

Foto: www.mediaserver.hamburg.de, C.Spahrbier



# Pilotprojekt

## Wie funktioniert Hamburgs neue M.I.C.E-Cloud?

Der klirrend kalte Winter verzauberte Anfang Februar die Hansestadt: Die Außenalster war bekanntlich so stark zugefroren, dass erstmals seit 15 Jahren wieder ein „Alstereisvergnügen“ stattfinden konnte – rund eine Million Besucher erfreuten sich an der 164 Hektar großen Eisfläche mitten in der City. Das leitet über zum Thema dieses Beitrags. Wer künftig in Sachen Veranstaltungsplanung in Hamburg unterwegs ist, kommt an der neuen M.I.C.E-Cloud nicht vorbei. Das aggregierte Serviceverzeichnis der diesbezüglichen Dienstleister im Internet bietet nicht nur alle Daten und Programme, sondern kann noch eine ganze Menge mehr.

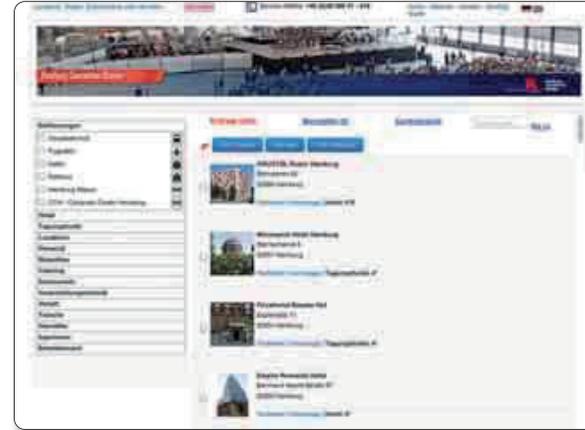
Wer ein bestimmtes Format plant, gibt seinen spezifischen Bedarf nach unterschiedlichen Kategorien (etwa Hotels, Tagungshotels, Locations) und Attributen (z. B.: 250 pax, parlamentarisch, Tageslicht, komplett verdunkelbar, mit PKW befahrbar) ein. Das Angebot wird dann entsprechend gefiltert. Auch Entfernungen zu bestimmten wichtigen Treffpunkten wie Bahnhof, Messe, CCH, Hafen, Rathaus etc. können angezeigt und es kann danach sortiert werden. Zusätzlich gibt es eine Kartenfunktion. Planer können sich bei den gefundenen Dienstleistern die Homepage oder ein Factsheet und demnächst auch noch „emotionalisierende Elemente“ wie Bildgalerien oder Videos anschauen.

**Wichtig: Der Kunde gibt vor, nicht mehr der Dienstleister**

So lässt sich ein eigener maßgeschneiderter Meeting-Guide zur Destination Hamburg schaffen, indem man die in Frage kommenden Dienstleister auswählt und sein indivi-

duelles Bidbook zusammenstellt. Eignet sich übrigens gut, um die Vorauswahl einem möglicherweise noch nicht so internetaffinen Chef zu präsentieren ... Künftig sollen auch wichtige Themenseiten wie etwa IT-Standort, Nachhaltigkeit oder Wissenschafts-/Medizin-Standort integriert werden. Davon verspricht sich das Hamburg Convention Bureau (HCB) den Lückenschluss „zwischen den klassischen Print Meeting Guides und dem Internet“.

Ein entscheidender Vorteil ist, dass das System den kompletten Geschäftsprozess abbildet und dynamisch ausgerichtet ist. Das heißt, der Kunde kann Anbieter konkret anfragen und diese können im System antworten. Es lässt sich nachverhandeln, beauftragen und stornieren, wobei das System die Verhandlungen mitschreibt. „Der Clou ist, dass der Kunde das Format vorgibt und nicht der Dienstleister“, heißt es seitens des HCB zum wohl entscheidenden Benefit der M.I.C.E-Cloud.



Das bedeutet, dass die Angebote für den Kunden sofort vergleichbar sind – die unterschiedlich aufgebauten Offers diverser Dienstleister muss er nicht mehr umrechnen, um Trans-

parenz zu erreichen; vielmehr können jene ihre Leistungen im System anlegen und diese dann je nach Anfrage einem Angebot hinzufügen. Schnell und unkompliziert also.

### Vorteil für Anwender: keine Insellösung

Ein weiterer wichtiger Punkt ist, dass die M.I.C.E-Cloud keine Insellösung darstellt – zwar muss sich der Nutzer einloggen, jedoch gelten die Zugangsdaten für alle Destinationen, die künftig auf diese Technologie setzen wollen. Hamburg ist hier das Pilotprojekt des IT-Anbieters vevention, doch stehen dem Unternehmen nach weitere, sogar internationale Destinationen in den Startlöchern.

Was man als Anwender braucht, ist eine aktuelle Browserversion, da das M.I.C.E-Cloud-System neueste Internettechnologien verwendet. Empfohlen wird Google Chrome, Explorer und Firefox funktionieren aber auch. Dafür sind im System sogar Social-Media-Funktionen hinterlegt – grundsätzlich kann man auch Netzwerke bilden und Nachrichten austauschen. Hier lässt sich das Ganze prüfen:

[www.hamburg-convention.com/meet-in-hamburg/veranstaltungsservices/](http://www.hamburg-convention.com/meet-in-hamburg/veranstaltungsservices/)

## IT-Standort Hamburg – mit „HH“ hat eigentlich jeder zu tun ...



Foto: www.mediaserver.hamburg.de, C.Spahrbier

... und zwar, weil eine deutsche Institution regelmäßig von hier kommt – jeden Tag sendet die ARD ihre Nachrichten von Hamburg aus ins Land. Auch abseits von Tagesschau und Tagesthemen ist die zweitgrößte deutsche Stadt ein Gigant – vor allem wegen des überdurchschnittlichen Wirtschaftswachstums belegt Hamburg beim Bundesländerranking der Bertelsmann-Stiftung seit zehn Jahren den Spitzenplatz! Die „Elbmetropole“ ist gemäß der Weissmann-Datenbank mit 33 Einträgen auch die Stadt mit den meisten deutschen Weltmarktführern. Wir wollen hier einen besonderen Fokus auf den IT-Standort legen.

Die Wirtschaftsstruktur der Hansestadt ist nämlich maßgeblich geprägt vom Dienstleistungssektor, in dem nach offizieller Auskunft rund drei Viertel aller Beschäftigten tätig sind. Besondere Dynamik entfaltet mit inzwischen 22.000 Unternehmen und 130.000 Mitarbeitern die Hamburger Medien- und IT-Branche. So ist etwa die Gründungsintensität der Softwarewirtschaft an der Elbe am höchsten –

von Januar 2010 bis Januar 2011 sind in Hamburg 376 Anbieter in den Bereichen Softwareentwicklung und -gestaltung hinzugekommen, ein Plus von 18 Prozent. Ob Spiele oder Apps – die Hansestadt ist längst zu einem Zentrum der Computerbranche geworden.

Ein wichtiger Akteur in diesem Themenfeld ist die PPP-Initiative Hamburg@work – ein

„Public Private Partnership“-Projekt, das sich den Themen Medien, IT und Telekommunikation und deren Weiterentwicklung am Standort widmet.

### Die E-Commerce-Hauptstadt Deutschlands

Bundesweit einzigartig ist in Hamburg die vollständige Wertschöpfungskette des E-Com-



Auch sie sind Teil des IT-Standorts Hamburg: Blick ins Deutsche Klimarechenzentrum sowie in den Infopavillon Green Capital

merce abgedeckt – vom reinen Onlinehandel über Social oder Mobile Commerce bis zu diversen IT-Dienstleistungen und Online-Marketing sind in der Hansestadt entsprechende Unternehmen vertreten. Um die Position als führenden Standort künftig noch zu stärken, hat Hamburg@work mit bekannten Partnern aus der Wirtschaft das Aktionspro-

gramm „eCommerce No.1“ gestartet, das wichtige Aspekte wie Know-how-Transfer, Qualifizierung und Vernetzung fördern will. Erklärtes Ziel hierbei sind „die Sogwirkung auf innovative Dienstleister, Start-ups und neue Mitarbeiter und die Schaffung von Schnittstellen zu Branchen auf dem Sprung ins Online-Business“. Die Umsetzung erfolgt

durch lösungsorientierte und nachhaltige Projekte ([www.e-commerce-hamburg.de](http://www.e-commerce-hamburg.de)).

#### Beispielhaft: konzertierte Wirtschaftsförderung

Bereits seit knapp zehn Jahren setzt sich Hamburg@work auch mit der Spiele-Branche auseinander. Hierbei sollen Kontakte zu

Anzeige



## CCH – Congress Center Hamburg

### Ideen erleben

- 10.000 m<sup>2</sup> Ausstellungsfläche und zusätzlich 12.500 Sitzplätze
- Multifunktionale Ausstellungshalle
- Zuschauererevents für bis zu 6.000 Personen
- Preisgekrönte, modernste Audio- und Veranstaltungstechnik
- Beste Innenstadtlage in direkter Nachbarschaft zur Messe
- Direkte Anbindung an den ICE-Bahnhof Hamburg-Dammtor

### Wir sind für Sie da!

Telefon +49 40 3569-2222  
info@cch.de · cch.de



## NEUE HAMBURG-WIDGETS

Die Kooperation zwischen der Hamburg Tourismus GmbH (HHT) und der hamburg.de GmbH & Co. KG ([hamburg.de](http://hamburg.de)) wird ausgebaut. So können Geschäftsreisende die Übernachtungsangebote künftig auch auf dem Stadtportal [www.hamburg.de](http://www.hamburg.de) buchen. Dazu kommen neue Buchungsmöglichkeiten für die Hamburg Card und Hotel-Videos. „Ein Schwerpunkt unserer Vertriebsstrategie liegt auf einem innovativen Onlinevertrieb, den wir stetig ausbauen möchten. Mit [hamburg.de](http://hamburg.de) haben wir einen starken Partner gefunden, um unsere Reichweite in diesem Bereich noch weiter zu erhöhen“, sagt HHT-Chef Dietrich von Albedyll. Die Websites von HHT und [hamburg.de](http://hamburg.de) verzeichnen derzeit rund 4,3 Mio. Besucher pro Monat. Die können sich jetzt noch mehr freuen: Seit kurzem stellt die HHT sogenannte Widgets zur Verfügung – d. h. Videos, Apps, Bildergalerien oder Informationen zur Hamburg Card, die kostenfrei auf Webseiten eingefügt werden können.



Unternehmen verwandter Wirtschaftszweige wie etwa der Werbung zur Erschließung neuer Geschäftsfelder vermittelt und bessere Bedingungen für die Ansiedlung und Gründung junger Unternehmen geschaffen werden. Außerdem diskutiert man Fragen der Finanzierung, Technologieförderung und Weiterbildung sowie juristische Fallstricke. Die „Gamecity“ versteht sich als Schnittstelle zur Wirtschaftsförderung und zu öffentlichen Instanzen, um den Stellenwert der Branche zu steigern und allgemeines Interesse zu wecken ([www.gamecity-hamburg.de](http://www.gamecity-hamburg.de)).

Eine weitere Initiative umfasst die Vielzahl an neuen innovativen Medienschaffenden,

die sich mit Themen wie New Storytelling, newTV und interaktiven Medien beschäftigen. In der Aktionslinie [mediacity:hamburg](http://mediacity:hamburg) laufen wiederum die Aktivitäten aus dem Themenumfeld der digitalen Medienindustrie zusammen, um Anknüpfungspunkte für die Agentur- und Designerszene zu generieren, „die sich immer stärker in die Digital-Welt hinein entwickelt“ – insbesondere über Social Media. Als Katalysator dienen u. a. kreative Formate wie der Neptun Award (wird von Hamburg@work regelmäßig für die beste Crossmedia-Kampagne vergeben) und die ebenfalls regelmäßig stattfindende Medienkonferenz [scoopcamp](http://scoopcamp).

## Vormerken: ARCOTEL ONYX Hamburg öffnet im Juni – pünktlich im Vorfeld des Reeperbahn-Festivals!



Das zum Gebäudekomplex „Tanzende Türme“ (entworfen von Stararchitekt Hadi Teherani, Architekturbüro BRT) gehörende 4-Sterne-ARCOTEL Onyx wird im Juni 2012 an promi-

enter Stätte eröffnen – Hausnummer Reeperbahn 1. Ein besonderes Highlight sollen die drei Themenzimmer werden, die sich von der speziellen Umgebung des Hotels inspiriert zei-

gen und sich als „Rückzugsort auf der berühmten Amüsiemeile“ verstehen. Insgesamt stehen im Haus 215 Zimmer und Suiten, ein Wellness- & Fitnessbereich, Seminarraum sowie ein Wiener Café zur Verfügung. Das nunmehr fünfte deutsche Haus der österreichischen Hotelgruppe führt sich ganz besonders gut ein: Das ARCOTEL Onyx Hamburg wird nämlich auch offizielles Partnerhotel des Reeperbahn-Festivals (20.–22. September 2012) sein. Neben der Vermittlung von Zimmerkontingenten wird das Haus als Spielstätte für ausgewählte Programme des Festival-Campus genutzt; dies soll in den Gastronomie- und Seminarflächen stattfinden. Praktischerweise liegt das Hotel vis-à-vis der Reeperbahn-Festival-Lounge, dem zentralen Meetingpoint für alle Delegierten und Medienvertreter – rundherum befinden sich die Reeperbahn-Pubs, die Firmen und Organisationen für Meetings, Showcases oder Empfänge zur Verfügung stehen.