnessmöglichkeiten.

Rasant tagen im Autodrom Most

Wer sportliche Incentives nach Feierabend oder einen Adrenalinkick in der Mittagspause als für die Teilnehmer reizvoll empfindet, sollte seine Tagung in den Räumlichkeiten des Autodrom Most abhal-



ten. Auf dem Gelände der 1983 erbauten Rennstrecke gibt es einen Meetingraum für 50 bis 70 Personen. Viele Gäste aus Deutschland kommen jährlich zwischen April und Oktober dorthin; natürlich vor allem auch, um einmal selbst eine Runde auf der Rennstrecke zu drehen. Wer mag, kann während der Veranstaltung die Erholungszeiten authentisch in einer der 42 Boxengassen gestalten – von der Kaffeepause bis hin zum Buffet ist hier alles möglich. Es sei geplant, ein neues Gebäude für weitere Tagungskapazitäten zu bauen, erzählt uns der PR-Manager. Ebenso wolle man auch die Parkplätze weiter ausbauen. Am Polygon, einem der modernsten Europas, werde zudem ein Hotel errichtet. Vor Ort werden damit die Möglichkeiten für Planer deutlich erweitert. ➔

o.re.: Nach der Tagung direkt auf die Rennstrecke – im Autodrom Most wird das möglich. Foto: Autodrom Most

u.li.: Mit den Schiffen der Labská Plavební Společnost kann eine Veranstaltung auch auf der Elbe stattfinden – zahlreiche Destinationen entlang der Elbe sind inklusive. Foto: Labská Plavební Společnost



Das Hotel Větruše bietet Tagungsmöglichkeiten mit traumhaftem Panoramaausblick auf die Stadt Ustí nad Labem. Foto: Hotel Větruše

← Und zu guter Letzt ...

... gibt es auch in der Region Ustí nad Labem Hotels mit Meetingkapazitäten. Zwei besondere Häuser seien abschließend erwähnt: Das Větruše in Ustí nad Labem und das Ostrov bei Tisá.

Die besondere Lage des Hotels Větruše zwischen dem Marienfelsen einerseits und der Burg Schreckenstein andererseits ermöglicht den Gästen einen tollen Blick auf die Stadt und das Elbtal. Bereits im 19. Jahrhundert war das Schlösschen ein beliebter Ausflugsort. Eine Seilbahn verbindet das Haus mit der Innenstadt von Ustí nad Labem, aber auch mit dem Auto ist es gut erreichbar. Das Vier-Sterne-Hotel verfügt über einen Kongresssaal mit 150 Plätzen, vier Schulungsräume mit jeweils 30 sowie den Primatorsalon mit 20 Plätzen. Auch das Restaurant mit Platz für 70 Personen und Panoramaausblick ist exklusiv buchbar.

Ein weiteres Beispiel für die Verbindung von Meeting und Naturerlebnis, von Arbeit und Erholung, ist das Hotel Ostrov. Das von den Geschwistern Jana Kuličová und Ondřej Kulič geführte Haus liegt abseits eingebettet in die Natur. Es gibt nicht einmal ein Handysignal, telefonieren geht nur „old school“ mit dem Festnetz auf dem Zimmer. „Viele Kunden schätzen aber genau das an unserem Haus“, betont Jana Kuličová. „Wir sind sowas wie ein ‚hidden diamond‘. Veranstaltungsteilneh-

mer können hier ungestört und mit voller Aufmerksamkeit ihrer Arbeit nachgehen.“ Dafür steht ein Konferenzraum für bis zu 100 Personen zur Verfügung. Unter anderen die Technische Universität Dresden kommt regelmäßig für Seminare her, aber auch andere Gäste aus Deutschland, hauptsächlich Berlin und Dresden, sowie aus Tschechien.

Zudem sei der Standort für Teambuilding-Aktivitäten in der Natur einmalig, so die Executive Managerin. „Durch unsere Lage können wir außergewöhnliche Aktivitäten anbieten und erstellen unseren Gästen auch gern ein entsprechendes Programm.“ Dabei ist es möglich, zwischen traditionellen und außergewöhnlichen Teambuilding-Aktivitäten auszuwählen. Sei es, dass Teilnehmer zum Beispiel ihren Kollegen zeigen, wie sie mit John Deere Traktoren mit einem Strohhalm umgehen können. Oder aber das sogenannte Aquazor-

bing, bei dem sie in einem durchsichtigen Ball trockenen Fußes über das Wasser auf dem Teich vor dem Hotel laufen.

Die Verbindung von Arbeiten und Teambuilding in der Natur – in Tschechien ist das gar nicht anders denkbar. Historische Bauten, kulinarische Traditionen, den unseren nicht allzu unähnlich, und ein reichhaltiges Portfolio an Wellnessbehandlungen ergänzen die umfangreichen Seminar- und Tagungsmöglichkeiten und machen das Nachbarland zu einer lohnenden MICE-Erfahrung.



Das Ostrov liegt eingebettet in die Natur und ermöglicht Arbeiten ohne Ablenkungen. Foto: Hotel Ostrov



ibtm®

ibtm® world

barcelona, spain

29 november - 1 december 2016

Incentives, business travel & meetings expo

Connect with the global meetings, events and incentives industry

15,500

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

3,000

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

100

networking events to connect and engage with industry friends & colleagues

No.1

global market place for you to do business, network, learn & be inspired

Connections mean everything.

Connect with us at www.ibtmworld.com



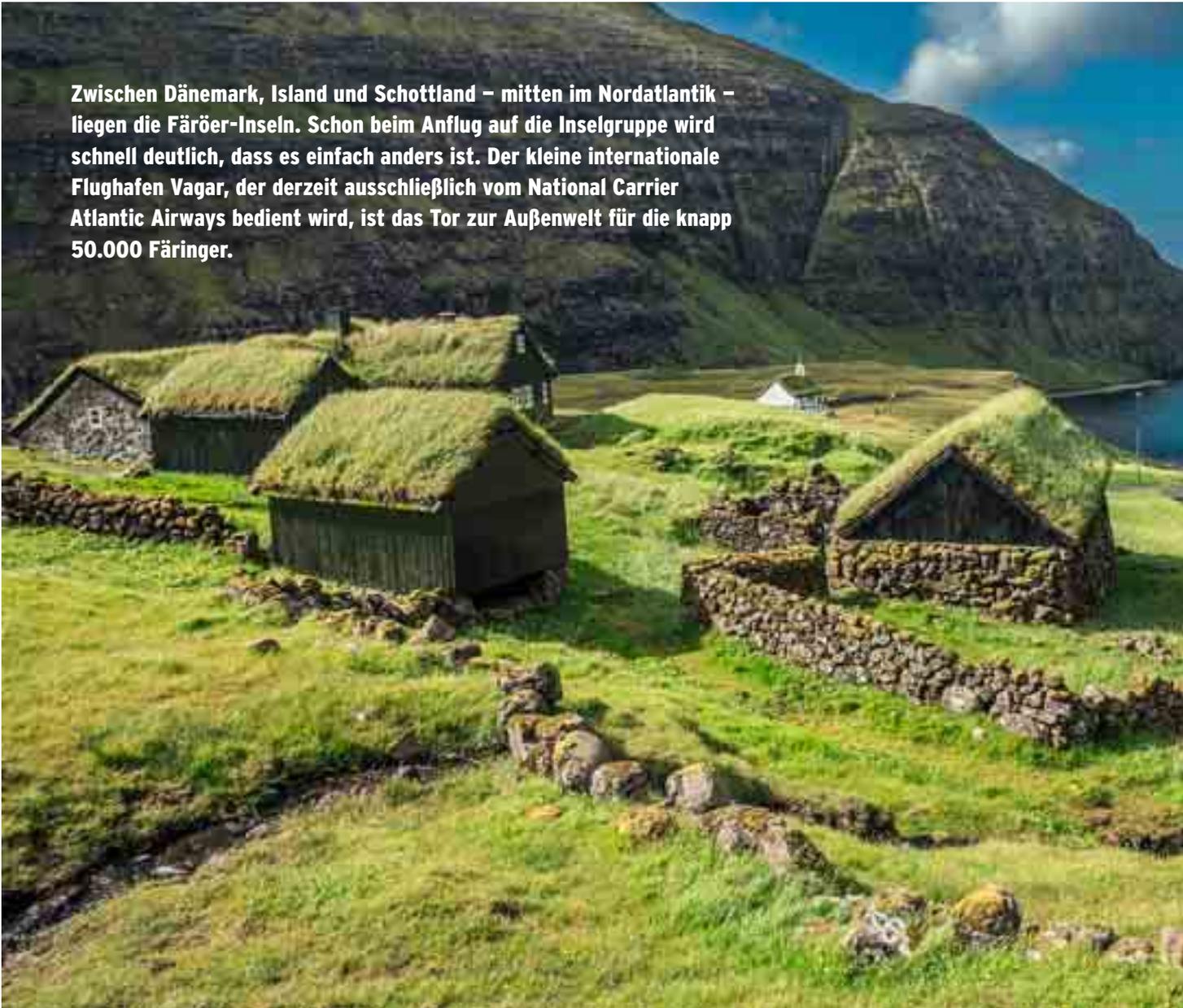
ibtm® events

connections mean everything

Organised by  Reed Travel Exhibitions®

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

Zwischen Dänemark, Island und Schottland – mitten im Nordatlantik – liegen die Färöer-Inseln. Schon beim Anflug auf die Inselgruppe wird schnell deutlich, dass es einfach anders ist. Der kleine internationale Flughafen Vagar, der derzeit ausschließlich vom National Carrier Atlantic Airways bedient wird, ist das Tor zur Außenwelt für die knapp 50.000 Färinger.



Ungestört, eigen und wild | von Anna-Lena Gras

Erst einmal gelandet, was durch die plötzlich auftretenden Fallwinde nicht immer einfach ist – zur Beruhigung sei aber angemerkt, dass bis zum heutigen Tag noch kein Passagierflugzeug beim An- oder Abflug in Schwierigkeiten geraten ist – betritt man eine andere Welt. Irgendwie ruhiger, irgendwie reduzierter und unheimlich authentisch. Hauptstadt ist Torshavn mit seinen circa 20.000 Einwohnern. Vom Flughafen bis in die Stadt dauert der Transfer etwa 40 Minuten. Und das ist übrigens auch die schon fast längste Entfernung auf den Färöer.

Innerhalb einer Stunde erreicht man jeden beliebigen Punkt. Auf dem Weg in die Hauptstadt fällt auf, dass die Natur hier einen ganz besonderen Reiz ausübt. Trotz Kargheit ist die Landschaft faszinierend und vor allem sehr grün. Denn neben Kartoffeln und Steckrüben wächst aufgrund des teils sehr rauen Klimas nicht viel – außer grünen Gräsern, Moosen und Flechten. Lediglich zwei Prozent der Fläche eignen sich überhaupt für die landwirtschaftliche Nutzung. Bäume sucht man hier vergeblich. Verstärkt wird die grüne Anmutung durch die Häuser, bes-

ser gesagt durch deren Dächer. Fast alle Dachflächen sind aus Isolationsgründen von einer Grasschicht überzogen. Historisch bezeichnet man diesen Haustyp als Grassodenhaus.

Einfach ein bisschen anders ...

Genau diese Eigenarten und Besonderheiten machen den speziellen Charme der Inselgruppe aus, insbesondere für die MICE-Branche. Wer auf der Suche nach riesigen Kapazitäten und standardisierten Abläufen ist, ist auf den Färöer sicherlich falsch. Wer aber etwas Neues, etwas Besonderes



ii.: Schön einsam. Auf den Färöer-Inseln dreht sich die Uhr noch etwas langsamer. Vorteil für Planer: Fokussiertes Arbeiten oder stimmungsvolle Produktlounges sind hier genau richtig. Foto: Federica Violin/shutterstock.com

u.: Laut den Einheimischen gibt es im Etika das beste Sushi der Welt. Aufgrund der Wasserqualität ist der Fisch wirklich besonders hochwertig. Das merkt man beim ersten Bissen. Foto: CI

die es sich durch Bauweise und Grasdach hervorragend einpasst. Modernes Ambiente erwartet Gäste und MICEler im Inneren des Hotels. Bodentiefe Fenster mit Blick ins Grüne bilden den entsprechenden Kontrast zu den dunklen Farben im Interieur-Design. Für Konferenzen und Events stehen Planern acht Räume zur Verfügung. Der größte Raum mit 300 qm, der sich im ersten Stock befindet, lässt sich außerdem zwei Mal teilen und bietet so weitere flexible Meetingmöglichkeiten. Direkt angeschlossen sind das Foyer sowie eine komplett eingerichtete Bar, die ebenfalls bespielt werden kann. Für ungestörte Board-Meetings wartet das Hotel mit der Prime Ministers und der Clinton Suite auf. Die fest installierten Konferenztische bieten Platz für jeweils 14 Personen.

Wenn es noch etwas einsamer sein muss

Bekannt als einer der am isoliertesten gelegenen Orte Europas ist das kleine Dorf Gjögð auf Eysturoy, der zweitgrößten Insel der Färöer: schroffe Klippen, das tosende Meer und nur eine Handvoll Häuser. Das ist Gjögð auf den ersten Blick – und eine interessante Möglichkeit für intime und fokussierte Meetings auf den zweiten Blick. Das Gjáargarður Guesthouse ist für diese Zwecke die richtige Anlaufstelle. Nur insgesamt 25 Zimmer bietet das einfache, aber in jedem Fall gemütliche Guesthouse mit eigenem Restaurant und voll ausgestattetem Konferenzbereich.

Foodies welcome!

Die Gastro-Szene der Färöer ist einfach nur beeindruckend: hauptsächlich lokal geprägt, frisch angehaucht und extrem vielseitig – was bei dem Gedanken an die geringen Möglichkeiten auf den Inseln schon fast als Widerspruch erscheint. Aber die färöischen Köche haben gelernt, sich mit der Situation zu arrangieren und das Beste daraus zu machen. Selbstverständlich wird

heutzutage auch viel von dem, was auf dem Teller landet, importiert; allerdings ist ein Großteil der Gerichte nach wie vor von den lokalen Gegebenheiten geprägt. Fisch, Lamm und fermentiert – das sind die drei (Stich-)Worte, die die Speisekarten der Restaurants dominieren. Während Begriffe wie Fisch und Lamm wohl jedem bekannt sind, ist „fermentiert“ es nicht zwangsläufig. Hierbei werden Lebensmittel – vereinfacht gesagt – getrocknet. Fisch, Fleisch und sogar Gemüse wird diesem Vorgang unterzogen, der früher einer Art Konservierung diente und heute darüber hinaus zur Menü-Kreation genutzt wird. Das Spannende an den Restaurants vor Ort ist die Tatsache, dass die meisten in ehemaligen Wohnhäusern untergebracht sind. Dadurch entsteht ein heimeliger Charakter, den sich auch Planer zunutze machen können. Ein Restaurant-Buy-out für exklusive Lunches oder Dinner auch mit kleineren Gruppen ist nicht nur denkbar, sondern ebenso leicht realisierbar.

Einen großen Anteil an der Variation der Gastro-Szene auf den Färöer hat das bereits erwähnte Hotel Føroyar. Denn neben dem Hotelrestaurant Gras, das für die kulinarischen Genüsse der Hotelgäste sorgt, gehören derzeit noch das Hotel Torshavn (drei Sterne) sowie mehrere Restaurants im gesamten Stadtgebiet zum Portfolio des Føroyar. Weitere Adressen sind bereits in Planung.

In direkter Nähe zueinander gruppiert, warten das Áarstova, das Barbara, das Raest und das Fútastova mit vier voll-



will, das neben einem enorm hohen Individualitätspotential schon allein durch die Umgebung positive Effekte in puncto Konzentration und Entschleunigung bietet, liegt hier richtig: außergewöhnliche Erlebnisse kreieren und sich auf das Wesentliche konzentrieren.

In einem Workshop, von tmf dialogue in Zusammenarbeit mit visitfaroerislands organisiert, an dem auch wir teilnahmen und mitwirkten, wurde deutlich, wie ambitioniert die lokalen Partner für das MICE-Produkt arbeiten.

Einer dieser Partner ist zum Beispiel das Hotel Føroyar. Das Vier-Sterne-Haus liegt oberhalb von Torshaven und bietet aus den insgesamt 106 Zimmern einen beeindruckenden Blick in die Natur, in



O.: Eines der ältesten immer noch bewohnten Bauernhäuser steht in Kirkjubø, dem südlichsten Ort auf der Insel Streymoy – historische Bauernstube für Events inklusive.

Foto: Nick Fox/shutterstock.com

U.: Im sechsten Stock befindet sich der neueste Konferenzraum des Hotel Hafnia – mit Blick über den historischen Kern und den Hafen von Thorshavn.

Foto: Hotel Hafnia

← kommen unterschiedlichen kulinarischen Konzepten auf, die es allesamt zu entdecken gilt. Wir hatten das Vergnügen, im Barbara Fish House zu dinieren. Im Barbara orientiert man sich grundsätzlich an



der spanischen Tapas-Kultur und damit an der Darbietung der Speisen als Häppchen, serviert aber werden ausschließlich lokale Gerichte mit Fokus auf Fisch und Meeresfrüchte. Bereits im Vorfeld hörten wir viel über die hervorragende Qualität der Gewässer rund um die Inseln. Zum ersten Mal bewusst wurde uns diese Qualität aber zum einen in puncto Trinkwasser – das lässt sich auf den Färöer wirklich aus jedem Hahn zapfen –, zum anderen und insbesondere bei den Fischgerichten. Denn die Fischqualität ist, bedingt durch die Sauberkeit des Wassers, enorm hoch. Neben den kulinarischen Highlights hatten wir aufgrund der Lage unseres Tisches das Glück, auch immer wieder einen Blick in die interessante Küche des Fútastova werfen zu können, denn dieses Restaurant liegt direkt gegenüber.

Fermented only

Das jüngste Restaurant des Føroyar-Portfolios ist das Raest. Schon der Name – Raest bedeutet im Deutschen fermentiert – steht bezeichnend für die kulinarische Ausrichtung. Das im Mai 2016 eröffnete Restaurant bietet ausschließlich fermentierte Speisen an. Im gemütlichen Ambiente des etwa 400 Jahre alten Holzhauses können bis zu 27 Personen den traditionellsten Teil der färingischen Küche genießen.

Das erste färingische Sushi-Restaurant der Welt

Seit 2009 gibt es das Etika, ebenfalls im Hafenviertel Torshavns gelegen. Eine kleine silberne Plakette an der Eingangstür weist darauf hin, dass es sich um das erste färingische Sushi-Restaurant der Welt handelt; ein Restaurant, in dem die

Sushi-Spezialitäten ausschließlich aus heimischem Fischfang zubereitet werden. Und das macht ehrlich gesagt neugierig. Das Team des Etika überzeugt auf ganzer Linie: Qualitativ hochwertig und variationsreich präsentieren sich die Speisen. Im Vier-Augen-Gespräch geben die Einheimischen sogar zu, dass sie nirgendwo anders auf der Welt Sushi essen. Denn die heimische Fischqualität sei einfach nicht zu toppen.

Direkt gegenüber dem Etika befindet sich übrigens ein weiteres Vier-Sterne-Hotel: das Hafnia. Das familiengeführte Haus mit 74 Zimmern bietet Planern eine wirklich tolle Möglichkeit hoch über den Dächern Torshavns. Erst kürzlich wurde die obere Etage des Hafnia vollständig renoviert und zum Meetingbereich umfunktioniert. Bodentiefe Fenster, dunkler Teppich und moderne Ausstattung runden das Paket ab – nicht zu vergessen der Blick über die Dächer, direkt auf den alten Hafen der Hauptstadt.

Kirkjubø – kulturelles und kulinarisches Highlight

Etwa eine Viertelstunde von Torshavn entfernt liegt der kleine Ort Kirkjubø. Das Erlernen der Aussprache des Namens erfordert allerdings wesentlich mehr Zeit. Das südlichste Dorf auf der größten Färöer-Insel Streymoy beeindruckt mit seiner Geschichte. Noch heute sind die sehenswerten Ruinen der Magnus Cathedral zu besichtigen. Darüber hinaus findet sich hier die Sankt-Olav-Kirche aus dem 12. Jahrhundert und mit Kirkjubøargarður – zu deutsch King's Farm – eines der ältesten immer noch bewohnten Bauernhäuser der Welt. Erbaut wurde es bereits im 11. Jahrhundert und bietet heute einen interessanten Einblick in vergangene Zeiten. Bewohnt ist das Bauernhaus durch die Patursson-Familie – mittlerweile in der 17. Generation. Das Gebäude dient aber nicht nur den Paturssons als Familiensitz, es wird zudem als Museum, Restaurant und Eventlocation genutzt. Und ehrlich gesagt, geht es nicht authentischer. Ein langer Holztisch im ehemaligen Wohnzimmer – inklusive altem Herd und typischen Artefakten der färingischen Kultur – lädt dazu ein, in netter Runde einen gemütlichen Abend bei typisch färingischer Küche zu realisieren.

Nicht ganz so rustikal, sondern eher auf Sterne-Niveau geht es im Koks zu, das übrigens auch zum Føroyar-Universum gehört. Im





Vergleich zu anderen europäischen Spitzenköchen ist Poul Andrias Ziska noch sehr jung, was aber der Qualität und der kulinarischen Ausrichtung des Koks in keiner Weise entgegensteht. Ziska gilt als einer der Vertreter der „Next Generation of Nordic Kitchen“. Inoffiziell hört man auf den Färöer derzeit, dass der Gault Millau bereits vor Ort war und eine Sterne-Auszeichnung für das Restaurant somit nur noch eine Frage der Zeit sei. Und verdient hätten es sowohl das Koks als auch Küchenkünstler Ziska in jedem Fall. Wer beim Koks ein normales Restaurant mit Küche und Gasträum erwartet, wird enttäuscht sein: In einem typisch skandinavischen Einfamilienhaus empfängt das Koks seine Gäste. Gasträum ist das einst geplante Wohnzimmer. Dadurch entsteht ein sehr gemütliches Ambiente, das eher die Stimmung eines Abends bei Freunden als den eines Restaurants vermittelt. Besondere Herausforderung für Ziska, dessen Stil als frisch, einfach und rein gilt, ist die Tatsache, dass er sein Menü ausschließlich mit und aus lokalen Produk-



ten kreiert. Einzig die korrespondierenden Weine oder Biere, die von der Schweizerin Karin Visth arrangiert werden, stammen nicht von den Inseln. In jedem Fall ein Erlebnis, das niemand verpassen sollte, der auf den Färöer-Inseln zu Gast ist.

Willkommen bei Freunden

Wenn sich „normale“ Restaurants in Einfamilienhäusern befinden, liegt es doch nahe, das eigene Haus ebenfalls Gästen zu öffnen. Das haben sich auch Anna und Oli gedacht. Und so ist es möglich, sich zum Abendessen bei den beiden zu Hause einzubuchen. Bis zu 30 Personen bewirbt das Ehepaar im eigenen Wohnzimmer. Eine absolut charmante Erfahrung, die sich Gruppen auf keinen Fall entgehen lassen sollten. Denn eigentlich ist Anna Krankenschwester und Oli Lehrer. Sie haben aber zudem einen eigenen Bauernhof, bieten Ausritte auf ihren eigenen Pferden an. Und außerdem liebt Oli Luxemburg, da seine Schwester seit Jahren im Großherzogtum lebt. Es wird also deutlich, dass die beiden eine Menge zu erzählen haben. Und das tun sie auch – während des Essens. Über färöische Kultur, über das Leben auf den Inseln und natürlich das von Anna gezauberte Essen, das meist ausschließlich aus eigener Produktion stammt.

The Nordic House – Kultur- und Kongresszentrum der Färöer

1983 eröffnete das Nordic House oder auch Norðurlandahúsið seine Türen – seitdem das wichtigste Kultur- und Kongresszentrum der Färöer. Architektonisch besticht das Haus des Nordens mit viel Glas und – wie könnte es anders sein – dem typischen Grasdach. Aufgrunddessen passt es sich

auch hervorragend in seine Umgebung ein. Innen präsentiert sich das Gebäude als vielfältig beispielbare Location. Für verschiedenste Anlässe, von der Kulturveranstaltung über Kunstausstellungen bis hin zu klassischen Konferenzen mit Workshop, sind die unterschiedlichen Räume nutzbar. Die größten Kapazitäten (380 pax.) entfallen dabei auf die Main Hall, die sich im Zentrum des Nordic House befindet. Hier sprach schon der ehemalige US-Präsident Bill Clinton anlässlich der Feierlichkeiten zum 25-jährigen Jubiläum. Direkt angeschlossen an die Main Hall ist der sogenannte Raum Klingran, der zugleich an die Lobby angrenzt. Bei entsprechender Kombination können daher Kapazitäten für bis zu 890 Personen geschaffen werden. Insgesamt verfügt das Nordic House über acht unterschiedliche Räumlichkeiten sowie das Restaurant „Smakka“.

O.: Der Weinkeller im Hotel Føroyar lässt sich für kleinere Gruppen hervorragend bespielen. Schon zahlreiche Management-Tagungen haben sich für den stylischen Raum entschieden. Foto: Hotel Føroyar

u.li.: Etwa 80.000 Schafe leben auf den Färöer-Inseln. Damit gibt es auf den 17 bewohnten Inseln mehr Paarhufer als menschliche Einwohner. Foto: CI

u.: Die Küche der Färöer ist geprägt durch frische Zutaten und inspirierte und einfallsreiche Köche. Beispielsweise bietet das Barbara Fish House Fischspezialitäten im Tapas-Stil an. Foto: Hotel Føroyar



ITB Berlin gibt erste Details des Kongressprogramms bekannt

Wissenstransfer leicht gemacht: Der parallel zur Messe laufende ITB-Berlin-Kongress widmet sich vom 08. bis 11. März 2017 den wichtigsten Themen der Reiseindustrie, Politik und Wirtschaft. Bei Vorträgen, Diskussionen und interaktiven Debatten klärt der größte Think Tank der internationalen Reiseindustrie fachkundig und unterhaltsam über den Einsatz von künstlicher Intelligenz oder von Social Media in Krisenzeiten auf.

Der diesjährige Convention & Culture Partner Slowenien eröffnet am Mittwoch, dem 08. März 2017, den ITB Future Day und informiert während der Kongressstage in mehreren Sessions unter anderem über die Themenschwerpunkte Nachhaltigkeit und Klimawandel. Mit einer exklusiv für den ITB-Berlin-Kongress durchgeführten aktuellen, globalen Marktstudie gibt das Reiseunternehmen Travelzoo wertvolle Hinweise zu den Auswirkungen von Krisen und Katastrophen auf Touristen. Richard Singer, Managing Director Europe Travelzoo, gibt Aufschluss zu geeigneten Maßnahmen, um das Sicherheitsgefühl von Reisenden zu verbessern. Wie Social Media im Umgang mit Krisen erfolgreich eingesetzt werden kann erklärt Percy von Lipinski, ausgezeichnete Reiseguru des Fernsehsenders CNN, im Rahmen des ITB Destination Days 2 am Donnerstag in seinem Vortrag zu „Social Media und mobile Technologien: Krisenverstärker oder Aufklärungshilfe?“.

Zwei Publikumsлюбlinge steigen am ITB Future Day wieder gegeneinander in den Ring. Der Reisejournalist und Autor Doug Lansky und Ted Sullivan, Vice President of Tourism and Resort Analytics ADARA, liefern sich in einer interaktiven Debatte einen geistreichen und humorvollen Schlagabtausch zu Themen, die den Tourismus in Zukunft prägen werden. Das Publikum stimmt nach jeder Runde ab, wer die schlagkräftigsten Argumente geliefert hat.

Ab in die Zukunft geht es auch bei dem Vortrag zu „The Next Big Thing: Artificial Intelligence – Disruption von Reiseentscheidungen und -buchung!“ während des ITB Marketing and Distribution Days am 10. März 2017. Technologie-Giganten investieren massiv in die Erforschung und Anwendung von künstlicher Intelligenz. Norm Rose, Präsident Travel Tech Consulting, Inc. and Senior Technology Analyst Phocuswright, Inc., erklärt, welche Anwendungen bereits in der Reiseindustrie existieren und wie Chatbots, Virtual Assistants und Big-Data-Analysen am sinnvollsten eingesetzt werden können.

Ein Blick auf die Pläne chinesischer Hotelinvestoren wird am ersten ITB Destination Day, dem 08. März 2017, geworfen. China rüstet sich derzeit mit Hotels in begehrten Destinationen für das weitere Wachstum im Outgoing-Tourismus. Zuhörer erfahren von Vertretern führender chinesischer Hotelketten mehr zu den derzeitigen Entwicklungen und welche Destinationen durch die Investitionen besonders gestärkt werden.

Botswana ist das offizielle Partnerland der ITB Berlin 2017. Während der ITB Destination Days steht Botswana besonders im Fokus und wird neben dem Grußwort im Rahmen der Eröffnung auch Teil des beliebten Afrika-Forums am zweiten Tag des ITB Berlin Kongresses sein.

mbt Meetingplace 2017 auch in Frankfurt

Im kommenden Jahr wird der mbt Meetingplace neben dem regulären Termin in München zusätzlich auch in Frankfurt stattfinden. Am 21. November 2017 finden Entscheider aus MICE und Business Travel zahlreiche Hotels und Dienstleister im Forum der Messe Frankfurt. Eine Woche später, am 28. November 2017, folgt der mbt Meetingplace dann im Postpalast München.

„Neben der Nachfrage der Besucher und Aussteller nach einer weiteren Veranstaltung, kam ein weiterer Impuls vom Fachbeirat der Messe“, gewährt Projektleiterin Sandra Helmstädter einen kleinen Blick hinter die Kulissen. Der Beirat aus erfahrenen Experten und Unternehmern der Branche sieht eine ideale Grundlage für eine zweite Veranstaltung in Frankfurt gegeben: Das Rhein-Main-Gebiet liege direkt vor der Tür, aber auch aus Köln brauche der ICE nur etwa eine Stunde und ein Flug ab Hamburg dauere nur wenige Minuten länger. Somit biete der mbt Meetingplace Frankfurt Fachbesuchern und Ausstellern aus der Mitte Deutschlands wie auch aus dem Norden eine gemeinsame Plattform.

„Beide Messen sind eng verknüpft. Der zeitliche Abstand beträgt absichtlich nur eine Woche. Ein Ticket gilt für beide Messen – jeder Ticketkäufer hat also die freie Wahl, ob er die Messe in Frankfurt oder lieber in München besucht. Die Keynote-Speaker werden beispielsweise bei beiden Terminen identisch sein“, so Helmstädter weiter.

IMPRESSUM

Convention International | November 2016

Verlag:

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

Redaktionsbüro Neuwied:

H.W.G. Verlag & Werbung
Wiedbachstraße 50
56567 Neuwied
Tel.: +49 2631 9646-35
Fax: +49 2631 9646-40
www.convention-net.de

Herausgeber:

Heinz-Dieter Gras

Verlagsleitung:

Katharina Gras

Redaktionsleitung:

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

Redaktion:

Verena Bittelbrunn [vb], Nadine Laske [nl]

Anzeigen:

Knut Mans, Ralf Zessin, Thomas Jäckle

Mediaassistentz:

Rose Diener

Korrektorat:

Kirsten Skacel, Lektorat Rotstift

Layout/DTP:

Günther Müller, Caroline Minor

Druck:

Druckhaus Cramer GmbH & Co. KG
Hansaring 118
48268 Greven

Versand:

FORMA Lettershop GmbH,
Beim Weißen Stein 4, 56579 Bonefeld

Kontrollierte Druckauflage:

1. Quartal 2016: 12.500

Nächste Ausgabe:

27. Februar 2017

Titelfoto:

Asif Islam/shutterstock.com

Beilagenhinweis:

boerding exposition, Best of Events, Hotel Vier Jahreszeiten

Es gelten die Anzeigenpreise in den Mediadaten vom 01.01.2016. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos wird keine Gewähr übernommen. Für namentlich gekennzeichnete Fremdbeiträge übernimmt der Verlag keine Haftung.



HOTEL RIU PLAZA BERLIN

EIN IDEALER ORT FÜR MEETINGS UND TAGUNGEN



DAS HOTEL RIU PLAZA BERLIN befindet sich im Herzen der Hauptstadt und ist nur 350 m vom berühmten Kaufhaus KaDeWe entfernt. Das avantgardistisch eingerichtete Hotel ist dank der erstklassigen Dienstleistungen und des hervorragenden kulinarischen Angebots ein perfekter Treffpunkt.

PREMIUM-AUSSTATTUNG UND BUSINESS-EINRICHTUNGEN:

- 357 Zimmer
- Kostenloser WLAN-Internetzugang im gesamten Hotel
- Insgesamt 976 m² Veranstaltungsfläche für bis zu 840 Personen
- 11 Säle mit modernster audiovisueller Technik
- Restaurant mit Frühstücksbuffet, Mittag- und Abendessen à la carte
- Grab & Go 24/7
- Lobby-Bar
- Voll ausgestatteter Fitnessraum

ENTDECKEN SIE UNSERE PLAZA-HOTELS

[Hotel Riu Plaza Panama](#) · 23 Säle mit einer Kapazität für bis zu 1600 Personen

[Hotel Riu Plaza New York Times Square](#) · 4 Konferenz- und Meetingräume

events.berlin@riu.com · www.riuplaza.com · www.riu.com



ALGARVE · ANDALUSIEN · ARUBA · BAHAMAS · BERLIN · BULGARIEN · COSTA RICA · DOMINIKANISCHE REPUBLIK
DUBLIN · FORMENTERA · JAMAICA · KANARISCHE INSELN · KAPVERDEN · MADEIRA · MALLORCA · MAROKKO
MAURITIUS · MEXIKO · MIAMI · NEW YORK · PANAMA · ST. MARTIN · SRI LANKA · TÜRKEI





Prof. Stefan Luppold. Foto: Sascha Reichert

Ein Hut, der niemals alt wird

Besonders interessant im Prozess des Zusammentragens von Expertenaufsätzen war, dass vielfach Protagonisten aus der Veranstaltungswirtschaft von einem „alten Hut“ sprachen – das brauche die MICE-Branche doch nicht, über Service-Qualität habe man schon vor Jahren nachgedacht, das sei längst ein Feld, das von allen Dienstleistern gut bestellt werde. Ist das auch Ihr Eindruck?

Meiner ist es nicht!

Zunächst stelle ich fest, dass bei Messen, Kongressen und Events nach wie vor nicht alles in Ordnung ist. Da finden sich exzellente Räumlichkeiten, denen ein mittelmäßiges Verhalten der zuständigen Mitarbeiter im Wege steht – definitiv Bedarf an Veränderung! In der Regel müssen hier nicht die Menschen ausgetauscht, sondern ausgebildet werden. Möglicherweise auch geführt, motiviert und ernst genommen. Kann das Management das nicht leisten, dann muss Hilfe von außen geholt werden. Die einfachste aller Gleichungen in der MICE-Branche lautet: Shit in – Shit out!

Daneben, und das ist schon immer eine Grundwahrheit, verändert sich die Umwelt permanent. Das führt, sofern wir uns nicht anpassen, dazu, dass ein vormals gutes oder sehr gutes Servicelevel irgendwann nicht mehr den Erwartungen entspricht. Lifelong Learning bleibt gerade dem Exzellenten nicht erspart – wer stehen bleibt, wird überholt.

Die Frage ist, auf welches Szenario wir uns vorbereiten. Welches Spektrum an Leistungen in welcher Qualität ist in den kommenden Jahren erforderlich, um weiter mitspielen zu können? Vor einem Vierteljahrhundert wurden die Veranstaltungstechniker nach und nach aus ihren Regieräumen und von den Z-Brücken geholt: Man hatte erkannt, dass sie, als Experten, die besseren Be-

rater im Kundengespräch sind. Die Kunden wussten das zu schätzen.

Heute sprechen wir über interaktive, partizipative und kollaborative Unternehmens- und Verbandsevents. Moderne Veranstaltungsformate stehen zur Verfügung, können Hand in Hand mit entsprechenden technischen Features wie Digital Voting oder elektronischen Pinnwänden offeriert werden. Wird da der Projektleiter im Kongresszentrum nicht zwangsläufig mehr kennen müssen als den Mietpreis? Ist er nicht auf dem Weg zu einem Berater, der entlang angestrebter Veranstaltungsziele mit den richtigen Tipps (und der richtigen Ausstattung) zum Erfolg beiträgt?

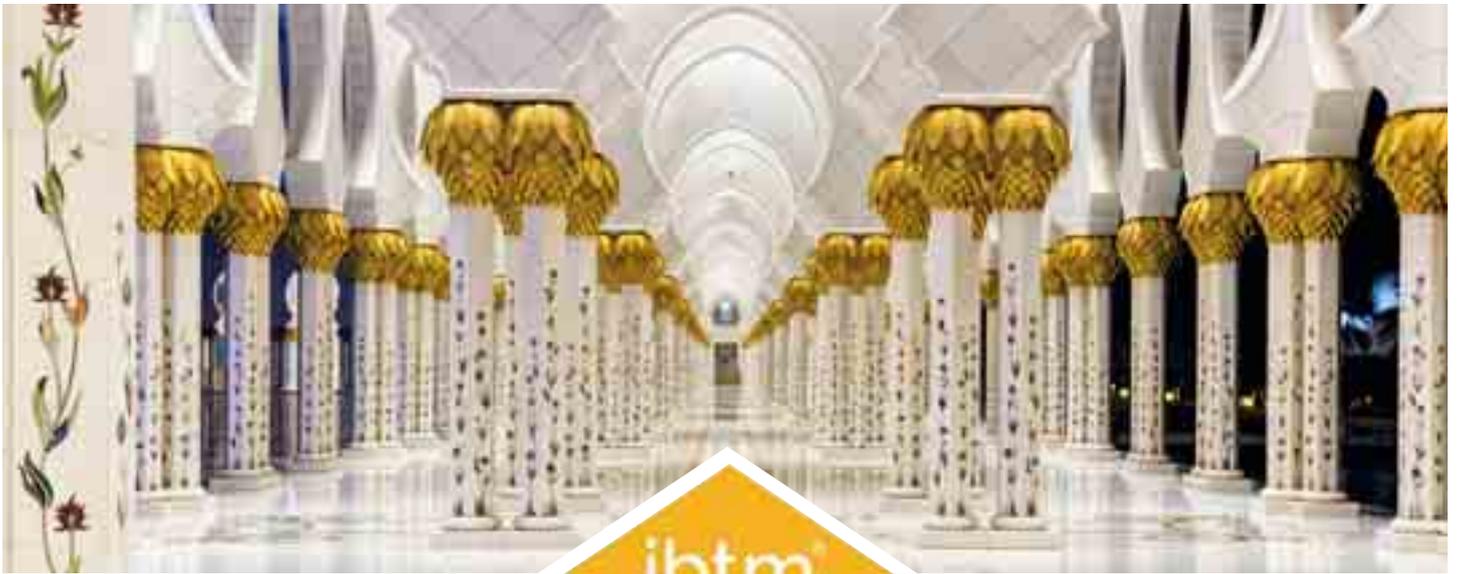
Antworten darauf zu liefern hat sich das micelab: Bodensee vorgenommen. 13 Initiatoren aus vier Ländern überlegen gemeinsam, ob beispielsweise ein Techniker zukünftig mit seinen Kompetenzen zur richtigen Inszenierung beitragen soll, ein wertvoller Ratgeber und Sparringspartner der Kunden sein muss. Und nicht nur das Mikrofon auf- und wieder zumacht. Und hier ist sie wieder – die von außen wirkende Kraft der Veränderung, die uns ohne ein Weiterdenken von Service-Qualität vielleicht recht rasch alt aussehen lässt.

Das bildliche „ein alter Hut“ wird in Italien als „nulla di nuovo“ benutzt, als das „Nichts des Neuen“. Gerade hat eine unserer Absolventinnen den „Deutschen Forschungspreis für Live-Kommunikation“ erhalten: Lisa-Marie Lang hat das aus der Pädagogik bekannte Konzept des „Flipped Classroom“ auf Veranstaltungen übertragen und erforscht, wie dadurch das Lernen bei Kongressen, Tagungen und Konferenzen nachhaltiger möglich ist. Wir sollten überlegen, wann wir uns – als Dienstleister der MICE-Branche – damit beschäftigen, anstatt von alten Hüten zu reden.



Vor etwa einem Jahr trafen sich unter meiner Leitung einige Professoren, die an ihren Hochschulen einen Veranstaltungsmanagement-Schwerpunkt haben. Diskutiert wurde darüber, welches Thema denn relevant und damit für eine kleine Publikation wertig sei. Einstimmiger Befund der Damen und Herren: Service-Qualität! So entstand eine Sammlung von Beiträgen, die im Januar 2017 vom Fachverband degefest auf der „Best of Events“ in Dortmund vorgestellt wird.

Unser Kolumnist Prof. Stefan Luppold leitet den Studiengang „Messe-, Kongress- und Eventmanagement“ an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) in Ravensburg. Er ist Mitglied und Sprecher des wissenschaftlichen Beirats des degefest e.V. und engagiert sich darüber hinaus in weiteren Branchenverbänden. 2009 gründete Luppold das „Institut für Messe-, Kongress- und Eventmanagement“ (IMKEM), welches er auch leitet. Neben zahlreichen Buchbeiträgen und Fachartikeln ist er Herausgeber der Buchreihe „Messe-, Kongress- und Eventmanagement“ sowie der „Studienreihe Messe-Management“.



ibtm
ibtm[®] arabia
abu dhabi, uae
7 - 9 february 2017

**connecting the Arabian incentives,
business travel and meetings industry to the world**

No.1

event for high
value business
& connections
in the Middle East

5-star

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

1-to-1

meetings
for focused value-driven
transactions

96%

overall event
satisfaction
from Hosted Buyers
& exhibitors

Enquire to exhibit or apply to be a Hosted Buyer at www.ibtmarabia.com
Connections mean everything.



ibtm[®] events
connections mean everything

Organised by  Reed Exhibitions[®]

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

WER NACH BERN FLIEGT, LANDET MITTEN IM MEETING.



Der Flughafen nahe der vielfältigsten Tagungs-, Meeting- und Incentive-Destinationen.
Jetzt buchen: madeinbern.com/skywork

BERN 

 **SkyWork**
AIRLINES

Flights made in Switzerland 

