AUSGABE 1/15 | März 2015 | € 8.50

convention INTERNATIONAL

DAS MAGAZIN FÜR VERANSTALTUNGSPLANER

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

MICE auf Peruanisch

Greenmeetings: Nachhaltigkeit hilft nicht nur dem Image • **Gutes Sponsoring** ist erlernbar • **Karlsruhe:** Vorbild für Washington • **Konferenz-Arena:** Frankenaufwertung *das* Thema • **Berlin:** ICC zu, Großveranstaltungen rar, trotzdem Wachstum mit MICE • **Luppolds Lupe:** Schon vor der Veranstaltung die Teilnehmer kennen

convention-net.de

The Dolder Grand

Business mit der besonderen Wellness-Komponente

Meet in Balance at the Dolder Grand Spa
Verleihen Sie Ihrem Teambuildingtag oder Kadermeeting eine besondere Note zur Teamförderung, für kreative Entwicklungen sowie für Ihr Wohlbefinden.

Angebot für 3 bis 7 Personen: Meeting in der Spa Library, Group-Fitnessklasse, Lunch im Spa Café, Behandlung, Nutzung des Dolder Grand Spa (4'000 m²)

CHF 380.00 pro Person

The Dolder Grand *****ˢ
The City Resort of Zurich
since 1899

Tel +41 44 456 60 00
www.thedoldergrand.com

SWISS DELUXE HOTELS

THE LEADING HOTELS OF THE WORLD

Dolder Hotel AG, Kurhausstrasse 65, 8032 Zürich, Switzerland

Nachhaltig müssen wir sein, aber kosten darf es nichts

Nachhaltigkeit ist in, sie wird von den Kunden gefordert. Das hörten wir erneut auf der „Green Meetings" in Frankfurt. Doch was steckt dahinter? Geradezu widersinnig ist es, wenn sich, wie jüngst geschehen, eine ganze Großstadt im tiefen Süden dieser Republik, als CO_2-neutral bezeichnet. Das kann gar nicht funktionieren. Und ist ein typisches Beispiel für „Green Washing", also einem eigentlich wenig nachhaltigen Projekt lediglich ein grünes Mäntelchen umzuhängen.

Es gibt aber gewiss tausende Projekte, die das Attribut „nachhaltig" wirklich verdient haben: Beispielsweise Projekte, die dabei helfen, die Belastung der Luft mit schädlichen Gasen zu verringern. Wir als die Köpfe der deutschen Veranstaltungswirtschaft sollten uns dazu wirklich Gedanken machen. Auch darüber, wie wir uns fortbewegen. Denn die Touristik- und die MICE-Industrie sind ja Branchen, in denen naturgemäß viel gereist wird.

Wir kennen zwei Touristik-Professoren, deren Flüge von der Hochschule bezahlt werden. Damit sie klimaneutral werden, überweisen die beiden Hochschullehrer aus eigener Tasche an den Kompensationsdienstleister Atmosfair. Sie zahlen freiwillig einen von den Emissionen anhängigen Betrag: je weiter der Flug, desto höher die Summe. Sie tun das guten Gewissens nicht nur, weil bei Atmosfair die Berechnung erklärt wird und besonders detaillierte Angaben abgefragt werden, sondern auch, weil die Projekte, in die Atmosfair das erwirtschaftete Geld steckt, den höchsten Standards folgen – den so genannten Goldstandards.

Denn: Mit dem Taschenrechner einfach zu ermitteln, was ein einziger Fluggast an Kohlendioxid verbraucht und dafür dann eine Menge an Setzlingen zu kaufen, die dieses CO_2 einfach wieder unschädlich machen – das ist zu einfach. Gute Kompensationsprojekte können beispielsweise Solarenergieanlagen in weniger entwickelten Ländern dieser Welt bauen lassen. Dann entsteht dort erst gar kein Kohlendioxid, zudem wird kein Tropenholz verfeuert.

Auch mit dem Kohlendioxid ist es so einfach nicht: Das Gütesiegel Gold Standard wird nur dann verliehen, wenn ein Kompensationsprojekt den Vorgaben des Kyoto-Protokolls für Klimaschutz folgt und darüber hinaus zur nachhaltigen Entwicklung beiträgt. Wer als Planer Gold Standard kaufen will, sollte bei einem Unternehmen solche Kompensationsprojekte erwerben, die das Kyoto-Protokoll beachten. Derlei gute Kompensationsprodukte achten darauf, dass nicht nur der Ausstoß an Kohlendioxid zu mindern ist, sondern auch der von Methan und Stickoxiden (die hoch oben in der Stratosphäre eine sehr schädliche Wirkung entfalten).

Darüber hinaus sollten Planer abwägen: Einfach auf eine Fernreise zu verzichten, weil sie umweltfeindlich sein könnte, ist sogar töricht. Denn eine Fernreise kann durchaus nachhaltig sein: Wenn der MICEler örtliche Produkte isst und trinkt, dort übernachtet, wo besonders viele Landsleute beschäftigt sind und Produkte kauft, die im Land hergestellt werden, dann ist das nachhaltig. Denn Nachhaltigkeit hat nicht nur eine ökologische, sondern auch eine ökonomische Komponente. Der Kongressreisende ist schlichtweg ein Wirtschaftsfaktor. Der kann das Leben in einem Land durch sein Geld erträglicher machen. Auch das ist echte Nachhaltigkeit.

Wer in seinem Unternehmen auf Nachhaltigkeit achtet, der kann das zu einem Wettbewerbsvorteil machen, war dieser Tage während der Green Meetings immer wieder zu hören. Dabei dürfen Unternehmen aber nicht darauf hoffen, dass ihre Mitarbeiter es den beiden Professoren gleichtun. Denn hinter vorgehaltener Hand hieß es stets: Nachhaltig müssen wir sein, aber es darf nichts kosten. Das sagt auch Ury Steinweg, Chef des Studienreiseanbieters Gebeco, ganz offen. „Bei gleichwertigen Angeboten entscheidet sich der Kunde eher für das, was nachhaltig ist. Er ist nicht bereit, für nachhaltigen Urlaub mehr Geld auszugeben."

Und in diesem Satz darf der Planer getrost das Wort „Urlaub" mit dem Wort „Tagung" ersetzen.

Herzlich Grüße
Thomas Gertler

Anzeige

Inhalt

März 2015

12

Lima hat für MICE-Aktivitäten enorme Hotelkapazitäten zu bieten.

6

Keynote-Speaker Hannes Jaenicke ermunterte während der „Green Meetings“ alle Teilnehmer, ihre Macht und Verantwortung als mündige Verbraucher wahrzunehmen.

6 **Green Meetings:** Nachhaltige Veranstaltungen sind nicht nur fürs Image gut

10 **Sponsoring muss gelernt werden wie Buchhaltung:** Interview mit Hans-Willy Brockes

11 **Studie von GHH Consult:** MICE-Kunden buchen jede dritte Hotelübernachtung in Deutschland

Titelbild: Lima, Stadtteil Miraflores

Titelthema Peru

12 **Lima:** bei 15.000 Teilnehmern noch nicht am Limit

16 **Paracas:** ein Incentive-Tipp. Nazca-Linien, Humboldt-Pinguine und Wüstenabenteuer

18 **Prolight + Sound 2015:** Zwanzigstes Jubiläum, zusätzliche Zielgruppen, bewährtes Konzept

19 **Ungetrübter Rückblick:** 2014 und 1989 spielten der Messe Nürnberg die Bälle zu

24 **Hoch über den Zillertaler Alpen** lässt der „Freiraum“ den Gedanken freien Raum

30 **Karlsruhe:** 300 Jahre jung, Vorbild für Washington und mit wissenschaftlichen Institutionen von Weltruf

46 **Finanz- und Automotive-Branche** bringt der Hungexpo Messe in Budapest Aussteller und Besucher

Karlsruhe wird auch als die Fächerstadt bezeichnet – der Blick von oben zeigt, warum.

30

Das Brenners Park-Hotel & Spa gehört zu den mondänsten Hotels der Welt.

54

79

Direkt an der Spree liegt das Ameron Abion Spreebogen Waterside Hotel.

48 **Leuven:**
Ein kleines belgisches Juwel für die MICE-Branche

50 **Baden-Baden:**
Eine elegante Bühne für außergewöhnliche Events

57 **Eigentümerwechsel als großes Gesprächsthema:**
BOE 2015 – alles bleibt anders

59 **Deutschland ist für Leonardo ein idealer Standort zum Investieren:**
Interview mit Europachef Daniel Roger

62 **Konferenz-Arena 2015:**
Schweizer mit neuen Ideen angesichts der Frankenaufwertung

68 **Berlin:**
Trotz geschlossenem ICC und abgesagter Großveranstaltungen wächst die Hauptstadt mit MICE

80 **Fachliteratur** und **Impressum**

82 **Luppolds Lupe:**
Zielgruppe – Wer sind denn diese Leute?

Anzeige

Nürnberg Convention

Nürnberg.
Unique Profile.
Unique Meetings.

Sondergleichen: eines der modernsten Convention Center Europas und die zentrale Lage auf dem Kontinent.
Unschlagbar: ein Ansprechpartner für alle Ihre Fragen und Wünsche, von der passenden Location über Catering bis zum individuellen Rahmenprogramm.
Überraschend: die Möglichkeiten, die Sie in der Metropolregion Nürnberg genießen.

Mit einem Wort: Unique.

Mehr Einzigartiges unter:
nuernberg-convention.de

Nachhaltige Veranstaltungen sind nicht nur fürs Image gut | von Thomas Grether

Wir sind nachhaltig. Keiner traut sich, dagegen etwas zu sagen. Warum auch? Nachhaltigkeit ist gut. Nachhaltig zu sein, ist ein moralischer Wert und ein Begriff, der durch und durch positiv besetzt ist. Tiefkühlpizza, Biosprit, Finanzprodukt oder Regalbrett – deren Hersteller werben damit, angeblich nachhaltige Produkte zu verkaufen. Was viele Werbetreibende verschweigen: Nachhaltig ist kein anderes Wort für umweltfreundlich.

Hannes Jaenicke, Schauspieler und Umweltaktivist, ermunterte mit einer engagierten Rede über die weltweite Zerstörung der Umwelt die Teilnehmer in Frankfurt, sie sollten ihre Macht und Verantwortung als „mündige Verbraucher" wahrnehmen. Die deutsche Veranstaltungswirtschaft stellt sich ihrer Verantwortung: Sie traf sich während der **Dritten Greenmeetings- und Events-Konferenz** in Frankfurt. Foto: German Convention Bureau (GCB).

Nachhaltig bedeutet mehr: Es beschreibt ein Prinzip, nach dem nicht mehr verbraucht werden darf, als jeweils nachwachsen oder sich regenerieren kann. Wenn Hotels von Nachhaltigkeitskonzepten berichten und damit meinen, dass der Gast sein Handtuch auch ein zweites Mal benutzen kann, dann ist dieses Nachhaltigkeitskonzept nicht das Papier wert, auf dem es gedruckt ist. Es gibt aber durchaus viele Hotels, die sich gewaltig Mühe geben, nachhaltig zu wirtschaften. Das spart langfristig nicht nur Geld, sondern ist auch fürs Image gut. Und für die Welt sowieso.

Ein Paradebeispiel liefert das Steigenberger Hotel am Kanzleramt in Berlin ab. Auf der Speisekarte stehen Bio- und Fairtrade-Produkte überwiegend aus regionalem Anbau und Biosnacks. Sogar die Schreibutensilien lassen sich recyceln und das Abfallmanagement wird streng überwacht. Das Gebäude selbst ist sowohl von seiner Bausubstanz als auch beim Umgang mit Energien nachhaltig; die Veranstaltung von MICE-Kunden stellt das Hotel CO_2-neutral.

Überhaupt ist die Veranstaltungswirtschaft in Deutschland schon ziemlich weit, was das Thema Nachhaltigkeit anbelangt. „Unser Nachhaltigkeitskonzept hat sich auch wirtschaftlich schon gelohnt", sagt Wolfgang Marzin, Geschäftsführer der Messe Frankfurt. Er hat britische Veranstalter gewinnen können, in der Stadt am Main Messen zu organisieren, weil das Unternehmen seine Nachhaltigkeit hat zertifizieren lassen. Energie- und Abfallmanagement, Mobilität, Logistik und Gastronomie – alles ist nachhaltig. Das neue Kap Europa ist das weltweit erste Kongresshaus, das ein Goldzertifikat der Deutschen Gesellschaft für nachhaltiges Bauen (DGNB) verliehen bekam. Claudia Delius-Fisher, Leiterin Congress Frankfurt, erfreut sich deswegen einer großen Nachfrage von Kongressveranstaltern. Ohne die schicke, neue und nachhaltige Veranstaltungshalle, wären viele Kongressveranstalter nicht gekommen. Neue Kundschaft hat Delius-Fisher aber auch, weil sie nun einen Veranstaltungsort für mittelgroße Tagungen verkaufen kann mit bis zu 2.400 Personen.

Andere machen Tagungen...

...wir machen
CONFERTAINMENT!

- 30 Räumlichkeiten von 26 bis 2.600 qm für 10 bis 2.000 Personen
- Insgesamt mehr als 13.000 qm Veranstaltungsfläche
- Vielfältiges Raumangebot in themenorientiertem Ambiente
- Große Auswahl an Unterhaltungsangeboten
- Wellness- und Spa-Bereiche
- 950 Zimmer und Suiten in den fünf 4-Sterne Hotels des Europa-Park
- Vielzahl an Restaurants, Bars, Bistros, ein Wein- und ein Brauereikeller
- Spannende Incentive-Angebote
- Kompetente Beratung, Organisation und Service
- Persönliche Eventbetreuung

Professionell tagen ...

Spaß haben ...

den Abend genießen ...

und traumhaft übernachten.

www.europapark.de/incentive

www.europapark.de/abendprogramm

EUROPA PARK®
CONFERTAINMENT

Sprechen Sie uns an – wir freuen uns über Ihr Interesse:
confertainment@europapark.de · www.confertainment.de
Europa-Park-Str. 2 · 77977 Rust · Telefon +49 7822 77-14400

© MACK INTERNATIONAL GMBH

So eine Location hat Frankfurt vorher gefehlt.

Nach Frankfurt kämen viele Menschen aus der Bauwirtschaft, weil sie sich Beispiele anschauen wollten, wie schicke Architektur mit Passivhaus-Standard vereint werden könne, sagt Rosemarie Heil, Dezernentin für Umwelt und Gesundheit der Stadt. Frankfurt ist nach Angaben von Arcadis sogar die nachhaltigste Stadt der Welt, gefolgt von London und Kopenhagen. Arcadis ist eine globale Planungs- und Beratungsgesellschaft für „Natural and Built Assets“ (natürliche Schutzgüter und bauliche Vermögenswerte).

Unlängst reisten rund 400 Vertreter der deutschsprachigen Veranstaltungsbranche – Locations und Tagungshotels, Kongressbüros der Destinationen sowie Dienstleister und Agenturen – zur dritten „Greenmeetings und Events Konferenz“ in Frankfurt. Die Veranstalter des Kongresses sehen sich in der Verantwortung: Joachim König, Präsident des Europäischen Verbands der Veranstaltungs Centren (EVVC) und Matthias Schultze, Geschäftsführer des German Convention Bureaus (GCB) betonen, wie wichtig es für sie ist, dem Thema Nachhaltigkeit mehr Bedeutung innerhalb der Branche zu verleihen. Wer Nachhaltigkeit vorlebt, kann auf Nachahmer hoffen.

370 Millionen Multiplikatoren

Die Veranstaltungswirtschaft in Deutschland mit mehr als drei Millionen Veranstaltungen und über 370 Millionen Teilnehmern hat eine Multiplikatorenfunktion. Mehr als 20 Workshops gaben konkrete Tipps zur nachhaltigen Veranstaltungsorganisation: von der Architektur neuer Locations über nachhaltiges Catering bis hin zur Gesundheit der Mitarbeiter. Bei den Meeting Experts Green Awards wurden Preise in fünf Kategorien vergeben: Olympiastadion Berlin in der Kategorie Energie-Management/Ressourcen-Schonung, Steigenberger Hotel Am Kanzleramt als nachhaltigste Veranstaltung (siehe Seite 78), das Landgut A. Borsig als nachhaltigste Location, Eurogress Aachen für das nachhaltigste Personal-Management und die Kette Bio-Hotels als nachhaltigstes Unternehmen.

Kommt im Frühjahr in den Buchhandel: „Nachhaltiges Veranstaltungsmanagement mit Strategie“ von Martina Riediger und Christian Oblasser (ISBN 978-3-89673-691-8; Preis: 28 €). Herausgeber ist Prof. Stefan Luppold.

Ideen lieferten die beiden Keynote-Redner der Konferenz: Martin Powell, Head of Urban Development beim Global Centre of Competence for Cities der Siemens AG, vermittelte zu Beginn der Konferenz dem Publikum Details über die ökonomische und ökologische Stadtentwicklung der Zukunft. Der Schauspieler und Umweltaktivist Hannes Jaenicke ermunterte zum Abschluss der Konferenz die Teilnehmer, ihre Macht und Verantwortung als „mündige Verbraucher“ wahrzunehmen.

„Bei Nachhaltigkeit geht es auch immer um das Verhältnis zwischen Aufwand und Wirkung“, sagt Prof. Dr. Ulrich Holzbaur von der Hochschule Aalen. Sein Professorenkollege Stefan Luppold von der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) definiert Nachhaltigkeit so: „Wir müssen unsere Bedürfnisse so befriedigen, dass die Generationen nach uns auch noch ihre Bedürfnisse befriedigen können.“

Nachhaltige Mobilität gehörte auch zu den Dingen, die während des zweitägigen Kongresses diskutiert wurde. Projektleiterin Friederike Aulhorn stellte Qixxit vor, das Mobilitätsportal der Deutschen Bahn. Der Online-Reiseplaner soll das Reisen einfacher machen. Die Website ermöglicht deutschlandweit eine verkehrsmittelübergreifende und hausnummerngenaue Reiseplanung. Qixxit vergleicht und kombiniert verfügbare Verbindungen und hilft so bei der Auswahl der passenden Reiseroute. Das Programm zeigt Verbindungen für verschiedene Verkehrsmittel, wie Flugzeuge, Nah- und Fernzüge, Fern- und Regionalbusse, private und geteilte Autos (Carsharing), Mietwagen sowie Fahrräder an. Selbst Fußwege werden aufgelistet. Aulhorn betonte, ihr Portal bevorzuge nicht die Bahn; vielmehr zeige es neutrale Reisevarianten. Ziel sei es, Kunden auf Alternativen zum eigenen Auto aufmerksam zu machen. Qixxit gibt es im Internet und als App für Android Smartphones sowie iOS-Endgeräte. Reisende geben bei Qixxit Start und Ziel ein. Die Programmsoftware zeigt dann je nach Einstellung die schnellsten, billigsten oder komfortabelsten Verbindungen an. Diese sind detailgenau und bringen die User von „Tür zu Tür“.

Vielleicht trägt Qixxit dazu bei, dass der „World Overshoot Day“ in einigen Jahren erst im Herbst oder Winter kommt. Vergangenes Jahr war dieser traurige Tag am 19. August. Zwar merkte es kaum jemand. Aber die Erde war erschöpft. Am „Welterschöpfungstag“, „Ökoschuldentag“ oder „Erdüberlastungstag“, wie dieses Datum auch genannt wird, übersteigt die menschliche Nachfrage an natürlichen Ressourcen die Kapazität der Erde zur Reproduktion dieser Ressourcen. Es ist der Tag, ab dem die Menschheit im Soll der Erde steht, weil sie mehr verbraucht, als sie sich – über das Jahr gesehen – eigentlich leisten kann. Damit machte vergangenes Jahr bereits zwei Tage früher als 2013 bei der Erde Schulden und vier Tage früher als noch 2012. Seit 1986 rückt der Tag jedes Jahr auf ein früheres Datum – eine Ausnahme bildete 2009, wohl wegen der Wirtschaftskrise.

19. August 2014: Die Welt war erschöpft

Fiel der „World Overshoot Day“ 1987 noch auf den 19. Dezember, so waren die Ressourcen 1995 bereits am 21. November erschöpft. 2007 war der 6. Oktober der Stichtag.

Dabei ist Nachhaltigkeit nichts Neues. Vor 300 Jahren starb ihr Erfinder Hans Carl von Carlowitz. Er brachte den Gedanken der nachhaltigen Wirtschaftsweise in die Köpfe der Menschen. Denn der Wald im 18. Jahrhundert lag im Argen. Der Bergbau verschlang Holz. Köhler und Glasbläser taten es genauso. Das 18. Jahrhundert war das Jahrhundert der großen Energiekrise in Europa. Dabei taucht in dem Werk von Carlowitz das Wort „nachhaltig“ nur ein einziges Mal auf: Auf Seite 105 fordert der sächsische Oberberghauptmann, „eine sothane Conservation und Anbau des Holtzes anzustellen, dass es eine continuierliche beständige und nachhaltende Nutzung gebe“. Carlowitz forderte „pfleglich“ mit der Natur und ihren Rohstoffen umzugehen. Dem Wald sollte man nicht mehr Holz entnehmen als nachwächst. Das hört sich banal an, doch erforderte genau dies eine moderne Forstwirtschaft. Mehr noch. Modernes Wirtschaften und Management funktioniert nicht anders. Jedenfalls nicht nachhaltig.

Zeit sparen, Gedanken elektronisch tauschen:

DigiChart und Multipad bei Radisson Blu

Experience Meetings, das Eventkonzept von Radisson Blu, stimmt alle wesentlichen Veranstaltungsaspekte harmonisch aufeinander ab. Dazu gehören ein konzentrationsförderndes Ernährungsangebot, kreative Break-out-Räume und das attraktive Prämienprogramm Club Carlson for Planners sowie ein engagiertes Team von Veranstaltungsexperten, 100 % Zufriedenheitsgarantie und der Umwelt zuliebe ein automatischer CO_2-Ausgleich der Veranstaltung.
Mit der umfassenden Ausstattung der Hotels in Deutschland und Zentraleuropa mit neuster, zukunftsweisender Veranstaltungtechnik hebt sich Radisson Blu nun mit einem weiteren entscheidenden Konzeptbestandteil „Innovation Technik" nach eigenen Angaben vom Wettbewerb ab. Tagungsplaner sollten wissen: Sie sparen den Meeting-Teilnehmern das Wertvollste, was sie im Berufsalltag haben – Zeit. Denn die Premium-Hotelmarke bietet Tagungskunden in Zentraleuropa innovative digitale Flipsmart-Technik. Damit gehört nervige Nacharbeit der Vergangenheit an. Das Abtippen von Notizen, das Abfotografieren, das mühsame Fotokopieren oder das Scannen großformatiger Seiten fällt weg. Teilnehmer von Meetings, Vorträgen, Workshops, Produktpräsentationen oder Konferenzen in Deutschland und im Bereich Zentraleuropa genießen die Vorteile digitaler Flipsmart-Technik. Mit der umfassenden Ausstattung ihrer Häuser setzt die Rezidor Hotel Group einen weiteren Investitionsschwerpunkt in zukunftsweisende MICE-Tools. Notizen, Stichwörter, Zusammenfassungen notiert der Vortragende im Radisson Blu auf innovative DigiCharts. Mit einem Klick werden Aufzeichnungen von der Flipchart-Fläche digitalisiert und innerhalb von Sekunden können Informationen über E-Mail mit anderen Teilnehmern geteilt, bearbeitet und gemeinsam genutzt werden. Plug And Play. Denn bei Radisson Blu ist die Internetnutzung ohnehin ohne Zusatzkosten möglich und zählt für Übernachtungsgäste wie Tagungsteilnehmer zum selbstverständlichen Service.
In ausgewählten Radisson Blu Flagship-Hotels in Berlin, Frankfurt, Köln, Düsseldorf, Hamburg, Hamburg Airport und Zürich Airport können MICE-Kunden darüber hinaus auf Multipads zugreifen. Diese gigantischen Touch-Tablets vereinen Präsentation, Videokonferenz und Whiteboard in einem Gerät. Der Konferenzraum wird zu einem modernen, digitalen Zentrum. Verschiedene Dokumente und Bildmaterial können via Fingerdruck präsentiert oder ausgetauscht werden, Anmerkungen und Notizen gespeichert sowie versendet werden. Außerdem steht vor Ort ein geräuschloser Laserprojektor sowie Augmented Reality für beeindruckende Präsentationsinhalte in 3D zur Verfügung. Die Teilnehmer können damit auch spielend Videokonferenzen organisieren: Dank Echtzeit-Sharing gelangen auch ihre visualisierten Gedanken von Amsterdam bis Zürich.
www.radissonblu.de/tagungen

Abschreiben war gestern im Tagungsraum: Mit neuer **Konferenztechnik** arbeiten die Konferenzteilnehmer in den Radisson-Blu-Häusern effektiver.

Der Konferenzraum wird zu einem modernen, **digitalen Zentrum**: Dokumente und Bildmaterial via Fingerdruck präsentieren oder austauschen.
Fotos: Hotel

„Sponsoring muss gelernt werden wie Buchhaltung“

Spitzensport kommt nicht ohne Sponsoring aus. Aber auch aus der MICE-Branche ist es längst nicht mehr wegzudenken. Dennoch geistert in vielen Köpfen noch immer ein veraltetes Verständnis von Sponsoring herum. Hans-Willy Brockes hat sein Unternehmen ESB Marketing Netzwerk AG vor zwanzig Jahren als Europäische Sponsoring Börse gegründet. Als Profi auf dem Gebiet erzählt er von den Tücken der Sponsorenakquise und den gestiegenen Anforderungen ans Sponsoring. Sponsoringprojekte scheiterten oftmals, da potenzielle Sponsoren zu naiv angegangen würden. Schließlich zahle der Sponsor für den Nutzen des eigenen Unternehmens – und nicht für den Bedarf des Gesponserten.

Hans-Willy Brockes bietet seinen rund 350 Partnern Networking im Bereich Sponsoring, Entertainment und Marketing. Besonders beliebt bei seinen Kunden sei das angebotene Sponsor-Meter, ein Bewertungsinstrument für Sponsoringpakete.
Foto: ESB Marketing Netzwerk AG

Herr Brockes, Sie sprechen vom „Mythos Sponsoring“. Was wird beim Sponsoring oft falsch verstanden?

Brockes: Da schwingt immer „sponsored by Oma“ mit. Der Sponsor wird als großzügiger Mäzen angesehen. Natürlich weiß man, dass es auch eine Gegenleistung braucht. Aber da wird oft nicht lange analysiert, sondern an ein Logo oder eine werbliche Präsenz gedacht. Das Logo steht für mich stellvertretend für eine wenig reflektierte Gegenleistung. Ich nenne das Sponsoring 1.0. Denn tatsächlich ist Sponsoring eine Partnerschaft, die deutlich intensiver ist als klassische Werbepartnerschaften.

Sie unterteilen Sponsoring in Sponsoring 1.0, 2.0 und 3.0. – wie Versionen einer fortentwickelten Software. Warum?

Brockes: Sponsoring 1.0 sind die ganz einfachen Partnerschaften, die daraus bestehen, dass der Sponsor Geld bezahlt und dafür Gegenleistungen bekommt. Eine werbliche Präsenz, vielleicht ein paar Tickets oder einen Ausstellungsstand. Da wird auch meistens nicht danach gefragt, ob der Preis dem entspricht, was man als Leistung bekommt. Dann hat sich in den letzten 20 Jahren, die wir das erst als Europäische Sponsoring Börse und nun als ESB Marketing Netzwerk AG machen das Sponsoring 2.0 entwickelt. Das begann eben nicht erst mit Social Media, auch wenn Social Media ein Teil des Ganzen ist. Beim Sponsoring 2.0 werden Partnerschaften gelebt, man arbeitet in einer Interaktion und denkt über den Business Case des Sponsors nach. Der Sponsoringnehmer versetzt sich quasi in dessen Aufgabenstellung und bietet ihm ein Paket an Leistungen an, die dem Sponsor tatsächlich weiterhelfen und so auch ein Return on Investment darstellen. Sponsoring 2.0 ist also mit dem BWL-Instrument Sponsoring gleichzusetzen. Sponsoring 3.0 wird auch als Ownership bezeichnet.

Ein Beispiel, bitte!

Brockes: Das bedeutet, dass ich als Sponsor mehr und mehr Rechte inne habe und damit arbeiten kann. Das klassische Beispiel dafür ist Red Bull. Red Bull verfügt über viele Rechte, die ganz unterschiedliche Sparten betreffen. Diese Rechte können sie für ihre Events und die eigenen Medien nutzen.

Sie sehen diese Unterteilung also auch als Abfolge an, so wie der Markt sich entwickelt hat?

Brockes: Ja, ganz logisch. Sponsoring 2.0 und 3.0 sind die Zukunft. Natürlich ist Sponsoring 1.0 nicht ausgestorben, aber wer sich weiter entwickeln und mehr Sponsoringeinnahmen generieren will, dem wird nichts anderes übrig bleiben. Schließlich sind Informationen ohne Emotionen wertlos für den Sponsor, der eine Vielzahl von Zielen mit dem Sponsoringengagement erreichen will. Sympathien sollen gewonnen, Erlebniswelten geschaffen werden. Und durch die Emotionalisierung wird eine Identifikation mit dem Unternehmen oder Produkt erreicht.

„DIESES WILDE LOSRENNEN UND IRGENDWAS ANBIETEN IST QUATSCH.“

Wie sehen Sie denn das Sponsoring in der MICE-Branche – gibt es da noch viel Potenzial?

Brockes: Ja, das ist definitiv noch nicht erschlossen. Während die einen Sponsoring als Art verkapptes Rabattsystem der MICE-Zulieferer betreiben, gibt es andere, die Sponsoringpartnerschaften sehr strategisch und professionell angehen. Leider werden viele Chancen noch nicht wahrgenommen.

Was empfehlen Sie Unternehmen der Veranstaltungsbranche, die einen Sponsor suchen?

Brockes: Ich kann es leider nicht anders sagen: Man muss sich erst mal Know-how einkaufen. Dieses wilde Losrennen und irgendetwas anbieten ist Quatsch. Sponsoring muss genauso gelernt werden wie beispielsweise Buchhaltung. Denn gerade die Sponsoringakquisition bedeutet einen hohen Aufwand an Zeit und Know-how. Es ist ganz wichtig zu wissen, welche Zielgruppe für den Sponsor relevant ist und natürlich, welche Zielgruppe ich selbst verkaufe. Dann geht es darum, welche Gegenleistungen ich anbieten kann und welchen Wert die angebotenen Leistungen haben. Das ist das Einmaleins.

Das Gespräch führte Nadine Laske.

MICE-Kunden buchen jede dritte Hotelübernachtung in Deutschland

Der Tagungs- und Kongressmarkt hat seine Bedeutung als bedeutender Wirtschaftsfaktor für die Städte und Gemeinden der Bundesrepublik Deutschland auch 2014 weiter untermauert. Im vergangenen Jahr brachten hierzulande 112 Millionen Veranstaltungsteilnehmer ein Umsatzvolumen von 74 Milliarden Euro; dies entspricht einem Umsatzzuwachs von 5,7 Prozent gegenüber 2013 (70 Milliarden). Dies bestätigt eine Studie der Unternehmensberatung GHH Consult GmbH in Wiesbaden. Bei 2,42 Millionen. Veranstaltungen wurden 4,3 Millionen Veranstaltungstage registriert. Dabei war das Segment „Weiterbildung" (Seminare, Trainings, Fort- und Weiterbildungsveranstaltungen) mit etwa der Hälfte aller Veranstaltungen erneut das dominierende Segment.

Mehr als jede dritte Hotelübernachtung in Deutschland resultiert aus dem Meeting- und Kongressgeschäft: 2014 wurden in Deutschland 91 Millionen Übernachtungen durch Tagungs- und Kongressreisende initiiert. Derzeit werden von insgesamt 11.400 Anbietern 70.000 Tagungsräume für jeweils mindestens 20 Teilnehmer (bei Reihenbestuhlung) zur Verfügung gestellt. 76 Prozent des Raumangebotes entfällt dabei auf die Hotels, 15 Prozent auf Kongresszentren, rund neun Prozent auf Hochschulen und ca. 1,5 Prozent auf Einrichtungen an Flughäfen. Neben einer Veranstaltungsfläche von 3,8 Millionen Quadratmeter werden dort 1,8 Millionen Quadratmeter Ausstellungsfläche zur Verfügung gestellt. Ergänzt wird das Angebot durch 3.300 sogenannte außergewöhnliche Veranstaltungsstätten.

Beim Ranking der beliebtesten Städte weltweit belegt Deutschland mit Berlin einen Spitzenplatz in der Top-5-Gruppe (Paris, Madrid, Wien, Barcelona) Weitere beliebte deutsche Städte sind laut der Studie München (Rang 25), Hamburg (62), Leipzig (106), Frankfurt (112), Köln (117) und Düsseldorf (170).

Für fast zwei Drittel aller Veranstaltungen sorgten 2014 private Unternehmen. Das restliche Drittel wurde von Verbänden, Vereinen und Instituten organisiert. Während sich der MICE-Markt laut der Studie insgesamt mit positivem Trend präsentiert, erfährt das Segment der Gala-Events und exklusiven Abendveranstaltungen aktuell eine rückläufige Entwicklung. Grund hierfür seien verschärfte Compliance-Regeln der Firmen. **[tog]**

prolight+sound
15. – 18. 4. 2015

EVENTPLAZA
Fachforum für Eventmanagement

Neue Produkte und Dienstleistungen, informative Vorträge – und die Chance auf Networking und neue Geschäftspartner: Freuen Sie sich auf die Eventplaza, die dreitägige Konferenz mit begleitender Fachausstellung im Rahmen der Prolight + Sound 2015. Informieren Sie sich bei den drei Vortragsreihen zu Themen aus Veranstaltungssicherheit (I-ESC), Event- und Produktinszenierung sowie Personalentwicklung. Dabei stellen Ihnen die Aussteller der Eventplaza ihre neusten Produkte und Services vor.

Erfahren Sie mehr:
www.eventplaza-conference.com

Anzeige

messe frankfurt

Auch bei 15.000 Teilnehmern ist Lima nicht am Limit | von Anna-Lena Gras

Durch die Weltklima-Konferenz rückte der Andenstaat in den Mittelpunkt der Weltöffentlichkeit. Die COP20 sollte die Grundlage für die Verhandlungen in Paris schaffen.

Letztlich konnte mit mehr als 30-stündiger Verspätung das Lima-Papier verabschiedet werden, das die Grundlage für ein neues Klimaabkommen darstellt. In Paris soll 2015 während der nächsten Konferenz das neue Abkommen unterzeichnet werden. Vorgelegt wurde es von Manuel Pulga-Vidal, Perus Umweltminister. Neben den aktuellen Klima-Themen, die besprochen wurden, sind die Rahmenbedingungen für Planer das eigentlich Interessante. Denn zurzeit verfügt Lima noch nicht über ein eigenes Convention Center. Das war während der Riesen-Konferenz noch in der Bauphase. Wohin also mit den mehreren tausend Delegierten aus aller Welt? Hotelkapazitäten sind ausreichend vorhanden, die Größe verfügbarer Hallen aber zu gering. Die Lösung für das Problem ist typisch peruanisch. Weil es die Temperaturen erlauben, haben sich die Peruaner daran gewöhnt, Großveranstaltungen in Zelte auszulagern. Mal gewollt, mal situationsbedingt nötig. So entstand auf dem Gelände des militärischen Hauptverwaltungsgebäude, dem Pentagonito, im Distrikt San Borja, eine kleine Zeltstadt, die sämtliche Logistik und Konferenzräume beheimatete. Für Europäer, die in den meisten Fällen riesige Konferenzkapazitäten in starren Gebäuden gewöhnt sind, war es sicherlich im ersten Moment ein etwas seltsamer Anblick bei der Ankunft: Zelte, wohin das Auge blickt – seien es Registrierungs-Counter, Sicherheitskontrollen oder Auditorien und Presse-Center. Und nebenan, hinter dem Zaun, noch ein militärischer Trainingsparcours inklusive obligatorischem „Schlammloch", Kletterseilen und der schier unüberwindbar wirkenden Holzmauer. Trotz der etwas anderen Unterbringungsart war die Stimmung auf dem Pentagonito sehr angenehm. Weil Klimaanlagen Kühle spendeten, waren sowohl das Hauptzelt, in dem beispielsweise der Generalsekratär der Vereinten Nationen Ban Ki-moon die dringlichen Klimaprobleme erörterte, als auch das Nebenzelt, in dem hauptsächlich Presse und andere Interessierte Platz nahmen, trotz der Temperaturen um die 30 Grad angenehm temperiert. Auch der Campus-Flair, der durch die einzelnen

1 Als weltoffene und lebendige **Metropole** präsentiert sich Lima. Foto: Fernando López

2 Während der **COP** steht neben dem Klima auch die Tradition im Fokus. Foto: CI

3 + 4 Derzeit die größten MICE-Kapazitäten Limas und nebenbei auch noch modern und stylisch: **das Westin.** Fotos: Libertador

5 Stilvoll lässt es sich im **JW Mariott Miraflores** tagen und wohnen. Foto: JW Marriott

Zeltbauten entstand, war besonders in den Pausen bei den Teilnehmern beliebt. Mit der Organisation und Durchführung der COP20 hat Lima eindeutig bewiesen, für Großkongresse bereit zu sein.

Aber auch abseits der COP zeigt sich die Hauptstadt des Andenstaates als weltoffener Gastgeber. Im eigentlichen Stadtgebiet Limas leben derzeit mehr als sieben Millionen Menschen. In der Konurbation mit der Hafenstadt Callao – durch die starke Expansion Limas im Laufe der vergangenen Jahre gehen beide Städte ineinander über – leben dort sogar über neun Millionen Einwohner. Gemeinsam sind beide Städte als die Metropolregion Lima bekannt. Von Europa aus ist Lima per Direktflug von Amsterdam und Paris erreichbar. Der Zusammenschluss aus KLM und Air France als größter europäischer Carrier des Skyteam-Verbunds ist einer der größten Carrier für europäische Gruppen. Gelandet wird auf dem Internationalen Flughafen Jorge Chávez, der seit 2011 jährlich bei den Skytrax-Awards als bester Flughafen Südamerikas ausgezeichnet wird. 2005 und 2009 konnte der Airport ebenfalls den ersten Platz für sich verbuchen. Um Standards und Erreichbarkeit noch weiter zu erhöhen, soll der Flughafen in den nächsten Jahren noch weiter wachsen. Bis 2016 soll das Gelände um mehrere Quadratkilometer ausgedehnt werden. Eine weitere Landebahn, sowie ein weiteres Terminal sind in der Planung beziehungsweise im Bau. Weiterhin soll ein Einkaufs- und Kongresszentrum entstehen.

Wer den Flughafen verlässt, sollte sich übrigens besser nicht selbst hinters Steuer setzen. Zwar herrscht hier genau wie in Europa Rechtsverkehr, dennoch sind die Gepflogenheiten auf den Straßen der Metropole mehr als gewöhnungsbedürftig. Lima verfügt zwar über ein sehr gut ausgebautes Straßennetz, doch durch das starke Wirtschaftswachstum – viele Jahre lag es im zweistelligen Prozentbereich – konnten sich viele Menschen ein eigenes Auto leisten. Das kann das Straßennetz nicht mehr verkraften. Daher wirkt der reguläre Straßenverkehr für Europäer eher als grenzenloses Chaos denn geregelter Verkehrsfluss und ist auf den ersten Blick eine wahrlich riskante Mutprobe. Offiziell organisierte Transfers sind daher die sicherste Lösung von A nach B.

Ein Kongresszentrum für die Zukunft

Bis August 2015 soll in Lima das Centro Convenciones de Lima – kurz CCL – fertiggestellt waren. Und anders als bei vielen europäischen Großbaustellten kann der Termin wohl gehalten werden. Auf 10.700 Quadratmetern entsteht derzeit das Convention Center, das Lima unbedingt benötigt. 18 Konferenzsäle und eine Kapazität von bis zu 10.000 Besuchern sind die Kennzahlen für das neue Gebäude, das Lima in der Tagungsbranche weiter nach vorne bringen soll. Rund 140 Millionen Euro lässt sich die peruanische Regierung das Vorhaben kosten, das auf einem Grundstück in San Borja realisiert wird.

Erstklassige Hotellerie über das ganze Stadtgebiet verteilt

Die Top-Location für Veranstaltungsplaner in Lima ist das Westin Lima Hotel & Convention Center. Hier schliefen auch während der Klima-Konferenz alle wichtigen politischen Köpfe. Das Fünf-Sterne-Haus liegt im Geschäftszentrum San Isidro. Auf insgesamt 30 Etagen verteilen sich 301 Zimmer, zwei Restaurants, sowie ein Innenpool mit Wellness- und Fitnessbereich. Für den geschäftlichen Anlass steht die derzeit größte Tagungs- und Kongresseinrichtung Perus zur Verfügung. Im dritten und vierten Stock befinden sich alle Tagungsräume des Hotels. Größter Raum des Ensembles ist der Ballsaal für bis zu 2.000 Personen. Mit einer Deckenhöhe von sechs Metern eignet er sich hervorragend für Großveranstaltungen. Weitere neun Räumlichkeiten stehen verteilt auf beiden Etagen in unterschiedlicher Größe bereit. Ein kleines Highlight des Konferenzbereiches ist die überdachte Gartenterrasse, die sowohl in Kombination als auch eigenständig als Location genutzt werden kann. Bis zu 200 Personen finden hier bei einem Cocktailempfang Platz. Bei einem Seated Dinner etwa 150.

Ähnlich hohe Hotellerie-Ansprüche erfüllt das JW Mariott im Stadtteil Miraflores; direkt an den beeindruckenden

Steilklippen befindet sich das Vier-Sterne-Superior-Haus. Für Planer stehen 300 Zimmer und 15 Meetingräume – teilweise mit Meerblick – zur Verfügung. Der größte Raum ist der San-Martín-Ballsaal, der sich auf 570 Quadratmeter erstreckt und sich in sechs kleinere Räume unterteilen lässt. Alle Räumlichkeiten des Hauses befinden sich auf einer Ebene und können daher auch das angeschlossene Foyer für Pausen oder ähnliches nutzen. Für einen kleinen Empfang mit außergewöhnlicher Atmosphäre steht die 354 Quadratmeter große Terrasse bereit, die mit einzigartigem Meerblick oberhalb der Klippen punktet.

Ebenfalls in Miraflores beheimatet ist das Belmond Miraflores Park. Sieben Veranstaltungsräume stehen hier zur Verfügung, die sowohl für elegante Dinner

1 **Kunst** ist das zentrale Gestaltungselement im Hotel B. Foto: Hotel B

2 Historisch charmant: seit 1991 ist der **Stadtkern Limas** UNESCO Welterbestätte. Foto: Fernando López

3 Eine Spaziergang durch **4000 Jahre Geschichte** bietet das Museo Larco. Foto: Daniel Silva

4 Im **Pedro de Osma Museum** dominieren klerikale Motive, sowie eine der umfangreichsten Bildsammlungen Perus. Foto: CI

als auch für Konferenzen hervorragend geeignet sind. Die Maximalkapazität liegt bei bis zu 400 Personen.

In Baranco, dem Künstlerviertel Limas, findet sich das Hotel B. Das etwas unkonventionelle Boutique-Hotel eignet sich insbesondere für kleine Gruppen, da das erste Kunst-Boutique-Hotel Limas, gerade einmal insgesamt 17 Zimmer beherbergt. Bedingt durch die Architektur des Hauses sind alle Zimmer individuell gestaltet und mit zahlreichen Kunstwerken ausstaffiert. Ein absolut charmantes Haus, das sich bei Exklusiv-Buchungen auch für kleinere Tagungen oder Work-Sessions eignet.

Ein weiterer Big-Player der Hotellerie in Lima ist das Sheraton Lima Hotel & Convention Center. Das Haus vor den Toren der historischen Altstadt präsentiert sich als das typisch mondäne Sheraton. Klassische Farben und hochwertige Ausstattung gehören hier genauso zum Portfolio wie der umfangreiche Konferenzbereich auf etwa 1.500 Quadratmetern. Sieben Tagungsflächen stehen Planern hier zur Verfügung. Empfänge für bis zu 850 Personen sind ohne Probleme realisierbar. Kleinere Räumlichkeiten für bis zu 30 Personen sind aber ebenso vorhanden.

Für kleine Ausflüge stehen in Barranco zahlreiche Adressen zur Verfügung. Besonders merken sollten sich Planer allerdings zwei: Das Mate-Museum und das Pedro de Osma Museum. Ersteres widmet sich dem Porträt- und Modefotografen Mario Testino und wurde auch von ihm gegründet. Der in Lima geborene Star-Fotograf hatte schon viele Promis vor der Linse. Von Models wie Gisele Bündchen oder Kate Moss bis hin zu Prominenten wie Madonna. Seine wohl bekanntesten Werke sind aber die Bilder von Prinzessin Diana, die im Rahmen einer Coverstory für die Vanity Fair kurz vor ihrem tragischen Unfall in Paris entstanden. In einer eigenen Abteilung innerhalb des Museums sind diese Arbeiten heute ausgestellt. Neben den beeindruckenden Fotografien der Prinzessin hängen Texttafeln, die das Shooting anhand von Zitaten Testinos beschreiben. Ein sehr persönlicher Einblick.

Das Pedro de Osma Museum hingegen widmet sich eher den historischen Aspekten. Untergebracht in einem alten Herrenhaus findet sich eine der umfangreichsten Bildersammlungen Perus, deren Entstehung bis ins 16. Jahrhundert zurückreicht. Darüber hinaus sind christliche Statuen, antike Möbel und eine immense Silbersammlung inklusive Münzen und Schmuck Teil der Ausstellung.

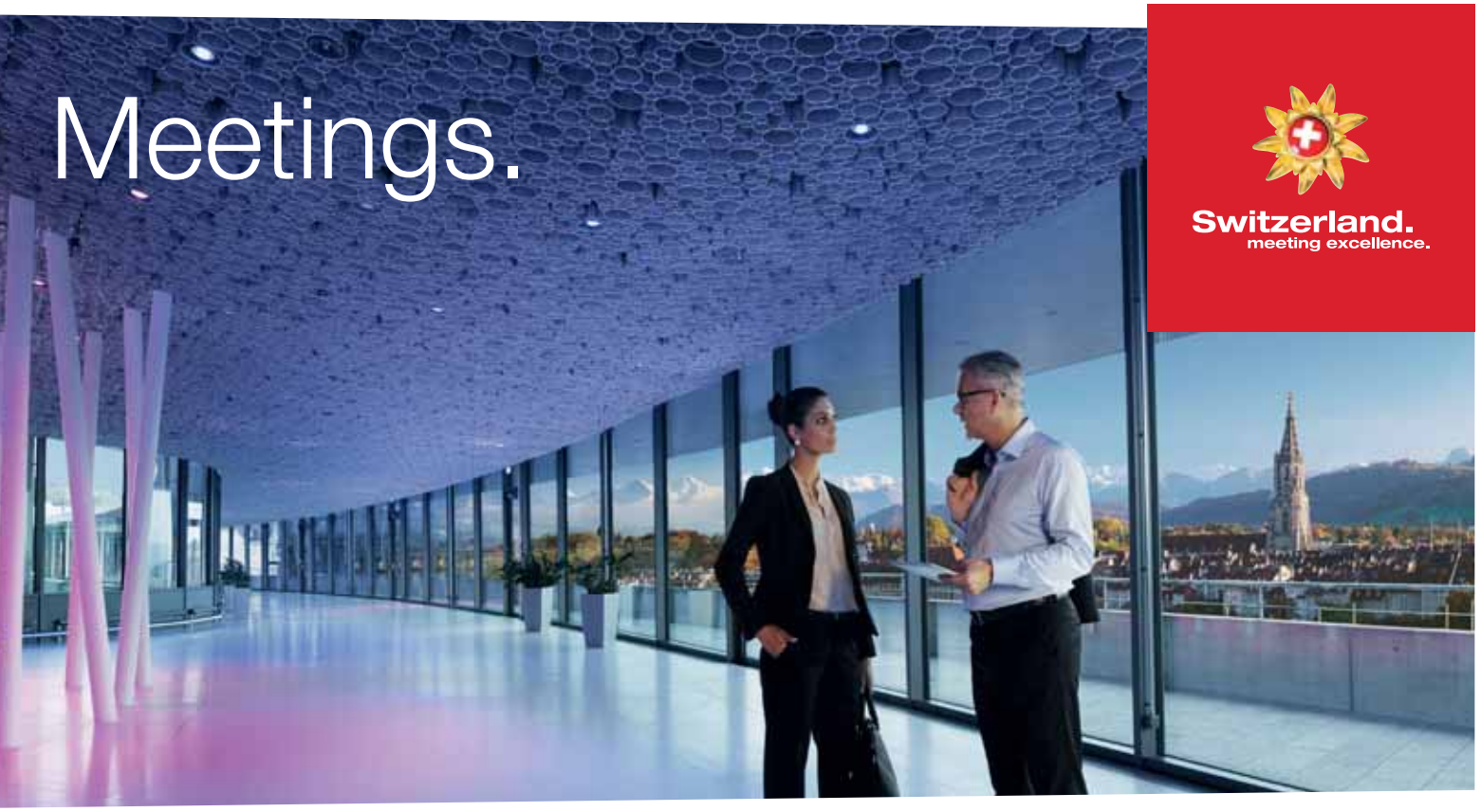
Ein Abstecher in die Altstadt ist Pflicht

Ob nun von San Isidro, Miraflores oder Barranco aus, eine kleine Tour durch die Altstadt sollten MICE-Profis unbedingt in die Planung einbeziehen. Seit 1991 ist das historische Zentrum als Weltkulturerbe gelistet und versprüht südamerikanischen Charme an allen Ecken. Durch das milde Klima sind die berühmten Plätze wie der Plaza Mayor oder Plaza San Martin

meist sehr belebt und werden von den Einheimischen gerne als Treffpunkt genutzt. Die historische Architektur der Altstadt wurde zum großen Teil erhalten und liebevoll restauriert. Wer sich noch tiefer in die Historie Perus begeben möchte, sollte dem Larco Museum noch einen Besuch abstatten. Nur 15 Minuten vom historischen Kern entfernt, findet sich das Museo Arqueológico Rafael Larco Herrera, wie es vollständig heißt. Auf den Überresten einer Pyramide aus dem siebten Jahrhundert gebaut, beherbergt das Museum heute rund 45.000 Artefakte unterschiedlicher Natur. Skulpturen, Schmuck, Textilien und Keramik führen durch 4.000 Jahre Geschichte. Für Planer macht das Museum aber noch aus einem weiteren Grund Sinn. Denn auf dem Gelände des Museums befindet sich auch ein Restaurant, das sich für Veranstaltungen bespielen lässt. Inmitten des Museumsgartens können hier stimmungsvolle Dinner auf kulinarischem Top-Niveau organisiert werden. Apropos kulinarisches Top-Niveau. Bei den letzten World Travel Awards wurde Peru bereits zum dritten Mal in Folge zur „World's Leading Culinary Location" gewählt. Und wer schon einmal in Peru diniert hat, den wundert es kaum. Die Fokussierung auf lokale Produkte und die kulinarische Tradition des Landes zaubert Geschmackserlebnisse auf den Teller. Beispielsweise Ceviche sollte bei jeder Peru-Reise in den Speiseplan integriert werden. Das traditionelle peruanische Gericht besteht aus in Scheiben geschnittenem rohem Fisch, der für etwa 15 Minuten in heißem Limettensaft mariniert wird. Durch das Marinieren wird der Fisch gekocht und mit roten Zwiebeln und Rocoto – einem wirklich sehr scharfen peruanischen Gemüse – abgerundet. Meist werden dazu Maiskörner und Süßkartoffeln als Beilage serviert. Wirklich lecker! Aber nicht nur kulinarisch konnte Peru bei den Awards punkten. So wurde der Andenstaat auch in den Kategorien „South America's Leading City Break Destination", „South America's Leading Cultural Destination", „South America's Leading Heritage Destination" und „World's Leading Tourism Authority Website" als Sieger gekürt.

Etwa zwanzig Minuten außerhalb Limas liegt eine kleine Oase: die **Hacienda Mamacona**. Auf dem Gestüt der Familie Rizo Patrón werden noch heute die edlen Paso Peruano – eine besondere peruanische Pferderasse – gezüchtet. Aber nicht nur Pferdeliebhaber können sich auf dem zig Hektar großen Gelände wohlfühlen. Planer können sowohl die großen Rasenflächen als auch das offene Hauptgebäude für Veranstaltungen buchen. Darüber hinaus organisieren die Gebrüder Rizo Patrón für Gruppen auch private Vorstellungen mit den Pferden und typisch peruanischen Tänzen. (Foto: CI)

Anzeige



Meetings in der Schweiz – facettenreiCH, erlebnisreiCH, kompetenzreiCH. Lassen Sie sich inspirieren unter Tel. +49 (0)69 25 60 01 31 und **MySwitzerland.com/meetings**

SWISS Swiss Travel System.

Paracas:

Incentive-Tipp mit hervorragenden MICE-Möglichkeiten

1

Wer sich schon einmal in Peru aufhält, sollte sich von Lima aus unbedingt auf den Weg nach Paracas machen. Denn schon die Fahrt ist das erste Highlight. Die 287 zu überwindenden Kilometer liegen auf einer der berühmtesten Straßen der Welt: der Panamericana. Die etwa 30.000 Kilometer lange Straße verläuft von Alaska bis nach Feuerland und ist vielen Mythos und Lebenstraum. Etwa 3,5 bis vier Stunden dauert der Transfer von der Hauptstadt nach Paracas. Von der kleinen Küstenstadt aus können MICE'ler vielfältige Programme passend zu Tagungen oder Kongressen planen. So sind beispielsweise die weltweit bekannten Nazca-Linien nicht weit entfernt. Die riesigen, teilweise nur aus der Luft erkennbaren Bilder, geben der Wissenschaft auch heute noch Rätsel auf. Auch die Ballestas-Inseln sind ohne Schwierigkeiten in das Programm einzuarbeiten und in jedem Fall sehenswert! Die Islas Ballestas sind Steininseln, die der Paracas-Halbinsel vorgelagert sind und aufgrund ihrer Artenvielfalt auch häufig als Klein-Galapagos bezeichnet werden. Rund 200 Vogelarten, die teilweise in großen Kolonien hier zusammenleben, Seelöwen und sogar Humboldt-Pinguine können hier in ihrer natürlichen Umgebung beobachtet werden. Die Inseln zählen gemeinsam mit der Paracas-Halbinsel zum 1975 gegründeten Nationalreservat Paracas.

2

Zurück auf dem Festland empfängt MICE'ler eine charmante Kleinstadt, die sich entlang der Bucht schlängelt. Eine Strandpromenade mit vielen kleinen typischen Geschäften und Restaurants lädt zum Spazieren und Einkaufen ein. Touristische Mitbringsel und typisch peruanische Kleinigkeiten sind hier an jeder Ecke zu vernünftigen Preisen erhältlich. Dass sich das Leben in Paracas so entwickelt, hätte vor acht Jahren wohl niemand gedacht. Denn durch das große Erdbeben, das Peru 2007 erschütterte, wurde auch Paracas schwer beschädigt. Auch das zu diesem Zeitpunkt einzige Fünf-Sterne-Hotel wurde vollends zerstört. Heute, etwa acht Jahre nach dem großen Beben, ist davon nicht mehr viel spürbar. Die Hotelbranche in Paracas hat sich vollständig erholt und auch ein Stück weit neu entwickelt. Mehrere hochklassige Hotels haben sich angesiedelt und bieten Veranstaltungsplanern eine gelungene Kombination aus Tagungs- und Incentive-Umfeld.

Beispielsweise das Doubletree Resort by Hilton Hotel Paracas: Glasfronten, luftige Räume und klare Linien mit typisch peruanischen Elementen dominieren in dem weitläufig angelegten Fünf-Sterne-Haus. Das Doubletree glänzt mit einem gelungenen Mix aus Luxus und Schlichtheit und war das erste Luxushotel, das nach dem großen Erdbeben in Paracas eröffnet wurde. Insgesamt drei Meetingräume mit einer Kapazität für bis zu 100 Personen stehen innerhalb des Resorts zur Verfügung. Für größere Veranstaltungen hat das Doubletree einen Plan B in petto. Direkt gegenüber dem Hotel können Zelte aufgebaut werden. So können sogar Veranstaltungsgrößen mit über 1.000 Personen realisiert werden. Dank Klimaanlagen müssen sich Veranstalter auch hier keine Sorgen um stickige Luft machen. Nächtlichen Komfort finden Gäste in den 124 großzügigen Zimmern des Hotels.

In direkter Nachbarschaft zum Doubletree liegt das La Hacienda Bahia Paracas. Und hier ist der Name Programm. Schon der erste Schritt durch die Hoteltür erzeugt das Gefühl der typisch südamerikanischen Hacienda. Holzbalken, Sprossenfenster und ein Innenhof mit Olivenbaum sind die stilistischen Elemente des Hauses und vermitteln Wohlfühlatmosphäre. Direkt von diesem Innenhof erreichbar ist auch der einzige Meetingraum. Bis zu 350 Personen können hier in professioneller Umgebung arbeiten. Besonders beliebt ist das La Hacienda als Location für Events und andere Feierlichkeiten. Am Strand oder auf den Grünflächen des Hotels lassen sich stimmungsvolle Events und Dinner organisieren, die Teilnehmer so schnell nicht vergessen werden. Das Vier-Sterne-Haus eignet sich darüber hinaus mit seiner traumhaften Poollandschaft und den vielen Freizeitaktivitäten hervorragend als Incentive-Hotel. 87 geräumige Zimmer stehen in unterschiedlichen Kategorien, teilweise mit Meerblick, zur Verfügung.

Für kulinarische Köstlichkeiten zeichnet das El Coral Restaurant verantwortlich. Sowohl der stilvolle Innenraum als auch die überdachte Terrasse mit Blick auf Pool und Meer laden nicht nur Incentive-Gäste zum Verweilen ein. Für Veranstaltungen

oder Post-Convention-Dinner kann hier sogar ein Barbecue realisiert werden. Vollkommene Entspannung bietet das Oceáno Spa. Hier kommen ausschließlich lokale Produkte zum Einsatz. Wer neben dem Tagungsalltag noch ein bisschen Zeit findet, sollte unbedingt dem hoteleigenen Museum einen Besuch abstatten. Zahlreiche Artefakte präkolumbianischer Kultur wurden hier von der Betreiberfamilie zusammengetragen. Auf zwei Etagen sind Schmuckstücke, Waffen und Alltagsgegenstände in der Auslage zu bestaunen.

Vom Wüstenabenteuer bis hin zum Segeltörn

Mit T'ikariy steht Planern eine Full-Service-Agentur zur Seite, die ganz besondere Erlebnisse schafft. Das Portfolio der Agentur lässt kaum Wünsche offen. Von einer Wüstensafari mit anschließendem Dinner im stilvollen Beduinenzelt bis hin zur Ausfahrt mit einer Luxusyacht zu den Ballestas-Inseln organisiert die engagierte Truppe alles Mögliche in der Region Paracas. Auch der obligatorische Flug über die Nazca-Linien vom Flughafen

3

Pisco aus ist ein buchbares Element. Als exklusiver Eventpartner der Libertador Hotels, zu denen im Übrigen auch das Westin in Lima gehört, findet sich das Büro für die Paracas-Region im Hotel Paracas. Das zur Starwood-Submarke Luxury Collection gehörende Fünf-Sterne-Haus ist aber nicht nur Sitz des T'ikariy-Büros und Ausgangspunkt für nahezu alle Aktivitäten. Vier Tagungsräume für jeweils 100 Personen in Theaterbestuhlung stehen inhouse zur Verfügung und können problemlos miteinander kombiniert werden. Bei einer Gesamtnutzung der insgesamt 500 Quadratmeter großen Eventfläche sind Veranstaltungen für bis zu 500 Personen möglich.

In kleinen Bungalows über das gesamte Areal verteilt sind die 120 Zimmer des Hotels untergebracht. Alle Zimmer verfügen über 48 Quadratmeter Wohnfläche und punkten mit einem Blick auf den Garten oder den Ozean. Zusätzlich sind innerhalb des Resorts drei Suiten verfügbar, die mit einer Größe von 94 beziehungsweise 120 Quadratmetern wohl genug Raum, auch für gehobene Ansprüche, bieten.

Das jüngste Hotel in Paracas, das Aranwa Paracas Resort & Spa ist erst seit gut einem Jahr am Markt aktiv. Tagungsplaner sollten sich das Vier-Sterne-Superior-Haus ganz besonders merken. Denn neben den 115 Zimmern verfügt das Hotel über ein eigenes Convention Center, das völlig autark vom Hotelbetrieb genutzt werden kann. Das Convention Center verfügt über vier Konferenzräume, darunter ein großes Auditorium für bis zu 470 Personen. Darüber hinaus befin-

4

den sich in dem kubusartigen Gebäude drei Boardrooms sowie ein großzügiger Eingangsbereich mit Rezeption und Garderobe. Für besondere Events neben der Tagung bietet das Aranwa eine ganz besondere Location. Ein altes Holzboot ist auf das Gelände gebracht worden und bietet sowohl im Schiffsbauch als auch auf Deck heute Veranstaltungsflächen inklusive Bar und Sanitäranlagen. Für ein stimmungsvolles Post-Convention-Event ist die alte Barke hervorragend geeignet.

1 Incentive-Gäste können in der großzügig angelegten Poollandschaft des **La Hacienda Bahia Paracas** hervorragend entspannen.. Foto: CI

2 Ein Rundflug über die berühmten **Nazca-Linien** ist ein absolutes Muss. Foto: PromPeru

3 Eine **Wüstensafari** mit anschließendem Dinner im Beduinenzelt: Ein Highlight für MICE'ler. Foto: Libertador

4 Nicht nur für Incentives nutzbar: Paracas bietet auch einige **Locations** für Meetings und Events. Foto: Libertador

Anzeige

G+B Interactive DIE DIGITALEN EVENT OPTIMIZER

SUPER ZUSAMMENSPIEL!

Teamplay schafft Gemeinschaft.

Teamplay ist Teil des digitalen Eventmanagement-Systems G+B Interactive. Als Plattform für Gemeinschaftsprojekte und -spiele verknüpft es Spaß und Spannung, um Schwarmintelligenz erlebbar zu machen. **Teamplay – Events nutzen, Teams bilden.**

Weitere Informationen rund um die perfekte Planung, intelligente Verwaltung und passgenaue Ausführung Ihres Events finden Sie unter www.gb-interactive.de

EVENTS PLANEN, DURCHFÜHREN UND AUSWERTEN. **EINFACH UND EFFIZIENT.**

G+B Interactive ist ein Produkt von GAHRENS+BATTERMANN

Prolight + Sound 2015:

Zwanzigstes Jubiläum, zusätzliche Zielgruppen, bewährtes Konzept

Bässe wie beim Rock-Konzert: Veranstaltungstechnik während der Frankfurter Messe **Prolight + Sound**, die zusammen mit der Musikmesse vom 15. bis zum 18. April läuft. Foto: Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Pietro Sutera

Wer sich vom 15. bis zum 18. April 2015 dem Messegelände Frankfurt nähert, dem hämmern schon von weitem mächtige Bässe in die Magengrube. Denn auf dem Freigelände stellt die Messe Prolight + Sound Veranstaltungstechnik nicht nur aus, sondern macht sie unter praxisnahen Bedingungen erlebbar.

Hersteller präsentieren hier draußen bei jedem Wetter kleinere und größere Beschallungsanlagen bis hin zu solchen, die bei riesigen Open-Air-Veranstaltungen Verwendung finden. Ebenso zeigen Aussteller hier draußen mobile Bühnen- und Zeltsysteme sowie große, portable Displays.

In den Hallen erweitert die Schau ihr Angebot. Zum zwanzigsten Jubiläum der Prolight + Sound gibt es den neuen Themenschwerpunkt „Stagery". Thema: Theatertechnik und Theaterplanung mitsamt einem Theater- und Film-Kolloquium. Dazu gehören Anbieter für Bühnenlicht, Rigging und Hebetechnik bis hin zu Vorhangsystemen, Showtextilien und Bestuhlung. Ansonsten sind die Fachbesucher wie immer Betreiber von Veranstaltungsstätten, Planer, Händler, Soundexperten, Lichtdesigner, Bühnenbildner, Studiotechniker, Veranstaltungsdienstleister und Messebauer.

Messe-Objektleiter Michel Biwer berichtet von einem hohen Anmeldestand, guten Rückbucherquoten sowie einer großen Anzahl an Erstausstellern. Die Hallenbelegung bleibt im Vergleich zum Vorjahr unverändert. Aussteller aus dem Bereich Audio und Beschallung präsentieren sich in Halle 8.0. In Halle 9.0 finden Besucher alles rund um Licht- und Bühnentechnik, darunter auch Theater- und Studiotechnik sowie Display- und Videosysteme. Hersteller aus dem asiatischen Raum sind in Halle 9.1 vertreten, das von Licht über Beschallung bis hin zu Bühnen sowie Netzwerksystemen reicht. Neuheiten und Innovationen aus den Bereichen Laser und Effekte, Show- und Bühnenlicht sowie Objekteinrichtung und Traversen sind in Halle 11.0 in Aktion zu erleben. Im Portalhaus findet die Eventplaza Conference statt. Verbände und Verlage stellen sich in Galleria 0 und Galleria 1 vor.

Zudem läuft wieder die dreitägige Eventplaza Conference, bei der Referenten aus der Praxis Trends und Strategien für die Veranstaltungsbranche vermitteln. Das Programm richtet sich vor allem an Event- und Incentivemanager, Verantwortliche aus den Bereichen Marketing, Kommunikation und Human Resources sowie an Veranstalter und Planer von Kongressen und Tagungen. Erstmals setzt jeder der drei Kongresstage einen inhaltlichen Schwerpunkt. Am Mittwoch (15. April 2015) geht es um Eventsicherheit, derweil das Thema „Verantwortung übernehmen und übertragen" behandelt wird. Die moderne Inszenierung von Produkten und Events ist am Donnerstag (16. April 2015) Thema. Die Referenten des dritten Konferenztages (17. April 2015) widmen sich der Personalentwicklung im Veranstaltungsbereich. Die Schau 2015 bietet erstmals eine so genannte Networking Lounge zum Kontakteknüpfen.

Die Prolight + Sound läuft wie immer zeitgleich mit der Musikmesse – und bietet die Möglichkeit, die Synergien zwischen den beiden Branchen auszuschöpfen. Schnittpunkte bestehen vor allem im Bereich der Studio- und Rundfunktechnik. Wie die Messe Frankfurt in einer Pressemitteilung schreibt, verschwömmen hierbei die Grenzen zwischen Profi- und Consumer-Produkten immer weiter. Dazu zählten Hard- und Software sowie Mikrofone, Schnittkonsolen und Kameras bis hin zu Raumakustik-Lösungen.

Die Prolight + Sound wird von zahlreichen Partnern und Verbänden unterstützt, darunter auch der Europäische Verband der Veranstaltungs-Centren (EVVC). Während der Prolight + Sound läuft auch die EVVC-Jahreshauptversammlung. (Beachten Sie die Ankündigung dazu im Internetauftritt dieser Fachzeitschrift.) Im vergangenen Jahr präsentierten 898 Aussteller ihre Neuheiten auf der Prolight + Sound; 42.267 Besucher wurden registriert. Tickets für die Prolight + Sound gelten auch für die Musikmesse. Wer im Online-Ticketshop bucht und zuhause ausdruckt, darf den öffentlichen Nahverkehr unentgeltlich nutzen. **[tog]**

Rückblick ungetrübt:

2014 und 1989 spielten Messe Nürnberg die Bälle zu

Messe organisieren heißt Kontakte anzudienen und zu vertiefen. Offensichtlich versteht Peter Ottmann von diesem Geschäft auch verkaufspsychologisch eine Menge.

E-Mobil und Trabi: Die beiden CEOs der Nürnberg Messe, **Peter Ottmann** (li.) und **Dr. Roland Fleck**, zwischen Zukunft und Vergangenheit. Foto: Bischof & Broel

Jedenfalls lässt es sich der CEO der Messe Nürnberg nicht nehmen, alle Journalisten persönlich zu begrüßen – und das ist eine Menge Handarbeit angesichts der Menge an schreibendem und funkendem Personal, das an jenem Wintervormittag in die fränkische Metropole gereist ist, um der Jahrespressekonferenz beizuwohnen. Kein schlechter Termin für Ottmann und seinen Geschäftsführerkollegen Dr. Roland Fleck gleichermaßen. Denn sie haben heute die Aufgabe, das Messejahr 2014 Revue passieren zu lassen. Und zurückzuschauen auf 25 Jahre Mauerfall – ein historisches Ereignis, das der Nürnberg Messe angesichts seiner nun neuen Lage im Herzen Europas und Nahe an den neuen Ostmärkten eine ganz neue Position im Wettbewerb der Messegesellschaften hierzulande zuwies. Zuvor im „gefühlten Zonenrandgebiet", lag der Platz auf einmal in der Mitte Europas. „Der Fall der Mauer 1989 stellte gerade auch für die Nürnberg Messe einen echten Glücksfall dar", betonen daher Fleck und Ottmann. „Die Nähe zu den neuen Bundesländern und vielen Kunden in Mittel- und Osteuropa waren ein essenziell wichtiger Motor dafür, dass die Nürnberg Messe im Messe- und Kongressgeschäft mit den ganz Großen weltweit mitspielt." Nürnberg gehört heute zu den 15 größten Messegesellschaften der Welt und ist in Europa bei den Top Ten mit rund 120 nationalen und internationale Fachmessen und Kongressen per annum.

Um beiden Rückschauen auch eine optische Note zu verleihen, präsentierten sich die Vorstände Ottmann und Fleck in Autos, die unzweifelhaft den Jahren 2014 und 1989 zuzuordnen sind: Zum einem vor einem Hightec-E-Auto von BMW, den der Endkunde im vergangenen Jahr zum ersten Mal im Autohaus ordern konnte. Zum anderen vor einem Trabi, an dessen Zwei-Takt-Geruch sich noch jeder erinnern kann, der die Landsleute aus dem zwangsweise abgetrennten Teil Deutschlands seinerzeit begrüßt hat.

Das Jahr 2014 war für den Weinliebhaber Ottmann wie ein gehaltvoller Rebensaft „der Spitzenklasse, mit etwas flachem Abgang", sagte er. Das relativierende in dem Satz des Messemanagers beruht auf der Erkenntnis, dass Steigerungsraten in Deutschland – gemessen in den Rubriken „Aussteller", „Besucher" und „verkaufte Ausstellungsfläche" – kein Wachstum mehr gebe. Nicht so in Nürnberg. Dort knallten dagegen die Korken – „eher edler Jahrgangssekt als Wein", so Ottmann. Internationale Fachmessen haben drei Prozent mehr Aussteller gewinnen können, sieben Prozent bei Fachbesuchern und weitere sieben Prozent bei der Ausstellerfläche. Am Umsatzrekord vorbeigeschrammt ist die Nürnberg Messe dennoch. Das liegt am Veranstaltungsturnus. Die umsatzstarke Fach Pack läuft nur in ungeraden Jahreszahlen. Das im Juli während der Bilanz-Pressekonferenz angekündigte Ergebnis von „220 Millionen Euro + X" ist mit knapp 230 Millionen Euro erreicht worden. Diesen Umsatz spülten 29.000 Aussteller und 1,3 Millionen Besucher an 151 Veranstaltungen im In- und Ausland in die Kasse.

Ein schlauer Schachzug war es gewiss auch, als Messegesellschaft mit Turkish Airlines zu kooperieren. Seit Jahresbeginn fliegt der Carrier daher dreimal täglich von Istanbul aus Nürnberg an und bindet so die ganze Welt an die Franken-Metropole. Airline-Insider wissen, dass Lufthansa-Manager darüber die Zähne fletschen. Denn die Türken machen der Kranich-Airline so kräftig Konkurrenz im eigenen Land. Und das, obwohl Turkish Airlines genauso wie Lufthansa Mitglied der Star Alliance, eigentlich ein Freund der deutschen Fluggesellschaft sein sollte. Doch die Freunde vom Bosporus jagen den Frankfurtern kräftig Kunden weg und schleusen sie an der Main-Metropole vorbei über die Türkei in den Nahen und Mittleren Osten, nach Afrika und Asien sowie Amerika. Das wollen die Nürnberger Messemacher natürlich nicht kommentieren. Recht sein dürfte ihnen aber, dass Turkish Airlines mit seinem Produkt sowohl in den Augen von Geschäftsreisenden wie auch denen von Airline-Zertifizierer Skytrax weitaus besser abschneidet als Lufthansa. **[tog]**

Willem van der Zee Direktor bei Lapithus Hotel Management

Willem van der Zee verantwortet künftig für das US-Investmenthaus Apollo Global Management die Führung der Lapithus Hotel Management GmbH am Börsenstandort Frankfurt. Seit Februar leitet der 47-Jährige Topmanager und erfahrene Hotelier das 18 Häuser in sechs europäischen Ländern umfassende Portfolio. Als Managing Director ist van der Zee zuständig für das Tagesgeschäft, die Konsolidierung sowie Expansion in Europa. Willem van der Zee wechselt aus der Position des Area Vice President Central Europe der Rezidor Hotel Group. In seiner früheren Position bei Rezidor war der Niederländer seit 2012 vor allem in Deutschland, Österreich und der Schweiz für Radisson Blu und die Mittelklassemarke Park Inn by Radisson verantwortlich.

Marc Snijders ist neuer General Manager des Hilton Frankfurt

Marc Snijders wurde zum neuen General Manager des Hilton Frankfurt ernannt. Damit wechselt Snijders innerhalb von Frankfurt das Haus und kehrt gleichzeitig in das Hotel zurück, in dem er 1998 seine Karriere begann.

Der gebürtige Niederländer ist seit 1998 in verschiedenen Positionen bei Hilton tätig gewesen. Von 2007 bis 2009 war er Director of Business Development im Hilton Budapest WestEnd. Im Jahr 2009 kam er zurück nach Frankfurt und war dort maßgeblich an der Eröffnung des Hilton Frankfurt Airport und Hilton Garden Inn Frankfurt Airport beteiligt. Insgesamt blieb er fast sechs Jahre am Flughafen und verantwortete als Cluster Director of Business Development unter anderem die Bereiche Sales, Revenue Management, Marketing & PR sowie Conference & Event Sales. In dieser Zeit hat sich das Hilton Frankfurt Airport zu einem der führenden Airport Hotels der Welt entwickelt und erhielt zahlreiche Auszeichnungen, unter anderem zweimal den World Travel Award.

Vor Aer-Lingus-Verkauf bekommt Airline neuen CEO

Ende Februar ist Aer-Lingus-CEO **Christoph Müller** als Sanierer zur Malaysia Airlines gewechselt. Stephen Kavanagh ist sein Nachfolger. Er arbeitet bereits seit 1988 für die irische Fluggesellschaft. Kavanagh ist seit 2009 Chief Operating Officer (COO) sowie Strategie- und Planungschef. Die Personalentscheidung wurde vor dem Hintergrund des möglichen Eigentümerwechsels bei der Airline getroffen. Denn die irische Regierung will Aer Lingus verkaufen. Die Airline-Holding IAG gilt als wahrscheinlicher Käufer. Deren CEO Willie Walsh bietet 1,3 Milliarden Euro. Aer Lingus wäre dann die vierte Airline im IAG-Konzern. Dazu gehören schon British Airways, Iberia und die Billigfluggesellschaft Vueling. Damit der Deal klappt, muss Ryanair ihr Aktienpaket von knapp 30 Prozent an Aer Lingus auf mindestens fünf Prozent verringern. Das gilt als wahrscheinlich.

Event-Stratege Markus Haase verstärkt Marbet

Markus Haase arbeitet jetzt für die Düsseldorfer Dependance der Event-Agentur Marbet. Zuvor war der 48-Jährige als Partner von Stagg & Friends beim Düsseldorfer Wettbewerber. Seit 2003 war er dort für den Auf- und Ausbau, die strategische und operative Führung sowie das Key Account Management der wichtigsten Kunden verantwortlich. In den vergangenen Jahren war Haase für das Kompetenzfeld „High Level Management-Konferenzen“ verantwortlich und betreute damit einen der wichtigsten Accounts. Bei Marbet wird er als Berater das Business Development verstärken, ausbauen und mitgestalten.

HGI stellt neues Tagungsportal vor

Die HGI Hotel Reservation Worldwide GmbH stellte ihr webbasiertes Tagungsportal vor, eine MICE Online-Lösung zum Buchen, Organisieren und Verwalten von Tagungen, Veranstaltungen und Kongressen. Der gesamte Buchungsprozess funktioniere selbstständig, einfach und intuitiv. Auf Wunsch begleiteten Veranstaltungsexperten den Prozess von der Anfrage bis hin zur Buchung der passenden Location oder Hotels. Außerdem hat das Unternehmen seine Website relauncht. „Seit fast 20 Jahren sind wir auf weltweite Hotelbuchungen und Veranstaltungsplanung für Firmenkunden spezialisiert“, so Geschäftsführer Marco Reinkens. Auch personell hat die Kölner HGI Hotel Reservation Worldwide GmbH aufgestockt. „Seit September verstärkt **Carolin Nenov** als Director Business Development unser Team“, so Reinkens. „Mit ihrer langjährigen Erfahrung in der internationalen Hotellerie und MICE-Branche werden wir uns verstärkt auf nationale und internationale Firmenkunden im Geschäftsreise- und Veranstaltungsmanagement konzentrieren“, sagte Reinkens. Durch Optimierung der Einkaufsprozesse könne das Unternehmen hohe Einsparungen bei seinen Kunden garantieren.

DIE RICHTIGEN TOOLS ...

... in Sachen Nachhaltigkeit bekommen Sie bei uns.

Damit Sie an den richtigen Schrauben drehen – fairpflichtet (Kodex) und Green Globe (Zertifizierung)

EVVC und GCB - für mehr Nachhaltigkeit in der Veranstaltungsbranche – sprechen Sie uns an:

EVVC Service- und Veranstaltungs-GmbH
Frau Marina Stimpfle
marina.stimpfle@evvc.org

www.fairpflichtet.de
www.greenglobe.com/germany

fairpflichtet

GREEN GLOBE

Österreichisches Umweltzeichen für K3 Kitzkongress

Die Geschäftsführerin des K3, **Birgit Ducke** erhält das Österreichische Umweltzeichen von Bundesminister Andrä Rupprechter. Foto: BMLFUW / Robert Strasser

Der Kitzbüheler K3 KitzKongress wurde als erstes Kongresshaus in Österreich mit dem Österreichischen Umweltzeichen für Tagungs- & Eventlocations ausgezeichnet. „Österreich hat sich durch das Verantwortungsbewusstsein und unermüdliche Engagement der heimischen Tourismuswirtschaft erfolgreich als klimafreundliches und attraktives Reiseziel positioniert", erklärte Bundesminister Andrä Rupprechter anlässlich der Auszeichnung von 22 neuen Umweltzeichenbetrieben Anfang Januar in Wien. Das Österreichische Gütesiegel garantiert umweltfreundliche Produkte und Dienstleistungen – es ist die höchste staatliche Umwelt-Auszeichnung für Tourismus und Bildung in der Alpenrepublik. 293 Green Hotels mit rund 27.700 Betten schlossen sich bisher den strengen ökologischen Kriterien der Richtlinie an.

Access 2015 – Der MICE-Treffpunkt für Veranstaltungsplaner

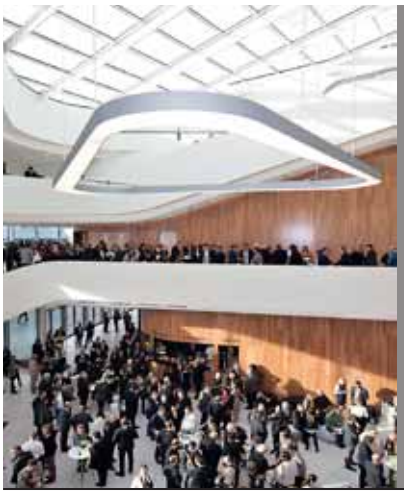
Austragungsort für Österreichs führende Kongress-Fachmesse ist erneut die Wiener Hofburg. 2013 feierte die access, die wichtigste Plattform der österreichischen Tagungs- und Eventwirtschaft, ihr zehnjähriges Jubiläum. In diesem Jahr werden 1.500 nationale und internationale Entscheider sowie rund 200 österreichische Aussteller der Tagungswirtschaft am 24. und 25. März in der Wiener Hofburg zum Networking, Wissenstransfer und zur Geschäftsanbahnung erwartet. Den Fachbesuchern präsentiert sich eine breite österreichische Angebotspalette von Kongress- und Veranstaltungszentren über Tagungshotels bis hin zu Event-Locations. Neu dabei sind die Vienna Unique Museum Venues, ein Zusammenschluss zur Vermarktung der größten Wiener Museen. Ein besonderer Fokus liegt auf dem Thema Nachhaltigkeit. Neben Bundesländer-Schwerpunkten soll auch das Rahmenprogramm für die eine oder andere Überraschung sorgen.

Erfolgreiche Präsenz: Zehn Jahre Convention Bureau Niederösterreich

Seit nunmehr zehn Jahren ist das Convention Bureau Niederösterreich ein zentraler Ansprechpartner für Incentives, Meetings, Tagungen und Kongresse. Waren beim Start im Jahr 2006 insgesamt 31 Partner dabei, stehen mittlerweile schon 47 Betriebe zur Verfügung: Congress-Locations, Hotels, PCOs und weitere Partner. Neu an Bord sind das Schloss Persenbeug an der Donau, der Eventcaterer Trabitsch und das Hotel at the Park in Baden.

30 Preisträger beim Austrian Event Award 2014

Im Rahmen einer festlichen Gala in der Wiener Eventlocation „Nordlicht" wurde zum 18. Mal der Austrian Event Award verliehen. Zu den Gold-Gewinnern des Abends gehörten unter anderem Hyundai und die Marbet GmbH mit „Gönn Deinem Alten einen One-Night-Stand!", Nespresso und Kesch mit „Magic of Colors", Helvetia und Media Consult mit „100 Jahre Ankeruhr" und die all about Communication & Event GmbH mit dem „Wild Sau Dirt Run". In der Sonderkategorie „Green Event" holten sich die Big und die Pi-Five Dialogfeld den Award in Gold. Besonders erfolgreich war die Ideal Live Marketing



Montforthaus Feldkirch feierlich eröffnet

Anfang Januar wurde das Montforthaus Feldkirch mit einem Festakt feierlich eröffnet. Nach fünfjähriger Planungs- und zweijähriger Bauzeit konnten Bürgermeister Mag. Wilfried Berchtold sowie Landeshauptmann Mag. Markus Wallner den symbolischen Schlüssel an Montforthaus-Geschäftsführer Mag. Edgar Eller übergeben. Das neue, nach nachhaltigen Gesichtspunkten errichtete Haus verfügt über einen großen Saal, der bis zu 3.000 Personen fasst. Eine Empfehlung wert ist die Dachgastronomie inklusive Veranstaltungsraum im dritten Obergeschoss. Das Catering übernimmt exklusiv die Traube Tonbach aus Baden-Württemberg. In der Tiefgarage gibt es neben den öffentlichen Stellplätzen vier Standplätze mit Elektrotankstellen. Insgesamt wurden in das neue Montforthaus 44,1 Millionen Euro investiert, von Landesseite sind zwölf Millionen Euro beigesteuert worden.

GmbH, die nicht nur Gold in der Kategorie „Gesamtkommunikation“ für „Die Lindt Goldhasensuche“ holte, sondern auch noch dreimal einen silbernen Award einheimste. Durch den Abend führte ORF-Moderator Dorian Steidl, während die Dance Industry für die Showeinlage sorgte. In diesem Jahr soll die Gala wieder in Linz stattfinden und in Zukunft jährlich zwischen Wien und der Hauptstadt Oberösterreichs wechseln.

Erfolgreiches Kongressjahr für Salzburg

Laut Meeting Industry Report Austria ist Salzburg nach Wien auf Platz zwei der beliebtesten Kongressdestinationen Österreichs. Rund 190.000 Teilnehmer wurden im vergangenen Jahr auf Kongressen, Tagungen und Seminaren registriert. Rund 800 Wissenschaftler diskutierten während des „Kongresses der Europäischen Pulvermetallurgie“ der im September im Messezentrum Salzburg lief. Kurz zuvor weilten 700 Experten der Veterinärmedizin in Salzburg und weitere 750 trafen sich Ende September zum „Kongress für Analytische Chemie“ im Salzburg Congress. Im April 2015 wird das Messezentrum Salzburg Austragungsort der Frühjahrstagung der „Österreichischen Gesellschaft für Hämatologie und Medizinische Onkologie“, sowie der „Arbeitsgemeinschaft hämatoonkologischer Pflegepersonen“, zu der rund 800 Teilnehmer erwartet werden. Das Land Salzburg etabliert sich ebenfalls als Treffpunkt internationaler Kongressteilnehmer: im März versammeln sich rund 500 Teilnehmer zur „Jubiläumstagung der Österreichischen Gesellschaft für Arbeits- und Sozialrecht“ im Ferry Porsche Congress Center in Zell am See.

Foto: Mike Vogl – Pressefoto Neumayr

Oberösterreich Tourismus bestellt neuen Geschäftsführer

Die Generalversammlung des Oberösterreich Tourismus hat einen neuen Geschäftsführer bestellt: Mag. Andreas Winkelhofer wird den langjährigen Geschäftsführer Mag. Karl Pramendorfer ablösen, der Ende Juni 2015 in Pension geht. Winkelhofer ist als Marketingleiter die derzeitige „Nummer zwei“ der Salzburger Land Tourismus GmbH.

Steiermark Convention setzt auf Geschäftstourismus

Die Steiermark Convention, ein Angebot von Steiermark Tourismus, vermittelt seit zwölf Jahren das Angebot der steirischen Tagungsanbieter im In- und Ausland. Zu den 46 Tagungsanbietern im gesamten Bundesland zählen 32 Tagungshotels, sechs Kongresszentren, vier Veranstaltungslocations, zwei Convention Bureaus und zwei Eventagenturen. Bei der Generalversammlung in der Grazer Seifenfabrik stellte Erich Neuhold, Geschäftsführer von Steiermark Tourismus, sein Programm für die nächsten Jahre vor: „Um die Bedeutung des Geschäftstourismus besser darstellen zu können, sollen 2015 Volumen, Wertschöpfung und andere Indikatoren eruiert und anhand der Ergebnisse eine Strategie bis 2020 erarbeitet werden. Ziel sei zudem, die Internationalisierung in diesem für die Steiermark so wichtigen Segment weiter voranzutreiben. Neben den wichtigsten Märkten Österreich und Deutschland zählen vor allem die Nahmärkte Slowenien, Schweiz, Ungarn, die Tschechische Republik und die Slowakei zu unseren Hoffnungsmärkten.“ Mag. Andrea Sajben, Leiterin der Steiermark Convention begrüßte zehn neue Mitglieder im Angebotsverbund: „Es freut uns sehr, dass seit der Gründung der Steiermark Convention im Jahr 2003 laufend neue Betriebe aus den unterschiedlichsten Regionen des Bundeslandes der Kooperationsgruppe beitreten. In Zukunft werden wir uns auch international stärker positionieren und speziell den Raum Süddeutschland intensiver bearbeiten.“ Die neuen Mitglieder kommen aus Graz, der Oststeiermark, dem Thermenland Steiermark, der Süd-Weststeiermark und dem Ausseerland / Salzkammergut. Es handelt sich um die Alpen Parks Hagan Lodge Altaussee, das Bildungshaus Schloss Retzhof, Der Ederer, Der Klugbauer, das Hotel „Das Eisenberg“, das Palais-Hotel Erzherzog Johann, der Steiermarkhof, das Thermenhotel Stoiser, das Weingartenhotel Harkamp Südsteiermark sowie der Ökopark Hartberg.

Erich Neuhold und **Andrea Sajben** stellen ihr Angebot für den Geschäftstourismus vor. Foto: Steiermark Tourismus / Harry Schiffer

Business und Berge bieten „Freiraum“ für frische Ideen

Der **Freiraum** lässt den Gedanken freien Raum. Fotos: Mayrhofner Bergbahnen

Abstand vom Alltag und hinein in die Natur, all das bietet eine der bekanntesten Regionen Tirols, das Zillertal. Besonders bekannt als Urlaubsziel für Touristen, entstehen seit einigen Jahren in der Region viele innovative Bauten für das MICE-Business.

Eine davon ist der Freiraum in Mayrhofen. Österreichs größte Pendelbahn, die Ahornbahn, schafft die 1.300 Höhenmeter von Mayrhofen hinauf zum Ahorn-Plateau in nur sechseinhalb Minuten. Die 40 Quadratmeter großen Gondeln können in die Eventgestaltung mit einbezogen werden und bieten bis zu 160 Fahrgästen einen Platz. Direkt neben der Bergstation befindet sich die Eventlocation Freiraum. Trotz ungewöhnlicher Architektur ist es den Erbauern gelungen, die Location nahezu nahtlos in den alpinen Lebensraum mit einzubinden. 2011 wurde diese Leistung mit dem österreichischen Bauherrenpreis ausgezeichnet. Die ökologische Bauweise der Aussichtsplattform schafft Platz für kleinere Meetings bis hin zu Stehempfängen mit bis zu 240 Personen. 56 Meter lang, mit breiten Glasfronten an den Seiten und am Eingang und seit Dezember 2014 mit einer Terrasse bietet die Location Panoramablicke auf die Bergkulisse der Zillertaler Alpen. Darüber hinaus ist der Freiraum mit einem Lift ausgestattet, welcher die Gäste bis zu drei Etagen tiefer auf das Ahornplateau bringt und somit einen barrierefreien Zutritt ermöglicht. Neben diversen Servicezonen verfügt der Freiraum über ein Bistro mit Panoramasicht, verschiedene Seminarräume und Möglichkeiten für außergewöhnliche Veranstaltungsformate. Mittels mobiler Schiebewände ist eine Abtrennung einzelner Break-out-Rooms realisierbar. Auf 2.000 Metern Höhe über dem Meer steht der Erlebnisfaktor im Vordergrund, auch für Rahmenprogramme: das Highlight im Winter ist das Igludorf White Lounge unterhalb der Ahornspitze. Der Freiraum kann auf 245 Quadratmetern mit zahlreichen Formaten bespielt werden – beispielsweise mit Seminaren, Konferenzen, Schulungen und (Auto)-Produktpräsentationen. Die „Café Funktion“ eignet sich für Veranstaltungen bis maximal 120 Personen. Ein weiterer Raum kann als VIP-Bereich für bis zu 20

Beim Meeting schweift der Blick auf die **Zillertaler Alpen**

Personen genutzt werden. Und wenn der Blick sich eher auf die Veranstaltung konzentrieren soll, sorgen ein variables Lichtkonzept und Verdunkelungsmöglichkeiten für den Blick aufs Wesentliche. Eine Erwähnung wert ist die problemlose Erreichbarkeit. Mit dem eigenen Fahrzeug ist Mayrhofen schnell über die Inntalautobahn A12, Ausfahrt Zillertal, erreichbar. Mit der Bahn geht es bis zur Schnellzugstation Jenbach und weiter nach Mayrhofen mit der Zillertalbahn oder alternativ mit dem regionalen Busverkehr. Der Flughafen Innsbruck befindet sich in rund 70 Kilometern Entfernung, bis nach Salzburg sind es 170 oder nach München 190 Kilometer. Wichtig für die Planung: der „Freiraum" ist bespielbar in den Sommermonaten von Juni bis Oktober, in der Wintersaison von Dezember bis April. **[tog]**

Unterhalb der Ahornspitze steht im Winter das **Igludorf**

(v.l.n.r.) **Detlev Bendel**, Stadtrat für Wirtschaft, Tourismus und Personal, **Sigrid Möricke**, Stadträtin im Dezernat für Stadtentwicklung, Bau und Verkehr, **Henning Wossidlo**, Baubetriebsleiter für das Gesamtprojekt, Oberbürgermeister **Sven Gerich**, **Heinrich Großenbach**, Architekturbüro Ferdinand Heide, BDA, **Wolfgang Nickel**, Stadtverordnetenvorsteher. Foto: Triwicon

Erster Spatenstich für Rhein-Main-Hallen: 2018 Eröffnung

Der Neubau der Rhein-Main-Hallen in Wiesbaden geht nun in die entscheidende Phase: Mit dem symbolischen Spatenstich wurde der offizielle Projektstart eingeläutet. Knapp 140 Gäste aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Verwaltung feierten gemeinsam mit Oberbürgermeister Sven Gerich und Stadtrat Detlev Bendel am 16. Januar 2015 den Baubeginn. Das Projekt hat bereits im Oktober 2014 das Vorzertifikat in Gold von der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) erhalten. „Mit den neuen Rhein-Main-Hallen werden wir mehr Umsatz, mehr Arbeitsplätze, mehr Internationalität und einen weiteren Imagegewinn für Wiesbaden erreichen", ergänzte Bendel. Auch Gespräche mit den bisherigen Kunden zeigten den Erfolg des Projekts, so habe beispielsweise die Deutsche Gesellschaft für Innere Medizin bereits ihre Rückkehr signalisiert. Schon während der Übergangszeit werden die richtigen Signale gesetzt, so Gerich. Man wolle sich auch als Ausrichter für Großveranstaltungen empfehlen. Die Vermarktung laufe auf Hochdruck.

Mit dem Spatenstich ist der Startschuss für den ersten Bauabschnitt im Süden gegeben. Das Bauvolumen umfasst eine Bruttogeschossfläche von rund 30.000 Quadratmetern, die spätere Veranstaltungsfläche wird 20.000 Quadratmeter betragen. Während im Januar mit dem Aushub der Baugrube im Süden begonnen wurde, läuft der Abbruch im Norden und Westen des Geländes bis März parallel weiter. Die noch stehenden Gebäude fungieren dabei als natürlicher Schallschutz. Der Baugrubenaushub mit einem geschätzten Erdaushub von 60.000 Kubikmetern schafft die Voraussetzung für die eingeschossige Tiefgarage mit 800 Parkplätzen und die Errichtung des Rohbaus. Danach folgen die Hülle, die Fassade und der Innenausbau des Gebäudes bis Ende des Jahres 2017. Daraufhin folgt die letzte Phase: Die Gestaltung des Außengeländes, finale Installationen und viele Tests. Anfang 2018 sollen die neuen Rhein-Main-Hallen ihrer Bestimmung übergeben werden.

Chiemsee-Alpen Businesstreff für die Organisatoren von MICE-Veranstaltungen

Welche Location, welches Hotel, welches Begleitprogramm? Das sind die ersten Fragen, denen sich die Organisatoren von Firmenveranstaltungen stellen müssen. Ist eine Vorauswahl getroffen, rückt eine andere Frage in den Vordergrund: Passt das Ausgewählte auch zusammen? Mehr zu bieten als Webseiten und Broschüren hat der "Chiemsee-Alpen Business-Treff" in Kolbermoor am 23. April 2015 von 10 bis 17 Uhr. Zielgruppe der Veranstaltung ist die Personengruppe, die für die Planung und Organisation von Meetings und Kongressen, Incentives oder Events verantwortlich ist. In der "Alten Spinnerei", einem Industriedenkmal, präsentieren sich mehr als 30 führende regionale Tagungshotels und Locations den Besuchern, außerdem Unternehmen, die sich auf die Gestaltung von Begleitprogrammen spezialisiert haben.

Kongresszentrum Westfalenhallen wird umgebaut

So soll der **Goldsaal** des Kongresszentrums Westfalenhallen bald aussehen. Abb.: Westfalenhallen Dortmund

Das Kongresszentrum Westfalenhallen wird vom Sommer an modernisiert. Man wolle auf dem Kongressmarkt Flagge zeigen, sagte Sabine Loos, Hauptgeschäftsführerin der Westfalenhallen Dortmund GmbH während einer Pressekonferenz bei der Best of Events. Zunächst werden der Eingangsbereich des Kongresszentrums, das zentrale Goldsaalfoyer, der Goldsaal selbst sowie das angeschlossene Restaurant komplett renoviert. Der Goldsaal wird mit einer Wandverkleidung in Holzoptik versehen, welche die gesamte Anmutung des Saals verändere. Auf dem Boden wird zudem Eichenparkett. Ein neues Lichtsystem unter der Decke und hinterleuchtete Glaspaneele an den Wänden soll für variable Lichtstimmungen sorgen. Damit bekomme das Erdgeschoss ein völlig neues Gesicht. Später würden auch die Säle im Obergeschoss renoviert.

Hauptkategorien Locations und Hotellerie: Business Diamond 2015 am ersten Messeabend der IMEX

Einmal im Jahr verleihen das Verlagshaus Busche und der Tagungsvermittler Buchungsservice24 den Business Diamond an Unternehmen, Produkte oder Dienstleistungen innerhalb der MICE-Branche. Der Award wird in den Hauptkategorien Hotellerie und Location vergeben, Special-Award-Kategorien werden in diesem Jahr nicht verliehen. Für die Kategorie Hotellerie ist die strategische Ausrichtung der Hotels auf das Tagungs- und Veranstaltungsgeschäft maßgeblich. Ab 2015 unterteilt sie sich zudem in drei Segmente, die abhängig von der Zimmeranzahl der Hotels sind. In die Kategorie Location fallen besondere Veranstaltungsstätten, die ursprünglich für einen anderen Zweck gebaut wurden, wie beispielsweise Schlösser, Museen oder Fabriken. Bewerbungen für beide Kategorien sind noch bis zum 15. März möglich. Die Verleihung findet am 19. Mai, dem ersten Messeabend der IMEX 2015, in der Frankfurter Location Zenzakan statt.

Wir sehen uns:

2.6.2015
Areal Böhler/ Alte Schmiedehallen Düsseldorf

1.12.2015
Eisbach Studios München

mice + business travel meetingplace

Die Fachmesse für Veranstaltungsplaner und Travelmanager

Tel.: 030/300138310 · www.mbt-market.de

Digitales Eventmanagement mit ganzheitlichem Ansatz

Dirk Hesse, Leiter der Abteilung Event Innovation, präsentiert **G+B Interactive**

Die Gahrens + Battermann GmbH (G+B) ist vor allem für ihre Veranstaltungstechnik bekannt. Abgesehen von Licht und Ton bietet das Unternehmen aus Bergisch Gladbach aber auch Softwarelösungen für die MICE-Branche an. So erleichtert die digitalen Software von G+B Interactive das Managen von Events. Die Vorteile des Systems zeigte das Team um Dirk Hesse, dem Leiter Event Innovation, im vergangenen Jahr auf mehreren Events und Roadshows. Im Fokus stand dabei, welchen Zusatznutzen etwa intelligente Besuchererfassung, reibungsloses Präsentationsmanagement und der Informationsfluss bei Großgruppenmoderationen bringen. „Die digitale Moderation bietet ungeahntes Potenzial. Das erkennen mehr und mehr Unternehmen", resümiert Hesse.

Zu den mit digitalen Technologien von Gahrens + Battermann optimierten Veranstaltungen gehörten 2014 unter anderem die Oracle Cloud World und der Oracle Day 2014, der achte Innovationsgipfel des F.A.Z.-Instituts in München, der CSU-Netzkongress sowie der Global Childhood Award. Und auch beim Weltkongress für Sicherheit und Gesundheit in Frankfurt wurde die Software eingesetzt. Veranstalter und Teilnehmer zeigten sich begeistert von der Software: „Dank der professionellen und zuverlässigen Arbeit von G+B lief unser Weltkongress absolut reibungslos. Präsentationen zentral verwalten und punktgenau verfügbar machen zu können, ist ein unschlagbarer Vorteil für die Referenten, die sich in wirklich souveränen Vorträgen niederschlug", erzählt Dr. Sven Timm, Projektleiter der Deutschen Gesetzlichen Unfallversicherung (DGUV) für den Weltkongress. „Und den persönlichen Besuch vorab interaktiv planen zu können, erlaubt es Besuchern, das meiste aus dem Kongress zu holen. Summa summarum können wir G+B uneingeschränkt weiterempfehlen."

Ziel für 2015 sei nun die Systeme kontinuierlich weiterzuentwickeln, so dass alle digitalen Tools wie Zahnräder ineinander greifen, erläutert Hesse. Schließlich besteht G+B Interaktive aus elf separaten Tools, die auch miteinander vernetzt werden können. Das heißt die separaten Tools greifen zusammen und agieren als Ganzes, wo die Möglichkeiten des einzelnen Tools enden.

Diese elf Werkzeuge unterstützen alle Arbeitsschritte der Eventorganisation und -durchführung. Sie sind flexibel einzeln oder in einander ergänzenden Veranstaltungspaketen nutzbar. Aus diesen elf Tool hat Gahrens + Battermann sechs Veranstaltungspakete für verschiedene Anlässe geschnürt. Diese sechs Sets bieten optimale Produktkombinationen für die Bereiche Tagung, Roadshow, interne wie auch Verkaufsveranstaltungen sowie Messen. Beispielsweise besteht das Set Event aus den Tools Presentation Service, Registration, Digital Signage, Event App, Event Vote, Teamplay. Das Tool Teamplay fand bisher besonders guten Anklang bei den Kunden. Dieser Erfolg verblüffte sogar Hesse ein wenig: „Die große und positive Resonanz von Unternehmen und Agenturen hat uns gelinde gesagt, selbst überrascht."

Elf verschiedene Tools unterstützen alle Arbeitsschritte der Eventorganisation

Teamplay nutze spielerisch dynamische Prozesse, um Gruppen als solche zu etablieren und deren kollektive Intelligenz in gemeinschaftlichen Projekten zu nutzen, erklärt er weiter. Durch gezielte Ansprache, Begeisterung, Emotion und Spaß am Spiel würden Inhalte verständlicher. **[nl]**

Zum **Weltkongress für Sicherheit und Gesundheit** bei der Arbeit 2014 in Frankfurt wurden knapp 4.000 Teilnehmer begrüßt. Fotos: Gahrens + Battermann GmbH

Ein neues Zentrallager für Neumann & Müller

Neumann & Müller baut ein neues **Zentrallager** in Leipzig und bedient damit jetzt auch die Kunden in Mitteldeutschland. Foto: N&M

Neumann & Müller (N & M) Veranstaltungstechnik baut ein neues Zentrallager in Leipzig. Damit werden die bisherigen Standorte Berlin und Dresden aufgelöst und in Leipzig zusammengeführt. So sollen die Logistikwege des Equipments für Produktionen im mitteldeutschen Raum verkürzt werden – was den Kunden Geld spare, schreibt das Unternehmen. Von dort aus werden dann die Kunden rund um Berlin, Dresden, Erfurt und Leipzig versorgt. „Natürlich gibt es künftig ebenfalls ausreichende Räumlichkeiten, um Kunden die Umsetzung von Veranstaltungskonzepten zu visualisieren“, wird Jörg Bernhardt, Leiter der Dresdner N&M-Niederlassung zitiert. Neben Probeaufbauten können innovative, technische Lösungen in Dresden getestet werden. Neumann & Müller Veranstaltungstechnik ist nach eigenen Angaben Spezialist für Ton-, Licht-, Video-/AV- und Konferenztechnik sowie Medienproduktion, Event-IT, Rigging und Bühnenbau.

Numeo erweitert Produktangebot im Bereich Event Management

Durch eine strategische Partnerschaft mit Planet IT-Services baut das Stuttgarter Unternehmen Numeo sein Produktangebot im Bereich Event Management weiter aus. Mit dem Business Tool Pivent können Veranstalter ihre Events professionell organisieren und durchführen – von der Planung bis hin zum Abschluss und der Auswertung der Veranstaltung. „Ab sofort können wir beides bieten“, so Marcus Schlüter, Geschäftsführer von numeo, „mit Pivent schaffen wir die bestmögliche Unterstützung schon im Vorfeld eines Events. Und mit unserer bewährten Software-Applikation Confact ermöglichen wir den direkten Austausch mit den Teilnehmern während einer Veranstaltung.“ Alle Daten können problemlos vom einen in das andere System übernommen werden. Das Guest Management wird mit dem Business Tool deutlich vereinfacht: Anstatt Papier oder Excel-Dateien nutzen zu müssen, kann ein Veranstalter mit Pivent nun Einladungen gestalten, per E-Mail seine Gäste zum Event einladen und ihnen auch ein Kommunikationsportal mit vielfältigen Funktionen bieten. Neben der Registrierung können Gäste bereits die Anmeldung zur Veranstaltung vornehmen oder gegebenenfalls absagen. Ebenso erhalten sie dort ihre Reiseunterlagen sowie weitere Informationen zum Event. Bei allem behält der Veranstalter stets den Überblick hinsichtlich des aktuellen Standes der Zu- und Absagen, der Reisedaten der Teilnehmerinnen und Teilnehmer oder auch der Anzahl gebuchter und noch verfügbarer Kontingente an Hotelzimmern. [tog]

Anzeige

300 Jahre jung und Vorbild für ein welt

Bei einem Blick aus der Luft wird deutlich, warum Karlsruhe auch als die **Fächerstadt** bezeichnet wird. Mit dem Schloss als Zentrum orientieren sich alle großen Alleen strahlenförmig in alle Himmelsrichtungen. Foto: Bildstelle Stadt Karlsruhe

Als sich Markgraf Karl-Wilhelm von Baden während einer Jagd zum Mittagsschlaf hinlegte, träumte er von einer neuen Residenz in Form eines Sterns. Er sah diesen Traum als Auftrag und plante sogleich sein „Carols-Ruhe". So lautet zumindest die Legende.

Sicher ist, dass er am 17. Juni 1715 den Grundstein für seine neue Residenz legte, mit folgendem Plan: Das Schloss in die Mitte, die südlichen Alleen bilden das Stadtgebiet, andere Alleen führen direkt in das Jagdgebiet des Markgrafen. Und damit er nicht alleine in seiner neuen Residenz leben musste, schließlich brauchte er ja auch Einwohner, veröffentlichte er kurzer Hand einen Privilegienbrief mit Religionsfreiheit, bürgerlicher Gerichtsbarkeit und ohne Leibeigenschaft. Zu dieser Zeit nicht selbstverständlich.

Am 15. April 1788 besuchte Thomas Jefferson während seiner 14-tägigen Deutschlandreise Karlsruhe. Der Verfasser der amerikanischen Unabhängigkeitserklärung und US-Präsident war zutiefst beeindruckt von der Strahlenarchitektur der Rheinmetropole. Jefferson schickte seinem Stadtbaumeister Pierre L'Enfant neben Plänen anderer europäischer Großstädte wie Paris oder Mailand auch eine Skizze von Karlsruhe. Ziel: Die neue Hauptstadt der Vereinigten Staaten zu gestalten. Auch wenn L'Enfant die Planung schließlich nicht vollenden durfte, setzte auch sein Nachfolger offensichtlich auf das rheinische Vorbild. Zwar gehen die Straßen Washingtons von zwei Hauptpunkten ab – dem Kapitol und der Union Station – aber die Parallelen zu Karlsruhe und seiner Fächerarchitektur sind kaum von der Hand zu weisen.

Der markante Ausgangspunkt der heute zweitgrößten Stadt Baden-Württembergs ist noch immer das Karlsruher Schloss, Orientierungspunkt der Schlossturm. Heute gehört er zum Badischen Landesmuseum und ist auch für Planer nicht uninteressant. Denn die 165 zu erklimmenden Stufen enden auf der Aussichtsterrasse in 42 Metern Höhe. Hier liegt dem Besucher Karlsruhe sprichwörtlich zu Füßen und die einzigartige Architektur der Fächerstadt ist sehr gut zu erkennen.

Drei Schlagworte für Karlsruhe: Wissenschaft, Forschung und Recht

Neun Hochschulen, zwei Private und sieben Öffentliche mit knapp 42.000

politisches Zentrum | von Anna-Lena Gras

Studenten, 15 Forschungseinrichtungen und das KIT – Deutschlands größtes Forschungszentrum: Bei diesen Zahlen wird schnell deutlich, welchen Stellenwert Wissenschaft und Forschung in Karlsruhe haben. Alleine am Karlsruher Institut für Technologie – kurz KIT – studieren derzeit mehr als 20.000 Wissbegierige. Fächer wie Maschinenbau, Elektrotechnik, Bauingenieurswesen, Physik, Wirtschaftsingenieurswesen, Informatik und Informationswirtschaft sind nicht nur bei den Studenten beliebt, sondern genießen in der akademischen Welt ein hohes Ansehen. Absolventen des KIT stehen meist viele Türen offen. Als größter Arbeitgeber der Region beschäftigt das erst 2009 aus dem Zusammenschluss der Universität Karlsruhe und des Forschungszentrum Karlsruhe entstandene KIT mehr als 9.000 Menschen. Bedeutende Forschungseinrichtungen neben dem KIT sind gleich zwei Fraunhofer-Institute, nämlich das Fraunhofer Institut für Optronik, Systemtechnik und Bildauswertung (IOSB) und das Fraunhofer Institut für System- und Innovationsforschung (ISI), sowie das ANKA-Synchrotronstrahlungsforschungslabor und das Max-Rubner-Institut – eine Bundesbehörde des Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft. Ebenfalls eine wichtige Rolle fällt der IT-Forschung und Industrie zu.

Neben diesen schon beeindruckenden Einrichtungen wird Karlsruhe auch als „Residenz des Rechts“ bezeichnet. Kein Wunder, denn sowohl der Bundesgerichtshof, als auch das Bundesverfassungsgericht sitzen seit ihrer Gründung in den Jahren 1950 beziehungsweise 1951 in der Rheinmetropole. Durch diese interessante Mischung präsentiert sich Karlsruhe als dynamische Stadt in der richtungsweisende Entscheidungen gefällt und Prozesse vorangetrieben werden.

Verlässlicher Partner in Sachen MICE

Für Planer ist das Convention Büro die erste Adresse in Karlsruhe. Ansprechpartnerin in allen Fragen ist Pia Kumpmann. Sie steht bei der Planung einer Veranstaltung in und um Karlsruhe mit Rat und Tat zur Seite. Im Kompetenznetzwerk Convention Bureau Karlsruhe & Region sind alle wichtigen Partner aus Hotellerie, Kongresszentren, Special Event Locations (SELs) und Veranstaltungsdienstleitern vertreten. Planer können nicht weniger als 100 Prozent MICE erwarten. Der hauseigene Slogan verspricht dies.

17. bis 20. Juni 2015: Riesen-Party zum Geburtstag

Gleich vier Tage lang feiert Karlsruhe sich in diesem Sommer selbst. Vom 17. bis 20. Juni steigt die große Eröffnungsfeier, die zeitgleich auch der Startschuss für den Karlsruher Festivalsommer 2015 ist. Hinter der Organisation dieser riesen Sause steht das Stadtmarketing Karlsruhe unter der Leitung der Geschäftsführer Martin Wacker und Norbert Käthler. In Kooperation mit vielen Partnern wie der Sparda-Bank Baden Württemberg, der EnBW oder der Drogeriekette dm konnte die viertägige Feier realisiert werden. Das Konzept stammt aus der Feder der Arbeitsgemeinschaft Dreinull Agentur für Mediatainment und BattleRoyal. Für Karlsruhe haben die Berliner Agenturprofis sich einiges einfallen lassen. Den großen Höhepunkt findet das Spektakel in einer Multimedia-Show rund um das Schloss. Licht- und Feuerwerkseffekte, Akrobatik, Dance-Acts und eine lebendig werdende Stadtgeschichte sind nur einige Punkte, die an diesem Tag zu erwarten sind. Darüber hinaus wird die ganze Fassade des Schlosses an jenem Abend als riesengroße Leinwand genutzt.

Seit 1950 hat der **Bundesgerichtshof** seinen Sitz in Karlsruhe. Foto: ONUK

Auftrittsdesign setzt internationale Maßstäbe

Sabine Abrolat (52), Inhaberin und Geschäftsführerin des 1957 in Karlsruhe gegründeten Unternehmens Res-Ebert, ist das, was man in der internationalen Gestaltungsbranche von Kongressen, Messen, Hauptversammlungen von börsennotierten Unternehmen sowie politischen Großveranstaltungen einen „Top-Insider" nennt. Sie kennt jede gestalterische Nuance und jedes i-Tüpfelchen grafischer Überzeugungskraft, hat einen außergewöhnlichen Blick für den medienperfekten Auftritt ihrer vielseitigen Auftraggeber, sie kennt fast alle Messehallen Deutschlands bis in den hintersten Winkel, ist vertraut mit dem protokollarischen Einmaleins der Bundesregierung und des Auswärtigen Amtes, hat ein gutes Gespür für innovative Technologien und weiß wie wichtig es ist, kontinuierlich Nachwuchs auszubilden. Sie selbst sieht sich als „kreative Gestalterin für perfektes Auftrittsdesign", die das Metier quasi von Kindesbeinen an im Unternehmen ihrer Großmutter Res Ebert gelernt hat. 1985 entschied sich Sabine Abrolat in das Familienunternehmen einzutreten. Um eine fundierte Grundlage als zukünftige Unternehmensleiterin zu haben, studierte sie Grafikdesign in München und arbeitete parallel Seite an Seite mit ihrer Großmutter. Nach dem Tod von Res Ebert im Jahr 1996 übernahm sie als alleinige Geschäftsführerin die Res-Ebert GmbH & Co.KG. Seit 2000 bildet sie „GestalterInnen für Visuelles Marketing" aus. Als beispielgebende Unternehmerin wurde sie im Jahr 2011 mit der Wirtschaftsmedaille des Landes Baden-Württemberg ausgezeichnet.

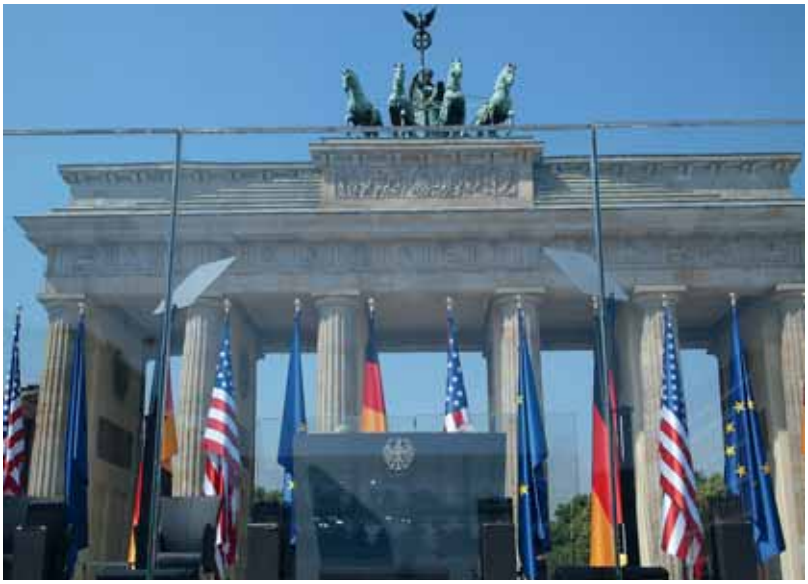
Frau Abrolat, weshalb lautet Ihre Unternehmensbotschaft „Ihr Auftritt entscheidet!"?
Abrolat: Wir sind überzeugt davon, dass jeder öffentliche Auftritt einer Person, eines Unternehmens, selbst einer kompletten Veranstaltung, nur dann erfolgreich ist, wenn er von einem klaren, nachhaltig wirkenden, überzeugenden Profil getragen wird. Die Gestaltung eines solchen Auftritts sollte daher bis in die kleinste Nuance perfekt sein – von der Gestaltung eines Namenschildes bis hin zu der Gesamtausstattung eines Events. Ein Auftritt sollte stets mit einer klaren Botschaft versehen sein, nicht nur verbal, sondern auch gestalterisch.

Warum „Auftrittsdesign" und nicht einfach „Gestalter für Messen, Kongresse etc."? Welche Rolle spielt das Design dabei?
Abrolat: Mit der Entwicklung von „Res-Ebert Auftrittsdesign", einem modularen Konzept zur visuellen, grafischen wie räumlichen Gestaltung unverwechselbarer, öffentlich wirkungsstarker Identitätsprofile, ist es uns gelungen, eine eigene Designsparte zu etablieren. Auftritt und Design werden zu einer überzeugenden Einheit miteinander verbunden. Design bedeutet ja im eigentlichen Sinne, Zeichen zu setzen. Unser Auftrittsdesign steht für ein gestalterisches Ineinanderwirken: Ein Zeichen, eine Handschrift, ein Bild, eine Aussage.

Welche Möglichkeiten hat Res-Ebert, Projekte umzusetzen? Was bieten Sie Ihren Kunden?
Abrolat: Ich denke, das Spannende an Res-Ebert ist, dass wir nichts in fremde Hände geben. Beratung, Konzeption, Gestaltung, Produktion und Realisierung am Veranstaltungsort kommen aus einer Hand, sind aus einem Guss. Gestalterisches und technisches Know-how sowie Innovation bilden eine Einheit. Nehmen Sie beispielsweise den Staatsbesuch von US-Präsident Obama 2013 in Berlin: Das von Res-Ebert realisierte Auftrittsdesign umfasste die Gesamtausstattung dieser einmaligen Veranstaltung, einschließlich Wegeleitung und Placement für die geladenen Gäste zu Obamas Open-Air-Auftritt am Pariser Platz. Die Weltpresse war vor Ort live dabei, da musste jede Botschaft lesbar und erlebbar sein. Das sind die besonderen Herausforderungen, und wir nehmen sie gerne an!

Sie haben den Ruf eines besonders innovativen Unternehmens.
Abrolat: Das hat seit 1957, seit der Gründung von Res-Ebert, Tradition. Bereits meine Großmutter war in Sachen innovativer Drucktechniken oder besonderer Dekorstoffe der Konkurrenz immer einen Schritt voraus, immer mit dem Ziel vor Augen, dem Kunden etwas Besonderes zu bieten. Heute sind wir oft die Ersten, die von Produzenten und Zulieferern angefragt werden, neue Produkte und Technologien auf ihre Tauglichkeit hin zu testen. So sind wir immer wieder mal auch Trendsetter für die Gestaltungsbranche.

Frau Abrolat, wir bedanken uns für das Gespräch.



Res-Ebert gestaltet das Podium anlässlich des Obama-Besuchs in Berlin 2013. Foto: Res-Ebert

Karlsruhe.
Kongresse mit Kompetenz.*

Kompetenz | **Recht**

Kompetenz | **Wissenschaft**

Kompetenz | **Medizin**

Kompetenz | **IT**

*Karlsruhe ist das Zentrum einer der dynamischsten Wirtschafts-, Wissenschafts- und Forschungsregionen Europas. Hier sind große Unternehmen und starke Marken zu Hause wie EnBW, 1 &1 und dm-drogerie markt. Hier boomen die Zukunftsbranchen IT, Energie und Mobilität. Hier sind das Karlsruher Institut für Technologie (KIT), drei Fraunhofer-Institute, das Max Rubner-Institut, das Bundesverfassungsgericht und der Bundesgerichtshof zu Hause. Hier finden Sie die Karlsruher Messe- und Kongress-GmbH. Die richtige Adresse für Ihren Kongress.

KMK **IDEEN VERBINDEN.**
Karlsruhe –
Messen und Kongresse

www.**kongress-karlsruhe**.de

Kunst als zentrales Thema

Seit fast 15 Jahren ist das Hotel Blauer Reiter eine der **Topadressen** für Businessreisende in Karlsruhe. Alle Fotos: Hotel Blauer Reiter

2001 eröffneten Iris und Wolfgang Fränkle das Hotel der Blaue Reiter in Karlsruhe-Durlach. Schon aufgrund des Namens liegt es nahe, das Design des Hauses daran zu orientieren.

Die Künstlergruppe *Der Blaue Reiter* mit ihren „Vorreitern" Wassily Kandinsky und Franz Marc sind ständiger Begleiter im Hotel. Ob ein tatsächlich blaues Pferd im Garten oder Bilder an den Wänden, alles ist auf die Künstlergruppe ausgerichtet. Kunstkenner werden sich jetzt natürlich fragen: Was hat Durlach mit dem Blauen Reiter zu tun? Eigentlich nichts. Schließlich waren die expressionistischen Meister eher im Großraum München verortet. Und genau dort entstand auch die Idee für das besondere Designkonzept in Durlach. Bei einem Besuch des Lenbachhauses in München – hier findet sich die weltweit größte Sammlung zur Kunst des Blauen Reiters – ließ sich das Inhaberehepaar inspirieren, das die Führung des Hotels mittlerweile an Sohn Marcus übergeben hat.

Durch die künstlerische Orientierung entstand im Laufe der Jahre – eine Erweiterung des Betriebs erfolgte im Jahr 2007 – ein modernes Kunst-Design-Hotel, das mit Wohlfühlatmosphäre und stylischen Highlights überzeugt. Durch mehrere Erweiterungen über die letzten Jahre verfügt der Blaue Reiter heute über insgesamt drei Gebäudeteile, die sich in fußläufiger Distanz zueinander befinden. Neben dem Haupthaus gehören auch das Kunstwerk und der Kubus zum Hotelkomplex.
Im Hauptgebäude des Vier-Sterne-Superior-Hauses finden sich 68 Zimmer. Alle individuell gestaltet und auch perfekt in das Designkonzept integriert. Ob im Einzel- oder Doppelzimmer, in Junior- oder Penthouse-Suite: Zentrales Objekt eines jeden Raumes ist ein Kunstwerk, meist von der Künstlergruppe selbst. Nur in einigen wenigen Zimmern finden sich keine Bilder des Blauen Reiters. Hier wurden andere expressionistische Werke ausgewählt, die das Designkonzept des einzelnen Zimmers unterstreichen.
Ebenfalls im Haupthaus untergebracht sind neben Rezeption, Tiefgarage und Frühstücksrestaurant insgesamt zwei Tagungsräume mit jeweils 100 Quadratmetern. Beide Räume sind in der Mitte teilbar und bieten Platz für maximal 70 beziehungsweise 35 Personen. Für kleinere Meetings hält der Blaue Reiter drei Besprechungsräume bereit. Die Räume Klee I und II sind mit einem Konferenztisch für bis zu sechs Personen ausgestattet. Für bis zu zehn Personen ist der Raum Penthouse ausgelegt. Besonderer Clou: Von diesem Raum gibt es einen direkten Ausgang zur Dachterrasse mit Blick über die Dächer von Durlach. Sowohl die Tagungs- als auch die Besprechungsräume verfügen alle über Tageslicht und das obligatorische Tagungsequipment wie Beamer, Bildschirm, Flipchart oder WLAN.
Für Post-Convention-Gespräche lädt die gemütliche Lounge & Bar in der Lobby des Hotels ein. Hier können Gäste ab 17 Uhr Inhalte der Seminare oder Besprechungen Revue passieren lassen. Hier befindet sich auch direkt nebenan die an das Hotel angeschlossene Hausbrauerei Vogelbräu. Badische Brauhausküche steht hier auf der Speisekarte. Allerdings ist das urige Restaurant auch bei den Einheimischen sehr beliebt. Daher sollten

u.: Vom Einzelzimmer bis hin zur Suite: **Expressionistische Kunst** ist das zentrale Merkmal aller Zimmer und bestimmt Design und Farbwahl

Modernes Design und kleine Style-Highlights dominieren das Bild in den Zimmern des **Kubus**

Gruppen unbedingt frühzeitig reservieren. Für die morgendliche Kulinarik empfängt der Frühstücksraum zum „First-Class-Breakfast“ wie es die Hotelbroschüre beschreibt. Und bei einem Blick auf das umfangreiche Buffet erklärt sich dieser Marketingslogan von selbst. Das Frühstück ist übrigens bei jeder Zimmerbuchung bereits enthalten und ist für alle Gäste ein guter Start in den Tag. Ebenfalls für alle Gäste nutzbar ist das nur 200 Meter entfernte Partner-Fitnessstudio Fit-In. Sowohl die Teilnahme an allen angebotenen Kursen als auch die Benutzung der Geräte – selbstverständlich alle auf dem neuesten Stand – ist für Hotelgäste inkludiert.

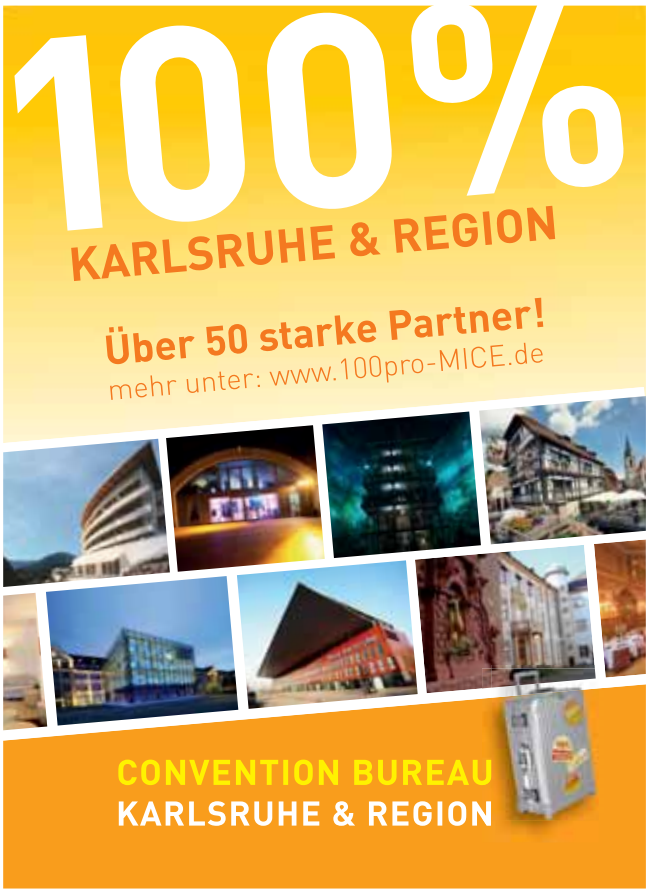
Eine Kooperation für die Zukunft

2010 erweiterte die Familie Fränkle erstmals nicht nur das Hotel. Mit der Übernahme eines alten Fabrikgebäudes nur etwa zwei Minuten vom Haupthaus entfernt expandierte die Familie vor allen Dingen im MICE-Segment. Vom stimmungsvollen Abend-Event über Produktpräsentationen bis hin zur klassischen Konferenz erlauben die Räumlichkeiten im neu entstandenen KunstWerk. Insgesamt 500 flexibel nutzbare Quadratmeter stehen Planern hier zur Verfügung. Bei einer Gesamtnutzung der Veranstaltungsfläche können hier bis zu 200 Personen tagen und noch viele mehr feiern. Bei einem nicht so großen Bedarf kann das KunstWerk in drei weitere Raum Varianten unterteilt werden. An drei verschiedenen Stellen lässt sich der Raum teilen. So entstehen im Raum „Kunst“ entweder 80 oder 120 Quadratmeter und im Raum „Werk“ 120 beziehungsweise 160 Quadratmeter, je nach Bedarf und Abtrennung. Alle Kapazitäten verstehen sich ohne das angrenzende Foyer, das sich beispielsweise auch für Pausen nutzen lässt, inklusive eigenem Bar- und Catering-Bereich. Bei gutem Wetter kann auch der Innenhof des alten Fabrikgebäudes mitgenutzt werden. Ambitionierter und erfahrener Partner beim Projekt KunstWerk war und ist der Karlsruher Caterer Kunzmann Events. Durch die zeitlich geteilte Nutzung – Montag bis Donnerstag steht das KunstWerk zur exklusiven Nutzung für den Blauen Reiter zur Verfügung, Freitag bis Sonntag führt Kunzmann Events Regie – haben beide Partner enorme Vorteile und die Location kann und meist ohne Leerstand optimal genutzt werden.

Eine zweite Erweiterung folgt auf dem Fuße

Nur etwa ein Jahr nach der Eröffnung des KunstWerk folgte dem mit dem Kubus die aktuell letzte Erweiterung des Portfolios. Vis-à-vis dem KunstWerk entstand in 2011 der topmoderne Bau mit insgesamt zwölf Zimmern; ausschließlich in den Kategorien Superiorzimmer und -Suiten, sowie einer exklusiven Penthouse-Suite, die erst im Januar 2014 eröffnet wurde. In der kühleren Atmosphäre des Kubus verzichtete die Familie Fränkle darauf, die Thematik des Blauen Reiter erneut aufzugreifen. Stattdessen entschied man sich für Industrie-Schick und Loft-Design. Klare Linien, kühlere Farbtöne und verschiedene Eye-Catcher schaffen eine ganz besondere Stimmung.
So sind beispielsweise einzelne Wände mit unterschiedlichsten Materialen aufgewertet worden. Ob Steinmauer oder Metallplatten in Rostoptik ziehen sich vom Wohnraum bis ins Badezimmer. Auch die Badezimmertüren haben ein besonderes Design. Fotos verschiedener Städte wurden auf die Türen aufgebracht. Absolutes Highlight des Kubus ist aber zweifelsfrei die exklusive Penthouse-Suite. Satte 80 Quadratmeter stehen dem Gast hier zur Verfügung inklusive privater Sauna mit integriertem Dampfbad und großer Dachterrasse. Für Businessreisende interessant: Der separat gestaltete Wohn- und Essbereich ermöglicht auch private Meetings und Besprechungen für bis zu sechs Personen.

Anzeige



Kleine Messe mit großem Potenzial

Mit 52.000 Quadratmetern Hallenfläche plus 10.000 Quadratmetern Freifläche bietet die **Messe Karlsruhe** MICE-Profis jede Menge Möglichkeiten. Alle Fotos: KMK

Das Portfolio der Karlsruher Messe- und Kongress GmbH – kurz KMK – bietet Planern gleich vier Locations unterschiedlicher Ausrichtung. Die Messe Karlsruhe, das Konzerthaus, das Kongresszentrum, sowie die Schwarzwaldhalle mit der angeschlossenen Gartenhalle. Letztere liegen alle am historischen Festplatz mitten in der Innenstadt und bieten eine hervorragende Ausgangslage für MICE'ler. Etwas außerhalb der Innenstadt befindet sich die Messe Karlsruhe.

Drei klassische Messehallen und zusätzlich mit der dm-arena eine Multifunktionshalle finden sich unter dem architektonisch sehr ansehnlichen Dach der Karlsruher Messe. Schick und modern kommt die Messe Karlsruhe daher und bringt mit ihren Glasfronten und der eleganten architektonischen Schlichtheit alles mit, was eine Messe braucht. Alle drei Messehallen sind baugleich und bieten Veranstaltern eine Netto-Fläche von je 12.500 Quadratmetern pro Halle. Hinzu kommen noch einmal 12.500 Quadratmeter in der dm-arena. Diese ist übrigens für bis zu 14.000 Besucher ausgelegt. Abgerundet wird das Platzangebot mit einem 10.000 Quadratmeter großen Freigelände sowie dem 6.800 Quadratmeter großen begrünten Atrium und der Aktionshalle mit 1.800 Quadratmetern. Addiert man auch noch den Eingangsbereich zur Aktionshalle ergibt sich in Kombination sogar eine Fläche von bis zu 4.300 Quadratmetern für Events, Empfänge oder Präsentationen. Alle Räumlichkeiten der Messe – und das ist gerade bei schlechtem Wetter ein riesen Vorteil – sind durch verglaste Rundgängen mit einander verbunden. So kann auch bei gänzlicher Belegung aller Fläche jeder Teilnehmer garantiert trockenen Fußes zwischen den Hallen pendeln.

dm-Arena: Ein funktionales wie elegantes Schmuckstück

Die dm-Arena ist eine der größten Veranstaltungshallen in Deutschland und ist wahrscheinlich auch eine der schönsten. Mit der eleganten Deckenkonstruktion aus Holz und den darin eingelassenen Lichtbändern herrscht hier eine ganz besondere Atmosphäre. Durch einen separaten Eingang kann die Arena auch autark vom restlichen Messegelände betrieben werden. Wer nicht ganz so große Veranstaltungen organisiert und trotzdem das Ambiente der dm-Arena nutzen möchte, kann mittels zweier Trennvorhänge oder einem speziellen Trennwand-System die zu bespielende Fläche auf die gewünschte Größe reduzieren. Dadurch ergeben sich vielzählige Veranstaltungsmöglichkeiten. Vom Konzert über Sport-Event bis hin zur Firmenfeier oder einer Vorstandssitzung wurde hier schon in alles organisiert.

Ein Konferenzzentrum ist gleich mit dabei

Als Wissenschafts- und IT-Standort ist es in Karlsruhe gang und gäbe, Ausstellungsflächen mit Konferenzflächen zu kombinieren. Für die beiden wichtigen Wirtschaftssektoren der Stadt ist diese Kombination essentiell. So stehen neben den knapp 10.000 Teilnehmern bei Konferenzbestuhlung in der dm-Arena im messeeigenen Konferenzzentrum weitere Räumlichkeiten zur Verfügung. Zwölf variable Konferenzräume für 40 bis 150 Teilnehmer stehen hier bereit. Darüber hinaus gehört noch ein großer Konferenzsaal für bis zu 400 Teilnehmen zum Portfolio. Damit kann die Messe Karlsruhe nahezu jede Konferenzgröße bedienen. Als exklusiver Catering-Partner der Messe ist seit etwa zwei Jahren Gaul's Catering mit von der Partie. Die Köche aus Mainz kümmern sich um alle Belange in Sachen Kulinarik und organisieren von den Konferenzpausen bis zum High-Class-Dinner alles auf dem Messegelände.

li.: 14.000 Personen finden bei Konzerten in der **dm-Arena** Platz. Aber auch für Messen und Konferenzen eignet sich die Multifunktionshalle

re.: Ein zusätzlicher **Konferenzsaal** für bis zu 400 Personen sowie zwölf **variable Konferenzräume** runden das Portfolio der Messe ab

Das nächste Hotel zur Messe

Ob **Konferenz, Fahrzeug-Präsentation** oder beides gleichzeitig: Im Radisson Blu Karlsruhe ohne Probleme möglich

Insgesamt 199 Zimmer unterschiedlicher Kategorie bietet das **Vier-Sterne-Haus**. Fotos: Radisson Blu Karlsruhe

Einziger Nachteil des Radisson Blu Karlsruhe ist die offizielle Lage im Vorort Ettlingen. Dadurch fällt vielen Planern gar nicht auf, dass das Vier-Sterne-Haus faktisch das nächste Hotel im Umkreis der Messe Karlsruhe ist. Und mit 199 Zimmern und Suiten auch nicht gerade eines der kleinsten der Branche. Ebenfalls beeindruckend sind die insgesamt 19 Tagungsräume, die das Radisson Blu zu bieten hat. Insgesamt 1.033 Quadratmeter Eventfläche finden sich auf dem Areal des Hotels. Der größte Raum, mit Namen Karlsruhe, kann mit seinen 324 Quadratmetern, für jede Art von Veranstaltung genutzt werden. Als größter Raum der Tagungsfläche bietet er Platz für bis zu 320 Personen und ist sogar für bis zu fünf Autos befahrbar. Für Planer, die lieber Außenflächen nutzen möchten oder müssen, stehen ganze 2.600 Quadratmeter Grünflächen direkt um das Hotel und eine 275 Quadratmeter große Event-Terrasse zu Verfügung. Für eine besondere Nutzung der Außenflächen können MICE'ler auf ein außergewöhnliches Grill-Event zurückgreifen. Sommer wie Winter ist „Chill & Grill" etwas Besonderes. Im Barbecue-Smoker können ganze Themenbuffets gezaubert werden. Und ganz egal ob Kick-off-Event oder Post-Convention-Abend, Teilnehmer werden es wohl kaum wieder vergessen.

Als eines der wenigen Hotels in Karlsruhe und Umgebung verfügt das Radisson Blu noch über einen Indoor-Pool im Wellnessbereich. Neben den hier zu schwimmenden Bahnen können Businessgäste auch die angrenzenden Cardio-Geräte für das entsprechende Workout nach getaner Arbeit nutzen.

Tagen, feiern und genießen am Festplatz

Der Festplatz ist das Zentrum der vier weiteren Locations unter der Leitung der Karlsruher Messe- und Kongress-GmbH (KMK). Völlig unterschiedlich sind alle vier, haben aber eines gemeinsam: sehr gute Betreuung durch die KMK.

Mitten in der Innenstadt präsentiert sich das **Kongresszentrum Karlsruhe** mit gleich vier Locations am Festplatz. Alle Fotos: KMK

Das engagierte Team um Geschäftsführerin Britta Wirtz sitzt auch mit seinem Büro direkt am Festplatz und hat alle vier Locations rundherum genauestens im Blick. Wie auch in der Messe, schwingt der Mainzer Caterer Gaul's bei den Locations am Festplatz den Kochlöffel. Das gesamte Areal, das als Kongresszentrum Karlsruhe firmiert, ermöglicht bei einer Gesamtnutzung der Locations – inklusive Festplatz – Veranstaltungen mit einer Größe von bis zu 13.000 Personen. Mit jedem Verkehrsmittel ist der Festplatz leicht zu erreichen. Eine S-Bahn-Haltestelle liegt direkt am Eingang zum Festplatz und zu Fuß dauert es etwa zehn Minuten zum Hauptbahnhof. Wer mit dem Auto anreist, kann sich auf einen der 1.000 Parkplätze im Parkhaus direkt unter dem Festplatz stellen.

Das Konzerthaus ist wohl das Schmuckstück im Portfolio der KMK. Zum 200. Geburtstag der Stadt, also genau vor 100 Jahren wurde der Säulenbau, der von außen an einen griechischen Tempel erinnert, erbaut. Die Karlsruher Architekten Curjel & Moser waren für die Umsetzung des Baus verantwortlich.

Konzerthaus Karlsruhe: Kapazität für bis zu 1.000 Personen und historische Architektur

Die prunkvolle Außenfassade und das stilvolle Foyer verleihen jeder Veranstaltung den Glanz der „alten Tage". Rund um das Jahr finden hier zahlreiche Kulturveranstaltungen wie klassische Konzerte oder Theateraufführungen statt. Planer können den Prunkbau aber auch für Kongresse, Präsentationen und Rahmenprogramme nutzen.

Herzstück des Konzerthauses ist der Große Saal, der mit einer fest installierten Bestuhlung Veranstaltungen für bis zu 1.000 Personen erlaubt. Die historische Architektur des Saales wurde trotz schwerer Beschädigung im zweiten Weltkrieg erhalten beziehungsweise wieder instandgesetzt. Als klassischer Konzertsaal ist der Große Saal neben der hervorragenden Akustik auch mit neuester Technik im Bereich Ton, Licht sowie Bühne ausgestattet und kann für nahezu jede Art der Veranstaltung genutzt werden – ob Vorstandssitzungen, Mitgliederversammlungen, Diskussionsrunden, Vorträge oder klassische Konferenzen. Die Bühne des Großen Saals lässt sich ebenfalls an sämtliche Planer-Bedürfnisse anpassen. Mehr Quadratmeter für die Bühne oder lieber mehr Stuhlreihen sind Entscheidungen, die jeder Planer entsprechend der Veranstaltung treffen kann. Eine Etage weiter oben verfügt das Konzerthaus darüber hinaus noch über den kleinen Saal für bis zu 160 Personen und drei Seminarräume für zwölf bis 56 Personen.

Schräg gegenüber liegt die Stadthalle, die mit wahrhaft großen Kongresskapazitäten überzeugt. Hinter der denkmalgeschützten Säulenvorhalle – auch hier waren Curjel & Moser am Werk – verstecken sich insgesamt fünf Veranstaltungssäle für bis zu 4.000 Personen, 17 Seminarräume, fünf Konferenzräume für bis zu 530 Personen und drei Foyers mit einer Gesamtfläche von 6.000 Quadratmetern. Zusätzlich gibt es für die schreibende Zunft noch ein eigenes Pressezentrum im Haus. Der Status als eines der größten Kongresszentren Deutschlands ergibt sich bei einem Blick auf die Kapazitäten von selbst. Durch die geschickte Planung der ehemaligen Ausstellungshalle fällt Teilnehmern und Planern die Größe aber nicht negativ auf. Alle großen Räume sind übereinander gebaut und man könnte das Architektur-Prinzip mit einer russischen Matrjoschka vergleichen. Die „übereinander gestapelten" Räume bilden das Zentrum des Kongresshauses. Ringsherum erstrecken sich die ausgedehnten Foyerflächen, die sich hervorragend für begleitende Ausstellungen eignen. Im Außenkranz des Gebäudes befinden sich die Seminarräume, die gerade bei Großveranstaltungen gerne für Workshops, Gruppenarbeiten oder kleinere Vorträge genutzt werden.

Denkmalgeschützt und bereits 1953 säulenfrei

Dritte Location rund um den Festplatz ist die Schwarzwaldhalle. Die heute unter Denkmalschutz stehende Veranstaltungshalle wurde von Erich Schelling und Ulrich Finsterwalder geplant und erbaut. Nach nur sechs Monaten Bauzeit konnte die Schwarzwaldhalle am 19. August 1953 eröffnen. Aber nicht nur die geringe Bauzeit ließ die Architekturwelt der 50er Jahre aufhorchen. Denn die Deckenkonstruktion war zu diesem Zeitpunkt fast revolutionär. Ein freitragendes Hängedach aus einer sechs Zentimeter starken, vorgespannten Betonschale konstruierten die beiden Architekten für die Schwarzwaldhalle. In dieser Größe ein absolutes Novum in Architektenkreisen und die erste Halle in ganz Europa mit einem selbsttragenden Hängedach.

Im Inneren hat sich die Halle ihren 50er-Jahre-Charme glücklicherweise erhalten. Selbstverständlich wurden aber Modifizierungen in den wichtigen Bereichen wie Sicherheit, Technik und Ausstattung vorgenommen. So können bis zu 5.000 Personen ohne größere Schwierigkeiten feiern. Für Konzerte oder besondere

1.796 Personen können im **Johannes-Brahms-Saal** der Stadthalle Platz nehmen

Ihr Auftritt entscheidet!

IN MEDIAS
RES-EBERT®
Auftrittsdesign
www.res-ebert.com

RES-EBERT GmbH & Co. KG | Kongresszentrum Karlsruhe, Konferenzhaus | Festplatz 9 | D-76 137 Karlsruhe | Tel. +49 (0) 721/35 68 70

li.: Über 60 Jahre und noch heute eine kleine Schönheit: Die **Schwarzwaldhalle** überzeugt mit original Charme der 50er Jahre

re.: Wer auf der Suche nach einer besonderen Location ist, sollte sich die **Gartenhalle** genauer anschauen

Abend-Events mit Live-Auftritten stehen für Künstler gleich acht Künstlergarderoben bereit. Durch die mobile Tribüne, die jedem Gast eine freie Sicht ermöglicht, kann die Schwarzwaldhalle aber auch für Kongresse, Präsentationen oder Ausstellungen genutzt werden. Einzig fester Bestandteil der Halle ist die Bühne. Um in dem ovalen Bauwerk optimale Akustikbedingungen zu schaffen, hat die KMK sich für sogenannte Schallschluckvorhänge entschieden. Die neueste Anschaffung optimiert in Kombination mit dem Akustikhimmel die Soundqualität für Pop, Klassik und Gesprochenes. So kann von jedem Sitzplatz, egal ob in Theater-, Bankett- oder parlamentarischer Bestuhlung alles gehört werden. Die angrenzende Kassenhalle inklusive Foyer kann ebenfalls für Empfänge und kleinere Veranstaltungen genutzt werden.

Heizkraftwerk-Kamin als interessanter Blickfang

Letzte Location im Viererbund am Festplatz ist die Gartenhalle. Sie ist direkt an die Schwarzwaldhalle angeschlossen und bietet einen etwas ungewöhnlicheren Rahmen. Das 1957 eröffnete Bauwerk eignet sich besonders für Veranstaltungen und Messen. Auf den 5.800 rundherum verglasten Quadratmetern bietet die Halle flexible Nutzungsmöglichkeiten durch angepasste Raumgrößen. Zwar kann nicht akustisch, aber in jedem Fall visuell getrennt werden. Einziger Fixpunkt in der sonst nur durch Säulen begrenzten Halle ist der denkmalgeschützte Kamin des ehemaligen Heizkraftwerkes Mitte. Da an diesem Kamin nichts geändert werden darf, ist die Gartenhalle einfach drum herum gebaut, verglast versteht sich. Dadurch entsteht ein interessanter Blickfang, der Gästen, Besuchern oder Teilnehmern sicherlich im Gedächtnis bleibt. Eine weitere Besonderheit ist die direkte Anbindung an den Zoologischen Stadtgarten Karlsruhe. Der Streichelzoo beispielsweise liegt direkt hinter einem der Ausgänge. Durch diese Nähe können Planer in Absprache für Pausen oder Empfänge auch Flächen des Zoos nutzen.

Direkter Zugang zum Kongresszentrum

Mitten in Karlsuhe, direkt am Festplatz gelegen, befindet sich das Novotel Karlsruhe. Unter der Leitung von Axel Hoffmann agiert das Vier-Sterne-Superior-Haus professionell auf dem Tagungsmarkt. 600 Quadratmeter exklusive Veranstaltungsfläche, die separat vom regulären Hotelbetrieb bewirtschaftet werden kann, stehen Planern in der ersten Etage des seit 2007 unter der Novotel-Flagge wiedereröffneten Hotels zur Verfügung. Das in Form einer Acht gebaute Hotel beheimatet sechs Tagungsräume, einen Boardroom und drei Trainerzimmer, die auch als Gruppenräume nutzbar sind. Durch die Architektur bedingt, verläuft der Tagungsbereich um einen Innenhof, der für Pausen und kleinere Events genutzt werden kann. Im größten Raum des Ensembles – dem Fächersaal – können in Theaterbestuhlung bis zu 260 Personen Platz nehmen. Alle Räumlichkeiten haben einen lokalen Bezug und erhielten Namen, die mit Karlsruhe zu tun haben. Wie zum Beispiel „Ettlinger Tor“ (90 pax) oder „Karlstor“ (40 pax). Reichen die Kapazitäten des Hotels nicht aus, können auch die Räumlichkeiten des nebenan gelegenen Kongresszentrums genutzt werden. Eine direkte Anbindung per Glassteg führt Hotelgäste vom hoteleigenen Konferenzbereich in das Kongresszentrum Karlsruhe.

Für Abendveranstaltungen steht Gruppen exklusiv die Bierstube „Anno 1516“ zur Verfügung. Hier können Planer stimmungsvolle Abende in uriger Atmosphäre realisieren, Catering-Möglichkeiten inklusive. Regulär werden die kulinarischen Genüsse allerdings im „Majolika“serviert. Das Hotel Restaurant schließt direkt an die „Newsbar“ an und bietet regionale Küche auf hohem Niveau. Im Sommer bietet das „Majolika“ eine große Außenterrasse. Nächtlichen Komfort bieten insgesamt 246 moderne Zimmer und Suiten.

li.: Direkt am Festplatz und mitten in der Karlsruher Innenstadt liegt das **Novotel Karlsruhe City**

u.: Elegant und stylisch präsentiert sich das **Vier-Sterne-Superior-Haus** seinen Gästen.
Fotos: Novotel Karlsruhe City

Tagungs- und Eventlocation in einem

Raum für Business und Genuss ist wohl die treffendste Beschreibung für die Scheune40, die sich ihre Betreiber hätten ausdenken können. Und dass Birgit Steinbach und Klaus Schmid voll hinter ihrem erst etwa einjährigen Produkt stehen, merkt man sofort. Mit viel Engagement haben sie die alte Tabakscheune in Stutensee zu einer Event- und Tagungslocation umgebaut. Auf drei Etagen können Gruppen sich heute sowohl kulinarisch als auch geistig austoben. Innenhof und erste Etage der Scheune40 stehen voll im Zeichen der Kulinarik. Im Hof kann gegrillt werden, im ersten Obergeschoss steht eine vollausgestatte Profiküche zur Verfügung, die sich auch für Kochevents abseits einer Tagung oder ähnlichem nutzen lässt. Besonders beliebt in der professionellen Umgebung sind die Firmenevents „Kochen im Team“. Hier können kleinere Gruppen gemeinsam Kochen und ein eigenes Menü kreieren und hinterher wird zusammen gegessen. „So lässt sich der Teamgeist ungemein steigern“, erklärt Birgit Steinbach. Wer aber nicht nur auf den Eventcharakter setzen möchte, kann sich im zweiten Stock in den 100 Quadratmeter großen Seminarraum zurückziehen. Für bis zu 20 Personen ist der vollklimatisierte Raum hervorragend geeignet. Ab Sommer 2015 steht mit dem Grillplatz an der Schleifmühle eine weitere Location zur Verfügung. Hier können Grillevents bis zu 30 Personen realisiert werden.

li.: Im **Culinarium** – dem Herzstück der Scheune40 – können Gruppen gemeinsam kochen und feiern

u.: Die ehemalige **Tabakscheune** kann heute sowohl für Kochevents als auch für Tagungen mit bis zu 20 Personen bespielt werden. Fotos: Scheune40

Anzeige

SCHWARZWALD PANORAMA
Hotel.Campus.Selfness
★ ★ S ★ ★
BAD HERRENALB

FRISCHE IM KOPF

Tagungen beschäftigen in erster Linie unseren Kopf. Langes Sitzen strengt den Körper an, verspannt ihn und macht müde. Damit Ihre Teilnehmer mit freiem Kopf zu neuen Erkenntnissen und frischen Ideen gelangen, bieten wir Ihnen verschiedene Grundbausteine für effektives Lernen. Denn nur in einem flexiblen Körper wohnt auch ein reger Geist.

WWW.SCHWARZWALD-PANORAMA.COM/FRISCHE-IM-KOPF

Rehteichweg 22 . 76332 Bad Herrenalb . Reservierungstelefon: (07083) 927-0

Ein Fahrzeug für alle (Lebens-)lagen

In Gaggenau widmet sich ein ganzes Museum dem „Universal-Motor-Gerät“, kurz Unimog. Kaum ein Fahrzeug ist vielfältiger einsetzbar als der Unimog. Ob beim Militär, in der Land- und Forstwirtschaft, oder als Bohrfahrzeug. Überall findet das deutsche „Urfahrzeug“ seine Einsatzmöglichkeiten. In den Räumlichkeiten des Museums können Besucher die Geschichte des Unimogs hautnah erleben. Aber auch MICE’ler sind hier genau richtig. Denn das Museum lässt sich sowohl für Veranstaltungen als auch Tagungen hervorragend bespielen. 110 Quadratmeter Tagungsraum stehen auf der oberen Etage mit Blick entweder ins Museum oder ins Murgtal zur Verfügung. Für Pausen oder kleine begleitende Ausstellungen können die direkt an den Saal anschließende Empore und die Panorama-Empore mit Blick über die gesamte Ausstellungsfläche genutzt werden.

Abends oder montags – da ist das Museum geschlossen – steht Planern sogar die Ausstellungsfläche des Museums zur Verfügung. Dann werden kurzerhand die Fahrzeuge aus dem Museum gefahren und so eine Veranstaltungsfläche für bis zu 200 Personen geschaffen. Für das Catering können sich MICE-Profis an das museumseigene Restaurant wenden.

Als Highlights eines Seminars, einer Konferenz oder Feier sollten Planer den Außenbereich des Museums im Blick haben. Neben der Außenterrasse für etwa 90 Personen, gibt es auch noch den Unimog Parcours. Hier können Gäste hautnah miterleben was ein Unimog alles leisten kann. 100 Prozent Steigung oder Gefälle sind für das Gefährt kein Problem. Ein Unimog fällt auch nicht bei extremen Seitenlagen um. Das zeigen die Fahrer des Museums live. Für ganz Mutige gibt es sogar die Möglichkeit eines Fahrertrainings. Unter professioneller Anleitung können alle, die sich trauen, eine Runde im Unimog-Parcours drehen und etwas Unvergessliches erleben.

li.: Ob Mit- oder Selbstfahren, der **Unimog Parcours** ist sicherlich das Highlight eines Besuchs

o.: Glamouröser **Abend-Event** zwischen Fahrzeugen und Ausstellung. Nicht alltäglich, aber einzigartig. Fotos: Unimog Museum

Auf Schatzsuche mit Kollegen:

Mit Bitou zum maßgeschneiderten Firmenevent

Vom Rahmenprogramm bis zum exklusiven Betriebsausflug bietet der Event-Anbieter Bitou, alles, was das Planer-Herz begehrt. Klassische Geo-Caching-Touren oder Event-Cooking sind im Portfolio der vor über zehn Jahren gegründeten Agentur zu finden. Aber auch spezielle Teambuilding-Events wie Floßbauen oder Seifenkistenrennen können organisiert werden. Bei Bedarf stellt Bitou alle Events auch unter ein bestimmtes Motto. Die Event-Agentur macht auch schon Tage oder Wochen vorher den Mitarbeitern den Spaß in der Gruppe schmackhaft. Bei einer Schatzsuche beispielsweise werden die echten Schatzkarten bereits vorher an jeden Mitarbeiter versandt. So kann jeder schon einmal erste Vermutungen anstellen, bevor es dann wirklich losgeht. Kunden wie Lufthansa, BASF, EnBW, B&B Hotels und viele mehr haben sich bereits von dem Anbieter aus Staufen ein Event auf den Leib schneidern lassen. Von der „Meuterei auf der Bounty“ bis zur „Schatzsuche und Entdeckungstour“ wurden schon die verschiedensten Event-Mottos umgesetzt. Insbesondere Teamtraining und Teambuilding haben einen hohen Stellenwert. So können Planer zwischen verschiedensten Varianten wählen. Alle Teambuildings verlaufen nach einem von Bitou entwickelten Fünf-Phasen-Modell ab: Verstehen – Erleben – Reflexion – Belohnen – Nachhalten.

„Spielwiese“ für die verschiedensten Events ist übrigens die gesamte Bundesrepublik. Durch ein weitverzweigtes Netz an Kooperationspartnern kann der Dienstleiter Events in der gesamten Bundesrepublik planen, organisieren und durchführen.

Für eine funktionierende Kettenreaktion ist die **Kommunikation** das A und O.

Erst wird gebaut, dann um den Sieg gefahren. Beim **Seifenkistenrennen** werden Kinderträume für Erwachsene wahr. Fotos: BITOU

Entschleunigung: Eine Motor-Kutschfahrt ins Grüne

o.: Stilecht fährt Ulrike Gärtner ihre Gäste zur **Landpartie** ins Grüne

u.: Wer selber fahren möchte, sollte seinen **Führerschein** nicht vergessen.
Fotos: AAGLANDER Motorkutsche Baden-Baden

Wer Konferenzteilnehmern eine ganz besondere Erfahrung gönnen möchte, sollte sich vertrauensvoll an Ulrike Gärtner wenden. Denn sie zeigt ihren Gästen stilecht in einer Aaglander Motorenkutsche die Umgebung rund um Karlsruhe. Und nicht nur die Kutsche entführt die Mitfahrer auf eine kleine Zeitreise. Denn auch die „Chauffeurin" selbst erscheint in stilechter Montur – passend, wie man sich einst zur Landpartie am Sonntag kleidete. Insgesamt zwei dieser im viktorianischen Stil neu gebauten Kutschen fährt Ulrike Gärtner regelmäßig durch das Karlsruher Umland. Durch einige Modernisierungen dürfen die Kutschen am normalen Straßenverkehr teilnehmen. Dadurch können Gäste über Landstraße hinweg bei etwa 20 Stundenkilometer Höchstgeschwindigkeit durch die Natur fahren und die Umgebung genießen. Und übrigens: Jeder Mitfahrer, der seinen Führerschein dabei hat, darf die original Aaglander auch einmal selber steuern. Mit 20 PS können Gruppen mit einer Größe von fünf Personen – mehr passen in das Gefährt gleichzeitig nicht hinein – das Aaglander Abenteuer wagen. Sollten größere Gruppen an einer Fahrt interessiert sein, organisiert Gärtner auch einen Transport in kleinen Gruppen zu einem Ziel in der näheren Umgebung.

Neben den Touren in die Rieddörfer, ins Rebland oder einer Schlösser-Tour können Gruppen auch individuelle Landpartien bei Ulrike Gärtner buchen. Je nach Zeit und Kundenwunsch gibt es hier nahezu keine Grenzen. Bei den individuellen Touren lässt sich auch eine Weinprobe oder ein Picknick mitten in der Natur realisieren.

Anzeige

DER BLAUE REITER DESIGNHOTEL

KUBUS KUNSTUND BUSINESS

KunstWerk

Wohnen
Tagen
Feiern

Hotel Der Blaue Reiter

Amalienbadstraße 16
76227 Karlsruhe
Telefon (0721) 94266-0
info@hotelderblauereiter.de
www.hotelderblauereiter.de

Platz 1 beim Grand Prix
der Tagungshotellerie
2012/13, 2013/14 und 2014/15.

miersch-media.de

Neue Strategie rückt Entschleunigung ganz in den Fokus

Gäste des Hotels **Schwarzwald Panorama** überblicken durch die erhöhte Lage des Hauses große Teile des Schwarzwalds. Fotos: Acura Schwarzwald Panorama

Auf einer Anhöhe in Bad Herrenalb liegt das Acura Schwarzwald Panorama Hotel. Und der Name ist Programm. Vor jedem Tagungsraum und fast jedem Zimmer erhebt sich der mystische Schwarzwald im Hintergrund. Zweites auffälliges Merkmal ist das Entschleunigungsprinzip. Durch verschiedene Kleinigkeiten wie einen Kraftpunkt oder das im ganzen Haus angewandte Feng-Shui-Konzept stellt sich schon beim Betreten der Lobby das Gefühl ein, als würde sich die Welt ein kleines Stückchen langsamer drehen. Sicherlich in der heutigen, schnelllebigen Zeit etwas, das auch Tagungen eingängiger macht. Insgesamt 88 Zimmer, allesamt mit bodentiefen Fenstern und Balkon oder Terrasse ausgestattet, acht Apartments und eine Suite stehen im Hotel zur Verfügung. Für den entspannenden Teil eines Arbeitstages stehen neben den klassischen Spa-Behandlungen auch Yoga und Qigong auf dem Fitnessplan. Wer lieber für sich alleine sportelt, kann die hoteleigene Fitnesssuite aufsuchen.

Erst im Mai 2013 wurde aus „Ruland's Thermenhotel" das Schwarzwald Panorama. Neue Schwerpunkte und eine geänderte Strategie brachten dem Vier-Sterne-Superior-Haus gleich zwei bedeutende Auszeichnungen. Im Jahr 2014 konnte Hoteldirektor Stephan Bode sowohl Platz zwei unter den besten Tagungshotels Deutschland als auch den neunten Platz in der Tagungshotellerie entgegennehmen.

Ein Campus für den MICE-Profi

Etwas abgetrennt vom regulären Hotelbetrieb und sogar mit separatem Eingang präsentiert sich der über 1.300 Quadratmeter große Konferenzbereich des Schwarzwald Panorama Hotels. Auf drei Etagen verteilen sich die insgesamt zehn Meeting- und Veranstaltungsräume mit einer Gesamtkapazität von mehr als 850 Personen. Alle Räume verfügen über einen Ausgang nach draußen, entweder öffnet sich die Tür auf einen Balkon oder die angeschlossene Terrasse. Die beiden größten Räume des Ensembles, der Dr.-Claudia-Wilhelm-Saal sowie das „Albtal" sind für jeweils bis zu 200 Personen in Reihenbestuhlung, beziehungsweise 100 in Parlamentsbestuhlung geeignet. Der besondere Clou des Campus: Durch den ovalen Bau sind alle Räume in diese Rundung gebaut und verfügen über eine komplette Glasfront mit Blick in den Schwarzwald. Wer um Ablenkung ob der herrlichen Landschaft fürchtet, kann den Raum auch vollständig verdunkeln. Das ist auch für Präsentationen ein großer Vorteil.

Neben der technisch hochwertigen Ausstattung ist die Nachhaltigkeit ein wichtiges Thema: vor, während und nach der Veranstaltung. Viele kleine Bausteine tragen dazu bei, dass Planer ihre Veranstaltungen klimaneutral anbieten können. Dabei steht die hoteleigenen Prämisse „Global denken – regional handeln" meist im Fokus der Bemühungen. So arbeitet das Haus vorrangig mit regionalen Bauern und Lieferanten zusammen. Der Küchenchef bezeichnet sein Angebot als „100 Prozent naturnah". Denn in den Kühl- und Speisekammern finden sich zu 70 Prozent Bio-zertifizierte Lebensmittel und zu 30 Prozent Slow Food. Darüber hinaus können Veranstalter die CO_2-Emissonen ihrer Teilnehmer ausgleichen. Der genaue CO_2 -Wert kann durch den hoteleigenen CO_2-Rechner ausgewiesen werden; Climate Partner investiert entsprechend in Klimaschutzprojekte. Um ein ganzheitliches Tagungserlebnis bieten zu können, sind Gesundheit und Effektivität zwei weitere wichtige Standbeine im Campus-Konzept. Neben Brain & Energy Food in den Pausen organisiert das Hotel-Team gerne auch Pausen für „Frische im Kopf". Hier können Teilnehmer mit Kerstin Weibrecht, der im Hotel agierenden, zertifizierten Yogalehrerin, eine Aktiv- oder Entspannungspause einlegen und so die Konzentration für den restlichen Tag wieder deutlich steigern. Eine dieser Pausen ist übrigens in jeder Tagungspauschale bereits enthalten.

Mit **Landschaft im Rücken** lässt es sich in allen Räumen des Hotels hervorragend tagen

Radisson Blu Hotel, Karlsruhe

Am Hardtwald 10
76275 Ettlingen
Tel.: +49 (0) 7243 380 0
Fax: +49 (0) 7243 380 666
info.karlsruhe@radissonblu.com
www.radissonblu.com/hotel-karlsruhe

- 199 großzügige, moderne Zimmer
- 19 Tagungsräume bis 320 Personen (PKW-befahrbar, 22 – 324 m²)
- 400 m² Ausstellungs- & Eventfläche
- 2.600 m² Außengelände mit 275 m² Event-Terrasse
- 2 Restaurants, Bar, Lounge, Swimming-Pool, Sauna, Fitnessraum
- Über 200 Parkplätze
- Verkehrsgünstige Lage, 10 Min. von Messe Karlsruhe, Hbf. und Stadtzentrum

Novotel Karlsruhe City

Festplatz 2
76317 Karlsruhe
Tel.: +49 (0) 721 3526-0
Fax: +49 (0) 721 3526-100
E-Mail: h5400@accor.com
www.novotel.com

- Perfekte Lage in der Innenstadt
- 246 komfortable Zimmer
- Restaurant und Bar
- Große Sommerterrasse
- 10 multifunktionale und klimatisierte Tagungsräume mit Tageslicht
- Kostenfreies W-Lan
- Unmittelbare Anbindung zum Kongresszentrum
- Tiefgarage mit rund 1.000 Stellplätzen

BITOU GmbH

Ballrechter Str. 4
79219 Staufen
Tel.: +49 (0) 7633 929060-0
Fax: +49 (0) 7633 929060-23
info@bitou.de
www.bitou.eu

- Rahmenprogramme für Tagungen
- Teambuilding-Events und Betriebsausflüge
- Teamtrainings mit Business-Coach
- Indoor- und Outdoor-Events für 10 bis 1.000 Personen: TAB Team Challenge, Geocaching, Kettenreaktion XXL, Seifenkistenrennen, Team-Mopoly, Casino-Events, Action-Painting, Teamturniere u.v.m.

Unimog-Museum Betriebs GmbH

An der B 462
Ausfahrt Schloss Rotenfels
76571 Gaggenau
Tel.: 07225 98131-0
Fax: 07225 98131-19
E-Mail: info@unimog-museum.de
Internet: www.unimog-museum.de

- DIE Eventlocation nicht nur für Technikfans
- Catering mit Unimog-Restaurant im Haus
- Feiern in der Museumshalle (1200 m²) zwischen den Fahrzeugen
- Veranstaltungsfläche (260 m²) im 1.OG
- Klimatisierter Veranstaltungsraum (110 m²) für bis zu 100 Personen
- Führungen, Technikworkshops auch in Fremdsprachen
- Highlight: Unimog (er)fahren im Außenparcours

Finanz- und Automotive-Branche bringt Hungexpo Aussteller und Besucher

Budapest als wirtschaftliches und kulturelles Zentrum von Ungarn ist auch der wichtigste Messestandort des Landes. In der Hauptstadt werden auf den Messen richtungsweisende Entscheidungen für den ungarischen Markt von mehr als zehn Millionen Menschen Ungarns getroffen. Neben den nationalen Messen haben sich in Budapest auch internationale Messen, sowohl Fach- als auch Verbrauchermessen in den vergangenen Jahren etabliert.

Budapest ist einfach und schnell erreichbar. Neben den nationalen Fluglinien gibt es viele Low-Cost-Airlines, die in Richtung Budapest starten. Der Flughafen befindet sich nur etwa 15 Minuten vom Stadtzentrum entfernt, zum Hungexpo-Messezentrum sind es circa 30 Minuten. Mit dem Zug in die ungarische Hauptstadt zu reisen, ist ebenso unproblematisch möglich: Von 25 europäischen Hauptstädten gibt es direkte Zugverbindungen nach Budapest. Zwischen Budapest und Wien beträgt die Reisezeit nur weniger als drei Stunden.

Hungexpo Budapest ist das größte Messezentrum Ungarns. Im Herzen der Hauptstadt gelegen, bieten die acht modernen Eventhallen Platz und Flexibilität für alle Arten von Veranstaltungen und Konferenzen. Die Hungexpo gehört zum französischen Unternehmen GL Events Group – der Lyoner Messegesellschaft. Sie organisiert und veranstaltet weltweit internationale Kultur-, Sport, Politik- und Businessevents sowie Kongresse, Tagungen und Messen.

Die FIFA wählte vor zwei Jahren das Hungexpo Gelände als Austragungsort für ihren 62. jährlichen Kongress. Auch Unternehmen wie Vodafone und Microsoft waren schon in Budapest zu Gast. Hungexpo ist Mitglied internationaler Verbände wie AIPC, ICCA, UFI und CEFA.

Das Expo Congress Hotel Budapest befindet sich direkt neben dem Haupteingang zum Messegelände der Hungexpo Budapest. Das Vier-Sterne-Haus verfügt über 160 Gästezimmer und einer Skybar im zwölften Stock, mit Panoramablick über die Stadt. Zudem hat das Hotel drei multifunktionale Meetingräume: Sie sind auf die Namen Expo, Congress und Sky getauft und verfügen jeweils um die 105 Quadratmeter. Hier können Veranstaltungen und Meetings für bis zu 340 Personen stattfinden. Im ersten Stock gibt es Board-Rooms für Teambesprechungen mit bis zu acht Teilnehmern. In der näheren Umgebung des Hotels finden Gäste viele Museen, Galerien und Thermen entlang der Donau für ansprechende Rahmenprogramme.

Nach der politischen Wende – als die Mauer gefallen war – spielte die ungarische Messe laut einem Report des Ausstellungs- und Messeausschusses der deutschen Wirtschaft (AUMA) eine bedeutende Rolle beim Übergang von der Plan- in die Marktwirtschaft. Dabei halfen der Budapester Messegesellschaft ihre teils jahrzehntelangen Kontakte ins westliche Ausland, gleichwohl mussten besonders Anfang der 90er Jahre Strukturen und Konzepte der Veranstaltungen den neuen Anforderungen entsprechend angepasst werden, so der AUMA.

Mittlerweile haben sich bei der Hungexpo neben den nationalen und internationalen Messen, auch Fach- und Verbraucherausstellungen von regionaler Bedeu-

tung durchgesetzt. Dabei handelt es sich im Wesentlichen um Hotel- und Gaststättenausstellungen, Garten- und Landwirtschaftsschauen sowie Endverbraucherveranstaltungen. Die wirtschaftliche Situation ist laut Gábor Ganczer, Chief Executive Officer (CEO) der Hungexpo gut. „2014 war für unser Unternehmen ein sehr erfolgreiches Jahr", sagt er. Die Fachmessen liefen laut seiner Aussage gut. Lediglich im Publikums-Segment gab es kleinere Rückgänge. Alle B2B-Veranstaltungen hätten die gesteckten Ziele erreicht, teilweise sogar übertroffen.

Die Automobilindustrie wird für Ungarns Wirtschaft immer wichtiger – und damit auch für die Hungexpo. Im Mercedes-Werk Kecskemét läuft nach dem Mercedes-Benz CLA die zweite Modellreihe vom Band – der Mercedes-Benz CLA Shooting Brake. Seit dem Produktionsstart im Jahr 2012 wurden am Standort mehr als 300.000 Fahrzeuge der B- und CLA-Klasse produziert. Auch die Anzahl der Beschäftigten ist enorm gestiegen: Zum Jahresende 2014 belief sich die Mitarbeiterzahl auf mehr als 4.000 und war damit um 1.000 Beschäftigte höher als im Vorjahr. Das Werk in Kecskemét – der erste europäische Mercedes-Benz Standort außerhalb Deutschlands – wurde im März 2012 eröffnet. Die Region Kecskemét, etwa 100 Kilometer südöstlich von der Hauptstadt entfernt, gilt als ein Zentrum der ungarischen Automobilindustrie. Kein Wunder also, dass eine entsprechende Fachmesse auf der Hungexpo ihre Tore eröffnete. „Der Fahrzeugbau ist unsere Zukunft", hieß das Motto der Internationalen Automobilausstellung „Automotive Hungary". Vom 5. bis 7. November 2014 trafen sich Vertreter aus der gesamten Fahrzeugindustrie im Hungexpo-Messezentrum in Budapest. Sowohl große als auch kleine und mittelständische Unternehmen waren auf der Fachmesse vertreten. Neben namhaften Automobilherstellern wie zum Beispiel Audi Hungaria Motor und Suzuki Magyar präsentieren sich Verantwortliche aus Forschung, Entwicklung, IT, Logistik und vielen weiteren Bereichen.

Diese Messe wurde im vergangenen Jahr zum ersten Mal veranstaltet und übertraf mit 200 Ausstellern und rund 7.000 Besuchern alle Erwartungen. Ein Besuch lohnt sich, meint der Pressedienst der Messe: In diesem Jahr dürften sich die Gäste auf 15 Prozent mehr Aussteller freuen. Die Ausstellungsfläche werde ebenso um 15 Prozent vergrößert. Auf die Besucher wartet ein Programm rund um die Themen „Geschäft, Wissenschaft, Karriere". Bei dem „Automotive – Techtogether" beispielsweise präsentieren junge Talente ihre Forschungsergebnisse. Auf der „Automotive Job Fair" haben Berufseinsteiger sowie -erfahrene die Chance, sich über Jobmöglichkeiten in der Automobilbranche zu informieren.

Wer ansonsten MICE-Partner in dem osteuropäischen Land sucht, dem sei die Webseite des 1990 gegründeten und seit 2000 zum Ungarischen Tourismusamt gehörenden Hungarian Convention Bureau (www.hcb.hu) empfohlen. Hier sind 350 ungarische MICE-Partner aufgelistet. Die größten Konferenzzentren befinden sich direkt in Budapest: die Budapest Sportarena (12.500 Personen), das SYMA Event Centre (10.000 Teilnehmer), die Hungexpo (15.000 Personen) und das Budapest Congress & World Trade Centre (1.800 Delegierte). Aber auch auf dem Lande sind moderne Konferenzzentren entstanden, beispielsweise in Debrecen und Balatonfüred (je 1.200 Personen), in Pécs (780 Personen), in Szeged (685 Personen), in Sopron und Kecskemét (je 600 Personen) sowie in Keszthely am Balaton (500 Personen). **[tog]**

Banker und deren Zulieferindustrie trafen sich Ende vergangenen Jahres zur Euro Finance, einer Messe mit Kongress auf dem Gelände der Hungexpo in Budapest. Fotos: tmf

Leuven:

Ein kleines belgisches Juwel für die MICE-Branche | von Anna-Lena Gras

Brügge, Gent, Antwerpen oder Brüssel – das fällt dem Planer zuerst ein, wenn er an Belgien denkt. In dem kleinen Königreich gibt es aber auch Juwelen, die der Businessreisende auf den ersten Blick übersieht. Das ist ein Fehler. Denn Leuven, zu Deutsch Löwen, ist ein Geheimtipp, knapp 20 Kilometer von Brüssel entfernt.

Durch die Nähe zur belgischen Hauptstadt ist die etwa 100.000 Einwohner große Stadt sowohl auf dem Luftweg, als auch per Schiene hervorragend zu erreichen. Direkte Shuttles verkehren zwischen Brüssel und Leuven regelmäßig: sowohl vom Flughafen als auch von einem der Bahnhöfe der belgischen Hauptstadt.

In Leuven angekommen, findet sich der Planer weit entfernt von typischer Großstadt-Hektik und unübersichtlichem Gewirr von Straßen und Menschen wieder. Flämisch-brabantische Kleinstadt-Idylle trifft es wohl am besten. Das Stadtzentrum – bestehend aus Großem Markt, Rathaus und St.-Peter-Kirche – entzückt nicht nur den „normalen" Touristen, auch Veranstaltungsplaner sollten unbedingt einen kleinen Stadtspaziergang in das Programm einbauen.

Nur einen Steinwurf entfernt liegt dann auch schon die erste Adresse, die sich MICE-Profis merken sollten. Das Martin's Klooster bietet den kleinen, aber feinen Rahmen für Veranstaltungen. In dem ehemaligen Konvent aus dem 16. Jahrhundert, das zum Teil erhalten wurde, finden sich heute insgesamt 103 Zimmer sowie ein eigenes Konferenzzentrum mit drei Tagungsräumen, die bei entsprechender Kombination Platz für bis zu 240 Personen bieten. Weitere Tagungs- und Konferenzmöglichkeiten im Hotel sind Orangerie und Morillon für 120 beziehungsweise 80 Personen. Bei gutem Wetter kann auch der Garten des Hotels für Veranstaltungen genutzt werden. Wer den etwas anderen Rahmen in einer sakralen Immobilie bevorzugt, sollte sich die älteste gotische Kirche Löwens einmal genauer anschauen. Direkt gegenüber dem Hotel können hier exklusive Veranstaltungen oder Produktpräsentationen realisiert werden.

Eine weitere Hotellerie-Adresse ist das Pentahotel. Typisch stylisch kommt das 103 Zimmer starke Haus daher und bietet gleich zwei Konferenzräume mit jeweils 54 Quadratmetern. Mittelpunkt des Hauses ist die Lobby mit angrenzender Bar und stimmigem Beleuchtungskonzept: passend zur Tageszeit wechselt die Lichtfarbe und verleiht den Räumlichkeiten ein ganz besonderes Flair. Nicht zuletzt deshalb treffen sich auch Einheimische hier gern auf ein Feierabendbier.

Weltzentrale für Gerstensaft

Apropos Bier: Eine Bierverkostung in Leuven gehört zum Standardrepertoire. Kein Wunder, denn mit der Anheuser-Busch InBev – besser gesagt mit einem ihrer operativen Sitze – ist auch die weltweit größte Brauereigruppe in Löwen ansässig. Beispielsweise im „Geburtshaus" von Stella Artois befindet sich heute eine der Top-Eventlocations der Stadt. 1926 wurde hier in den historischen Kesseln, die bis heute erhalten sind, das erste Stella Artois überhaupt gebraut. Nach der Expansion der Biermarke und der Notwendigkeit neuer Räumlichkeiten stand die alte Produktionsstätte lange leer, genau gesagt seit 1997. Im Jahr 2007 entschlossen sich jedoch sieben ambitionierte Löwener dazu, das Gebäude zu kaufen und zu einer Eventlocation umzugestalten. Heute stehen Planern sechs verschiedene Räume, darunter der im Original erhaltene *Brouwzaal* – zu Deutsch Brausaal –, zur Verfügung. Hier wurde bis zum Auszug aus dem Gebäude tatsächlich noch Bier gebraut. Bis zu 240 Personen fassen die zwei größten Räume, zu denen auch der Brouwzaal gehört. Bei einer exklusiven Buchung der gesamten Location ergibt sich Platz für sogar bis

1+2 Die **Universitätsbibliothek** (o.) mit ihrem markanten Turm ist ein typisches Beispiel für die flämisch-brabantische Architektur. Foto: CI. Das **Martin's Klooster** (u.) bietet eine gelungene Mischung aus moderner und historischer Architektur. Foto: Martin's Hotels

3+4 Ob Produktpräsentationen, Tagungen oder Dinner: Im „Geburtshaus" von **Stella Artois** können Planer aus dem Vollen schöpfen.

5+6 Sowohl innen als auch außen bietet der **Faculty Club** in Leuven zahlreiche Möglichkeiten für Veranstaltungen.

Alle Fotos: Visit Leven

zu 1.050 Personen. Für kulinarische Highlights sorgt das im Haus ansässige Restaurant- und Küchenteam. Typisch belgische Küche in ausgesprochen guter Qualität stehen hier auf der regulären Karte. Vom Burger mit obligatorischen Pommes frites über frischen Fisch bis hin zu Fingerfood und kleinen Snacks ist alles zu finden. Für Veranstaltungen kann das Menü natürlich auch individuell zusammengestellt werden. Drei-Gänge-Menüs in der Mittagspause sind für die Küchencrew kein Problem.

Wer eine ganzheitliche Lösung mit Tagungsmöglichkeiten, Hotel und Kulinarik in einem sucht, sollte sich im Groot Begijnhof 15 einmal umschauen. Mit dem Vier Sterne Begijnhof Congress Hotel steht hier der richtige Partner zur Verfügung. Das Haus bietet 69 Zimmer und drei Konferenzräume für bis zu 120 Personen. Bei Bedarf finden sich größere und vielfältigere Tagungsmöglichkeiten direkt neben an: im Faculty Club. Diese ganz besondere Location überzeugt mit viel Charme, ist für Planer aber vor allem aus einem Grund wichtig: der gelungenen Kombination von Funktionalität und dem gewissen Etwas. Unter der Leitung von Tine Verhelst ist hier eine wirklich einzigartige Location entstanden, die neben dem großen Raumangebot auch mit den kulinarischen Möglichkeiten mehr als überzeugt. Das liebevoll restaurierte Gebäude fungierte in früheren Zeiten als Krankenhaus. Auf drei Stockwerken waren die Kranken damals untergebracht. Von den ursprünglich eher niedrigen Räumen ist heute nicht mehr viel zu sehen. Alle Zwischendecken wurden entfernt und so entstanden beeindruckende Raumhöhen mit herrlichem Holzgebälk. Insgesamt sechzehn individuelle Räumlichkeiten stehen in dem historischen Gemäuer zur Verfügung. Alle können sowohl als klassischer Tagungsraum als auch als exklusiver Speisesaal genutzt werden. Die Maximalkapazität liegt hier bei 300 Personen.

Wenn Moderne und Geschichte harmonieren …

… befindet man sich im M Museum. Erst 2009 öffnete das Museum in Leuven seine Pforten. Zuerst im zweiten Stock des Rathauses untergebracht, siedelte das städtische Museum zu Beginn des 20. Jahrhunderts in das ehemalige Wohnhaus des früheren Bürgermeisters Leopold Vander Kelen um. Doch auch hier reichte der Platz für die stetig wachsende Sammlung recht schnell nicht mehr aus. Also beschloss die Stadt einen Neubau. Stéphane Beel Architects setzten das ambitionierte Vorhaben schließlich um. Zwei bestehende Gebäude – unter anderem das Wohnhaus Vander Kelens – wurden in den Neubau integriert und darüber hinaus zwei neue geschaffen. So entstand ein Museumskomplex, der sich auf insgesamt sechs Ebenen erstreckt. Das Museum kann nicht nur als interessanter Programmpunkt in Rahmenprogramme integriert werden, sondern auch direkt als Location gebucht und genutzt werden. Vier Räumlichkeiten innerhalb des Museums sind für Veranstaltungen bespielbar: vom Walking-Dinner über Workshops bis hin zu Seminaren. Eine kleine Besonderheit erwartet MICEler auf dem Dach: eine Terrasse mit Blick über Löwen. Hoch über den Dächern der Altstadt können 175 Personen bei einem Dinner den Ausblick genießen. Aber auch Cocktailempfänge oder kleinere Konzerte sind möglich. Etwas mehr Platz, aber ebenfalls frische Luft bietet der Innenhof samt Grünflächen: Events für bis zu 1.500 Personen sind kein Problem.

Was wäre Belgien ohne Schokolade?

Wohl für viele undenkbar. Deshalb darf auch in Leuven ein schokoladenbezogener Programmpunkt nicht fehlen. Hervorragende Adresse dafür: Antoine. Hier können einerseits viele belgische Schokoladenköstlichkeiten gekauft werden, aber auch selber hergestellt werden. Eine nette Möglichkeit für Gruppen am späten Nachmittag.

Eine ganze Stadt als Bühne für außergewöhnliche Events | von Nadine Laske

Die rund 53.000 Einwohner Baden-Badens sind zu beneiden: Am Westrand des nördlichen Schwarzwaldes im Tal des Flusses Oos gelegen, verhilft das milde Klima der Stadt zu viel südlichem Flair. Darüber hinaus ziehen Kunst, Kultur, Kuren und Kongress einen großen internationalen Gästestamm an. Bereits Ende des 18. Jahrhunderts entwickelte sich Baden-Baden zum Hotspot für ein internationales Publikum, bestehend aus Adeligen und wohlhabenden Bürgern, die hier ihre Sommer verbrachten. Baden-Baden im Sommer, Paris im Winter.

Bis heute ist Baden-Baden ein sehr ähnlicher, anspruchsvoller Kundenstamm erhalten geblieben, erzählt Brigitte Goertz-Meissner, Geschäftsführerin von Baden-Baden Kur und Tourismus. Knapp eine Million Übernachtungen zählt Baden-Baden mit seinen knapp 5.500 Gästebetten jährlich. Auf das ganze Beherbergungssegment gesehen, läge der Anteil ausländischer Gäste bei 50 Prozent. Mehr als ein Drittel aller Übernachtungen entfalle dabei auf Kongress- und Tagungsgäste, fährt Goertz-Meissner fort.

Die prunkvollen **Säle des Casinos** wurden 1855 im Stil französischer Königsschlösser gestaltet. Hier kann Roulette, American Roulette, Poker und Blackjack gespielt werden

Die Infrastruktur ist hervorragend – bis zum großen Kongress mit circa 2.500 Personen ist hier fast alles möglich. „Die Bühne ist bestückt", formuliert Goertz-Meissner. Baden-Baden sei zwar eine kleine Stadt, biete aber viele Möglichkeiten. Innerhalb der Stadt gibt es etliche Hotels und Veranstaltungsstätten, die größtenteils fußläufig erreichbar sind. Und der Flughafen Karlsruhe/Baden-Baden ist von der Innenstadt aus in nur circa 20 Autominuten erreichbar.

Ein eindrucksvolles Beispiel dafür, was in Baden-Baden machbar ist, ist sicherlich der Nato-Gipfel 2009. 3.500 Teilnehmer, ebenso viele Medienvertreter und 15.000 Polizisten befanden sich am 3. und 4. April 2009 in der Stadt. Im Kurhaus fand damals ein Arbeitsessen der Staats- und Regierungschefs der Mitgliedsstaaten statt. Überhaupt sei das Kurhaus die „gute Stube" der Stadt, der gesellschaftliche Mittelpunkt, so Goertz-Meissner.

Das **Kurhaus** ist die gute Stube der Stadt und eignet sich dank der vielseitigen Räumlichkeiten für alle Arten von Events. Alle Fotos: Baden-Baden Kur & Tourismus GmbH

International renommierte Firmen wie Heel, Ltur, Grenkeleasing, Sans Soucis ebenso wie der Klambt Verlag und die Europäische Medien- und Eventakademie haben ihren Sitz in Baden-Baden. Größter Arbeitgeber der Stadt ist der Südwestrundfunk. In einem großen Funkhauskomplex werden zahlreiche bekannte Fernseh- und Rundfunkprogramme produziert und ausgestrahlt. Unter anderem auch das Programm von SWR 3. Das vom Sender initiierte New Pop Festival, das auch im Kurhaus stattfindet, ist mittlerweile zu einem weiteren Highlight im prallen Veranstaltungskalender der Stadt avanciert.

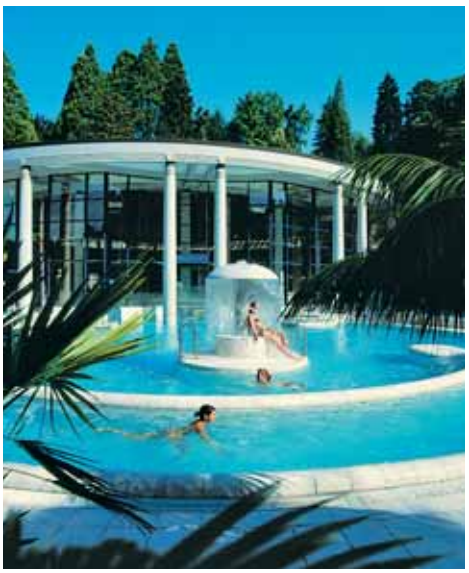
Zurzeit könnte man von einem großen Investitionsschub in Baden-Baden sprechen, fährt Goertz-Meissner fort. Mehrere Hotelprojekte hätten sich konkretisiert

Das **Festspielhaus** ist das zweitgrößte Opern- und Konzerthaus Europas. Hier lassen sich auch Produktpräsentationen und Backstageparties realisieren

oder seien in Planung: Das im Bau befindliche, als Boutique-Hotel geplante „The Roomers" soll im Frühjahr 2016 mit 127 Zimmer und Suiten fertig gestellt werden. Das von dem Baden-Badener Unternehmer Franz-Bernhard Wagner auf den Weg gebrachte Luxushotel wird direkt dem Festspielhaus gegenüberliegen. Es soll mit einer weißen Fassaden aus Schiebeelementen versehen werden, über bodentiefe Fenster wie auch eine Dachterrasse mit Pool und Bar verfügen.

Das älteste Traditionshotel, der Europäische Hof, sei gerade geschlossen worden. Das zur Steigenberger Group gehörende Haus werde derzeit komplett renoviert und restauriert. Ab 2017 soll es wieder eröffnet werden.

Abgesehen davon gehen die Arbeiten am sogenannten neuen Schloss voran: Die aus dem 16. Jahrhundert stammende, ehemalige Residenz der Markgrafen von Baden, die bis 1918 als Sommerresidenz der Großherzöge von Baden diente, ging 2003 in den Besitz einer kuwaitischen Firmengruppe über. Das denkmalgeschützte Schloss auf dem Florentinerberg sollte komplett restauriert werden und ein Hotel entstehen. Das zwischenzeitlich ins Stocken geratene Projekt, nehme nun wieder an Fahrt auf, so Goertz-Meissner. Der international bekannte Hotelkonzern Hyatt habe einen Management-Vertrag für das als Fünfsternehaus geplante Hotel bereits unterzeichnet. Und auch die Restaurierung im Inneren des Schlosses sei so gut wie abgeschlossen. Der Neubau des Trakts mit den Gästezimmern werde hoffentlich bald beginnen.



Die **Caracalla-Therme** wurde nach dem römischen Kaiser Caracalla benannt, der als erster die Heilkraft der Thermalquellen erkannte. Rund 800.000 Liter Thermalwasser sprudeln täglich mit bis zu 69 Grad aus der Tiefe des Florentinerbergs

Ein weiteres Investitionsprojekt ist das Kongresshaus der Stadt, das bei laufendem Betrieb in den letzten Jahren renoviert und erweitert wurde. Dieses Projekt liegt Goertz-Meissner besonders am Herzen – schließlich ist sie in Personalunion auch Leiterin des Kongresshauses. Insgesamt „trägt" Brigitte Goertz-Meissner „vier Hüte": Die Kurdirektorin ist auch für das Kongresshaus, die Baden-Baden Event GmbH und die Film Commission Baden-Baden/Karlsruhe verantwortlich. Die Baden-Baden Event GmbH organisiert als Tochtergesellschaft der Stadt die öffentlichen Veranstaltungen. Die Film Commission Baden-Baden/Karlsruhe deckt die ganze Region Baden-Baden, Karlsruhe, Rastatt und den Nordschwarzwald ab und empfiehlt Drehorte, Locations oder hilft bei der Einholung von Drehgenehmigungen.

Gemeinsam mit ihrem Team bei Baden-Baden Kur & Tourismus bietet Goertz-Meissner Tagungsplanern „Service aus einer Hand". Ein fester Ansprechpartner bearbeite eine Anfrage von Anfang an, erörtere Optionen und untersuche diese auf ihre Machbarkeit und stelle eine Empfehlungsliste auf, so dass alles aufeinander abgestimmt sei. So werde der Kunde kompetent beraten – und kostenlos ist der Service auch. Ein Markenzeichen der Stadt sei das Konzept „Brand your Event", fügt Goertz-Meissner hinzu. Dieses Konzept beinhaltet, dass die Veranstaltungen beispielsweise durch Banner und Fahnen sowie natürlich die Präsenz der Gäste gebrandet werde. Die Veranstaltung sei dann in der ganzen Stadt präsent und werde von den Bürgerinnen und Bürgern wahrgenommen.

Auch im Hinblick auf Rahmenprogramme ist in der Kurstadt einiges möglich: Eine Ballonfahrt zwischen Schwarzwald und Elsass beispielsweise. Dank der in Baden-Baden beheimateten Flotte Ballooning 2000 mit 26 Ballons, seien Ausflüge für bis zu 100 Personen möglich. Ein weiteres beliebtes Angebot sei der Hoch- und Niederseilgarten. Unter der Aufsicht von geschulten, erfahrenen Trainern könnten Gruppen hier Teamgeist und Selbstvertrauen trainieren sowie ihr gruppendynamisches Verhalten in Extremsituationen austesten. Gerne organisiere man auch eigene Firmen-Galopprennen auf der Rennbahn in Iffezheim. Die Pferde tragen während des Rennens dann Banner mit verschiedenen Produkten oder Modellen der Firmen. Auch Oldtimer-Ausflüge über die Schwarzwaldhochstraße oder Radtouren durch das umliegende Rebland mit seinen malerischen Dörfern, tollen Ausblicken und dem guten badischen Wein seien möglich.

Das Herz der Kongressstadt

120 große, viele mehrtägige Veranstaltungen im Jahr, Sanierungen und Renovierungen bei laufendem Betrieb und schwarze Zahlen am Jahresende – kein Wunder, dass die Baden-Badener stolz auf ihr Kongresshaus sind. Natürlich werde auch Miete an die Stadt gezahlt, ergänzt Geschäftsführerin Brigitte Goertz-Meissner.

Trotz der hohen Auslastung mit oftmals prestigeträchtigen Tagungen und Events hat sich das Kongresshaus in den vergangenen Jahren erheblich verändert: Besonders im Sommer, wenn veranstaltungsfreie Zeiten anstanden, wurde kontinuierlich renoviert, saniert und technisch aufgerüstet, erzählt Isabell Kram, Projektleiterin des Hauses.

Ursprünglich zwischen 1964 und 1968 errichtet, erfuhr das Kongresshaus im Laufe der Jahre eine Vielzahl von Erweiterungen und Umbauten. Bereits 1980 wurde erweitert: Damit der elfte Olympische Kongress 1981 in Baden-Baden stattfinden konnte, wurde das daneben-liegende, ehemalige Pelzhaus Richter integriert. Weitere Umgestaltungen der Fassade folgten zwischen 1992 und 1994.

2012 wurde an der, der Lichtentaler Allee zugewandten Seite dann ein Anbau fertig gestellt. Die 500 Quadratmeter große, stützenfreie Fläche sei dringend benötigt worden, berichtet Kram. Der Platz würde vor allem als Ausstellungsfläche, für Empfänge oder Kaffeepausen genutzt. Seitdem wurden darüber hinaus alle Seminarräume renoviert und die Fassade des entsprechenden Gebäudeabschnittes neu gestaltet. Auch die Technik sowie der Brandschutz sei während dieser Renovierung erneuert worden, erläutert Kram. Endgültig sollen die Arbeiten rund um die Sanierung und die Erweiterung des Kongresshauses im Jahr 2017 abgeschlossen sein.

Wer von all diesen Veränderungen am ursprünglichen Gebäude nichts weiß und vom Augustaplatz auf das Kongresshaus zugeht, sieht vor allem eins – ein modernes, vierstöckiges Kongresszentrum mit goldfarbenen und weißen Akzenten in Kombination mit einer Glas-Stahl-Fassade. Das Innere des Kongresshauses bietet neben großzügigen Foyerflächen und besagtem Anbau, drei große Säle und dreizehn Seminarräume.

Kongress-Saal 1 im ersten Obergeschoss verfügt über 290 Quadratmeter und bietet in parlamentarischer Bestuhlung 230 Plätze. Der größere, im zweiten Obergeschoss liegende, lichtdurchflutete Kongress-Saal 2 kann mit seinen 680 Quadratmetern bei Reihenbestuhlung sogar bis zu 500 Personen fassen. Das Auditorium im Untergeschoss ist mit einer Fläche von 600 Quadratmetern der größte Saal und bietet bei Reihenbestuhlung 680 Plätze oder in parlamentarischer Form 340 Plätze. Die Holzvertäfelung des Auditoriums ist darüber hinaus flexibel und kann Bühne wie auch Leinwand verdecken.

Beispiel für eine sehr prestigeträchtige Veranstaltung, die schon seit Jahrzehnten hier gastiere, sei der Baden-Badener Rückversichererkongress, erzählt Kram. Auf dem jährlichen Branchentreff handeln Erst- und Rückversicherer alljährlich im Oktober die Konditionen für die neuen Verträge aus. Rund 2.500 Versicherer, Vermittler und Berater aus mehr als 90 Ländern treffen sich dann in Baden-Baden.

Highlight des Veranstaltungsjahres im Kongresshaus ist natürlich der Deutsche Medienpreis. Alljährlich wird der von Karlheinz Kögel gestiftete Medienpreis verliehen, um eine Persönlichkeit des öffentlichen Lebens zu ehren. Im vergangenen Jahr übergab Peter Altmaier den Preis vor rund 200 geladenen prominenten Gästen an Joachim Löw. Kögels Firma Thomson Media Control verleiht die Auszeichnung seit 1992. Was die Mitarbeiter des Kongresshauses am Medienpreis besonders begeistert? Die absolute Verwandlung „ihres Hauses“. Einmal im Jahr sei alles anders und das Haus kaum wiederzuerkennen.

li.: Der 2012 fertig gestellte, **Parkpavillon** genannte Anbau, vergrößerte die Fläche des Kongresshauses um 500 Quadratmeter.

re.: Einer der großen Pluspunkte des Hauses ist der Standort: **Inmitten des Stadtzentrums** und direkt an der **Lichtentaler Allee** gelegen. Fotos: Baden-Baden Kur & Tourismus GmbH.

Entlang der Lichtentaler Allee

Wer nach Baden-Baden reist, kommt nicht an der Lichtentaler Allee vorbei. Sie ist Flaniermeile und Ruheoase zugleich. Gesäumt vom Baden-Badener Kongresshaus, Grandhotels, Jugendstilvillen und vier Museen, steht sie wie nichts anderes für das Savoir-vivre der Baden-Badener und ihrer Gäste. Die fast drei Kilometer lange Allee ist seit über 350 Jahren die grüne Visitenkarte der Stadt und lädt zum Spazieren entlang des Flüsschens Oos ein. Die ursprüngliche Eichenallee wurde im 19. Jahrhundert in einen englischen

Wer nicht laufen möchte, kann die **Lichtentaler Allee** auch ganz stilecht aus einer Pferdekutsche heraus genießen. Foto: Brenner's Park-Hotel GmbH

Park verwandelt. Rund 300 verschiedene Baum- und Straucharten wie Azalee, Rhododendron und Mammutbaum säumen die Wege. Bunte Blumenbeete, Springbrunnen und Statuen ergänzen das Naturerlebnis.

Mittelpunkt des Parks ist das berühmte Kurhaus mit dem Casino Baden-Baden. Beim Rundgang wird schnell deutlich, dass das Kurhaus eine Vielfalt an Räumen und Sälen aufweist, die individuell gestaltet sind und einen ganz eigenen Charakter besitzen. Zwischen 1821 und 1824 als „Konversationshaus" von Friedrich Weinbrenner errichtet, erfuhr das Gebäude im Laufe der Jahre eine Vielzahl von Umbauten und Erweiterungen.

Herzstück des prunkvollen Gebäudes ist der elegante Bénazetsaal. Der 930 Quadratmeter große Saal wurde 2011 grundlegend neu gestaltet, erzählt Sales Managerin Silke Michel. Licht-, Ton-, Lüftung- und Brandschutztechnik seien nun auf dem neuesten technischen Stand. Besonders gut angenommen werde das neue Beleuchtungskonzept an den Säulen des Saals, die nun auf Wunsch farbig eingefärbt werden können.

Der **Bénazetsaal**, das elegante Herzstück des Kurhauses, wurde 2011 komplett saniert und erstrahlt nun in neuer Pracht. Foto: Bäder- und Kurverwaltung Baden-Württemberg

Entlang der Lichtentaler Allee hat sich in den vergangenen 15 Jahren eine Kunst- und Kulturmeile entwickelt, beginnend beim Festspielhaus bis hin zum Zisterzienserkloster Lichtenthal. International bekannte Künstler treten im Festspielhaus auf, im Theater laufen klassische Aufführungen, die Philharmonie gibt Philharmonische Konzerte – im Sommer auch in der Konzertmuschel, das Museum Frieder Burda, die Staatliche Kunsthalle und das Museum LA 8 bieten Kunsterlebnisse, und wer sich für die 2.000-jährige Geschichte der Bäderstadt interessiert, kann das Stadtmuseum besuchen.

Das 1998 eingeweihte Festspielhaus ist mit seinen 2.500 Plätzen eines der größten Konzert- und Opernhäuser der Welt. Entstanden aus dem denkmalgeschützten, 1845 eingeweihten Stadtbahnhof, speisen die Gäste heute, wo früher die Fahrgäste der ersten Klasse auf ihren Zug warteten. Die gelungene Kombination aus Alt und Neu, bescherte den Baden-Badenern ein traditionelles Dreispartenhaus mit sehr guter Akustik. Etwa 200.000 Menschen besuchen das Festspielhaus jährlich und erleben Opern, Ballette, Konzerte, Jazz- oder Pop-Künstler wie auch Broadwayproduktionen.

Gerade feierte das Museum Frieder Burda mit der Jubiläumsausstellung „40/10" seinen Geburtstag. „40/10" weil Verlegersohn Burda seit 40 Jahren Sammler ist und das Museum seit zehn Jahren besteht. Circa 550 Bilder und Skulpturen befinden sich in dem eigens für die Sammlung vom amerikanischen Architekt und Pritzker-Preisträger Richard Meier entworfenen Gebäude. Im Wechsel mit Präsentationen der eigenen

Das von Richard Meier entworfene **Museum Frieder Burda** bietet viele Ein- und Ausblicke – die Grenzen zwischen Innen und Außen verschwimmen. Foto: Baden-Baden Kur & Tourismus GmbH

Kunstsammlung werden große Sonderausstellungen zur klassischen Moderne und zeitgenössischen Kunst gezeigt. Durch eine verglaste Brücke ist das Museum zudem an die Staatliche Kunsthalle angebunden, so dass beide Institutionen einander befruchten.

Dazu kommen die dreimal jährlich vor den Toren der Stadt stattfindenden Internationalen Galopprennen. Ein Ereignis, das zu den wichtigsten und attraktivsten Turf-Ereignissen Europas zählt.

Die Grande Dame Baden-Badens

Die über 140-jährige Geschichte des Brenners – wie das Brenners Park-Hotel & Spa liebevoll genannt wird – beginnt mit Anton Alois Brenner. Der Hofschneider aus Pforzheim kaufte das damalige Hôtel Stéphanie-les-Bains für 170.000 Gulden. Im Familienbesitz entwickelte sich das Haus rasch weiter und die Erfolgsgeschichte des Brenners nahm ihren Lauf. Mit etlichen Umbauten, Renovierungen und Innovationen erlangte das Grandhotel internationale Bekanntheit. So war es das erste Hotel der Stadt, dessen Ballsaal über elektrisches Licht verfügte und auch in Sachen Spa nahm das Haus eine absolute Vorreiterrolle ein. Viele bekannte Persönlichkeiten gingen hier im Laufe der Jahre ein und aus.

1941 sei es dann in die Hände des Unternehmers Rudolf August Oetker übergegangen, erzählt Salesmanager Stefan Kellermann. Oetker habe das

Die **Orangerie** ist mit 249 Quadratmetern der größte Veranstaltungssaal des Brenners und kann je nach Bestuhlung bis zu 230 Sitzplätze bieten

Mehrheitspaket von seiner Großmutter geschenkt bekommen. Bis heute präge die Familie Oetker das Hotel, schließlich sei es eines der neun Häuser der Oetker Collection, so Kellermann. Die Oetker Collection besteht aus neun internationalen Luxushotels, die höchsten Standard, Service und Ausstattung bieten und als individuelle Häuser vermarktet werden. Darunter das Eden Rock in St. Barths und das Le Bristol in Paris.

Das Stammhaus in Baden-Baden hat im Laufe der Jahre nicht an Glanz verloren – ganz im Gegenteil: Die hochwertige Gestaltung der Räume ist beeindruckend. Nicht nur die 110 Gästezimmer und Suiten sowie die Restaurants, sondern auch die Veranstaltungsräume glänzen mit individuell arrangierten Möbeln, edlen Stoffen und Gobelins – sowie modernster Technik, ergänzt Kellermann. Der größte Veranstaltungssaal des Hotels ist die Orangerie. Teilbar in zwei unterschiedlich große Abschnitte und mit einem weitläufigen Foyer eignet sich die Orangerie für größere Konferenzen, Tagungen oder Präsentationen. Die Salons Malmaison, Iffezheim oder Minerva sind eher auf kleinere Meetings oder Konferenzen ausgelegt. Für Feiern und Dinners mit bis zu 20 Personen kann darüber hinaus auch der Gartensalon angemietet werden.

Um den hohen Standard des Fünfsterne-Superior-Hauses zu halten, werden natürlich auch beständig Optimierungen und Neuerungen vorgenommen. Gerade wird der Salon Lichtental renoviert, in dem sonst das Frühstück serviert werde, erzählt Kellermann. Im Januar 2015 wurde zudem der neue Luxus-Spa des Hauses eröffnet. In direkter Nähe zum Haupthaus liegt die historische Villa Stéphanie. 1890 als royale Residenz erbaut, entstanden hier in einer zweijährigen Bauphase zwölf Doppelzimmer und drei Suiten sowie ein großzügiges Destination-Spa, das ein ganzheitliches Gesundheitskonzept beinhaltet. Spa, Beauty und Medical Care sind hier die Stichworte, erläutert Veranstaltungsleiter Markus Goike.

Darüber hinaus sei das Management des Grandhotels für Events und die Gastronomie im Kulturhaus LA8 zuständig, berichtet Goike weiter. Das LA8 ist ein historisches Anwesen in der Lichtentaler Allee 8, dessen Namen sich von Straßennamen und Hausnummer ableitet. Seit 2009 befindet sich das Museum für Kunst und Technik des 19. Jahrhunderts in diesem Gebäudekomplex, ebenso wie zwei Veranstaltungsräume,

Ein Highlight des **Brenners** ist seine Lage – nicht nur der herrliche Ausblick auf, sondern auch der direkte Zugang zur Lichtentaler Allee

Gastronomie und ein privater Club. Als Pächter der Veranstaltungsräume und des Restaurants Rive Gauche, kümmert sich das Brenners auch um die Vermietung des Clubs Twentyone im Souterrain des Palais.

Das Rive Gauche biete seinen Gästen leichte, mediterrane Küche. Im Innenbereich fasse es bis zu 60 Sitzplätze, während auf der Terrasse 80 Gäste verköstigt werden könnten, so Goike. Während der 163 Quadratmeter große Spiegelsaal einen direkten Zugang zur Terrasse aufweist und gesetzt bis zu 120 Personen fassen kann, bietet der im Obergeschoss gelegene Kristallsaal Sitzplätze für maximal 160 Personen. Das Raumangebot könne wunderbar in Kombination für Empfang, Dinner und eine abendliche Feier genutzt werden. Dafür könne man das gesamte Haus exklusiv mieten, erläutert Veranstaltungsleiter Goike.

Das **Kulturhaus LA8** beherbergt zwei historische Veranstaltungsräume. Der Kristallsaal besticht mit einer Raumhöhe von 6,50 Metern und der reich verzierten Stuckdecke. Fotos: Brenner's Park-Hotel GmbH

KONGRESSHAUS BADEN-BADEN

MODERNE ARCHITEKTUR. NEUESTE TECHNIK – GEWOHNT HOHER KOMFORT

Baden-Baden, im Herzen Südwestdeutschlands, ist bekannt für südländisches Flair, Lebensart, gepflegte Hotels, erstklassige Gastronomie, Kultur, Wellness und als idealer Veranstaltungsort für Kongresse, Tagungen, Seminare und Workshops. Das Kongresshaus Baden-Baden mit seiner modernen, lichtdurchfluteten Architektur liegt in zentraler Citylage direkt an den wunderschönen Parkanlagen der Lichtentaler Allee in unmittelbarer Nähe zu den meisten Hotels. Hier findet Kommunikation auf kurzen Wegen statt. Die sich in Stil und Größe deutlich unterscheidenden 3 großen Konferenz- und 13 Sitzungsräume mit einer Kapazität von 12 bis 680 Plätzen erlauben eine flexible und für jede Veranstaltung individuell angepasste Raumaufteilung. Daneben stehen großzügige Foyerflächen mit 2.800 m² für Fachausstellungen und Messen zur Verfügung. Bis zu 2.000 Teilnehmer finden so in einem exklusiven Ambiente Raum für kommunikative Begegnungen.

ALLES AUS EINER HAND

Kostenlos betreut Sie unser kompetentes Kongress-Team Baden-Baden von der ersten Kontaktaufnahme bis zur erfolgreichen Durchführung Ihrer Veranstaltung. Baden-Baden Kur & Tourismus GmbH, Kongress- und Veranstaltungsabteilung, Telefon +49 (0)7221/275241, sales@baden-baden.com

WWW.BADEN-BADEN.COM

Baden-Badens Hotellerie:

Hier hat der Gast die Qual der Wahl

li.: Das **Dorint Hotel Maison Messmer Baden-Baden** liegt nur wenige Schritte vom Kongresshaus, dem Theater und dem Kurhaus entfernt.
Foto: Baden-Baden Kur & Tourismus GmbH

u.: Im historischen **Malersaal** fand während des Nato-Gipfels 2009 die Sitzung der Außenminister statt.
Foto: Dorint Hotel Maison Messmer Baden-Baden

Ein weiteres traditionsreiches Hotel ist das *Dorint Hotel Maison Messmer Baden-Baden*. 1833 von Johann Baptist Messmer erbaut, erlangte es durch seine internationalen, adeligen Gäste bald große Bekanntheit. Über 40 Jahre lang war das Maison Messmer die Sommerresidenz des deutschen Kaisers Wilhelm I. und seiner Familie. Wenn zwischen 1888 und 1914 Mitglieder der kaiserlichen Familie in die Stadt kamen, stiegen sie hier ab. So auch Queen Victoria.

Ein Großteil der historischen Bausubstanz musste in den 1950er Jahren abgerissen werden und zur Jahrtausendwende widmete sich die Dorint-Gruppe dann dem Wiederaufbau.
Das heutige Fünfsterne-Haus umfasst 152 Zimmer, davon 146 Doppelzimmer, erzählt Veranstaltungsleiterin Carina Kern. Bestehend aus Residenzflügel, Kaiserflügel und Neubau, bietet das Hotel eine weitläufige Architektur in welcher der Gast sich aber nicht verliert. Und das, obwohl das Dorint-Haus das regional größte Zimmerkontingent im Fünfsterne-Bereich bietet.

Die sechs Konferenz- und Tagungsräume sind zwischen 40 und 200 Quadratmetern groß. Auf der ersten Etage des Hauses liegen die Salons Fremersberg und Merkur – zwei Boardrooms. Beide sind jeweils 40 Quadratmeter groß und fassen bis zu 20 Personen. Im Erdgeschoss befinden sich dann die übrigen Veranstaltungsräume: „Hector Berlioz“, „Clara Schumann“ und „Johannes Brahms“ sind drei nebeneinanderliegende Räume, die zum Musikersaal kombiniert werden können, so Veranstaltungschefin Kern. Je zwischen 48 und 56 Quadratmeter groß, fassen sie zwischen 45 und 120 Personen. Das historische Prunkstück des Hauses ist der 200 Quadratmeter große Malersaal mit einer Deckenhöhe von 7,6 Metern und fasst 200 Personen.

Die Brasserie diene mit ihren 75 Sitzplätzen als Frühstücksraum, könne für größere Gruppen aber auch zum Businesslunch gebucht werden, erläutert Kern. Für Empfänge und Kaffeepausen mit bis zu 40 Personen eigne sich die Kaminbar. Wer gehobene Speisen genießen wolle, könne mit bis zu 40 Gästen das Gourmet-Restaurant JB Messmer exklusiv buchen. Ein wenig rustikaler geht es im Theaterkeller zu. Das Restaurant mit ungezwungener Atmosphäre und der stadtweit einzigen Showküche bietet regionale Gerichte (60 Personen maximal) und verfügt über einen separaten Eingang.

Die Lobby des *Leonardo Royal Hotel Baden-Baden* besticht mit frischem, jungen Design. Jörn Hoffmann, aus dem Sales Team erzählt, dass das gesamte Haus seit der Übernahme des ehemaligen Best Western Queens Hotels durch Leonardo im Jahr 2013 generalüberholt und renoviert wurde. Und was noch nicht angegangen wurde, sei in Planung, ergänzt Operation Manager Elmar Jäger. Wie beispielsweise die neuen Aufzüge. Das Besondere am gelungenen Facelift des Hauses sind die lokalen Bezüge, welche individuelle Akzente setzen ohne Schwarzwaldklischees zu bedienen.

Das Viersterne-Superior-Haus verfügt über 116 Doppelzimmer und fünf Suiten. Bei den Gästen beliebt seien die „women-friendly rooms“, so Hoffmann. Dieses Angebot der Leonardo Hotels richtet sich speziell an Frauen. Die Räume bieten eine exklusive Raumausstattung wie beispielsweise einen zusätzlichen Schminkbereich mit Vergrößerungsspiegel und einen hochwertigen Haartrockner.

Passend dazu kann das Hotel einen Wellnessbereich mit großem Indoor-Pool, Sauna, Dampfbad, Whirlpool, Ruhebereich wie auch einen klimatisierten Fitnessbereich vorweisen. Ergänzt werde dies vom sogenannten Beauty-Tempel-Eberle, einem etablierten, im Hotel ansässigen Anbieter von Kosmetik- und Friseurbehandlungen.

Der gut gebuchte Konferenzbereich umfasst sechs Räume. Sie sind zwischen 24 und 120 Quadratmetern groß und teilweise kombinierbar. Das Foyer, das Restaurant Vitruv mit Gartenterrasse und die für Gruppen auch exklusiv buchbare Bar runden das Angebot ab.

Die 121 Zimmer und Suiten des **Leonardo Royal Hotel Baden-Baden** weisen ein einheitliches, harmonisches Farbkonzept auf. Foto: Leonardo Royal Hotel Baden-Baden

Best of Events International 2015: Alles bleibt anders

Bea Nöhre (li.) übergibt einen **symbolischen** Staffelstab an **Sabine Loos**, Hauptgeschäftsführerin der Messe Westfalenhallen Dortmund GmbH. Foto: Westfalenhallen Dortmund GmbH

Der Eigentümerwechsel war *das* Gesprächsthema: Anfang Dezember hatte Gründerin Bea Nöhre die Best of Events International (BOE) an die Dortmunder Messegesellschaft verkauft. Anlass für diesen Schritt war das Ausscheiden der langjährigen Geschäftsführerin Ute Degen. Als Director of Sales bleibt Nöhre der BOE allerdings erhalten. Über die Entscheidung zum Verkauf an die Messe sagte Nöhre: „Wir haben stets sehr gut mit der Dortmunder Messegesellschaft zusammengearbeitet. Insofern freut es mich, dass mein ‚Baby' nun an die Messe Westfalenhallen Dortmund GmbH übergeht. Der Messeplatz in Dortmund passt optimal zu unserer Branche. Hier fühlen wir uns zu Hause." Auch Sabine Loos, Hauptgeschäftsführerin der Messe Westfalenhallen Dortmund GmbH, zeigte sich erfreut und blickte optimistisch in die Zukunft: „Wir können auf der phantastischen Arbeit von Bea Nöhre aufbauen und die Messe weiterentwickeln."

Aber natürlich standen die Aussteller im Mittelpunkt: Auch in diesem Jahr war die BOE in den Dortmunder Westfalenhallen Treffpunkt der Eventindustrie und ihrer Kunden. Die Zahlen, welche die Messe veröffentlichte, zeichnen ein durchweg positives Bild der BOE 2015: 417 Aussteller präsentierten sich an den beiden Messetagen 9.648 Fachbesuchern, was ein Besucherplus von fast fünf Prozent darstellt. Zehn Prozent der Aussteller kamen aus dem Ausland, so dass elf verschiedene Nationen – von den Niederlanden, der Tschechischen Republik bis hin zu den USA und Somalia – vertreten waren. Seit Dezember 2014 war die am 21. und 22. Januar 2015 laufende Messe ausgebucht. Noch 30 Stände hätten auf der Warteliste gestanden, so Nöhre. Leider hätten diese potenziellen zusätzlichen Aussteller thematisch nicht in Halle 8 gepasst, in der sich auch die BOE-Live-Bühne befindet, fuhr Nöhre fort.

Viele Highlights bot in diesem Jahr auch das Rahmenprogramm der Messe: Auf dem BOE-Forum liefen am ersten Messetag interessante Vorträge, die von der Redneragentur Speakers Excellence präsentiert wurden. Am zweiten Tag richtete der Famab e. V. dann die Vorträge aus: Schwerpunkt lag hierbei klar auf der Praxisrelevanz für die Branche. So stellen die Macher dreier mit dem Famab-Award ausgezeichneten Projekten ihre Konzepte vor. Besonders der Vortrag „Rezepturen für einen erfolgreichen Messeauftritt" von den Gold-Preisträgern Andrea Weitz und Jens Wendland (Raumkontor Innenarchitektur GbR) zeigte anhand des Siegerprojektes eindrucksvoll die Herangehensweise an ein Produkt auf. Es gehe um die Inszenierung von Ideen und nicht in erster Linie die eines Produktes. Die Umsetzung dieser Botschaft erklärten Weitz und Wendland gut verständlich und ausführlich. Ebenso interessant war auch der Vortrag von Famab-Geschäftsführer Jan Kalbfleisch. Sehr eloquent und sympathisch stellte Kalbfleisch die Kernprobleme des aktuellen Pitchverhaltens vor und präsentierte goldene Regeln für einen guten Pitch.

Auch der von der Beeftea-Group zum dritten Mal veranstaltete Trend-Talk „Meet the Beef" fand regen Zulauf und glänzte mit Referenten wie beispielsweise Antje Hundhausen, Vice President 3D Brand Experience Deutsche Telekom AG, und Prof. Stefan Luppold. Abgesehen davon lief natürlich auch der zweite Karrieretag von Studieninstut.de, der über die Eventbranche, Jobs und Perspektiven informierte.

Am Abend des ersten Messetages verlieh der Blach Report zum achten Mal im Silbersaal des Kongresszentrums Westfalenhallen seinen Award: den Blach Report Event Award (BEA). Die Jury würdigte in diesem Jahr fünf Beiträge. Moderator Aljoscha Höhn wurde bei der Verleihung von Konstantin Fischer unterstützt, dem Nachwuchsmoderator 2014, der sich als schlagfertiges Talent erwies. Die Auszeichnung zum Event Manager des Jahres 2014 ging an Dirk Ernst.

Abgesehen davon wurde zum zehnten Mal der Internationaler Nachwuchs Event

10. INA Award: Die glücklichen Siegerinnen **Mirjam Weinschenk (Silber), Svenja Ackermann (Gold), Mariana Schlage (Bronze).** Foto: Studieninstitut für Kommunikation GmbH, Laura Dierig

Award (INA) verliehen, der von der Studieninstitut für Kommunikation GmbH vergeben wird. Aufgabe der Wettbewerbsteilnehmer war es, Ideen für die Wolkenschieber Gala, eine etablierte Charity-Veranstaltung in Bremen, zu entwerfen und Gäste wie Förderer frisch zu motivieren. Die Joke Event AG, aus deren Feder diese Aufgabe stammt, organisiert die Gala zugunsten der Bremer Kinder- und Jugendhilfe 2015 zum fünften Mal. Die Siegerin Svenja Ackermann arbeitet bei der Commotion GmbH und konnte sich ebenso wie die Zweit- und Drittplatzierte über hochwertige Preise freuen. Gewohnt stimmungsvoll fand die BOE-Night im Goldsaal des Kongresszentrums Westfalenhallen statt. Besonders die Münchener Band Soul Kitchen sorgte für Schwung und gute Laune. Die nächste BOE läuft am 20. und 21. Januar 2016. [nl]

Preisträger des BEA Blach Report Event Award 2015:

Corporate Event:	Einreicher: 3c Creative Communication Concepts GmbH, München Beitrag: XX. Weltkongress für Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit 2014 Kunde: Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung
Brand Event:	Einreicher: Pure Perfection GmbH, Wiesbaden Beitrag: Audi Eröffnungsveranstaltung CES Las Vegas Kunde: Audi AG
Motivationsevent:	Einreicher: Joke Event AG, Bremen Beitrag: Dentsu Aegis Mitarbeiterfestival Kunde: Dentsu Aegis Network Germany GmbH
PR-/Medien-Event:	Einreicher: Joke Event AG, Bremen Beitrag: „Socks for life“ Kunde: Dräger Medical AG/EFCNI
Tech Award:	Einreicher: Limelight Veranstaltungstechnik GmbH, Gilching Beitrag: Presse Event IFA 2014 Kunde: Sony

Foto: Kassel Marketing

Messe Kassel erweitert Kapazitäten

Die Messe Kassel hat eine neue Halle: Mit 3.800 Quadratmeter Fläche – das entspricht der Größe eines Fußballfelds – und einer topmodernen technischen Ausstattung bietet die neue Halle 5 jede Menge Spielraum für verschiedene Nutzungsvarianten. Und wird auch architektonisch den Ansprüchen an eine zeitgemäße Messe- und Eventlocation gerecht: So wurde im Unterschied zum alten Hallenkomplex 5-7, der für den Neubau weichen musste, der Innenraum säulenfrei gestaltet.

Auch die Decke ist deutlich höher und bietet mit 72 Abhängepunkten, die für eine Zugbelastung von insgesamt 144 Tonnen ausgelegt sind, zahlreiche Gestaltungsmöglichkeiten. Nicht zuletzt zeigt sich der Neubau, ähnlich wie die bereits 2007 eingeweihte Rothenbach-Halle, durch ihre multifunktionale Konzeption ausgesprochen wandelbar. „Beste Voraussetzungen also für Veranstaltungen unterschiedlichster Art und Größe – von der Messe bis zum Sportevent“, sagt Angelika Hüppe, Geschäftsführerin der Kassel Marketing GmbH.

Messe Frankfurt stärkt Präsenz in China

Mit der Gründung der Guangzhou Li Tong Messe Frankfurt Co Ltd. hat die Messe Frankfurt ihre Präsenz in China weiter gestärkt. Die neue Tochtergesellschaft ist ein Joint Venture zwischen der Messe Frankfurt (HK) Ltd., Tochtergesellschaft der Messe Frankfurt in Hongkong, und des chinesischen Branchenverbands Guangdong Toy Association (GDTA). Mit 55 Prozent hält die Messe Frankfurt die Mehrheit an dem Gemeinschaftsunternehmen.

Geschäftsführerin der neuen Gesellschaft ist Wendy Wen. Die langjährige Mitarbeiterin ist seit 2003 in Führungspositionen bei der Messe Frankfurt tätig. Seit November 2012 ist Wen Senior General Manager der Messe Frankfurt (HK) Ltd. Zusammen mit ihrer Stellvertreterin Wilmet Shea zeichnet Wendy Wen auch für die Geschäftsfelder Textiles & Textile Technologies sowie Consumer Goods & Leisure bei der Messe Frankfurt (HK) Ltd. verantwortlich.

Firmensitz der neuen Tochtergesellschaft ist Guangzhou. Die Messe Frankfurt (HK) Ltd. hat neben der Hauptgeschäftsstelle in Hongkong Firmensitze in Shanghai, Beijing und Shenzhen. Zusätzlich ist das Unternehmen in Taiwan (Taipeh) präsent. Damit ist die Messe Frankfurt in Asien flächendeckend vertreten. „Die Gründung der neuen Tochtergesellschaft in Guangzhou ist ein weiterer strategischer Eckpunkt zum Ausbau unserer Marktanteile im chinesischen Wirtschaftsraum “, sagt Wolfgang Marzin, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Frankfurt.

„Die stabile Wirtschaft Deutschlands gibt uns Sicherheit“

Leonardo Hotels, europäisches Tochterunternehmen der Fattal Hotels, ist seit 2007 auf dem deutschen Hotelmarkt vertreten und betreibt mittlerweile mehr als 50 Häuser im Drei-Sterne-Plus- bis Vier-Sterne-Plus-Segment in Europa. Sitz der Unternehmensleitung ist Berlin. Von hier aus werden die Bereiche Finance, Human Resources, Marketing & Sales, Projektmanagement sowie Revenue & E-Commerce gesteuert. Zu den Leonardo Hotels gehören auch Partnerhotels wie die international bekannten Marken Mercure und Best Western.

Im September 2014 eröffnet, ist das **Leonardo Hotel Berlin Mitte** das vierte Haus in der Hauptstadt

Design-Bau aus Glas und Metall: Wenn Sie künftig Neubauten eröffnen, werden die Häuser auch so stylisch wie das neue Haus hier in Berlin, dem vierten in der Hauptstadt?

Roger: Unser neues Leonardo Hotel Berlin Mitte ist ein ganz besonderes Projekt, da es nicht nur ausschließlich Hotel ist, sondern sich auf Büros und Appartements in dem Gebäude befinden, welches von dem Architekten Eike Becker gestaltet wurde. Es ist nicht alleinig ein Projekt von Leonardo Hotels. Der Standort ist bei diesem Projekt das Besondere und wir freuen uns sehr, dass wir hier ein Hotel eröffnen konnten. Natürlich bleiben wir für weitere Projekte unserer Philosophie treu, die Identität des Standortes zu verleihen. Im Leonardo Hotel Berlin Mitte erinnern beispielsweise alte Fotografien an die Historie des Bertolt-Brecht-Platz. Durch sein stylisches besonderes Design spiegelt es die Metropole Berlin wider.

Sie haben kräftig investiert und ihre Häuser in Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, Hannover, Heidelberg, Karlsruhe, Mönchengladbach, München, Weimar, Wolfsburg und Zürich. Was wurde verändert?

Roger: Qualitätssicherung und Kundenzufriedenheit sind unsere obersten Ziele – daher investieren wir jedes Jahr in unsere Häuser. Für jedes Haus gibt es individuelle Pläne. Durch die Übernahme der Hotels der Queensgruppe Deutschland vergangenes Jahr, mussten diese dem Leonardo-Standard angepasst werden – in allen Bereichen: Zimmerprodukt, öffentliche Bereiche, Restaurant, Bar und so weiter. Vor allem die neuen Leonardo Royal Hotels haben umfangreiche Investitionen erhalten, beispielsweise das Leonardo Royal Hotel Köln, welches wir sogar geschlossen haben, um die notwendigen Arbeiten umzusetzen – nun ist es ein Vier-Sterne-Superior-Hotel. Auch in den kommenden Jahren sind weiterhin Investitionen in unseren Häusern geplant.

Expansionsstrategie: Wie geht es weiter? Sie haben viele Holiday Inns aufgekauft?

Roger: Die Holiday Inn Hotels waren inkludiert in dem Hotelpaket, welches wir

Daniel Roger ist General Manager der Leonardo Hotels in Europa. Er hat Hotel Management in Deutschland und der Schweiz studiert. Nach Abschluss seines Studiums arbeitete er in verschiedenen leitenden Positionen in mehreren Hotels in ganz Deutschland. Zwischen 2002 und 2005 war Daniel Roger als General Manager einer privaten Hotelkette in der Tschechischen Republik tätig. Seit Februar 2006 ist er General Manager der Leonardo Hotels, der europäischen Division der Fattal Hotels. Sein Aufgabenbereich umfasst unter anderem das Management verschiedener Abteilungen wie Sales & Marketing, Revenue Management und Projektmanagement.

Fotos: Leonardo Hotels

letztes Jahr erworben haben – diese sind bis auf zwei Hotels zu Leonardo Hotels rebranded. Unser Expansionswunsch ist weiterhin ungebrochen. Aktuell haben wir das ehemals Steigenberger Mannheimer Hof in unser Portfolio aufgenommen und zum Leonardo Royal rebranded, im Januar übernahmen wir ein weiteres Haus in München, im Jahr 2016 eröffnen wir unser erstes Hotel in den Niederlanden, Amsterdam. Weitere Übernahmen sind in Planung.

Heute gibt es in Deutschland mehr als 50 Häuser. Wieviel wollen Sie?

Roger: Unser Ziel ist es, in allen attraktiven Destinationen Europas vertreten zu sein und da haben wir noch sehr viele Möglichkeiten – wir haben uns kein Limit gesetzt.

Sie sind vor allem in Großstädten präsent. Werden künftig auch kleinere Städte für Sie eine Rolle spielen?

Roger: Wir möchten Hotels in Städten betreiben, wo starke Nachfrage vorhanden ist – das kann auch in Mittelgroßen oder kleineren Städten der Fall sein. Wir sind ja auch aktuell in Städten wie Dresden, Weimar, Aachen oder Mönchengladbach – jede Stadt hat ihren eigenen Bedarf. In Großstädten sind wir mit mehreren Hotels vertreten und können somit unterschiedliche Ansprüche und Geschmäcker bedienen. Diese Synergien haben sich für uns bewährt.

Die Zimmerpreise in Deutschland sind im Vergleich zum Ausland relativ niedrig. Warum setzen Sie dennoch auf Deutschland?

Roger: Deutschland ist nach wie vor einer der wichtigsten Standorte in Europa. Nicht nur die stabile und wachsende Wirtschaft, sondern auch die kulturelle Vielfalt, die man in den deutschen Städten erleben kann, gibt uns die Sicherheit. Berlin ist das beste Beispiel dafür, wie rasant und attraktiv sich eine Stadt entwickeln kann.

Was bieten Sie dem Tagungsgast?

Roger: Das Business- sowie das Meeting-Segment ist eine der wichtigsten Zielgruppen für uns. Unsere Veranstaltungsteams sind bekannt für kompetente Beratung, individuelle Lösungen, persönliche Betreuung und unkomplizierte Organisation. Wir haben sehr kompetente Mitarbeiter im Veranstaltungsbereich, die durch umfangreiche Trainings stetig entwickelt werden.

Mit unserem umfangreichen Tagungsplaner stellen wir unseren Kunden ein Werkzeug zur Verfügung, mit dem sich unsere Kunden ausführlich über die Kapazitäten unserer Häuser in einem Produkt informieren können.

Attraktive Benefits bieten wir Veranstaltungsplanern mit unserem „Take2“ Angebot – zu gewissen Zeiten erhalten unsere Bucher kostenfrei zwei Zusatz-Leistungen gratis innerhalb der Tagungspauschalen. Unser Leonardo-Plus-Paket ist auf Referenten und Tagungsleiter ausgerichtet und bietet Serviceleistungen, die den besonderen Status dieser Redner unterstreichen. Durch Kooperationen wie mit der Deutschen Bahn und dem Veranstaltungsticket bieten wir preislich attraktive Anreisemöglichkeiten.

Die Fragen stellte Thomas Grether

In den beiden stylischen **Konferenzräumen** des Leonardo Hotel Berlin Mitte können bis zu 60 Personen tagen

Die gefährlichsten Reiseziele 2015

Seuchen, Verkehrsunfälle, schlechte medizinische Versorgung: Warum Menschen auf Dienstreisen und während Tagungen krank werden, hat unterschiedliche Gründe. In mehr als 100 Ländern der Erde besteht für Reisende ein hohes Gesundheitsrisiko. Das geht aus der „Health Risk Map 2015" von International SOS hervor. Demnach gibt es in 75 Ländern ein hohes und in 36 Ländern ein extrem hohes Risiko, an Infektionen zu erkranken, in einen Verkehrsunfall verwickelt zu werden oder keine ausreichende medizinische Versorgung zu erhalten.

International SOS, ist nach eigenen Angaben ein weltweit führender Anbieter für Gesundheitsversorgung, medizinische Beratung und Reisesicherheitsdienste. Zum sechsten Mal wird die sogenannte Healthmap veröffentlicht. Sie soll international tätige Unternehmen, Nichtregierungsorganisationen, Bildungseinrichtungen und Regierungen dabei unterstützen, gesundheitliche Risiken ihrer Mitarbeiter weltweit abzuschätzen und zu mindern.

Die Analyse der medizinischen Experten von International SOS zeigt eine spannende Entwicklung in manchen Teilen Afrikas: Einige Länder profitieren von privaten oder staatlichen Investitionen in den Gesundheitssektor, oftmals durch Geldgeber aus dem Ausland, auch im Bereich der privaten Krankenversicherungen. Dies ermöglicht einen besseren Zugang zu medizinischen Einrichtungen mit höheren Standards, von dem nicht nur die Einheimischen profitieren, sondern auch Expats und Geschäftsreisende.

Die Health Risk Map 2015 unterteilt Risikoeinschätzungen in die Kategorien „niedrig", „mittel", „hoch", „extrem" und „Schwellenländer". Sie basieren auf Faktoren wie Bedrohung durch Infektionskrankheiten, Hygiene und Zugang zu sanitären Anlagen, Unfällen sowie der Verfügbarkeit und Qualität der lokalen Infrastruktur des Gesundheitswesens und der Rettungsdienste. Die neue Kategorie „Schwellenländer" wurde für Länder erstellt, in denen ein großer Unterschied zwischen der qualitativ hochwertigen medizinischen Versorgung in wenigen einzelnen Großstädten und dem niedrigen Niveau der Versorgung besteht, die in ländlichen Gebieten verfügbar ist. Beispiele dafür sind Brasilien, China und Indien.

„Die Daten von International SOS zeigen, dass sich zurzeit mehr als 40 Prozent der medizinischen Fälle in Ländern ereignen, die als „Hoch-" oder „Extrem-Risikoland" eingestuft sind. Dies bedeutet einen signifikanten Anstieg seit 2010, als der Wert noch bei 25 Prozent lag", ist einer Pressemitteilung von International SOS zu entnehmen.

Burgenland mit Gästerekord

Im Burgenland ist im vergangenen Jahr die Zahl der Übernachtungen um 2,1 Prozent auf 2,91 Millionen gestiegen. Mit 960.686 Gästen (+4,6 Prozent) habe es ein „All Time High" gegeben. Das Burgenland liegt bei den Übernachtungen 2014 mit Wien (+6,4 Prozent) und Niederösterreich (+2,9 Prozent) im Österreich-Ranking auf dem dritten Platz. Etwa 1,4 Millionen Übernachtungen im Burgenland entfielen bereits auf Vier- und Fünfstern-Betriebe – davon nicht wenige Geschäftsreisende, die hier tagten. Auslandsquellmarkt Nummer 1 mit zwei Drittel der Gästenächte bleibt Deutschland, das erstmals seit 2011 bei den Ankünften wieder leicht (um 1,1 Prozent) zulegte. Das Burgenland, das einstige Armenhaus der Alpenrepublik (aufgrund seiner Randlage am Eisernen Vorhang), profiliert sich somit erfolgreich in der Nische. Die Marketing-Organisation Genuss Burgenland startet im Sommer 2015 eine Genussakademie, an der Koch- und Kulinarikkurse buchen können. Ebenso lassen sich in Rust Weinseminare besuchen.

Elf Millionen Berlin-Besucher durch Tagungen

Die deutsche Hauptstadt hat im Jahr des Mauerfall-Jubiläums erstmals die Marke von 28 Millionen Übernachtungen geknackt. Der Tagungs- und Kongressmarkt war ebenso erfolgreich. Laut der Kongress-Statistik des Berlin Convention Office kamen rund elf Millionen Teilnehmer (ein Plus von drei Prozent) zu mehr als 131.000 Veranstaltungen (plus vier Prozent). Erstmals generierte der Tagungs- und Kongressmarkt sieben Millionen Hotelübernachtungen. „Besonders erfreulich bei der Entwicklung ist, dass Berlin bei Veranstaltungen mit unter 2.000 Teilnehmern gewachsen ist", sagte Berlins Bürgermeister Michael Müller (SPD). Bei Großveranstaltungen mit über 3.000 Teilnehmern komme man aber mit den Kapazitäten kaum hinterher. Kein Wunder, sagen dazu Fachleute. Denn das Internationale Congress Centrum (ICC) – früher prädestiniert für Großveranstaltungen – wurde wegen Baufälligkeit geschlossen.

Gutes Jahr für Norwegen

Die norwegische MICE- und Tourismusbranche blickt auf eine erfolgreiches Jahr zurück: 30,1 Millionen Übernachtungen im Jahr 2014 bedeuten für das nordeuropäische Land eine Steigerung von rund drei Prozent gegenüber dem Jahr davor. Gästen aus Deutschland, dem wichtigsten Auslandsmarkt für Norwegen, waren insbesondere die umsatzstärksten Reisemonate Mai bis August gefragt. Gründe für das markante Plus dürften sowohl die intensive Kampagnenarbeit von Visit Norway zum Thema Nordlicht als auch der attraktive Wechselkurs vom Euro zur Norwegischen Krone sein. Während Norwegen-Reisende 2013 für einen Euro 7,4 Kronen erhielten, liegt der Wechselkurs seit Jahresende 2014 bei etwa 8,6 Kronen.

Kreta wirbt auf Youtube

Die griechische Wirtschaft darbt. Umso erfreulicher ist es, dass MICE und Tourismus offenbar hervorragend laufen. Das will Kreta noch ankurbeln. Mit Filmen auf Youtube startet Kreta eine neue Medienkampagne. Damit will die größte griechische Insel das Rekordergebnis des Vorjahres in diesem Jahr noch übertreffen. Vergangenes Jahr kamen knapp 600.000 Deutsche auf die Insel, ein Zuwachs um gut 22 Prozent gegenüber dem Jahr davor. Fast jeder Zweite, der einmal auf Kreta war, kommt innerhalb der nächsten zwei Jahre wieder zurück, heißt es in einer offiziellen Mitteilung. Die Insel ist optimistisch, 2015 wieder ein Rekordergebnis zu erreichen.

Schottische Regierung unterstützt Geschäftsreisemarkt mit einer Million Pfund

Der schottische Tourismusminister Fergus Ewing sichert der MICE-Branche einen Zuschuss von einer Million Pfund (rund 1, 4 Millionen Euro) zu. Das Geld wird im Geschäftsjahr 2015/16 freigegeben und fließt in den Visit Scotland Conference Bid Fund, der 2012 ins Leben gerufen wurde, um internationale gemeinnützige Verbände bei der Organisation von Konferenzen, Workshops und Symposien in Schottland zu unterstützen. Seit der Einführung des Visit Scotland Conference Bid Funds konnten in sieben Jahre 72 Veranstaltungen und Tagungen aus verschiedenen Branchen mit zirka 84.000 Teilnehmern gewonnen werden. Die geschätzten Einkünfte, die Schottland dadurch zugutekommen liegen bei 143 Millionen Pfund (etwa 195 Millionen Euro).

Konferenz-Arena 2015:

Schweizer-Franken-Aufwertung war Hauptgesprächsthema

162 Aussteller und **1.028 Besucher** – das ist die Bilanz der dritten Konferenz-Arena am 28. Januar 2015

Die Vertreter der Schweizer MICE-Branche zeigten sich besorgt: Die überraschende Entscheidung, den Franken vom Euro abzukoppeln, war eines der Gesprächsthemen auf der dritten Konferenz-Arena. Von dieser Entwicklung sprach auch Jörg Arnold in seiner offiziellen Eröffnungsrede der eintägigen Fachmesse. Der General Manager des Hotel Storchen Zürich, Präsident des Züricher Hoteliervereins und Vorstand bei Zürich Tourismus zeigte sich bestimmt und entschlossen. Die Branche sei nun einmal mehr gefordert. Die Schweizer Hotellerie sei sich bereits seit der Finanzkrise 2008 darüber bewusst, dass sie für die Euro-Gäste sehr teuer geworden ist. „Wir hatten aber Zeit uns neu auszurichten auf mehr Unabhängigkeit vom Euromarkt sowie stärker in den Binnenmarkt und auf die eurounabhängigen Märkte“, so Arnold. Neben Sofortmaßnahmen auf den Märkten riet er dazu, die Ruhe zu bewahren und nicht sofort die Preise zu senken. Die Branche solle zusammenrücken: „Gemeinsam können wir so vieles“, schloss Arnold seine Rede.

Auch wenn Jörg Arnold davon sprach, dass es bisher keine Annullierungen wegen der Abkopplung des Franken vom Euro gegeben habe, hörte man von Vertretern der Hotellerie auf der Messe sehr wohl von Stornierungen. Viele Destinationen und Hoteliers hatten aber bereits reagiert und erzählten von kostenfreien Zusatzleistungen und Spezialangeboten, mit denen die Gäste aus EU-Ländern kompensiert würden.

Insgesamt zeigte sich die am 28. Januar 2015 im Kongresshaus Zürich versammelte Branche also zuversichtlich. 1.028 Besucher und 162 Aussteller verzeichnete die von Swiss Sales CEO Oliver Stoldt und Verleger Angelo Heuberger gegründete Messe für Schweizer Destinationen, Seminarhotels, Kongresszentren und Dienstleister.

Zwei neue Programmpunkte prägten in diesem Jahr das Rahmenprogramm: Zu den durchweg sehr gut besuchten Vorträgen in der Arena kamen noch die sogenannten Power Impulse. Bei den circa 20 Minuten langen Workshops im Erdgeschoss des Kongresshauses ging es darum, aktuelle Themen und praxisorientierte Informationen zu vermitteln. So referierte Unternehmerin und Autorin Tatjana Strobel beispielsweise darüber, wie unternehmerische und persönliche Ziele mit Gelassenheit erreicht werden können. Auch die Verleihung der Swiss MICE-Awards war als Programmpunkt das erste Mal auf der großen Bühne dabei.

Für die kommende Konferenz-Arena 2016 seien zudem weitere Highlights geplant, erklärt Angelo Heuberger während der Pressekonferenz. So soll am 27. Januar 2016 unter anderem ein Special Guest dabei sein. Darüber hinaus werde eine Öffnung im Ausstellersegment stattfinden – ein Aussteller, der nicht aus der Schweiz kommt, werde eingeladen. Und zwar in Form eines „exotischen Gastlandes“. Auf die Frage nach einem Beispiel für ein mögliches exotisches Gastland erklärte Geschäftsführerin Janin Heukamp, das könne eben „alles, außer den Nachbarländern“ bedeuten.

Weiteres Topthema auf der Pressekonferenz war Sponsoring. Der Marketingchef des FC Basel, Martin Blaser diskutierte

Verleger und Bestsellerautor **Thomas Knapp** berührte die Zuhörer mit seinem Vortrag „Burn-out – In den Krallen des Raubvogels“

mit Manuel Huber vom Grasshopper Club Zürich und dem Sponsoring-Spezialisten Hans-Willy Brockes vom ESB Marketing Netzwerk darüber, wie sich erfolgreiches Sponsoring für die gesamte Veranstaltungsbranche gewandelt hat. Als wirksames Kommunikationsinstrument kaufe der Sponsor primär Emotionen ein und erhalte im Gegenzug werbliche Werte, Rechte für die Vermarktung von Produkten und über die Hospitality auch ein Vertriebsinstrument. *(Lesen Sie zum Thema Sponsoring auch Seite 10)*

Die Vergabe des Swiss MICE Award war vor dem beliebten Networking-Cocktail der letzte Programmpunkt und ein Highlight des Messetages. Der Award in vier Kategorien wurde zum zweiten Mal verliehen und von der TV-Moderatorin Claudia Lässer moderiert. Der Swiss MICE Award zeichnet Hotels, Kongresszentren, Locations und Destinationen aus, die das gewisse Etwas haben. Über die Gewinner entschieden per Onlinevoting 1.130 Leserinnen und Leser von Heubergers Magazin „MICE tip“ und der „MICE news“ sowie eine Fachjury. Voting und Jury machten jeweils 50 Prozent aus. Am Ende strahlten die glücklichen Gewinner: Doppelt freuen konnte sich Luzern – nicht nur als Destination, sondern auch in der Kategorie Kongresszentren ging der Preis an die Stadt am Vierwaldstättersee. Bestes Tagungshotel wurde das Hotel Seedamm Plaza am Zürichsee und als beste Special Location das Kultur- und Kongresszentrum Trafo Baden geehrt. [nl]

Die glücklichen Gewinner des Swiss MICE Awards, der in den vier Kategorien Tagungshotel, Kongresszentren, Special Locations und Destinationen vergeben wurde. Fotos: Markus Senn, KonferenzArena

Anzeige

Kommen Sie an Bord von *The Aircraft at Burghof*, der Schulungs- und Event-Location im Rhein-Main-Gebiet. Das Thema „Flugzeug“ spiegelt sich im gesamten Innenbereich wider – die Turbine einer Boeing 747 wird zur Durchgangstür, die Wände sind mit Flugzeugfenstern besetzt und die Kinobestuhlung besteht aus original Airbus-Sitzen. Die Hochmoderne Technik, die komplette Individualisierung und das ausgefallene Design überzeugen sowohl Veranstalter als auch Gäste. Freuen Sie sich auf *The Aircraft at Burghof* und Veranstaltungen, die sich abheben.

THE AIRCRAFT AT BURGHOF | AM WEIHER 6 | 63303 DREIEICH | THE-AIRCRAFT@HAHNAIR.COM | WWW.THE-AIRCRAFT.COM

Holiday Inn Zürich Messe: Der Wagen kann in der Garage bleiben

Direkt gegenüber der Messe Zürich gelegen und verkehrstechnisch optimal angebunden präsentiert sich das **Holiday Inn Zürich Messe**

Am 1. Februar feierte das Holiday Inn Zürich Messe seinen sechsten Geburtstag, erzählt General Managerin Petra Emmel, während sie uns das Haus zeigt. Das Erste, was am Holiday Inn Zürich Messe begeistere, sei natürlich die Lage. Tatsächlich liegt das Viersternehaus direkt gegenüber der Messe Zürich und dem Hallenstadion, der größten Konzert- und Sporthalle der Schweiz. Nur wenige Meter entfernt befindet sich darüber hinaus das Theater 11 Zürich. Hier werden Musicals, Comedy und Konzerte gegeben, momentan laufe „Shrek – Das Musical".

Wer mit dem Auto am Holiday Inn Zürich Messe ankommt, kann es bis zum Abreisetag getrost in der hoteleigenen Tiefgarage abstellen. Das Haus liegt zwischen Airport und Stadt, mit einer Tram- und Bushaltestelle direkt vor der Tür. Das Gros der Gäste sind Geschäftsreisende und Messebesucher. An den Wochenenden reisten natürlich auch viele Gäste für Konzerte und Musicals an, erzählt Emmel.

Miteinander kombinierbare Räume, moderne Technik und Tische auf Rollen garantieren die **hohe Flexibilität** auf der Meetingetage

Beim Rundgang durch das Hotel wird eines deutlich – die sechs Jahre sieht man dem sechsstöckigen Gebäude mit 164 Doppelzimmern nicht an. Die in lindgrün gehaltenen Zimmer präsentieren sich funktional und modern. Gratis-DSL und WLAN, Kaffee- und Teekocher, Safe, Flatscreens und moderne Bäder gehören zur Grundausstattung. Die 18 Executive Zimmer des Hauses bieten darüber hinaus eine Nespresso-Maschine, Minibar, Bügelstation, mehr Platz und ein größeres Bett. Über einen Fitnessraum verfüge das Haus auch, ergänzt Emmel. Abgesehen davon liege das Hallenbad Oerlikon nur etwa 100 Meter vom Hotel entfernt.

Ein besonderes Gestaltungselement des Holiday Inn Zürich Messe sind die gerahmten Plakate und Aufnahmen von Musicals, Opern, Shows und Konzerten, die unter anderem im Hallenstadion stattgefunden haben. Sie tragen zu der einladenden Atmosphäre bei, bilden einen regionalen Bezug und präsentieren das Motto des Hauses: „We will entertain you".

Auf der Meetingetage des Hotels angekommen, berichtet Petra Emmel von der Teilnahme an den sogenannten Bookmark Meetings, einem Zusammenschluss verschiedener Hotels in Zürich und Bern, die Veranstaltungsorte mit dem gewissen Etwas – also einem Bookmark – bieten. Zu diesem Angebot gehören Kaffeepausen mit Brainfood ebenso wie ein fester Ansprechpartner, der die Veranstaltungen von der Anfrage bis zur Rechnung begleitet.

Die Meetingetage besteht aus sieben Tagungsräumen und einem großen lichtdurchfluteten Foyer. Die Räume bieten auf 27 bis 500 Quadratmetern Platz für maximal 250 Personen. Sie alle verfügen über bodentiefe Fenster, Parkettboden, Kaffeestationen, Beamer und Leinwand. Touchpanels erleichtern die Steuerung der Beleuchtung sowie der technischen Ausrüstung. Die beiden kleineren Räume Bookmark 1 und 2 können als Boardrooms für bis zu zwölf Personen genutzt werden, sind aber auch kombinierbar. Bookmark 3 bis 6 sind alle um die 75 Quadratmeter groß und können zusammengelegt werden. Gemeinsam ergeben sie eine Fläche von 300 Quadratmetern und fassen bis zu 220 Personen. Mit 125 Quadratmetern ist Bookmark 7 der größte Raum und kann auch zum Foyer hin geöffnet werden.

Typisch für das Konzept der **Bookmark Meetings** sind die Äpfel und die Anti-Stressbälle, die für jeden Gast bereitliegen. Fotos: Holiday Inn Zürich Messe

Im Foyer wird den Gästen mittags Brainfood serviert – leichte, gesunde Speisen, die eine verbesserte Gedächtnisleistung und Konzentrationsfähigkeit versprechen. Für bis zu 160 Personen könne aber auch ein Businesslunch in der hauseigenen Brasserie „Bits & Bites" organisiert werden, so Emmel. In den Pausen diene dann der auf einem Zwischengeschoss liegende Energy Corner als Pausenzone. Sitzsäcke, ein Putting Green und ein Kicker – oder wie man hier in der Schweiz sagt ein „Töckelikaschte" – bieten Erholung und geben neue Impulse. [nl]

Foto: Hotel Auqatis

In Meetings eintauchen

Schon mal eine Besprechung gehabt und sich dabei wie beim Tauchen im Meer gefühlt? In Lausanne ist dies ab Februar 2015 mit dem neuen Aquatis Hotel & Conference Centre möglich. Das Drei-Sterne-Hotel mit 143 Zimmern und einem riesigen Aquarium eignet sich für außergewöhnliche Konferenzen und Tagungen. An der Autobahn gelegen, bietet das Konferenzcenter einen großen Konferenzraum mit zwei anpassbaren Räumen für bis zu 380 Personen. Zwei Seminarsäle für 150 Personen sowie vier Räume bieten unzählige Gestaltungsmöglichkeiten. Ein eigenes Restaurant sowie eine großzügige Terrasse mit 100 Plätzen runden das Angebot ab.

Neubau erweitert Tagungsmöglichkeiten

Das legendäre Royal Savoy Hotel direkt am Genfer See zeigt sich ab Juni 2016 in neuer Pracht. Mit dem ergänzenden Neubau zum Hauptgebäude aus dem Jahr 1906 entstehen 196 luxuriöse Zimmer und Suiten wie auch großzügige Seminar- und Tagungsmöglichkeiten. Insgesamt fünf Breakout-Rooms und ein Businesscenter stehen für Meetings und Businessevents zur Verfügung. Dazu verfügt das Fünf-Sterne-Haus über einen Ballsaal für 500 Personen sowie eine „Sky-Terrace"-Dachterasse mit 360 Grad Sicht über Lausanne, den Genfer See und die Alpen.

Kursaal Bern mit neuem Serviceleiter

Giovanni Ferraris übernimmt von Februar dieses Jahres an die Serviceleitung im Restaurant Meridiano im Kursaal Bern. Vor seinem Wechsel in das mit 17 Gault-Millau-Punkten und einem Michelin-Stern dotierten Restaurants der Bundeshauptstadt war er als Maître d'Hôtel und Sommelier für die Gastronomiebetriebe des Hotels Eden Roc in Ascona verantwortlich.

Martigny im Fokus

Bereits zur Zeit der Römer war Martigny ein bedeutendes Handelszentrum. Die Stadt an einer Rhoneschleife im Kanton Wallis ist die einzige mit einem direkten Zugang nach Frankreich und Italien. Die Messe „Centre d'Expositions et de Réunions de Martigny (CERM)" zählt über 280.000 Besucher im Jahr und verfügt auf rund 30.000 Quadratmetern über Tagungsmöglichkeiten für 30 bis hin zu 4.000 Personen. Wer es rustikaler mag, dem sind das mittelalterliche Schloss von Bâtiaz, die noch immer betriebene Mühle von Semblanet oder die Museen von Martigny empfohlen. Das Vier-Sterne-Hotel Vatel bietet sieben Konferenzräume, 111 Zimmer und Suiten.

Suisse-Emex 2015 mit neuem Messekonzept

Anfang Februar nahmen rund 130 interessierte Aussteller und Partner am Networking- & Kick-off-Event in Zürich für die Suisse-Emex 15 teil. Die Geschäftsführerin der Schau, Ewa Ming, präsentierte das neue Veranstaltungskonzept. Themenspezifische „Guided Tours", „Business-Speed-Networking Session", „One-to-one"-Meetings und Beratungsinseln fordern zum Netzwerken auf. Die Marketingmesse Suisse-Emex und die Business-Software-Messe Topsoft veranstalten vom 25. bis 26. August 2015 erstmals gemeinsam die größte Schweizer Fachmesse für Kommunikation, Promotion, Event/LiveCommunication, CRM, E-Commerce und Business Software. Rund 500 Aussteller und 15.000 Besuchern werden erwartet. Das Messeformat beinhaltet eine umfassende Leistungsschau mit zahlreichen Konferenzen, Workshops und Fachreferaten für Unternehmen.

Foto: Hotel Basel Krafft Gruppe

Krafft Gruppe eröffnet Design-Stadthotel

Am Picassoplatz in Basel entsteht ab Januar 2016 ein neues, hochwertiges Vier-Sterne-Stadthotel. Mit 65 Zimmern sowie exklusiven Businessräumen und einem Fitnessraum ergänzt dass neue Designhotel die beiden bestehenden Hotels der Krafft Gruppe in Basel und Zürich. Durch die zentrale Lage zwischen dem Museums- und Geschäftsviertel besticht es mit einem besonderen innovativen Gastronomiekonzept. Vom Basler Architekturbüro Buchner Bründler entworfen und mit den Innenarchitektinnen Grego aus Zürich ausgestatteten Hotel verfügt es über einen begrünten Außenraum sowie mit großflächigen Verglasungen einen hell und offen gestalteten Gastronomieteil. Damit erweitert Basel seine Kompetenz als erstklassige Meeting- und Seminardestination.

Foto: Jumeirah Group

Erstes Jumeirah Venu in Dubai

Auf Bluewaters Island entsteht das Venu Bluewaters Island als erstes Hotel unter Jumeirahs Lifestyle-Marke Venu. Sie richtet sich an die Bedürfnisse moderner Reisender und deren Lebensstil: „Zeitgemäß, cool und ungezwungen", heißt es in der Pressemitteilung. Bereits 2017 soll das Hotel mit rund 300 Zimmern eröffnen.

Eine entsprechende Managementvereinbarung für das Hotel sowie 119 angeschlossene Serviced Appartements hat die in Dubai beheimatete Jumeirah Group mit dem Projektentwickler Meraas Holding unterzeichnet. Die Appartements werden unter der Marke Venu Living betrieben.

Steigenberger mit neuer Marke „Jaz in the City"

Die Steigenberger Hotel Group startet mit „Jaz in the City" ihre dritte Hotelmarke. „Jaz inspiriert, spiegelt das Lebensgefühl der Stadt wider, lebt von der lokalen Musik- und Kulturszene, holt die Künstler und ihre Werke ins Haus", ist einer Pressemitteilung zu entnehmen. Wechselnde Ausstellungen gehören genauso zum Konzept wie spontane Sessions heimischer Musiker und Begegnungen mit Bewohnern der Stadt.

Zielgruppe der neuen Marke sollen „weltoffene Entdecker, Wochenendabenteurer, Foodies und Bizcationers, preisbewusste moderne Geschäftsreisende und Consultants sein".

Das erste Jaz in the City ist bereits im Bau und eröffnet im September dieses Jahres in Amsterdam. Das 247-Zimmer-Hotel hat einen direkten Zugang zur Event Location Ziggo Dome.

Vorhang auf für das W Bogota

W Hotels Worldwide, eine Hotelmarke von Starwood Hotels & Resorts, gibt die Eröffnung des mit Spannung erwarteten W Bogota bekannt. „Die Eröffnung des W Bogota ist ein Meilenstein für die Hotellerie in Kolumbien und stellt die Weichen für eine vollkommen neue Definition von Luxus in einem der pulsierendsten Reiseziele der Welt", wirbt Paul James, Global Brand Leader, W Hotels, St. Regis and The Luxury Collection. „Mit der Entwicklung der Schwellenländer wächst auch der dortige Tourismus.

Im Besitz von Terranum und betrieben von Starwood Hotels & Resorts, ist das W Bogota das 46. Hotel der Marke weltweit und neben dem W Santiago und dem W Mexico City das dritte in Lateinamerika. Lateinamerika ist für Starwood ein wichtiger Markt. Mit derzeit 84 Hotels unter verschiedenen Starwood Marken und 16 weiteren in Planung will die internationale Hotelgesellschaft die selbst gesetzte Größe von 100 Hotels erreichen.

Wyndham kauft Dolce Hotels and Resorts

Die Dolce Hotels and Resorts haben einen neuen Eigentümer. Erneut hat die US-Hotelkette Wyndham ihr Portfolio vergrößert – für 57 Millionen US-Dollar. Wyndham hofft auf Geschäftsreisende und vor allem Zuwachs im MICE-Geschäft. Dolce verfügt über 24 Häuser in sieben Ländern in Europa und Nordamerika. Dazu gehörten Hotels, Resorts und ein Konferenzzentrum. In Deutschland hat Dolce zum Beispiel ein exzellentes Haus in Bad Nauheim und eines in München. „Wir haben schon länger nach einer Möglichkeit gesucht, mit Dolce zu wachsen und gleichzeitig unseren Fokus auf Tagungen zu erhalten", wird Dolce-Chairman Philip F. Maritz in einer Pressemitteilung zitiert. Die Marke Dolce soll erhalten und weiter ausgebaut werden.

Apex Hotels expandiert in Schottland

Nachdem die Apex Hotels in Edinburgh und Dundee 2014 ein erfolgreiches Jahr verbuchen konnten, baut die Hotelgruppe ihre Präsenz in Schottland weiter aus. Im Sommer 2015 wird in der Metropole Glasgow das ehemalige Marks Hotel in der Bath Street, nach Renovierung, als Vier-Sterne-Hotel „City of Glasgow" neu eröffnen. „Wir freuen uns über diesen Zuwachs. Mit 104 Zimmern und der zentralen Lage eignet sich die Immobilie ideal für unsere Expansionspläne", so Ian Springford, Vorsitzender der Apex Hotels Gruppe.

Maritim-Kongresstechnik kommt von Brähler und Kuchem

Maritim stellt sich in ihrem Kongress- und Veranstaltungsmanagement neu auf. Seit dem 1. Januar 2015 zeichnen Kuchem und Brähler für die Veranstaltungstechnik und den technischen Support der Maritim Hotels in Deutschland verantwortlich. Der zwischen Maritim sowie Brähler und Kuchem vereinbarte Vertrag sieht eine langfristige Zusammenarbeit vor. Im Leistungspaket enthalten ist sowohl die Bereitstellung von Audio-, Video-, Präsentations-, IT-, Licht- und Bühnentechnik als auch von Konferenz- und Dolmetschertechnik. Kuchem und Brähler unterstützen das Maritim-Eventmanagement auch in der technischen Konzeption, Planung und Durchführung von Veranstaltungen.

Elloumi Rekik ist neue Tourismusministerin Tunesiens

Mit der Wahl in Tunesien ist ein historischer Schritt im politischen Übergangsprozess des Landes nach dem Sturz des Ben-Alis-Regimes getan. Die Bürger des Landes wählten Béji Caïd Essebsi zu ihrem Präsidenten. Essebsis Partei Nidaa Tounes (Ruf Tunesiens) war im Oktober als stärkste Kraft aus der Parlamentswahl hervorgegangen. Der neue Präsident löst nun zusammen mit seinem Kabinett die Übergangsregierung ab. Präsident Essebi berief Salma Elloumi Rekik als neue Tourismusministerin in sein Kabinett. Die 58-Jährige stammt aus einer Unternehmerfamilie und ist nach einem Management-Studium in Tunis erfahrene Geschäftsfrau. Vor allem führte sie zusammen mit ihrem Bruder einen familieneigenen Agrarkonzern, die „Gruppe Elloumi". Ihr Einstieg in die Politik begann nach der Revolution durch die Mitbegründung der Partei Nidaa Tounes 2012, wo sie seitdem als Abgeordnete des Kabinettausschusses aktiv tätig ist.

Die neue tunesische Tourismusministerin **Elloumi Rekik.** Foto: FVA Tunesien

Die neue Ministerin löst die parteilose Unternehmensberaterin Amel Karboul ab, die das Ministerium modernisierte. Karboul, die hierzulande nicht nur wegen ihrer perfekten Deutschkenntnisse brillierte, hatte von Anfang an erklärt, lediglich in der Übergangsregierung zur Verfügung zu stehen. Sie ist nun zu ihrem Mann und den beiden kleinen Kindern an den Familien- und Unternehmenssitz nach London zurückgekehrt.

Nachfolgerin Elloumi Rekik, die erste demokratisch legitimierte Tourismusministerin Tunesiens, ist am 2. Februar ernannt worden. Sie wird auf der Internationalen Tourismusbörse in Berlin ihren ersten großen Auftritt haben und dort auch eine Pressekonferenz abhalten. [tog]

Star Wars forever – oder die Faszination des tunesischen Südens

Am 2. Februar 1978 lief in den deutschen Kinos der erste Film der Heldensaga „Star Wars" (Krieg der Sterne) an. Und auch heute noch, 36 Jahre später, zieht das sandige Planetenepos immer noch alle Generationen an. So funkelten zum Beispiel kürzlich die Augen eines Planers, als der sich gewahr wurde, einer MICE-Gruppe Ausflugstipps zu den Drehorten des Films geben zu können. Ja, man könnte in der Tat eine komplette „Star Wars"- Südtunesien Rundreise als Incentivereise oder als Team-Building-Event anbieten. Wenn man sich dem Dahar-Gebirge im Südosten des Landes nähert, ist es beinahe so, als würde man geradewegs auf dem Mond landen. Die Gegend um die Städte Tataouine und Matmata am Rande der Sahara ist ein ganz besonderes Erlebnis für die Sinne. Unendliche Kraterlandschaften in einem beinahe lavendelblauen Himmel, Wüstenschlösser, die sich mit den Gipfeln der Berge verschmelzen, als wären sie schon immer da gewesen. Ganz versteckt, in Einheit mit der Natur, liegen hier Dörfchen in den Hängen, leuchten ab und an bunte Teppichmuster auf. Die alten Traditionen der Berber wurden zum größten Teil aufrechterhalten – und zwar schon aufgrund der klimatischen Bedingungen. Es kommt ja auch nicht von ungefähr, dass der Planet im Film Tatooin heißt. Wer in die Tiefen des Troglodyten-Hotels Sidi Drissin Matmata hinabsteigt, der „sieht" Princess Leiain ihrem Gemach oder den jungen Luke Skywalker die Treppe emporsteigen. An die 400 Troglodyten gibt es heute noch, viele davon sind sogar bewohnt. Diese Wohnhöhlen sind etwa sieben Meter in die Erde eingegraben, die Zimmer sind rund um die Krater in weiche Felsen geschlagen. Vor der verwinkelten Speicherburg Ksar Haddada deutet ein Schild noch heute auf die Dreharbeiten in den 70er Jahren hin. Unzählig sind die Ksars in dieser Gegend. Zum Teil werden sie als Hotels genutzt. Verlässt man diese so magische Landschaft in Richtung der Oasenstadt Douz, dem Tor zur Sahara, dann tun sich unendliche Dünenwelten auf. Douz ist Treffpunkt der Individualtouristen. Von hier aus ziehen sie los mit den Dromedar-Karawanen zur Tour durch die Wüste. Eine Reise zu sich selbst, wie es die jungen Nomaden als Initiation ins Erwachsensein erlebten. Ein Trekking durch die faszinierenden Weiten der Wüste ist mehr als ein Abenteuer oder gar eine Sportreise. Hier findet der Mensch sich wieder und erdet sich. Weiter geht es gen Westen durch den großen Salzsee Chott El Jerid. Ein unendliches Nichts – hier kann man Fatamorganas sehen und wenn man im Sommer über den Chott fährt, entdeckt man plötzlich das Wohnhaus von Luke Skywalker, das jüngst von Fans mit viel Liebe restauriert wurde. Der Chott liegt im Jerid, dem Land der Dattelpalmen. Die Region um die Oasenstädte Tozeur und Nefta ist touristisch im Kommen. Neben faszinierendem Abenteuertrekking durch die beinahe unberührte Natur setzt der Süden des Landes auch auf Lifestyle, Ökotourismus und den Wohlfühlfaktor. Die Bergoasen Tamerza, Mides und Chebika sind eine Augenweide für jeden Trekkingfan. Der Nostalgiezug „Le Lézard Rouge" (Die rote Eidechse) schlängelt sich durch atemberaubende Canyons – und die Früchte der Palmenhaine, die leckeren Datteln Deghlet El Nour, lassen sich gemütlich während einer Kutschfahrt verspeisen. Unweit von hier liegen die Dünen von Nefta. Mit dem Jeep geht es dort auf und ab. Von weitem sieht man Kuppeln und Gebäude aus dem Sand auftauchen – die „Star Wars"-Kulisse, die im Film die Stadt ‚Mos Eisley' darstellt. Ein absolutes Must für jeden Besucher des Südens von Tunesien. Und wer weiß, vielleicht begegnet einem ja ein Yedi oder Darth Vader. Für eine MICE-Gruppe hat schon so mancher Planer das möglich gemacht. [tog]

Hauptstadthotels bringen stabiles MICE-Wachstum | von Bernhard Brügger

Ein Schmuckstück ist der **Ballsaal** im neuen Titanic Deluxe. Foto: Titanic Hotels

Die Tagungshotellerie trägt weiterhin maßgeblich zum stabilen Wachstum des Berliner MICE-Marktes bei. Laut Kongress-Statistik vom Visit Berlin Convention Office legte im ersten Halbjahr 2014 die Zahl der Hotelveranstaltungen um 1,9 Prozent zu und die Teilnehmerzahlen stiegen um zwei Prozent.

Diskussionen warf dagegen eine Nachricht auf, die gleich zum Jahresauftakt durch die Medien ging: Danach mussten für den Zeitraum zwischen 2014 und 2018 bereits 32 Großveranstaltungen mit jeweils mehr als 2.000 Teilnehmern mangels Kapazitäten im neuen City Cube abgesagt werden – darunter 17 Kongresse mit mehr als 5.000 Teilnehmern! In der Analyse kommt TNS Infratest zu dem Schluss, dass in Berlin schlichtweg mehr Platzbedarf für Großveranstaltungen ab 2.000 Teilnehmern besteht. Das Marktforschungsinstitut bemängelt, dass der City Cube drei Monate im Jahr von der Messe fest belegt sei.

Großveranstaltungen abgesagt – City-Cube-Kapazität gering

Kongressveranstalter sehen sich gezwungen, auf andere Städte auszuweichen. Die Marktstudie entstand übrigens im Auftrag der Messe und Visit Berlin. Sie empfiehlt eine Erweiterung der Kapazitäten, damit Berlin auf dem Markt großer Kongresse nicht das Nachsehen hat. Wer auf Wachstum im MICE-Bereich setzt, kann sich Absagen gegenüber Kongressveranstaltern nicht leisten.

„Für die wichtige Säule Kongresse wird zu wenig getan", bemängelt auch Bernhard Dohne, Regionaldirektor bei den Maritim Hotels Berlin. Kurz gesagt: „Das ICC fehlt!" Auch wenn Franziska Schewe, Marketing Managerin im Hotel Berlin, Berlin konkrete Beispiele für weniger Kongressgäste im eigenen Haus bislang nicht vorliegen, sieht sie doch durch die Schließung des ICC Auswirkungen auf die Hotellerie insgesamt. Erst recht, wenn durch mangelnde Kapazitäten im City Cube „weniger Kongresse in die Stadt kommen, weil viele Zeiträume schon von der Messe Berlin belegt sind", kritisiert sie.

Für den internationalen Messe- und Kongressstandort Berlin ist nach Ansicht von Ernst Weiler, Assistant Director of Sales im Radisson Blu Hotel Berlin, die Schließung des ICC ein herber Schlag. „Der Neubau des City Cubes kann leider nicht alle Kongresse des ICC aufnehmen, sodass es hier einen erheblichen Kapazitätsengpass gibt." Aus Sicht der Hotellerie sei diese Entwicklung mehr als nur bedauerlich, da besonders die internationalen Kongressgäste mit ihrer hohen Kaufkraft einen interessanten Gästekreis darstellen. „Hier ist der Berliner Senat gefordert, so rasch wie möglich über einen adäquaten Ersatz in Form eines neuen Kongresszentrums zu sorgen."

Dass die Streuweite der im ICC stattgefundenen Kongresse zu gering war, um nach Berlin Mitte vorzudringen, befindet Sebastian Ömer, General Manager im Arcotel John F Berlin. „Dennoch bedauern wir die Schließung des traditionsreichen Kongresszentrums am Funkturm und hoffen weiterhin auf internationale Tagungsgäste in Berlin."

Zumindest in der Tagungshotellerie scheint sich der Boom unverdrossen fortzusetzen. Klares Indiz dafür sind die zahlreichen Wieder- und Neueröffnungen von Hotels mit Veranstaltungsflächen. Im Herbst 2014 eröffnete bereits das Scandic Berlin Kurfürstendamm und löste hier den Alsterhof ab. „Bis zur ITB haben wir auch die siebte Etage für Konferenzen saniert", erläutert Steffen Seichter, Director Sales & Marketing bei Scandic Hotels. Künftig gibt es hier einen großen Tagungsbereich mit 180 Quadrat-

Der Blick aus den Fenstern vom Hotel Zoo Berlin fällt auch auf die **Gedächtniskirche**. Foto: Hotel Zoo/Jakob Hoff

meter anstelle der vier kleinen Konferenzräume. Das altehrwürdige Hotel Zoo Berlin mit seinen 145 Zimmern am Kurfürstendamm hat nach umfangreicher Renovierung ebenfalls wieder eröffnet. Vier Tagungsräume für bis zu 130 Personen stehen zur Verfügung.

Im Jahr 2015 zahlreiche Neueröffnungen

Das laufende Jahr ist gekennzeichnet durch zahlreiche Neueröffnungen: Den Anfang macht das Titanic Deluxe Hotel der türkischen Aygün-Hotelgruppe. Das ehemalige Magazingebäude und Kostümhaus der Deutschen Staatsoper am Gendarmenmarkt wurde denkmalgerecht zum Fünf-Sterne-Haus umgebaut. Auf sechs Etagen finden sich 208 Zimmer und Suiten, ein 1.000-Quadratmeter-Spa-Bereich sowie ein 100 Quadratmeter großer Tagungsbereich. Herzstück ist der 300 Quadratmeter große Ballsaal, der über eine weitläufige Marmortreppe erreichbar ist. Im Herbst geht noch das Titanic Business Berlin in der Chausseestraße an den Start: 389 Zimmer, ein 1.800 Quadratmeter großer Ballsaal und 15 Konferenzräume prädestinieren die Immobilie als Tagungshotel. Sechs Konferenzräume für bis zu 840 Personen sowie 357 Zimmer offeriert das spanische Riu Plaza Hotel, das im ehemaligen Philips-Hochhaus an der Urania in Schöneberg eröffnet. Die Berliner Amano-Gruppe errichtet bis zum Sommer das Hotel Amano Grand Central mit 250 Zimmern und Konferenzräumen gegenüber dem Hauptbahnhof in der Europacity. Highlight ist eine 300 Quadratmeter große, üppig bepflanzte Dachterrasse mit Sky-Bar in der sechsten Etage.

ITB-Partnerland Mongolei kann auch Kongresse und Tagungen

Dr. Martin Buck, S.E. Bolor Tsolmon, Indraa Bold (Direktorin „Tourism for Future" NGO) und David Ruetz stellen das **Partnerland Mongolei** vor. Foto: CI

Das zweistellige Wirtschaftswachstum in einem der rohstoffreichsten Länder der Welt spricht für sich. Daher ist es auch kein Zufall, dass sich die Mongolei als Partnerland der ITB 2015 präsentiert. Zwei Wochen vor dem ITB-Start stellten sich die Partner in der Deutschen Kinemathek am Potsdamer Platz vor.

„Wir sind wie eine schöne Frau, die von vielen Männern umworben wird", versinnbildlicht S.E. Bolor Tsolmon, außerordentlicher und bevollmächtigter Botschafter der Mongolei, die wirtschaftliche Situation des Landes. Dass es auch im Tourismus entsprechend läuft, dafür soll der ITB-Auftritt sorgen. Eine halbe Million ausländische Besucher im Jahr wollen die Mongolen gern verdoppeln. Die Tourismus-Einnahmen im Haushalt sollen von derzeit fünf auf 15 Prozent im Jahr 2020 steigen. Ein Garant dafür könnte die vielfältige und oft unberührte Nautur des Landes sein: Der Besucher findet Wüste, Steppe, Hochland, Gebirge und Gletscher in der Mongolei. „Aber wir sind nicht nur naturverbunden", sagt Edenechimeg Batmunkh, Projektleiterin „Tourism for Future" NGO und ließ wissen, dass das Thema MICE einen hohen Stellenwert einnimmt: „Kongresse und Tagungen können selbstverständlich in der Mongolei stattfinden!" Deutsche benötigen kein Visum und zweimal die Woche verkehren Direktflüge ab Tegel. Auf der ITB tritt das Land in Halle 26c und in Halle 4.1 auf.

Feiern zum Mauerfall-Jubiläum sorgen für Rekordzahlen

Erstmals verbuchte Visit Berlin mehr als zwei Millionen Übernachtungen in einem November: Auslöser war das Mauerfall-Jubiläum, das 10,2 Prozent Wachstum gegenüber dem Vorjahresmonat brachte. Rund 50 Prozent mehr Gäste strömten aus außereuropäischen Märkten wie Israel, Indien, Brasilien und Südafrika zu den Feierlichkeiten in die Hauptstadt. Ein Höhepunkt war die symbolische Lichtgrenze, bei der 8.000 große, illuminierte Ballons den 15 Kilometer langen Mauerverlauf kennzeichneten und am 9. November in den Nachthimmel stiegen. Neben dem Bürgerfest am Brandenburger Tor wurden Ausstellungen, Filmpräsentationen und Führungen stark frequentiert. Auch die Hotellerie beteiligte sich: Das Hotel Berlin, Berlin lud mit originellem Eintritts-Visum unter dem Motto „Berlin gestern und morgen" zur ersten Hauptstadtlounge ein. Das Ellington Hotel kredenzte ein „25 Jahre Mauerfall"-Menü im Restaurant Duke mit sechs Gängen aus Ost und West.

Weitere Highlights der mit 10.000 Ausstellern ausgebuchten Messe: „Wir haben die komplette Halle 16 für Kultur eingerichtet", sagt Dr. Martin Buck, Direktor Kompetenz Center Travel & Logistics, Messe Berlin. UNESCO, Museen, Festivals und Kulturdestinationen sind in der Rotunde präsent. Fast 50 Jahre hat es laut Buck gedauert, um erstmals alle Benelux-Staaten in einer Halle (10.2) zusammenzubringen. Pressereferentin Astrid Zand und Messeleiter David Ruetz freuen sich zudem über einige Rückkehrer: Die Hotelgruppen Hilton und Hyatt sowie die Länder Afghanistan und Honduras sind wieder dabei.

Aus groß wird riesig:

Estrel baut für Kongresse und Messen

Das Service-Personal tanzt: Mit einem Flashmob anlässlich des **20-Jährigen** überraschte das Estrel Hotel die Gäste in der Lobby. Foto: CI

Das Estrel Berlin feierte im vergangenen Jahr 20-Jähriges – und hat sich im Jubiläumsjahr für die Zukunft optimal positioniert: Aus dem Convention Center wird das Kongress & Messe Center. Mit der Erweiterung der Veranstaltungsfläche von 15.000 auf 25.000 Quadratmeter lassen sich Kongresse, Fachtagungen, Spezialmessen und Events für bis zu 12.000 Besucher gleichzeitig organisieren.

Als Austragungsstätte renommierter Großkongresse mit vierstelligen Teilnehmerzahlen hat sich das Estrel seit jeher etabliert: Beispiele sind der ICCN International Congress of Clinical Neurophysiology mit 1.000 Besuchern, die Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Nephrologie mit 1.800 Gästen, der Hauptstadtkongress DGAI für Anästhesiologie und Intensivtherapie einschließlich Pflegesymposium mit 2.000 Teilnehmern oder der Deutsche Bibliothekartag mit 3.000 Personen. Aktuell zählt das Estrel, das kürzlich auch dem Branchenverband FAMA (Fachverband Messen und Ausstellungen) beitrat, über 1.800 Veranstaltungen und 360.000 Besuchern im Jahr. Diese Marktposition will Estrel-Eigentümer Ekkehard Streletzki ausbauen und neue Veranstaltungen nach Berlin holen.
Die Erweiterung erfüllt die Anforderungen internationaler Kongressveranstalter in puncto technischer Ausstattung, Energieeffizienz und Flexibilität. Die hoch angelegte Messlatte hindert nicht an der avisierten pünktlichen Fertigstellung des Neubaus mit 25 Millionen Euro Investitionsvolumen: „Wir liegen voll im Zeitplan – die ersten Kunden werden am 1. September 2015 tagen“, verspricht Thomas Brückner. Der Estrel-Geschäftsführer gibt sich auch optimistisch, was die Baupläne für den neuen 176 Meter hohen Estrel-Tower angeht, der auf der gegenüberliegenden Westseite der Sonnenallee errichtet wird. „Im Moment werden noch immer die restlichen 17 Gutachten erstellt“, berichtet Brückner. In der Folge werden Behörden und Öffentlichkeit angehört, bevor der Bebauungsplan geändert werden kann. Thomas Brückner rechnet damit, dass Ende 2015 die Phase für Planung und Finanzierung starten kann. Das Estrel kann zusammen mit dem 50-geschossigen Hotelturm in Zukunft mehr als 1.800 Zimmer aufbieten.

Neben Hotel, Kongress und Messe ist auch das Entertainment ein wichtiger Schwerpunkt des Estrel. Das Show-Programm avancierte sogar zum erfolgreichen Exportschlager. „Wir sind im Frühjahr mit unseren Produktionen zunächst auf Europatour“, berichtet Thomas Brückner. „Elvis – Das Musical“ spiele bis Mai 2015 in 60 verschiedenen Städten „und unser Beatles-Musical ‚All you need is love!‘ gastiert in 40 Theatern.“ Fürs Sommerprogramm soll Elvis dann auch im Estrel Festival Center gastieren. Geplant sind ebenfalls neue Show-Ideen wie ein Motown- oder Woodstock-Special.

Apropos Show-Ideen: Mit einem Flashmob musikalischer Art feierte das Estrel im Dezember das 20-jährige Bestehen vor rund 500 überraschten Gästen im Atrium. Über 80 Köche, Restaurantfachleute, Rezeptionisten, Techniker und Housekeeping-Mitarbeiter tanzten beim konspirativen Stelldichein. Das Rampenlicht fiel beim Spontan-Auftritt zuerst auf Rachel Hiew und Patrick Graham. Die beiden „Stars in Concert“-Doppelgänger von Cher und Elvis sangen einen eigens komponierten Musical-Song, zu dem sich nach und nach die Freifläche in der Lobby mit dem Estrel-Personal füllte. Köche und Servicepersonal bewiesen dabei ihr Improvisationstalent. Die Flashmob-Idee kam von Hoteldirektorin Ute Jacobs. Filmkomponist Philipp Thimm schrieb Text und Musik, während „Stars in Concert“-Chefchoreografin Carla Oya das Stück arrangierte.

20 Jahre Estrel in Zahlen

- 450 Mitarbeiter
- 393 Azubi-Absolventen
- 4 Millionen Übernachtungsgäste
- 2.500 Liter ausgeschenkter Kaffee am Tag
- 80 Meter Gebäudehöhe
- 90.0000 Quadratmeter Grundfläche
- 1.000 Meter lange Außenfassade
- 20 Aufzüge
- 70 Köche in neun Küchen
- 75 Veranstaltungsräume (ab September 2015)

ORIGINELL. KONTRASTREICH. BLACK.

DORMERO HOTEL BERLIN KU‘DAMM

Eine Balance aus Klassik und Moderne, Trend und Mainstream, Globetrotter und Fashionista. Das Boutique Hotel ist die fantastische Mischung aus Originalität und Konstrast, abgestimmt auf die Farbe schwarz.

A balance of classic and modern, trend and mainstream, globetrotter and fashionista. The boutique hotel is the ideal mix of originality and contrast matched to the color black.

DORMERO | Hotel Berlin Ku'damm

www.dormero.de

„Ins politische und gesellschaftliche Zentrum perfekt eingegliedert“

Vor ziemlich genau sechs Jahren eröffnete das Arcotel John F in Mitte seine Pforten. Das Vier-Sterne-Superior-Haus bringt seither österreichischen Charme ins Herz von Berlin. CI-Redakteur Bernhard Brügger sprach mit General Manager Sebastian Ömer über die Standortpositionierung.

Sebastian Ömer. Foto: Wolf-Peter Steinheisser

Herr Ömer, Sie arbeiten seit knapp elf Jahren für Arcotel, was in der schnelllebigen Hotelbranche schon von bemerkenswerter Kontinuität und Loyalität zeugt. Sind die für Familienunternehmen übliche hohe Beständigkeit und die kurzen Entscheidungswege auch Argumente für die langjährige Treue?

Ömer: Definitiv. Während meiner Anstellung bei der Arcotel Gruppe hatte ich die Möglichkeit an vier verschiedenen Standorten – in Linz, Wien, Stuttgart und Berlin – zu arbeiten und mich weiterzubilden. Das mir entgegengebrachte Vertrauen beruht in diesem Sinne auf Gegenseitigkeit. Zur Wertewelt der Arcotel-Gruppe gehören „Tradition“ und „Familie“ – wir verstehen uns als Familie und Team in unserer täglichen Arbeit.

Welche Bedeutung hat das Arcotel John F am Standort in Berlins historischer Mitte eingenommen?

Ömer: Das Arcotel John F Berlin wurde im Jahr 2009 errichtet und befindet sich im Quartier am Auswärtigen Amt. Das Viertel zwischen Museumsinsel und Gendarmenmarkt war früher schon eine feine Geschäfts- und Wohngegend. Heute befinden sich hier das Auswärtige Amt, viele Botschaften sowie Medien- und Wirtschaftsunternehmen. Das Arcotel John F Berlin hat sich in das politische und gesellschaftliche Zentrum Berlins, welches Urbanität und Exklusivität vermittelt, perfekt eingegliedert. Das Interieur des Hotels spiegelt die Lebendigkeit, Weltoffenheit und Internationalität der Nachbarschaft wider.

Das Auswärtige Amt ist ja Ihr direkter Nachbar. Welche Synergien ziehen Sie aus dieser Nähe?

Ömer: Die Lage unmittelbar neben dem Auswärtigen Amt ehrt uns, deshalb haben wir auch unser Restaurant Foreign Affairs in Anlehnung an das Prestigeobjekt benannt. Die Internationalität zieht sich durch unser gesamtes Hotelkonzept und wir freuen uns immer Auswärtige, Diplomaten, Minister und Mitarbeiter des Auswärtigen Amtes bei uns zu Gast zu haben.

Wie wichtig sind Partnerschaften – zum Beispiel mit der Initiative Deutscher Fußball Botschafter, deren prominente Teilnehmer im vergangenen Jahr nach der Preisverleihung bei Ihnen im Haus feierten?

Ömer: Die Partnerschaft mit der Initiative Deutscher Fußball Botschafter war wertvoll für die Steigerung unseres Bekanntheitsgrades in Berlin Mitte. Eine weitere, bekannte Partnerschaft ergab sich im Jahr 2011 mit dem weltberühmten Cats-Musical, sodass ein großer Teil der Darsteller in unserem Hotel übernachtete. Für die TV-Dokumentation „Berlin kocht“, eine feste Größe in der Berichterstattung über die kulinarischen Highlights der Hauptstadt, begrüßte das Team unseres Restaurants Foreign Affairs die Hauptdarstellerin des weltberühmten Cats-Musicals Frau Masha Karell. Derartige Partnerschaften üben positive Ausstrahlungseffekte auf uns aus und wir freuen uns auch zukünftig auf spannende Partnerschaften.

Herr Ömer, wir danken Ihnen für das Gespräch.

Arcotel John F in Zahlen

Das Arcotel John F verfügt über 190 Zimmer verteilt auf sechs Stockwerke. Vier Seminarräume mit einer Gesamtfläche von 240 Quadratmetern sind mit modernster Technik, Tageslicht und Klimaanlage ausgestattet. Sowohl die beiden Räume im Erdgeschoss als auch die Räume im Obergeschoss sind variabel und lassen sich jeweils zu einem großen Saal vereinen.

Das **Arcotel John F** am Werderschen Markt befindet sich in der Historischen Mitte Berlins. Foto: Arcotel Hotels

Stars und Glamour in Moabit

Mit dem Best Western Premier Hotel Moa Berlin hat der Stadtteil Moabit vor viereinhalb Jahren eine spektakuläre Aufwertung erfahren. Denn das Vier-Sterne-Haus mit seinen 196 Zimmern verfügt über ein 6.500 Quadratmeter großes Convention Center und nimmt damit eine starke Rolle bei der Umsetzung von Großveranstaltungen ein.

Die Unternehmerfamilie Wendeln ließ auf dem 15.000-Quadratmeter-Areal ihrer ehemaligen Moabiter Backfabrik mit dem Moa Bogen Center eine Mall der Superlative errichten. Die Highlights neben dem Moa Hotel und Convention Center: Das 4.500 Quadratmeter große E-Center von Edeka ist das größte seiner Art in Berlin. Auf 1.000 Quadratmeter kredenzt das größte Asia Büffet Restaurant Berlins fernöstliche Speisen. In der vierten Etage erwartet der Fitness Point auf 3.500 Quadratmeter seine Gäste. Auch die Moa-Hotelgäste dürfen hier bereits seit drei Jahren während ihres Aufenthalts kostenlos trainieren und am Kursprogramm teilnehmen. Im Moa Bogen Center stehen zudem 600 Parkplätze zur Verfügung, die den Besucher trockenen Fußes zur Veranstaltung kommen lässt.

Gleich mehrere Event-Ebenen bieten reichlich Platz für unterschiedlichste Anforderungen: Herzstück ist das 1.600 Quadratmeter große Atrium in zweiten Obergeschoss mit seiner Glaskuppel und den Grünflächen. Im Februar 2013 kam dann im ersten Obergeschoss die 2.200 Quadratmeter große „Hall of Events“ dazu. Zehn weitere Tagungsräume verteilen sich auf zwei Etagen. Fünf davon und die „Hall of Events“ sind sogar mit dem Fahrzeug befahrbar – ideal für Autopräsentationen.

Regionaldirektor Paolo Masaracchia registrierte bereits Veranstaltungen mit bis zu 3.000 Teilnehmern in der „Hall of Events“ – sogar bis zu 6.000 Gäste würden unter Ausschöpfung aller Kapazitäten im Convention Center einen Platz finden. Im vergangenen Jahr kam der Smago Award auf 2.900 Besucher. Zu den Top-Veranstaltungen gehörten der 115. Presseball Berlin, der längste Catwalk im Rahmen der Fashion Week und Großveranstaltungen namhafter Industrieunternehmen wie Microsoft International. Aktuell steht jetzt der Hauptstadtball der Deutschen Polizeigewerkschaft auf der Agenda.

Moa-Regionaldirektor **Paolo Masaracchia** (l.) und **Andreas Möller** von den Berliner Tenören. Foto: CI

Anzeige

Wir bringen es auf den Punkt!

Einladung zum „Meeting Place Berlin“

meeting-place-berlin.de

visit Berlin Convention Office

Melden Sie sich an! 2.–6. Juli 2015

Kompakt. Präzise. Exklusiv. Das ist der Anspruch der Fachveranstaltung „Meeting Place Berlin“.

Sie werden die Millionen Möglichkeiten Berlins auf nur einem Event in ganz kurzer Zeit kennenlernen. Wir bringen es auf den Punkt. Dafür sind wir da. Das *visitBerlin* Berlin Convention Office lädt Sie ein und bittet um Ihre Anmeldung auf:

meeting-place-berlin.de

Meeting Place Berlin

be Berlin

Member of BestCities GLOBAL ALLIANCE

Dormero:

Junges Hotel hinter historischer Fassade

Vom Brandenburger Hof zum Dormero Hotel Berlin Kudamm: Innerhalb von nur sechs Monaten Umbauzeit entstand das erste „Black Label"-Hotel der Gruppe, die damit auch ein Gourmetrestaurant für höchste Ansprüche anbietet. Auf den fünften Stern will das neue Dormero-Flaggschiff allerdings zukünftig verzichten und dafür als Vier-Sterne-Superior-Haus eine junge Zielgruppe ansprechen.

Das inzwischen neunte Dormero-Hotel – 20 sollen es laut Vorstand Marcus Maximilian Wöhrl noch werden – hält in der Zimmerausstattung einige Alleinstellungsmerkmale bereit: Da sich der Name Dormero vom französischen *dormir* (zu Deutsch *schlafen*) ableitet, hat man hierauf natürlich auch ein besonderes Augenmerk gelegt. Alle 58 Zimmer und 14 Suiten verfügen über das Dormero-Schlafsystem mit Bockspringbett, extra hoher Matratze, Topper und Hygieneauflage. Technisches Highlight, das sofort ins Auge fällt, ist der 55 Zoll große Flatscreen an der Wand. Neben freiem Internetzugang und TV genießt der Gast hier kostenlos auch alle Sky- und Blue-Movie-Sender. Ebenfalls inklusive sind die Getränke in der Minibar. Ein Service, den bekanntlich auch Gäste an Bord auf klassischen Linienflügen genießen. Da schließt sich der Kreis: Denn Hans Rudolf Wöhrl, der Vater von Dormero-Vorstand Marcus Maximilian Wöhrl, ist Airline-Eigentümer.

Darüber hinaus gehört Hans Rudolf Wöhrl die bekannte gleichnamige Modehauskette. Apropos: Der modische Aspekt findet sich – ebenso wie die Unternehmensfarben – in der Bekleidung der Mitarbeiter wieder. Das schwarz gehaltene Outfit mit roten Hosenträgern und roten Schuhen zeugt von dynamischer Frische.

o.: Einer der fünf Salons für MICE im Dormero-Hotel. Foto: Dormero Hotel AG / Torsten Ulrich Galts

Mi.: Erfolgreiches Opening in Berlin: Konzernchef **Hans Rudolf Wöhrl** (l.) mit Sohn und Dormero-Vorstand **Marcus Maximilian Wöhrl** sowie **Nicole Zorn**, Deutschlands jüngster Hotelmanagerin. Foto: CI

re.: Die **Sonderbar** lässt sich auch für Party-Veranstaltungen nutzen. Foto: CI

Dass die Atmosphäre im Dormero locker und ungezwungen ist, davon konnten sich die Gäste zur Eröffnungsfeier überzeugen. Am Eingang wurde auf das zeitraubende Abhaken einer Gästeliste verzichtet. Stattdessen geleiteten die Mitarbeiter gleich vom Foyer in den 280 Quadratmeter großen Wintergarten, der mit seinen vier Glasfronten den quadratförmigen, grünen Innenhof komplett ummantelt. Problemlos lassen sich im Wintergarten eine Bühne und mehrere Buffetzeilen integrieren – eine ideale Eventlocation für 250 bis 300 Gäste. Direkt vom Wintergarten aus zugänglich sind auch die fünf neu eingerichteten Salons, die Raum für Meeting oder Dinner mit jeweils bis zu 40 Personen bieten.

Einen neuen Anstrich hat das Gourmetrestaurant Quadriga erhalten. Schließlich kommt der Küche des Hauses besondere Bedeutung zu – worauf auch der Namenszusatz „Black Label" hinweist. Zur Eröffnungsfeier gab Küchenchef André Haufler seine Empfehlung. Im Garten des Innenhofes ließ er ein komplettes Wildschwein anrichten.

Zu den Spezialitäten des gebürtigen Warnemünders gehören auch Sushi, Jakobsmuscheln, Austern und Zander. Darüber hinaus servierte André Haufler seinen Gästen vier kapitale Lachse – natürlich in Bioqualität.

Veränderungen finden sich auch in der Lobby: Der ehemals große Tresen der Rezeption wurde gegen einen deutlich kleineren getauscht und der gewonnene Raum zum gemütlichen Loungebereich verwandelt. Gleich hinter der Lobby, wo einst angestaubte Büroatmosphäre dominierte, werden nunmehr Moscow Mule und Whiskey Sour gemixt. Die modern gestylte Sonderbar eignet sich nicht nur für einen Absacker. So stand zum Opening der chartbekannte DJ Tomekk an den Turntables und sorgte hier für Partystimmung.

Neu sind übrigens auch die farbigen Lichtstrahler, die die klassizistische Fassade des ehemaligen Stadtpalais in behagliche Farbtöne hüllen. Die dezenten Lichtelemente werden in den öffentlichen Bereichen des Hauses fortgesetzt und erzielen ihre Wirkung.

Greift nach den Sternen: Küchenchef **André Haufler** – hier mit **Male Larissa Böhme**, Hotel-Managerin im Dormero Hotel Rotes Ross Halle. Foto: CI

Anzeige

ARCOTEL HOTELS

Repräsentatives Tagen, ob kleiner Rahmen oder Großveranstaltungen für bis zu 970 Teilnehmer. ARCOTEL Hotels: Gleich 10-mal Ihr Partner für gute Geschäfte in Berlin, Hamburg, Klagenfurt, Stuttgart, Wien und Zagreb.

www.arcotelhotels.com

Im Ellington Hotel spielt die Musik

Das denkmalgeschützte Gebäude in der Nürnberger Straße, in dem seit acht Jahren das Hotel Ellington seine Gäste empfängt, war einst ein Mittelpunkt im Berliner Nachtleben. Ob als Ballhaus, Jazz-Club, Diskothek oder Theater – die vielschichtige kulturelle Nutzung über die vergangenen Jahrzehnte brachte zahlreiche prominente Künstler ins Haus. Darunter waren Jazz-Ikonen wie Ella Fitzgerald und Luis Armstrong oder Popstars wie David Bowie, Carlos Santana und Nick Cave.
An die Jazzlegende Duke Ellington erinnert nicht nur die Namensgebung fürs Hotel, sondern auch das Restaurant Duke. Mit einem breit gefächerten Veranstaltungsprogramm knüpft das Ellington Hotel heute an die glamouröse Vergangenheit an und hat der Nürnberger Straße das verlorengegangene Zentrum zurückgegeben. Ekkehard Streletzki eröffnete hier nach einer einjährigen Sanierungsphase sein zweites Hotel mit 285 Zimmern auf vier Etagen. Als geschäftsführende Direktorin setzte er Tina Brack ein, die schon vor der Eröffnung seit Februar 2006 die Geschicke des Hauses lenkt und ein 100-köpfiges Mitarbeiterteam führt.

Ein Investitionsvolumen von 40 Millionen Euro steckt im Hotel Ellington, das denkmalgerecht saniert wurde. Lampen und Treppenhandläufe aus Messing, weiße und grüne Kacheln sowie Stuckornamente sind als Originalelemente erhalten und mit Liebe zum Detail restauriert worden. Aufgrund der Bauauflagen musste der Paternoster weichen. Andere Highlights blieben erhalten: Über der vierten Etage befinden sich zum Beispiel zwei aufgesetzte 50 Quadratmeter große Turmsuiten, die einen spannenden Ausblick rund um den Kudamm bis hin zu Siegessäule bieten.

Das Ellington Hotel hat das Stadtleben wieder in die Nürnberger Straße gebracht

Ein Kleinod für festliche Open-Air-Empfänge ist der Ellington Sommergarten, der geschützt zwischen den Gebäudetrakten liegt. Hier finden in der warmen Jahreszeit regelmäßig Jazzkonzerte statt. Damit sich das Außenareal auch bei Regen nutzen lässt, wird zur Sommersaison 2015 eine flexible und transparente Dachkonstruktion installiert. Sie erfüllt gleichzeitig die Funktion einer Schallisolierung. Dadurch kann abends länger gefeiert werden, ohne die Gäste in den darüber liegenden Zimmern zu stören. Die neue moderne Dachkonstruktion erinnert an ein historisches Pendant, das sich in den 30er Jahren über dem Ballhaus Femina befand. Mit einem hydraulisch zu öffnenden Glasdach – das den Krieg nicht überdauerte – sorgte der Tanzpalast für Furore. Bis zu 2.000 Gäste feierten in lauen Sommernächten unterm Berliner Sternenhimmel. Der Saal hat natürlich nach Kriegsende ein neues Dach erhalten und ist mit seinen mehr als 630 Quadratmetern heute eine Preziose unter den zehn Veranstaltungsräumen (zusammen knapp 1.500 Quadratmeter) im Ellington Hotel. Ebenso wie der 35 Quadratmeter große Tresorraum im historischen Keller – ein Vermächtnis der Oberfinanzdirektion, die ebenfalls einmal ihr Domizil in der prachtvollen 20er-Jahre-Immobilie hatte. In den offen stehenden Panzerschränken lagern heute unter der Obhut von Sommèliere Kati Dolecek 300 verschiedene europäische Weine – darunter Kostbarkeiten wie die Sassicaia -Reihe von 1976 bis 2008 und der 69er-Jahrgang vom Barbaresco Angelo Gaja. Für kleine Gruppen serviert Küchenchef Florian Glauert im Weintresor auch ein Dinner mit Weinbegleitung.

Ansonsten kredenzt der Berliner seine „Cuisine logique“, gekennzeichnet durch aufregende Aromen sowie regionalen und saisonalen Zutaten, im mit 16 Gault Millau-Punkten ausgezeichneten Restaurant Duke. Zur Verfügung stehen 65 Plätze und als Hingucker fungiert eine offene Showküche. Sonntags gibt es ein Jazzbrunch mit Live-Musik. Der erfolgreich wiederbelebte historische Bezug zur Jazz-Musik geht auf die 50er Jahre zurück, als hier der renommierteste Jazzclub Berlins die internationalen Stars anlockte. Auch das „Jazzradio 106.8“, das vom Ellington Hotel aus rund um die Uhr auf Sendung geht, verkörpert die enge Verbindung zur Musik.

Der **Weintresor** wird auch für gesetzte Dinner mit Weinbegleitung genutzt. Fotos: Ellington Hotel

Die Innenhöfe im **Mövenpick Hotel Berlin** sind historische Zeugnisse aus der Gründerzeit. Foto: Mövenpick Hotels Deutschland

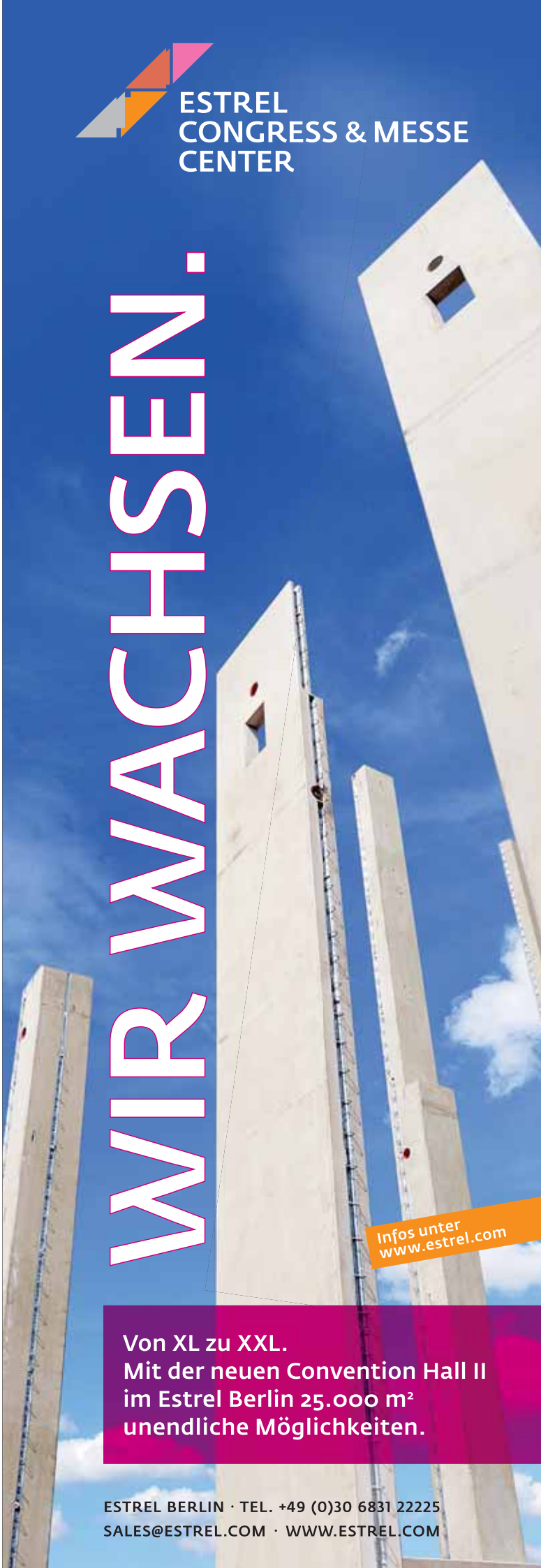
Mehr Tagungsfläche im Mövenpick Hotel Berlin

Das Mövenpick Hotel Berlin mit seinen 243 Zimmern liegt in den historischen Siemenshöfen am Potsdamer Platz und wurde für sein Designkonzept mit dem Berliner Immobilien Award 2005 ausgezeichnet. Erst im Jahr 2013 hat das Vier-Sterne-Superior-Haus seine Tagungsflächen erweitert, sodass nunmehr zwölf multifunktionale Veranstaltungsräume auf drei Ebenen mit 1.100 Quadratmeter zur Verfügung stehen – der größte Raum umfasst 345 Quadratmeter. Ein Juwel für exklusive Sitzungen und Bankette bis 80 Teilnehmer ist der historische Siemenssaal mit seinen historischen Holzvertäfelungen und Stuckaturen. Großzügige Foyers und die Innenhöfe sind übrigens zusätzlich nutzbar.

Das Maritim Berlin rechnet in großen Dimensionen

Ob Dehoga-Branchentag, Hotel-Expo oder VDR-Kongress, das Maritim Hotel Berlin in der Stauffenbergstraße – eingebettet zwischen Botschaften und Kulturforum – stellt Kapazitäten für bis zu 5.500 Besucher zur Verfügung. Allein die zentralen Veranstaltungsbereiche des Hauses, die beiden Ballsäle Maritim und Berlin sowie die dazwischen liegende Grand Hall, nehmen 3.300 Ball- oder Tagungsgäste auf. Alle drei Areale lassen sich miteinander verbinden zu einer Gesamtfläche von mehr als 5.000 Quadratmeter. Mobile Trennwände sorgen für hohe Flexibilität und erlauben eine individuelle Planung. Weitere 21 Konferenz- und Seminarräume in unterschiedlich kombinierbaren Größen sowie 41 Konferenz-Suiten für acht bis 24 Teilnehmer komplettieren das Portfolio. Auch die Rahmenbedingungen sind stimmig: 505 Zimmer und 478 Tiefgaragenplätze halten die Wege zum Kongress kurz. Zusammen mit dem Schwesterhotel Maritim proArte in der Friedrichstraße kommt man sogar auf über 900 Zimmer.

Anzeige



Die Lichtelemente im Atrium vom **Steigenberger Am Kanzleramt** bringen besondere Atmosphäre – wie hier beim Opening mit Andreas Bourani auf der Bühne. Foto: CI

Im Steigenberger Hotel Am Kanzleramt wird nachhaltig getagt

In keiner anderen Stadt ist die Steigenberger-Gruppe so sehr präsent wie in Berlin: Mit dem Steigenberger Hotel Am Kanzleramt wurde im Mai 2014 das siebte Haus in der Hauptstadt eröffnet. Der freie Blick auf Hauptbahnhof, Spree und Kanzleramt hat seinen Charme. Aber auch in puncto Nachhaltigkeit setzt die 75-Millionen-Euro-Immobilie Maßstäbe: Das Steigenberger-Flaggschiff wurde nach den Vorgaben der „Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen" (DGNB) errichtet. Mit 339 Zimmern auf acht Etagen und 2.000 Quadratmeter Veranstaltungsfläche verteilt auf zwölf Tagungsräume bietet das Vier-Sterne-Superior-Haus seinen Gästen reichlich Spielraum. Durch das Green Meetings Konzept offeriert das Haus als einziges Hotel hierzulande ausschließlich Tagungsangebote mit einer vollständigen CO_2-Kompensation. Das Steigenberger Hotel Am Kanzleramt gewann den Meetings Expert Green Award in der Kategorie Nachhaltige Veranstaltung. Zu den herausragenden Veranstaltungen im vergangenen Jahr gehört die Jahresabschlusstagung der Bundeswehr mit 300 Teilnehmern, die auch ein entsprechendes Zimmerkontingent erfordert hat. Mit insgesamt sieben Häusern versorgt die Steigenberger Hotelgroup die Hauptstadtregion – und offeriert zusammen 66 Tagungsräume.

Dreimal Marriott International am Potsdamer Platz

Marriott International hat sich am Potsdamer Platz ein Kongressrefugium geschaffen, das auf drei Säulen basiert und gehobenen Fünf-Sterne-Ansprüchen gerecht wird. Das Fünf-Sterne-Superior-Hotel The Ritz-Carlton Berlin mit 303 Zimmern, das Berlin Marriott Hotel mit 379 Zimmern und das Tochterunternehmen Catering by Marriott decken alle zentralen Bedürfnisse für große Veranstaltungen ab. Zu den knapp 700 Zimmern kommen noch zwei Restaurants, drei Bars und mehr als 20 Tagungsräume auf 2.700 Quadratmetern Eventfläche. Davon entfallen 910 Quadratmeter auf den Ritz-Carlton-Ballsaal, der übrigens der größte seiner Sterne-Kategorie in Berlin ist. Das Ritz-Carlton Berlin ist zudem das erste Fünf-Sterne-Superior-Hotel in Europa, das mit dem EMAS Siegel für Umweltschutz und Nachhaltigkeit ausgezeichnet wurde. Passend dazu steht die Biokost, die zum Teil sogar aus eigener Produktion stammt. Neue Wege geht das Marriott Hotel beim Interieur: Die vierzehn Tagungsräume wurden nach dem Living-Room-Konzept gestaltet und erinnern mehr an eine Wohnung als an einen kühlen Tagungsort. Zudem sind in allen Räumen Highend-Audio-Videosysteme installiert. Sieben 3-D-fähige Plasmascreens eignen sich für Videokonferenz, Präsentation oder Vortrag. Eine mobile Check-in- und Meeting-App steht ebenfalls zur Verfügung. Bei den World Travel Awards 2014 wurden das Berlin Marriott Hotel zum besten Konferenzhotel und das Ritz-Carlton Berlin zum besten Businesshotel Deutschlands gewählt.

Das 25hours Hotel avanciert zur In-Location

Seit Anfang des vergangenen Jahres empfängt das 25hours Hotel Bikini Berlin seine Gäste. Die Immobilie im Bikini-Komplex wurde komplett saniert. Besondere Höhepunkte in der 1.000 Quadratmeter großen zehnten Etage des 25hours sind das Restaurant neni berlin und die Monkey roof top Bar, die sich beide für exklusive Veranstaltungen mit bis zu 350 Gästen mieten lassen. Hier wurde das Haus um ein zusätzliches Dachgeschoss mit Glaskonstruktionen und Außenterrassen erweitert. Von der Dachterrasse und aus den Panoramafenstern blickt man auf die Gedächtniskirche und zum Affen- und Elefantengehege im Zoo. Das Hotel offeriert 149 Zimmer und drei Meetingbereiche, die es auf 250 Quadratmeter Fläche bringen. Die European Film Promotion zur Berlinale, ein Presse-Event von Universal sowie Firmenseminare von KPMG, Deloitte und Siemens fanden bereits statt. Für die Umsetzung größerer Veranstaltungen kooperiert das 25hours Hotel mit dem Zoo-Palast-Kinobetreiber Hans-Joachim Flebbe. Der restaurierte große Saal mit seinen 800 Plätzen ist nicht nur zu Berlinale-Zeiten ein begehrtes internationales Premierenkino.

Freie Sicht zum Zoo: Die **Monkey Bar** avancierte innerhalb kürzester Zeit zur beliebten Eventlocation. Foto: CI

Traumhafte Perspektiven am Spreebogen

Direkt an der Spree liegt das **Ameron Abion Spreebogen Waterside Hotel.** Foto: Ameron Abion Spreebogen Waterside Hotel

Die besondere Wasserlage ist das Alleinstellungsmerkmal vom Ameron Abion Spreebogen Waterside Hotel. Das Vier-Sterne-Haus im Stadtteil Tiergarten hält 224 Zimmer in vier Kategorien bereit. Unter den fünf Tagungsräumen mit 1.050 Quadratmetern für bis zu 600 Personen sticht der Salon Bellevue hervor. Der Salon auf der achten Etage bietet ebenso wie der Fitness- und Saunabereich einen weitläufigen Panoramablick. Die Deutsche Bahn, Telekom, Swisslab, Hapag Lloyd und der Berliner Fritz!Box-Hersteller AVM waren schon mit Veranstaltungen zu Gast. Wer auf Exklusivität Wert legt, der tagt auf der Abion Yacht Aida und unternimmt mit ihr eine Spreetour, an der sich bis zu 20 Gäste beteiligen können. Als exklusive Stadtresidenz entstand zudem die Villa Abion direkt an der Spree. Mit ihren zweimal 40 Quadratmeter großen Sälen sowie 19 Zimmern und Suiten bietet sie ein besonderes Ambiente. Sie befindet sich auf dem Gelände der alten Meierei Bolle. Die Industrie-Immobilie im Charme der 20er Jahre wird gegenwärtig gerade zur Eventlocation umgebaut. 3.000 Quadratmeter Veranstaltungsfläche stehen hier ab April 2015 zur Verfügung.

Anzeige

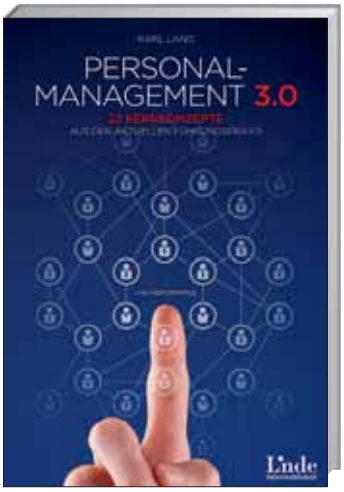
TAGEN AUF HÖCHSTEM NIVEAU

ES ERWARTET SIE PERFEKTER SERVICE IM AMBIENTE DER GOLDENEN ZWANZIGER MITTEN IN DER CITY

ellington
ELLINGTON HOTEL BERLIN

1.490 m² Veranstaltungsfläche für bis zu 800 Personen | 10 Veranstaltungsräume (von 30 bis 634 m³) mit Tageslicht | 285 Zimmer und Suiten | Restaurant & Bar | Weintresor für exklusive Meetings in kleiner Runde | Sommergarten | Smokers Lounge | 50 hoteleigene Parkplätze | Bis zu 1.000 Parkplätze in den umliegenden Parkhäusern mit direktem Zugang zum Hotel | kostenfreies WLAN | Zwischen KaDeWe, Kudamm und Zoo gelegen

ELLINGTON HOTEL BERLIN
NÜRNBERGER STRASSE 50-55 | 10789 BERLIN | T +49 (0)30 68 31 50 | SALES@ELLINGTON-HOTEL.COM | WWW.ELLINGTON-HOTEL.COM



Karl Lang: Personalmanagement 3.0. 22 Kernkonzepte aus der aktuellen Führungspraxis, 269 Seiten, Linde Verlag, ISBN 978-3-7093-0563-8

Das Einmaleins des Personalmanagements

Mit seinem Buch „Personalmanagement 3.0“ richtet Karl Lang sich an Human Ressource Manager wie auch Führungskräfte, die sich mit strategierelevanten Fragen des Personalmanagements auseinandersetzen. Dabei geht es dem Autor und Universitätslektor darum, Denkanstöße zu liefern und erprobte Umsetzungskonzepte zu erklären. Denn so könnten Personalstrategien den eigenen Geschäftsstrategien angepasst werden. Dafür müsse der Human Ressource Manager den Abteilungsleiter, der einstellt, fürs Personalmanagement sensibilisieren und könne mithilfe des eigenen unternehmerischen Weitblicks einen Beitrag zur Erreichung der Geschäftsstrategien liefern, so Lang. Schließlich seien die richtige Auswahl und Bindung der Mitarbeiter gerade durch den demografischen Wandel und die heterogenen Arbeitsmärkte immer wichtiger.

In 22 alphabetisch geordneten Kapiteln stellt Lang aktuelle Konzepte und Begriffe des Personalmanagements vor. Jedem Konzept oder Begriff ist ein in sich abgeschlossenes Kapitel gewidmet. Die Kapitel sind gut lesbar, präzise formuliert und gegliedert. „Diversity Management“ beginnt beispielsweise mit einer Einführung, auf welche die Zielsetzungen und Gründe folgen, warum ein Diversity Management etabliert werden sollte. Weiterhin erläutert Lang die Erfolgsvoraussetzungen, Handlungsfelder und Umsetzungsmaßnahmen sowie das Maßnahmencontrolling und schließt mit einem Fazit. Insgesamt kann das Buch als Einführung, aber auch als Nachschlagewerk dienen. [nl]

Erwin Lammenett: Praxiswissen Online-Marketing. Affiliate- und E-Mail-Marketing, Suchmaschinenmarketing, Online-Werbung, Social Media, Online-PR, 4., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage, 359 Seiten, Springer Gabler, ISBN 978-3-658-03312-5

Aktualisiertes Standardwerk für Praktiker

Erwin Lammenett ist nicht nur Gründer einer der ersten Internetagenturen, seit 2011 gibt er auch Seminare, ist Mitglied des Fachbeirats der Fachhochschule Düsseldorf im Fachbereich Medien und als freiberuflicher Berater tätig. Sein Buch „Praxiswissen Online-Marketing“ ist seit der Erstausgabe im Jahr 2006 zum Standardwerk avanciert. Nun liegt es in vierter, vollständig überarbeiteter und erweiterter Auflage vor. Neu ist unter anderem ein Kapitel über häufige Fehler beim Social-Media-Marketing, das dem Einsteiger strukturierte Lösungsansätze an die Hand gibt und Chancen wie auch Risiken thematisiert.

Das Buch richtet sich an Marketing-Verantwortliche, die ihr Unternehmensmarketing stärker in Richtung Online-Medien entwickeln wollen. Es eignet sich dank der vielen Praxisbeispiele und Tipps sowie der ausführlichen Beschreibungen aber auch für Studenten oder Einsteiger in die Materie. Letzteren sei empfohlen, zuerst das neunte Kapitel zu lesen, das einen leichten Zugang zu dem Thema Online-Marketing bietet. Hier erläutert der Autor grundsätzliche Erwägungen – wie den optimalen Einstieg ins Online-Marketing anhand dreier verschiedener Ziele. Aber auch konkrete Zahlen, wie Kosten und Nutzen ermittelt werden können. Lammenett stellt auch die Frage, ob die gewählten Aktionen selbst organisiert oder besser gekauft werden. Generell beleuchtet er die einzelnen Themenbereiche und Marketing-Aktionen aus den unterschiedlichsten Perspektiven und beschreibt deren Abhängigkeiten, so dass der komplexe Bereich des Online-Marketings verständlich und gut strukturiert zusammengefasst wird. [nl]

IMPRESSUM
Convention International | März 2015

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 9646-0
Fax: +49 2631 9646-12
www.convention-net.de

Herausgeber:
Heinz-Dieter Gras

Verlagsleitung:
Katharina Gras

Redaktionsleitung:
Thomas Grether [tog], V.i.S.d.P.

Redaktion:
Bernhard Brügger [bb], Anna-Lena Gras [ag], Nadine Laske [nl]

Leitung Marketing und Anzeigen:
Thomas Jäckle

Anzeigen:
Thomas Jäckle, Knut Mans

Mediaassistenz/Korrektorat:
Rose Diener

Layout/DTP:
Günther Müller, Nesrin Eskiocak

Druck:
Görres-Druckerei und Verlag GmbH, Niederbieberer Str. 124, 56567 Neuwied

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

Es gelten die Anzeigenpreise in der MEDIADATEN-Liste vom 1.1.2015

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos wird keine Gewähr übernommen. Für namentlich gekennzeichnete Fremdbeiträge übernimmt der Verlag keine Haftung.

Kontrollierte Druckauflage:
4. Quartal 2014: 12.500

Nächste Ausgabe:
18. Mai 2015

Beilagenhinweis:
FAMAB

Titelfoto: Christian Vinces/Shutterstock.com

Temporäre Bauten beim Spengler-Cup

Beim Spengler-Cup im schweizerischen Davos treffen in jedem Jahr die besten Eishockey-Spieler der Welt aufeinander. Neptunus, ein Spezialist für temporäre Bauten stellte dafür die Konstruktion Evolution II für den Hospitalitybereich zur Verfügung. Die Neptunus Evolution II bietet mit ihrer Bauweise und Dämmung Raum für alle Veranstaltungen – hier friert trotz Schneemassen vor der Tür niemand. Temporäre Bauten können nach kurzer Umbauphase auch für andere Veranstaltungen genutzt werden, in diesem Fall für das Weltwirtschaftsforum Davos.

16 Prozent mehr deutsche Gäste für Abu Dhabi

Deutschland ist nach Indien und Großbritannien weiterhin der drittgrößte internationale Quellmarkt für Abu Dhabi. Von Januar bis Dezember 2014 übernachteten knapp 139.000 Gäste (+ 16 Prozent) aus Deutschland im Emirat. Weltweit lockte Abu Dhabi im vergangenen Jahr mehr als 3,5 Millionen Besucher an, was einem Plus von 25 Prozent zum Vorjahreszeitraum entspricht.

Neuer Übernachtungsrekord in Deutschland

Die Deutschen Hoteliers verkaufen immer mehr Übernachtungen. 2014 brachte den fünften Übernachtungsrekord in Folge: 424 Millionen. Übernachtungen von Touristen und Geschäftsreisenden zählte das Statistische Bundesamt. Damit stieg die Zahl zum Jahr davor nochmals um drei Prozent. Getrieben wurde der Zuwachs einmal mehr vor allem von Gästen aus dem Ausland. Ihre Übernachtungszahl erhöhte sich binnen Jahresfrist um fünf Prozent auf 75,5 Millionen. Bei inländischen Gästen gab es ein Plus von drei Prozent auf 348,5 Millionen.
Die Statistik berücksichtigt Pensionen und Hotels mit mindestens zehn Schlafplätzen.

Wuppertaler Business Breakfast auf der Best of Events International

Foto: Alexandra Haucke

Unter dem Titel „Mehrwert durch Kooperation" lief am 22. Januar 2015 das Business Breakfast erstmals außerhalb von Wuppertal. Rund 90 Wuppertaler Unternehmer folgten der Einladung der „Eventpartner Wuppertal" auf die Best of Events International (BoE) in Dortmund. Mit jeweils etwa 150 bis 350 Teilnehmern ist das Wirtschaftsfrühstück zu einer festen Größe im Wuppertaler Standortmarketing geworden. Hinter „Eventpartner Wuppertal" verbirgt sich eine Initiative von neun Event-Dienstleistern und Locations aus dem Bergischen Land (Culinaria Catering, Fahnen Herold, Golf Hotel Vesper, Guest One, Historische Stadthalle Wuppertal, LoBDesign, music4friends, TONact und Thöne & Partner), die ihren Messeauftritt mit verschiedenen Aktionen gemeinsam bewerben. Gastredner Vok Dams sagte, es sei eben richtig, den Kuchen nicht in kleine Stücke zu teilen, sondern in seiner Gesamtheit zu präsentieren.

Anzeige

CG | CATERING GUIDES
www.catering-guides.de

Catering Guides
Asp. Frau Karin Wolffrom
Tel.: 0721.15653150
info@catering-guides.de
www.catering-guides.de

In den regionalen Catering-Guide-Verzeichnissen finden Sie den richtigen Anbieter für das Catering Ihrer Veranstaltung. Recherchieren Sie komfortabel, unverbindlich und dann, wenn Sie möchten, in den Online-Portalen oder nehmen Sie Kontakt mit uns auf – sowohl bei gewöhnlichen als auch bei außergewöhnlichen Anforderungen. Wir helfen Ihnen gerne weiter wenn es darum geht, das passende Catering, den Verleihservice, die Location oder kulinarische Erlebnisse für Ihren Event zu finden.
Catering Guide – kommen Sie auf den Geschmack!

DRUM CAFE

Drum Cafe Deutschland
Darmstädter Straße 94
63128 Dietzenbach
Tel.: +49 (0) 6074 3012266
Fax: +49 (0) 6074 3012267
E-Mail: info@drumcafe.de
Web: www.drumcafe.de
Web: www.InTakt-Rhythmusspiel.de

DRUM CAFE ist der führende Anbieter interaktiver Trommelevents für Motivation, Teambuilding und Entertainment auf Firmen-Veranstaltungen. Dabei werden alle Teilnehmer, ob 10 oder 10.000, mit einem Perkussionsinstrument ausgestattet und dürfen zu einer mitreißenden gemeinschaftlichen Performance beitragen. In einem abschließenden Impulsvortrag zeigen die Coaches dann die Analogien zur Team- und Führungsrealität auf. Auf dem gleichen Konzept basiert auch das Drum Cafe Training, das zahlreiche deutsche Top-Unternehmen für Team- und Führungskräftetrainings buchen.

DCB
DRIVING CENTER BADEN
FAHRSICHERHEITSZENTRUM BADEN AIRPARK

Fahrsicherheitszentrum Baden Airpark GmbH & Co KG
Victoria Boulevard E 100
77836 Rheinmünster
Tel.: +49 (0) 7229 699 495 1
Fax: +49 (0) 7229 186 806 8
info@drivingcenter-baden.de
www.drivingcenter-baden.de

Als Veranstaltungsprofis planen wir für Sie Events, Produktpräsentationen, Presseveranstaltungen, Incentives und Betriebsfeiern – Hospitality inklusive. Der Event-Hangar (500 qm) bietet 220–450 Personen bei perfekter Akustik eine sphärische Location für Veranstaltungen aller Art. Lounge-Bereiche finden sich innen und außen. Unser Serviceteam maßschneidert Ihnen Ihr Event. Egal ob es um die Versorgung Ihrer Gäste, die Unterbringung, das Essen und Trinken, den Spaß und die gute Laune geht, alles kann nach Ihren Vorstellungen gerichtet werden. Wir organisieren, Sie (re)präsentieren. Das Driving Center Baden lässt die Träume Ihrer Besucher wahr werden – und Ihre auch.

Zielgruppe – wer sind denn diese Leute?!

Stefan Luppold, Professor für Messe-, Kongress- und Eventmanagement an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW). Foto: Sascha Reichert

Sehr gut erinnere ich mich an eine Tagung, bei der es auch um Weiterbildungsinhalte ging. Eine der angebotenen Sessions trug „Power Point richtig nutzen" als Überschrift und fand, offensichtlich an der Teilnehmerzahl abzulesen, großen Zuspruch. Der Vortragende, ein exzellenter Kenner der Materie, begann mit einer kleinen Aufwärmrunde und fragte die Anwesenden, ob sie denn alle über eine entsprechende Lizenz dieser Microsoft-Anwendung verfügten. Dies wurde ausnahmslos bestätigt.

Stefan Luppold

Der Autor ist nicht nur einer der bekanntesten Hochschullehrer der MICE-Branche. Prof. Stefan Luppold, Querdenker, ist Kolumnist dieser Fachzeitschrift. Er leitet den Studiengang „Messe-, Kongress- und Eventmanagement" an der DHBW (Duale Hochschule Baden-Württemberg) in Ravensburg. Luppold ist Mitherausgeber des „Handbuch Messe-, Kongress- und Eventmanagement" und hat in der gleichnamigen Fachbuchreihe zahlreiche Bände vorgestellt.

Dann, eher spontan und als Übergang zum eigentlichen Fachvortrag gedacht, folgte eine Zusatzfrage: „Wer von Ihnen arbeitet denn täglich mit Power Point?" Keine Hand ging nach oben. „Und ab und zu, einige Male im Monat?" Nur sehr vereinzelt gab es positive Bestätigungen aus dem Plenum. Der Fragende wirkte entsetzt, verwirrt – hatte er doch, dem Briefing des Veranstalters entsprechend, eine Stunde mit Tipps und Tricks für erfahrene User vorbereitet. Mit wiedergewonnener Fassung begann der junge Mann dann mit der Erläuterung der ersten Schritte, präsentierte die Grundlagen der Gestaltung von Folien und erntete am Ende großen Beifall. Es war noch einmal gut gegangen.

„Zielgruppenaffinität als Determinante beim Veranstaltungslayout" kann man das nennen, was uns in der Live-Kommunikation zu erfolgreichen Marketing-Events und Kongressen verhilft. Dabei geht es unter anderem darum, die Erwartungen der Teilnehmer richtig einzuschätzen, in deren Perspektive zu wechseln, sie zu verstehen. Das erfordert mehr als mechanisches Abarbeiten im Sinne eines optimalen Projektmanagements – ist aber auch nicht durch Kreativität und Modernität, durch Extravaganz oder die bloße Gestaltung entlang von Trends leistbar.

If you can't measure it, you can't manage it." Peter F. Drucker definierte mit dieser Aussage eine Verbindung zwischen Veranstaltungszielen und Veranstaltungserfolgen (in seinen Publikationen geht der 2005 verstorbene US-amerikanische Ökonom allgemein auf die Managementtheorie und -praxis ein, ohne die MICE-Branche zu erwähnen – wir dürfen uns jedoch dieses Ansatzes bedienen!). Die Ziele selbst stehen in einem Verhältnis zur Zielgruppe: Ob nun „Imagezuwachs" oder „Loyalitätssteigerung", „Lernfortschritt" oder „Motivationsstimulierung", es geht um eine Veränderung vom Status vor zum Status nach der Veranstaltung.

In welchem Zustand sich unsere Target Group befindet, ist dabei essentiell für die Antwort auf die Frage, wie wir Ziele definieren und durch geeignete Veranstaltungen erreichen können. Hierbei hilft uns – nicht generell, aber in vielen Fällen – die analytische Komponente der Vor-Veranstaltungs-Kommunikation (Pre-Communication). Über Blogs und Diskussionsforen tauschen sich potenzielle Teilnehmer untereinander aus oder chatten mit Experten (die später in der Rolle von Referenten, Trainern etc. vor Ort in Kontakt sein werden), legen dabei ihre Erwartungshaltung offen, thematisieren für sie wichtige Schwerpunkte und zeigen offenkundig, wie sie erreichbar sind. In anderen Konstellationen sind es Vertriebsmitarbeiter, Servicetechniker oder Pharmareferenten, die – als Schnittstelle in der Unternehmenskommunikation – diese Funktion als Teil ihrer täglichen Arbeit ausführen und daher eine „Quelle der Erkenntnis" darstellen. Sie können, ja, müssen sogar befragt werden! Sie wissen, wer diese Leute sind.

Es klingt einfach und fast schon banal, diesen Extra-Weg zu gehen, die im Fokus stehenden Menschen so verstehen zu lernen, dass durch eine Übertragung auf Form und Inhalt von Veranstaltungen ein optimales Ergebnis erreicht wird. Doch bleibt es, der Schnelllebigkeit unserer Zeit geschuldet, häufig zu wenig beachtet.

Wir wissen von diesem Umstand: Veranstalter planen die „Hidden Agenda" und verhelfen den Teilnehmern zu erhofften Freiräumen; Kongresszentren erweitern ihre Foyers, weil dort Begegnungen erwartet werden. „Die Pausen sind das Wichtigste!"

So finden dann Trends, wie etwa in der aktuellen Studie des GCB identifiziert, eine zielgerichtete Umsetzung mit Wirkung. Interaktion dort, wo sinnvoll. Technologie dann, wenn dem angestrebten Ergebnis zuträglich. Und für den Chief Finance Officer des Dax-Unternehmens vielleicht Stockbrot vom Lagerfeuer statt Carpaccio von der Ananas. Weil wir wissen, wer diese Leute sind!

imex **Frankfurt**
19–21 Mai 2015

Wie viel wissen Sie eigentlich **über die IMEX?**

Testen Sie pünktlich zum Countdown der IMEX 2015 Ihr Expertenwissen...

1. Wie viele deutsche Aussteller stellten am Deutschlandstand auf der IMEX 2014 aus?

A) 20
B) 231
C) 47

2. Worauf dürfen sich unsere Hosted Buyer auf der IMEX freuen?

A) auf kostenlose An- und Abreise sowie Hotelübernachtung
B) auf eine exklusive Lounge mit kostenlosem Wi-Fi
C) auf einen freundlichen Concierge-Service

3. Was sind die IMEX Touren?

A) geführte deutschsprachige und themenspezifische 60-minütige Touren über die IMEX mit Besuchen ausgewählter Messestände
B) Ausflüge in das Frankfurter Nachtleben
C) Gruppenreisen nach Nepal

4. Was ist das jährliche „Charity Cooking@Lichtblick“, das die IMEX jährlich am Tag vor Messebeginn organisiert?

A) Ein Spenden- und Fundraising-Event im Heim „Lichtblick“ in Frankfurt, in dem Obdachlose eine neue Heimat finden
B) Eine Veranstaltung, die die IMEX im Rahmen ihrer „Corporate Social Responsibility“ Strategie ins Leben gerufen hat
C) Ein „Social Event“ der IMEX, der internationale Eventmanager und Aussteller für einen guten Zweck zusammenbringt

5. Was sind die geheimen Zutaten der „Frankfotter Grie Soß“, deren Rezept es im letzten Jahr auf dem Stand des Frankfurter Convention Bureaus gab?

A) eine spezielle Mischung von 7 Küchenkräutern
B) Zuckerguss mit grüner Lebensmittelfarbe
C) Darf ich nicht verraten

Registrieren Sie sich noch heute für die IMEX 2015 unter imex-frankfurt.de/registrierung

imex-frankfurt.de

Telefon +44 (0)1273 227311
E-Mail info@imexexhibitions.com

Die internationale Fachmesse für Meetings, Incentives, Tagungen und Events.

IMEX. Ein kleines, freundliches Unternehmen bringt Ihnen eine große, freundliche Messe.
Am 19–21 Mai 2015 in der fabelhaften Stadt Frankfurt. Sind Sie dabei?

Antworten: 1. B 2. A, B und C 3. A 4. A, B und C 5. A

GCB Meetings made in Germany
Lufthansa Official Airline
DB BAHN

Messe München
International

SIE SUCHEN DEN PERFEKTEN VERANSTALTUNGSORT IN DER PERFEKTEN STADT?

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 Veranstaltungscenter 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
www.messe-muenchen.de/locations