

AUSGABE 4/13 | November 2013 | € 8.50

convention INTERNATIONAL

DAS MAGAZIN FÜR VERANSTALTUNGSPLANER

Chicago –

Der Spezialist für Mega-Events

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

© Choose Chicago

Messe: EIBTM Barcelona | **Location:** Europa-Park
Destinationen: Chicago • Portugal • Nordirland • Karlsruhe
Nachhaltigkeit: Das Regensburger Modell • Design Center Linz



convention-net.de



CityCube
Berlin

some things make sense.



your convention
our cube*

* coming spring 2014

www.citycube-berlin.com 



 Conventions

www.messe-berlin.com/conventions
conventions@messe-berlin.com · Tel. +49(0)30/3038-3000

 Messe Berlin



Eigene Lösungen finden

In der letzten Ausgabe berichteten wir über das Thema Datensicherheit auf Geschäftsreisen. Anlass waren die Enthüllungen von Edward Snowden über die NSA-Spähattacken im Internet. Die jüngsten Details der Affäre ließen nun auch die schlimmsten Befürchtungen wahr werden: Das politische Berlin mit seinen Entscheidungsträgern ist ebenfalls gezielt überwacht worden. Der Horchposten in der US-Botschaft dürfte auch Unbehagen in der benachbarten Hotellerie verursacht haben. Denn wenn schon Mobiltelefone nicht abhörsicher sind, stellt sich die Frage: Wie sicher sind dann die Räume in Hotels und Kongresszentren vor dem Überwachungswahn der Geheimdienste? Und wer vertraut der Aussage der US-Regierung, dass die jahrelang betriebene Wirtschaftsspionage und das Abhören von Spitzenvertretern aus der Politik jetzt auch wirklich eingestellt werden? Insbesondere vor der Szenerie einer starken und erfolgreichen deutschen Industrie, deren Exportüberschüsse vom US-Finanzministerium soeben scharf kritisiert wurden! Nicht umsonst hat die NSA auch den Auftrag, die eigene Wirtschaft zu schützen. Wenn es um zentrale nationale Interessen geht, ist sich jeder selbst der Nächste. Auch mit einem hierzulande favorisierten Untersuchungsausschuss scheint eine lückenlose Aufklärung eher illusorisch. Doch wird die NSA-Affäre die geschädigten europäischen Staaten enger zusammenrücken lassen und neue Impulse liefern. Zum Beispiel, wenn es um die Entwicklung von IT-Sicherheitsprodukten sowie den Aufbau von eigenen europäischen Internet- und E-Mail-Diensten geht. Beim Luft- und Raumfahrtkonzern EADS und der Satellitennavigation Galileo hat es sich letztendlich auch ausgezahlt, eigene europäische Lösungen umzusetzen.

Sicherheit ist übrigens nicht nur ein Thema, wenn es um sensible Daten geht, sondern auch auf Auslandsreisen. Globalisierung und Internationalisierung lassen die Welt kleiner erscheinen und liefern die Initialzündung für steigende Business-Reiseaktivitäten. Parallel steigen natürlich auch automatisch die Risikofaktoren für die Reisenden. Ein gut funktionierendes Sicherheitsmanagement ist wichtiger denn je.

Von zentraler Bedeutung für die weitere Entwicklung der MICE-Branche ist eine aktuelle Veröffentlichung des German Convention Bureaus (GCB): Die im HOLM-Forum des Frankfurter Airports vorgestellte Zukunftsstudie beleuchtet acht Megatrends in einem Zeitspektrum bis zum Jahr 2030. Wer die interessante Präsentation von GCB-Geschäftsführer Matthias Schultze noch einmal live erleben möchte, der sollte am 25. November den HSMA MICE Day im Maritim Hotel Köln besuchen.

Bernhard Brügger
b.bruegger@convention-net.de

100%

KARLSRUHE & REGION
Erfolg, Erlebnisse und Emotionen!



**CONVENTION BUREAU
KARLSRUHE & REGION**

WWW.100PRO-MICE.DE



TITEL-THEMA CHICAGO — DER SPEZIALIST FÜR MEGA-EVENTS (S.48–51)

THEMA

Sicher reisen im Ausland 6

VERBÄNDE

FAMAB 8

VERBÄNDE

EVVC 20



Foto: Thomas Jäckle

SERIE

Süße Events 26

STIPPVISITE

Nordirland 29

GREEN MEETINGS

Das Regensburger Modell 32

INTERVIEW

Haakon Herbst 40



Foto: Bernhard Brügger

DESTINATIONEN

Karlsruhe 42

MESSEN

EIBTM 52

INTERVIEW

Martin Sturzenegger 56

DESTINATIONEN

Portugal 58

MEET IN AUSTRIA

10 Jahre access 64



Foto: Husar

HAUPTSTADTDEPESCHE

O₂ World 68

VERANSTALTUNGEN

Location Award 2013 72

Convention Contacts 73

IMPRESSUM 4/13 | November 2013

convention INTERNATIONAL

Verlag:
SOFAP Särl
36, Route de Luxembourg
L-8077 Bertrange

Redaktionsbüro Neuwied:
H.W.G. Verlag & Werbung
Wiedbachstraße 50
56567 Neuwied
Tel.: +49 (0) 2631 9646-0
Fax: +49 (0) 2631 9646-12
www.convention-net.de

Verleger und Herausgeber:
Heinz-Dieter Gras

**Medienkoordination
und Redaktionsleitung:**
Bernhard Brügger (bb)

Redaktion:
Anna-Lena Gras (ag), Thomas Grether (tg),
Thomas Jäckle (tj), Nadine Laske (nl)

Vertriebsleitung:
Oliver-W. Glaser-Gallion

Marketingleitung: Thomas Jäckle

Anzeigen:
Oliver-W. Glaser-Gallion,
Thomas Jäckle, Knut Mans

Mediaservice: Rose Diener

Layout/DTP:
Günther Müller, Paul Rommel

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 2.1.2013

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

Kontrollierte Druckauflage:
1. Quartal 2013: 12.500

Nächste Ausgabe:
3. März 2014

Beilagenhinweis:
Meetingplace, Tagen in Brandenburg



regensburg

UNESCO-Welterbe | *World Heritage*



Nachhaltig & bewusst Tagen und Feiern ...

Das UNESCO-Welterbe Regensburg lebt von und mit der Geschichte und Tradition. Das Veranstaltungsmanagement ist sich der Verantwortung für zukünftige Generationen bewusst. Wir freuen uns, gemeinsam mit unseren Kunden einen wertvollen Beitrag für die Umwelt leisten und als Vorbild für andere agieren zu können.



Soziales Engagement

Die Regensburg Tourismus GmbH unterstützt ausgewählte, soziale Projekte in Regensburg. Veranstalter entscheiden selbst über ihre Beteiligung.



Catering

Frische Produkte aus regionalem und ökologischem Anbau. Auch vegetarische / vegane Varianten buchbar.



Hotels und Partnerorganisationen

Wir bieten umfangreiche Informationen zum nachhaltigen Engagement unserer Partner und beraten Sie gerne.



Veranstaltungsorte mit Tradition

Modern tagen in denkmalgeschützten Gebäuden, Historie erleben, Geschichte spüren.



Ganzheitliches Mobilitäts-Konzept

Veranstaltungsticket der Deutschen Bahn, ÖPNV-Kongressticket oder Transfers per Airportliner sowie kurze Wege sprechen für sich.



Management mit Vorbildfunktion

Freiwillige Selbstverpflichtung zur Nachhaltigkeit. Zertifikat als Nachhaltigkeitsberater in der Veranstaltungsbranche.



Ihr Ansprechpartner für alle weiteren Informationen und Reservierungen:

Regensburg Tourismus GmbH | Roter Herzfleck 2 | 93047 Regensburg

Tel.: +49 941 507-1415, -1416, -4414 | Fax: +49 941 507-1919 | saalmanagement@regensburg.de

Sicher reisen im Ausland

Fachkongresse und Messen im Ausland, internationale Firmenmeetings und Workshops – im Zeitalter der Globalisierung sind weltweite Business-Reisen zur Selbstverständlichkeit geworden. Damit verbunden sind allerdings auch Sicherheitsrisiken, die sich oftmals nur schwer kalkulieren lassen. Innere Unruhen, Kriminalität, Naturgewalten und Gesundheitsgefahren gehören zu den Faktoren, die bei der Reiseplanung fokussiert werden sollten.



Die ägyptische Tourismuspolizei sorgt für die Sicherheit der ausländischen Gäste.
Foto: Bernhard Brügger

Wie schnell Gewalt eskalieren kann, ist aufgrund der detaillierten Medienberichterstattung über Länder wie die Türkei, Ägypten oder Brasilien im Gedächtnis. Doch wie gehen deutsche Unternehmen damit um? Was raten die Experten für Auslandsreisen? „Es ist sinnvoll, vor Reiseantritt eine professionelle Risikoanalyse und ein umfassendes Sicherheitskonzept erstellen zu lassen“, empfiehlt Marcus Scholz, Vice President des Travel Industry Club. „Dies beschreibt, wie in materieller, personeller, technischer und organisatorischer Hinsicht der reisende Mitarbeiter samt Unternehmenswerte zu schützen ist.“ Schulungen, Seminare und Unterweisungen von Mitarbeitern würden das eigentliche Sicherheitsmanagement unterstützen.

„Die großen Unternehmen mit eigener Securityabteilung nehmen ihre Fürsorgepflicht sehr ernst“, ergänzt hierzu Uwe Creutz, Director Regional Security Europe/Africa bei BASF. Die Frage der Sicherheit bei Geschäftsreisen und bei Delegationen – insbesondere mit Familie – ins Ausland sei zunehmend wichtiger geworden. Ähnlich resümiert auch Gerhard Bleile, Berater in den Bereichen Event- und Travelmanagement: „Die Sicherheitsmaßnahmen in den internationalen Großkonzernen sind mehr als ausreichend und die Anzahl der Mitarbeiter, die sich darum kümmern, wächst stän-

dig.“ Jedes Unternehmen habe natürlich seine eigenen Schwerpunkte.

Auch aus Sicht des Travel Industry Clubs kann man hier nicht von einem durchgängigen Standard sprechen: „Jedes Unternehmen muss für sich ein Modell aufsetzen, das der Unternehmensstruktur gerecht wird“, unterstreicht Marcus Scholz. Umfangreich sind die relevanten Sicherheitsfaktoren, die es bei Auslandsreisen zu beachten gilt: Uwe Creutz führt die Sicherheit der Fluglinien an und verweist auf die EU-Blacklist. Als ebenso wichtig erachtet er die Abholung am Flughafen und natürlich für alle weiteren Fahrten im Land. „Es werden nur solche Hotels ausgesucht, die einen gewissen Sicherheitsstandard vorweisen“, meint Gerhard Bleile und weitet dies auch auf die Reisemodalitäten aus: „Das geht so weit, dass es dem Mitarbeiter verboten ist, sich außerhalb des Hotels

zu bewegen.“ Gerät der Mitarbeiter in eine gefährliche Situation – beispielsweise Bedrohung oder Raub auf offener Straße – ist laut Marcus Scholz Heldentum nicht angesagt. „Selbst die teuerste Uhr und das neue Handy sind ersetzbar – Leib und Leben natürlich nicht.“ Verhaltensregeln sollten im Unternehmen definiert und die Mitarbeiter entsprechend geschult werden. Dies könne durch eine interne Sicherheitsabteilung oder einen externen Partner erfolgen. Für den Reiseverlauf und einen möglichen Krisenfall empfiehlt Marcus Scholz PBR Tracking oder GPS Tracking zu installieren.

Doch wo liegen die Ausschlusskriterien für eine Auslandsreise? „Für die meisten Unternehmen sind das sicher Kriegs- bzw. Bürgerkriegsgebiete wie Afghanistan oder Irak“, meint Uwe Creutz. Das seien aber Einzelfallbetrachtungen, die branchenabhängig und aktuell zu bewerten sind. Das gelte auch für Unruhegebiete wie Ägypten oder Nigeria. „Wobei es bei beiden Beispielen darauf ankommt, wo genau eine Reise hingehen soll und was die näheren Reiseumstände sind.“ Ähnlich äußert sich Marcus Scholz: „Ausschlusskriterien ergeben sich in letzter Instanz aus Reisewarnungen offizieller Stellen.“ Dies seien neben dem Auswärtigen Amt auch Organisationen wie die WHO. Bedeutend für die Entscheidung für oder gegen eine Auslandsreise ist auch der Anlass: „Bei Kundeneinladungen darf ich auch nicht das geringste Risiko eingehen und werde daher auf die Empfehlung der Sicherheitsleute des Unternehmens hören“, hebt Gerhard Bleile hervor. Als weitere Richtwerte sieht er die Empfehlungen des Auswärtigen Amtes und die Einschätzung der Mitarbeiter vor Ort. (bb)

APP DES AUSWÄRTIGEN AMTS

Infos zu Impfungen, Visum sowie zu Reisen und Sicherheit gibt die neue App „Sicher reisen“ des Auswärtigen Amtes. Die App verbindet die Reisehinweise des Auswärtigen Amtes zu den einzelnen Ländern mit Tipps zu Versicherungen, Vorsorge gegen Krankheiten, Geldüberweisungen oder Rechtsvorschriften des Gastlandes. Die App gibt es zum kostenlosen Download.

www.auswaertiges-amt.de

*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.

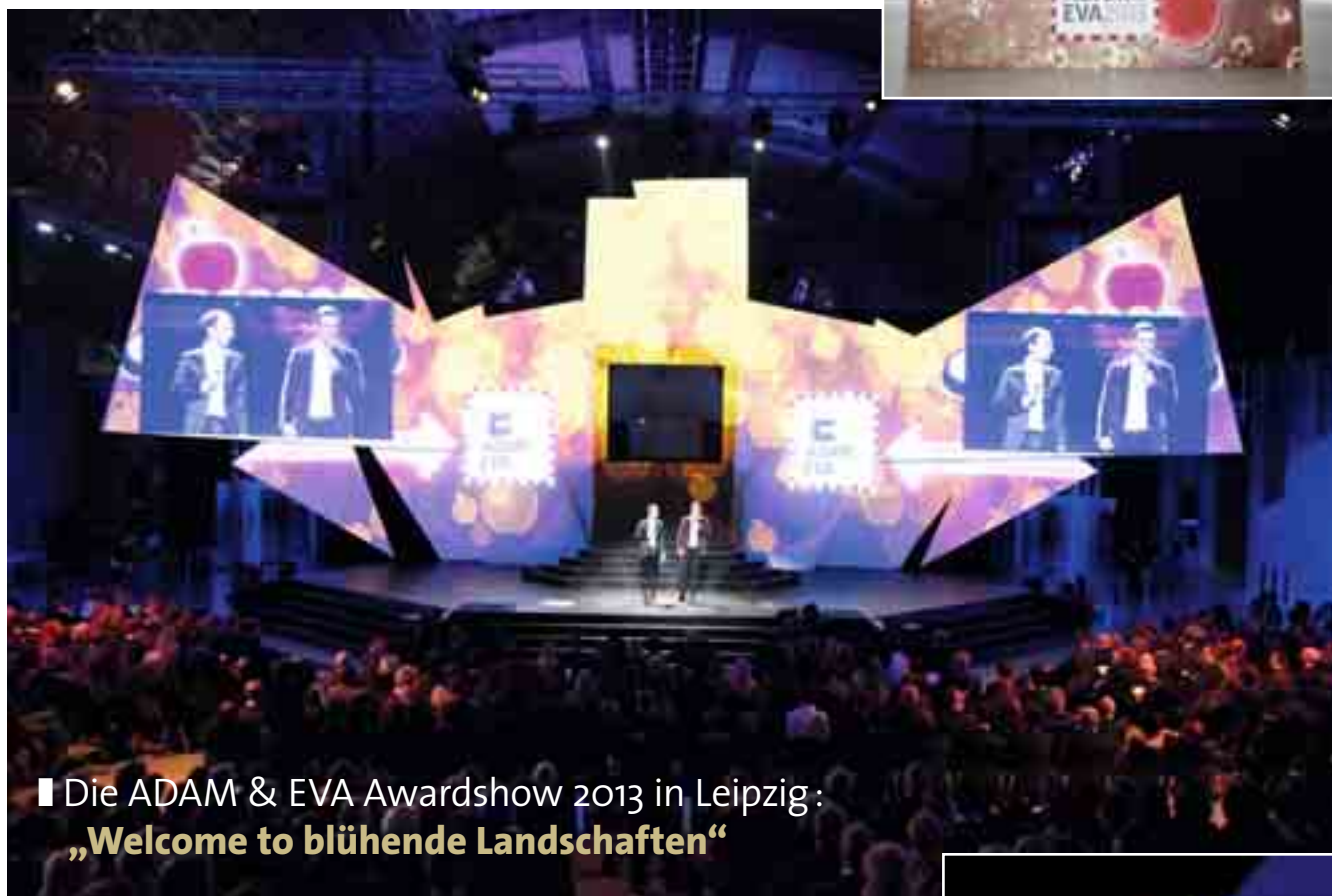
Überraschend: die Möglichkeiten, die Sie in der Metropolregion Nürnberg genießen.

Mit einem Wort: Unique.

Mehr Einzigartiges unter:

nuernberg-convention.de

und auf der EIBTM 2013 in Barcelona vom 19. – 21.11. Stand D40-21



Quelle Fotos: famab.de

Die ADAM & EVA Awardshow 2013 in Leipzig: „Welcome to blühende Landschaften“

Durch die äußerst unterhaltsame und kurzweilige Show führte das Moderatorduo Chris Guse und Aljoscha Höhn.

Unter diesem Motto fand am 7. November die Verleihung der FAMAB ADAM & EVA Awards statt. Erstmals im Osten der Republik und in einer der ältesten Messestädte der Welt feierten die 1.500 Besucher die diesjährigen Gewinner der gefragten Äpfel bis tief in die Nacht hinein. Als Inspiration für das Motto diente der bekannte Ausspruch Helmut Kohls über seine Vision der neuen Bundesländer als „blühende Landschaften“. Mit einem Augenzwinkern wurde dieses Zitat aufgegriffen und kann durchaus auch auf Leipzig als Stadt und „Boomtown im Osten“ bezogen werden, in der mittlerweile eine blühende Kunstszene und Kreativbranche beheimatet ist. Zudem findet in der Präsentation des Mottos eine Verknüpfung mit Las Vegas als eine der blühendsten Städte des Entertainment statt, wie die Verantwortlichen der ausführenden Agentur insglück erläuterten. Zur Ehrung versammelte sich die gesamte Branche in der Glashalle des neuen Leipziger Messegeländes. Das Markenzeichen des 1996 eröffneten Messegeländes reckt sich in einem kühnen Schwung dem Himmel entgegen und ist mit seiner 30 Meter hohen, 243 Meter langen und 80 Meter breiten Glas-/Stahlkonstruk-

tion die größte Vollglashalle Europas. Konzipiert vom Hamburger Architekturbüro von Gerkan, Marg & Partner sowie in Zusammenarbeit mit dem britischen Architekten Ian Ritchie entstanden, ist sie von den frühen Messebauten des 19. Jahrhunderts inspiriert. Für die Verleihung der ADAM & EVA Awards wurde eine dreiteilige Gliederung des langgestreckten Baus vorgenommen. Während der vordere Abschnitt den Eingangsbereich und die Ausstellung der eingereichten Projekte umfasste, fand im mittleren Teil die Awardshow statt. Hinter dem aus unterschiedlich großen beweglichen Leinwänden zusammengesetzten Bühnenbild befand sich der Bereich für die Caterer sowie die Centertage. Wie die Stars in Las Vegas standen in diesem Jahr ganz klar die Nominierten im Mittelpunkt der Show. Durch die Liveschaltungen in die Nominiertenlounge und den Callroom übertrug sich ihre Nervosität und Freude auch auf die Zuschauer. Begleitet von Sängern, Musik und tosendem Applaus wurden die Gewinner nach der Bekanntgabe der Platzierungen auf der Bühne begrüßt. Einer der großen Gewinner des Abends war die Berliner Agentur insglück. Die für



FAMAB-Vorstand und insglück Geschäftsführer Detlef Wintzen bedankt sich bei den knapp 80 Sponsoren der Veranstaltung.

die gesamte Verleihung verantwortliche Agentur erlebte mit insgesamt vier Auszeichnungen (Corporate Event, Charity-, Social-, Cultural Event und Public Event) einen regelrechten Gold- und Silberregen. Auch das Finale der Show bestach mit einem eindrucksvollen Zusammenspiel aus Feuerwerk, den Lichtspiegelungen im Glasdach und einem Goldflitterregen. Im Anschluss wurde dann inmitten einer Allee aus Magnolienbäumen und mit Blick auf den Sternenhimmel an den Stationen der LECA-Caterer geschlemmt, bevor die rauschende Aftershowparty begann.

www.insglueck.de

■ Große Veränderungen werfen ihre Schatten voraus – Ein Ausblick auf 2014

Das neue Jahr hält nicht nur für die FAMAB Awards einige Neuerungen bereit: Neben der Einführung neuer Kategorien, einem neuen Prämierungsmodus und einem veränderten Einreichungsverfahren wird sich auch die Führung des FAMAB verändern. So gibt Elfie Adler nach über dreißig Jahren als Geschäftsführerin ihre Funktion an Jan Kalbfleisch weiter. Auf die Frage, was sie zukünftig vorhabe, verweist Adler auf ihre Tätigkeit als Geschäftsführerin der ESG (Einkaufskooperation für Messebau und Event) und ihr ehrenamtliches Engagement in der FAMAB-Stiftung. Außerdem seien da noch die vielen roten Fähnchen in ihrer Weltkarte, die sie gerne gegen grüne austauschen möchte.



Jan Kalbfleisch, ab 2014 neuer Geschäftsführer der FAMAB.

Nachfolger Jan Kalbfleisch sieht diese personelle Veränderung überschattet von den tief greifenden Veränderungen in der Branche und verweist auf die Aufgaben, denen sich der FAMAB aktuell oder in näherer Zukunft widmet. So kündigt er die erste repräsentative Studie zum zukünftigen Kommunikationsverhalten der Auftraggeber an und versichert, dass

die Ergebnisse allen Mitgliedsunternehmen wertvollen Input liefern und zu einem Umdenken in der Kommunikationsbranche führen werden. Hinzu kommt, dass die Online-Aktivitäten des FAMAB komplett relauncht werden, um die strategischen Veränderungen im FAMAB auch nach außen zu zeigen. Vor diesem Hintergrund sei der Nachfolgeprozess an der Spitze des FAMAB eher unbedeutend, sind sich Adler und Kalbfleisch einig und fügen abschließend hinzu, dass Kontinuität auch den Wandel bräuchte. (nl) www.famab.de

■ Alles neu!? FAMAB AWARDS 2014

- Als neue Kategorie wird „Cross“ eingeführt, in der die „Best Integrated Brand Campaign“, „Best Live-PR“, „Best Digital Campaign“ und „Best Interactive Installation“ prämiert werden.
- Dazu kommt die Kategorie Special mit den Unterkategorien „Best GreenIdea“, „Best Concept“, „Best Catering“ und „Best Crafts“.
- Auch bei den Unterkategorien wird vieles anders: So verabschiedet sich der FAMAB beispielsweise im Bereich ADAM Architecture von den quadratmeterbezogenen Unterkategorien und setzt nun auf Kategorien wie „Best Stand Design“, „Best Stand Smart“, „Best Stand Inspiration“, „Best Brand Architecture“, „Best Thematic Exhibition“ und „Best Store Design“.
- Im nächsten Jahr haben die Einreicher die Qual der Wahl: Wer in den Oberkategorien ADAM Architecture, EVA Event, Cross oder Special ein Projekt einreicht, muss entscheiden, um welchen Apfel er kämpfen möchte, da jedes Projekt lediglich beim Special ein weiteres Mal einsetzbar ist.
- Hinsichtlich des Prämierungsverfahrens wird es zwar weiterhin Äpfel in Gold, Silber und Bronze geben, diese werden aber nicht mehr zwangsläufig in allen Kategorien verliehen. „Wir wollen die harte Währung, die ADAM & EVA bisher darstellen, noch ein wenig härter machen“, begründet FAMAB-Vize Jörn Huber die Entscheidung.

Anzeige



Bonn. Wir bringen zusammen, was zusammengehört.

Das World Conference Center Bonn: Erleben Sie einmalige Tagungen und Kongresse, Abendveranstaltungen und Präsentationen im ehemaligen Plenarsaal des Deutschen Bundestages und im Wasserwerk.

Weitere Informationen erhalten Sie unter der Telefonnummer: +49 228 92 67-0 oder unter www.worldccbonn.com



WORLD CONFERENCE
CENTER **BONN**

Die FAMAB-Preisträger des Jahres 2013:

Bestes Event-Catering 2013 Gold:

FAMAB50- Live und in Farbe

Auftraggeber/Kunde | FAMAB, Verband Direkte Wirtschaftskommunikation e.V., Rheda-Wiedenbrück

Event-Caterer | FR Event- und MesseCatering GmbH, Eibelstadt, Iemonpie Event-catering GmbH, Köln

Eventagentur | Sky Promotion GmbH Agentur für Event und Marketing, Köln

EVA 2013

Consumer-Events:

Gold

Reintiere waren gestern. Die Nikolaus-Überraschung der Deutschen Bahn

Auftraggeber/Kunde | DB Fernverkehr AG, Frankfurt

Eventagentur | pro event live-communication GmbH, Heidelberg

Partner Storyboard, Dreharbeiten, Schnitt | VOGELSÄNGER GmbH/Film, Lage

Partner Casting, Durchführung der Promotion | rückenwind Service GmbH, Köln

Silber

Der Golf bewegt Deutschland

Auftraggeber/Kunde | Volkswagen AG, Wolfsburg

Eventagentur | ZIBERT + FRIENDS GmbH, München

Messebau | Stockwerk 1 GmbH, München

Partner für Grafik | Clormann Design GmbH, Penzing

Bronze

AUDI Q3 Launch & Football Gala Night

Auftraggeber/Kunde | Audi PR Department, Audi Sales Division, FAW-VW, Changchun, Jilin Province

Eventagentur | marbet marion & Bettina Würth GmbH & Co. KG, Künzelsau-Gaisbach

Partner für kreativen Support | CREATORS, Darmstadt

Corporate-Events:

Gold

Investment Aktuell

Auftraggeber/Kunde | Union Asset Management Holding AG, Frankfurt a.M.

Eventagentur | insglück Gesellschaft für Markeninszenierung mbH, Berlin

Messebau | Stefan.B GmbH Gesellschaft für Ausstattungs- und Bühnenbau, Berlin

Partner für Technische Leitung | Crossworks Projects GmbH, Berlin

Silber

Google Creative Sandbox 2012 „Summer of Creativity“

Auftraggeber/Kunde | Google Germany GmbH, Hamburg

Eventagentur | insglück Gesellschaft für Markeninszenierung mbH, Berlin

Messebau | BALLONI GmbH, Köln

Partner für Veranstaltungstechnik | Production-Office, Berlin

Partner für Filmproduktion | NONOGOS/MAINPICTURE, Hamburg

Bronze

Ungehobene Schätze

Auftraggeber/Kunde | facts and fiction GmbH, Köln

Eventagentur | facts and fiction GmbH, Köln

Messebau | Moser Design, Köln

Charity-/Social-/Cultural-Events:

Gold

Das Ideenfunken-Camp

Auftraggeber/Kunde | Milla & Partner GmbH, Stuttgart

Eventagentur | Milla & Partner GmbH, Stuttgart

Messebau | Fruhen Messebau GmbH & Co.KG, Viersen

Partner technische Zusammenarbeit | Das LABOR e.V., Bochum

Partner Sound | Putte Musik, Stuttgart

Silber

Die Aktion Mensch bewegt – Städtetour 2012

Auftraggeber/Kunde | Aktion Mensch e.V., Bonn

Eventagentur | insglück Gesellschaft für Markeninszenierung mbH, Berlin

Messebau | Messe Event-Innenbau Varius GmbH, Neuenhagen bei Berlin

Partner Filmproduktion | astronaut Medienkommunikation GbR, Berlin

Bronze

2013 Tabaluga & Volkswagen – Eine Allianz für Kinder

Auftraggeber/Kunde | Volkswagen AG, Wolfsburg

Eventagentur | DESIGNGUT Agnes Zuber, Berlin

Messebau | kubix gesellschaft mbh, Berlin

iLux – Identitäten in Luxemburg

Auftraggeber/Kunde | University of Luxembourg, Walferdange

Eventagentur | facts and fiction GmbH, Köln

Messebau | Moser Design, Köln

Mitarbeiter-Events:

Gold

LEVEL-UP

Auftraggeber/Kunde | Telefónica Germany GmbH & Co. OHG, München

Eventagentur | PHOCUS BRAND CONTACT GmbH & Co. KG, Nürnberg

Messebau | AKB Event, München

Partner Medien-/Gameproduktion | go8 Video GmbH, Berlin

Partner Technische Leitung | PRODUCTION OFFICE Ingenieurbüro für Entertainment, Berlin

Silber

Bayer Anniversary Song Contest

Auftraggeber/Kunde | Bayer Aktiengesellschaft, Leverkusen

Eventagentur | BBDO Live – a brand of BBDO Proximity, Bonn

Partner Komposition und Song-Produktion | Big Noise, Düsseldorf

Bronze

Audi TE Familientag 2012

Auftraggeber/Kunde | AUDI AG, Ingolstadt

Eventagentur | Pure Perfection GmbH, Wiesbaden

Partner Architekturplanung | Planwerkstatt GmbH, Bedburg-Hau

Partner Technikplanung | NIYU media projects – Hocke & Hofmann GbR, Berlin

Public-Events:

Gold

new media award 2013 Night of Magic Heads

Auftraggeber/Kunde | InteractiveMedia CCSP GmbH, Darmstadt

Eventagentur | insglück Gesellschaft für Markeninszenierung mbH, Berlin

Messebau | iPoint Messe- und Eventbau GmbH, Schönefeld/OT Waltersdorf

Partner PR-Arbeit | Ketchum Pleon GmbH, Düsseldorf

Partner Medien | astronaut Medienkommunikation GbR, Berlin

Silber

Eröffnungsfeier Internationales Deutsche Turnfest 2013

Auftraggeber/Kunde | Verein Deutsche Turnfeste e.V. OK Turnfest 2013, Mannheim

Eventagentur | pro event live-communication GmbH, Heidelberg

Bronze

Silent Krankenhaus Konzert

Auftraggeber/Kunde | RVG Rheinauhafen Verwaltungsgesellschaft mbH, Köln

Eventagentur | facts and fiction GmbH, Köln

Partner Sponsoring Kopfhörer | Sennheiser Vertrieb und Service GmbH & Co. KG, Hannover

360-Grad-Events:

Gold

Olympus OM-D 360-Grad-Kampagne

Auftraggeber/Kunde | OLYMPUS DEUTSCHLAND GmbH, Hamburg

Eventagentur | vitamin e – gesellschaft für kommunikation mbh, Hamburg

Messebau | vitamin e – gesellschaft für kommunikation mbh, Hamburg

Partner Umsetzung Kampagnen, Website, Facebook-App und Social-Media | KMF Werbung GmbH, Hamburg

Partner PR | united communications GmbH, Berlin

Silber

ADAM & YOU 360-Grad-Journey

Auftraggeber/Kunde | ADAM OPEL AG, Rüsselsheim

Eventagentur | brandscape GmbH, Wiesbaden

Messebau | Artlife GmbH, Hofheim

Partner Personal/Promotion | ANGELSI! Communication + Concepts, Wiesbaden

Partner Social-Media-Kommunikation | vi knallgrau GmbH, Wien

Bronze

Hyundai i30-Roadshow Facebook trifft Fußgängerzone

Auftraggeber/Kunde | Hyundai Motor Deutschland GmbH, Neckarsulm

Eventagentur | VOON Werbeagentur GmbH, Mannheim

Partner Content, Umsetzung | Markenfilm Crossing GmbH, Hamburg

Partner Live-Kommunikation | Sky Promotion GmbH, Köln

Einreicher | eyefactive gmbh, Wedel

Der EVA Event Award wird für herausragende Marketing-Events und Maßnahmen der Live-Kommunikation vom FAMAB Verband Direkte Wirtschaftskommunikation vergeben. Dabei steht die erlebnisorientierte

und erfolgreiche Umsetzung sowie Vermittlung von Marketinginhalten im Vordergrund. Weitere Infos zu den Preisträgern und Kampagnen: www.famab.de

Startschuss für neue Wiesbadener Rhein-Main-Hallen

Was lange währt, wird bekanntlich gut: Das Architekturbüro des gebürtigen Frankfurters Ferdinand Heide erhielt den Zuschlag für die Planung der neuen Rhein-Main-Hallen in Wiesbaden.



Die Planung der neuen Rhein-Main-Hallen in Wiesbaden schreitet voran.
Bild: © Ferdinand Heide Architekt BDA

Mit der Vergabe ist auch ein wichtiger Meilenstein in der Realisierung des Projekts geschafft. Bereits am 6. September 2012 hatte die Wiesbadener Stadtverordnetenversammlung über den Abriss im zweiten Halbjahr 2014 und den Neubau der Hallen entschieden. Mit dem Bau soll 2015 begonnen werden, die offiziell

le Eröffnung des dann modernsten Kongress- und Veranstaltungszentrums in Deutschland ist für Anfang 2018 geplant. Parallel wird sich die Rhein-Main-Hallen GmbH darum kümmern, bestehende Veranstaltungen in der Stadt zu halten und entsprechende Flächen dafür zur Verfügung zu stellen. Um zukunftssicher pla-

nen zu können, wechselt der langjährige Chef des Kurhaus Wiesbaden, Henning Wossidlo im Sommer 2014 in die Position des Betriebsleiters der neuen Wiesbadener Rhein-Main-Hallen.

Wossidlo bekleidet momentan auch das Amt des Sprechers der städtischen TriWiCon. Als Messebetrieb ist diese verantwortlich für das Projekt Neubau Rhein-Main-Hallen.

Das neue Veranstaltungszentrum soll auf rund 20.000 qm Veranstaltungsfläche Platz für bis zu 10.000 Personen bieten – verteilt auf verschiedene Hallen und Säle inklusive einer integrierten Multifunktionshalle mit bis zu 5.000 Plätzen. Mehrere Publikumseingänge können – insbesondere bei Tagungen – einen störungsfreien Parallelbetrieb gewährleisten. Ebenfalls in Planung sind eine zweigeschossige Tiefgarage mit 1.000 Stellplätzen sowie ein repräsentatives Foyer (2.000 qm) mit Vorplatz.

www.rhein-main-hallen.de

„GO BÜCHNER“ heißt es im darmstadtium

Bisher war er ungenutzt – der „Kleine Saal“ im Wissenschafts- und Kongresszentrum darmstadtium. Doch das wird sich nun ändern: vom 13. Oktober 2013 bis zum 16. Februar 2014 ist hier die große Landesausstellung „Georg Büchner. Revolutionär mit Feder und Skalpell“ beheimatet. Die Ausstellung des Instituts Mathildenhöhe Darmstadt in Zusammenarbeit mit der Büchner-Forschungsstelle Marburg findet als Höhepunkt der Georg-Büchner-Gedenkjahre 2012/2013 und anlässlich seines 200. Geburtstags (*17. Oktober 1813) statt. Die Werke des Schriftstellers, Dichters, Naturwissenschaftlers und Revolutionärs Georg Büchner sind aktueller denn je. Inszeniert mit zeithistorischen Objekten, Originalmanuskripten, Gemälden und Multimedia-Installationen, lässt die Ausstellung Besucher räumlich und gedanklich in Büchners Welt eintauchen. Nach dem Ende der Landesausstellung wird der Bereich in einen Kongresssaal mit 650 qm für bis zu 380 Personen umgebaut. Ende 2014 soll der neue Saal „ferrum“ dann als zusätzlicher Veranstaltungsraum mit eigenen Foyerflächen auf zwei Ebenen und separatem Eingang seiner Bestimmung übergeben werden.

www.darmstadtium.de



WIR FREUEN
UNS AUF SIE

DIE NEUE EVENTLOCATION FÜR DIE REGION STUTTGART

11 Räume auf über 2.400 m² für bis zu 2.000 Personen

14 Autominuten zum Hauptbahnhof Stuttgart

Ansprechende Architektur & modernste Technik

S-Bahn- & Autobahnanschluss, 200 kostenlose Parkplätze



Stadt Kornwestheim

www.Das-K.info

Die **Best of Events** wächst mit neuen Ausstellern

- Als Fachmesse der Eventbranche hat die BOE im Januar ihren angestammten Platz im Terminkalender und zieht selbst bei schlechten Witterungsbedingungen die Protagonisten der Live-Kommunikation von nah und fern an. Die BOE läutet diesmal am 22. und 23. Januar den Start ins neue Branchenjahr ein und es zeichnet sich ab, dass die Messe in den Dortmunder Westfalenhallen weiter wächst. Bereits vier Monate vor der Eröffnung lagen die Buchungen der Standflächen auf Vorjahresniveau. Bernhard Brügger sprach mit BOE-Initiatorin Bea Nöhre über die Entwicklung der Messe.



Foto: BEST OF EVENTS GmbH

C.I.: Frau Nöhre, die BOE glänzt durch nachhaltiges Wachstum. Ein Viertel der Aussteller ist im kommenden Jahr zum ersten Mal dabei. Wie gelingt es Ihnen, immer wieder neue Akteure für die BOE zu gewinnen?

B.N.: Ja, wir erwarten eine spannende BOE 2014 mit einer Vielzahl von neuen Ausstellern, die sich mit trendsetzenden Produkten und Dienstleistungen neu am Markt positionieren. Die Konzeption der BOE als Spiegel des Marktes der Eventindustrie stellt uns Organisatoren vor die Aufgabe, kontinuierlich den Markt zu beobachten und zu analysieren. Dazu gehört es auch, alle Entwicklungen und Tendenzen dieser Industrie aufzuspüren. Neben Bestandsausstellern und langjährigen Partnern unterstreicht die Vielzahl von neuen Ausstellern den Stellenwert der BOE als Leitmesse. Ich denke, es gibt keine vergleichbare Veranstaltung dieser Branche, die alle Partner so geschlossen vereint und als Marketingplattform für die Eventindustrie unschlagbar ist.

C.I.: Im Tagungs- und Kongressgeschäft wird eine zunehmende Internationalisierung festgestellt: Es reisen immer mehr Gäste aus dem Ausland nach Deutschland, während gleichzeitig mehr internationale Wettbewerber hierzulande auftreten. Welche Tendenzen beobachten Sie für die BOE unter Ausstellern und Besuchern?

B.N.: Auch wir beobachten ein verstärktes Interesse bei Ausstellern und Besuchern – vor allem aus den angrenzenden europäischen Ländern. Natürlich möchten wir gern noch mehr Aussteller und Besucher aus dem Ausland gewinnen. Insofern sprechen wir mit unseren Marketingmaßnahmen verstärkt auch Entscheider aus den Nachbarländern an. Unsere Marketing- und Werbearbeit ist mittlerweile fast komplett zweisprachig angelegt. In den Niederlanden und in Tschechien

erstellen wir unsere Kommunikationsmaßnahmen in der Landessprache. Somit stellen wir sicher, dass die BOE als Fachmesse der Eventbranche weit über Deutschland hinaus wahrgenommen wird.

C.I.: Mit dem BOE-FORUM und den Begleitveranstaltungen der Berliner BEEFTEA group gestalten Sie ein attraktives Vortragsprogramm. Wie wichtig ist das für eine Messe wie die BOE?

B.N.: Für eine Fachmesse wie die BOE ist es wichtig, ein erstklassiges Line-up auf die Beine zu stellen – mit zielgruppengerechten Angeboten und hochkarätigen Top-Speakern. So hat sich das BOE-FORUM als wichtiger Bestandteil der Fachmesse entwickelt. Mit Fokus auf Markenführung, Innovationen und Media & Technologien bieten die vielfältigen Dimensionen des Event Business ein spannendes Themenspektrum. Die BEEFTEA group wird das neue Event-Format „MEET THE BEEF – Trend Talk“

zum Thema „Creating Digital Ideas“ präsentieren. Namhafte Referenten beschäftigen sich mit den Chancen der digitalen Kommunikation in Kombination mit Live-Marketing. Aber auch für den Nachwuchs wollen wir attraktiv sein und bieten am zweiten Messtagen den „KARRIERETAG: LIVE-KOMMUNIKATION“. Der liefert Informationen zur Karriere in der Event-Industrie. Organisiert wird der KARRIERETAG vom Studieninstitut für Kommunikation, dem FAMAB, der ISES Europe und der Personalberatung kg-u.

C.I.: Einen Nimbus als größte Branchenparty hat die BOE-NIGHT erlangt, auf der auch die Branchenpreise BEA- und INA-Award vergeben werden. Was erwartet uns dieses Jahr auf der BOE-NIGHT?

B.N.: Die BOE-NIGHT soll auch in 2014 den gelungenen Abschluss des ersten Messtages bieten. Wir freuen uns, dass die Verleihung des BEA BlachReport Event Award und des INA Internationaler Nachwuchs Event Award parallel zur BOE stattfindet. Deshalb wird am 22. Januar der BEA- und INA-Award erstmals im großen Goldsaal verliehen. In diesem Saal finden die 300 Gäste genügend Raum und das passende Umfeld. Mit unseren Partnern planen wir einen hochkarätigen Abend: Neumann & Müller unterstützt die BOE-NIGHT mit Veranstaltungstechnik, hms easy stretch, Event Rent und Van der Maarel – Eventstyling sind die Kreativ- und Ausstattungspartner. Music4friends kommen mit neuen Show-Highlights à la Goodfellas und DJ André Siddi. Ich empfehle eine frühzeitige Buchung der BOE-NIGHT, da das Kartenkontingent begrenzt ist. Der BOE-Ticketshop ist ab 3. Dezember online.

C.I.: Frau Nöhre, wir danken Ihnen für das Gespräch!

www.boe-messe.de



Messe München
International

SIE SUCHEN DEN PERFEKTEN VERANSTALTUNGORT 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 Veranstaltungszentrum München drei Top-Locations für jede Veranstaltung: von Hauptversammlung über Kongress, Seminar und Messe bis hin zum Großevent. Verlassen Sie sich dabei auf eine optimale Infrastruktur, modernste Technik und innovative Services.

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

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

**Besuchen Sie uns
auf der EIBTM 2013!
Stand E 14**

■ Courtyard by Marriott feiert Jubiläum

Die 1983 gegründete Marke Courtyard by Marriott feiert den 30. Geburtstag. Gemeinsam mit Gästen und Kunden beging das Unternehmen am 15. Oktober 2013 weltweit sein Jubiläum, unter anderem in Form von fünf Großevents in Hongkong, Doha, Berlin, Mexiko-Stadt und Atlanta, dem Standort des ersten Courtyard-Hotels. Mit knapp 1.000 Hotels in 38 Ländern und mehr als 30.000 Mitarbeitern bildet Courtyard die größte Marke im Portfolio des börsennotierten Konzerns Marriott International, Inc. In den letzten Jahren führte die Hotelkette zahlreiche innovative Angebote ein: Den virtuellen Concierge in Form der GoBoards®; in den hoteleigenen Bistros erhielten Gäste erstmals Kalorienangaben zu den Gerichten; in den vergangenen Jahren wurden die Empfangsbereiche komplett umgestaltet und im Zuge der weltweiten Markenexpansion entstanden vier verschiedene, auf die regionalen Besonderheiten hin abgestimmte Zimmer-Prototypen. Die jüngsten Courtyard-Eröffnungen fanden auf Bali, in Riad, Mexiko-Stadt sowie in Aberdeen statt. Ab 2014 wird Courtyard erstmals auch in Brasilien vertreten sein, ab 2015 auch in Afrika.

www.courtyard.com

■ Tagungszentrum Schloss Hohenkammer erweitert Eventhalle



Tagungszentrum Schloss Hohenkammer. Bild: Andre Mühling

Das Tagungszentrum Schloss Hohenkammer investiert kräftig in den Incentivebereich und hat die Eventhalle um das Dreifache erweitert. Sie ist von 400 auf 1.200 qm vergrößert worden und bietet unzählige Möglichkeiten, wie z. B.

Kletterwand, Hoch- und Niedrigseiltraining und Bogenschießen. Exklusivpartner für Rahmenprogramme und Team-events ist der Outdoorveranstalter Kiwi Connection.

www.schlosshohenkammer.de

■ Zwei Neueröffnungen in der Bremer Überseestadt

Direkt neben dem Bremer GOP-Varieté-Theater öffnete am 1. September das Steigenberger Hotel Bremen seine Türen. Das neu erbaute Viersterne-Superior-Haus, direkt am Weserufer in der Überseestadt gelegen, ist nur wenige Minuten vom Zentrum entfernt. Die 137

Zimmer und Suiten sind inspiriert vom maritimen Flair der Hansestadt. Ein 230 qm großer Spa sorgt abends für Entspannung. Für Meetings und Events steht ein 450 qm großer Konferenzbereich mit sechs flexibel verbindbaren Tagungsräumen (bis 180 Personen) bereit. WLAN ist natürlich im gesamten

Hotel für alle Gäste kostenfrei verfügbar. Die bodentiefen Panoramafenster des Restaurants „Blaufeu“ ermöglichen einen uneingeschränkten Ausblick auf die Weser. Ein Highlight ist die 295 qm große Terrasse direkt am Fluss, die Platz für ca. 80 Gäste bietet. Ergänzt wird das gastronomische Angebot durch eine offene Bar und eine Lounge.

Besondere Menü- und Buffetkreationen können Gäste im GOP Varieté-Theater genießen – ganz egal ob Menü im stilvollen Varietésaal, Buffet oder Sonntagsbrunch im Restaurant „Leander“ mit direktem Blick auf die Weser. Die Räumlichkeiten der direkt mit dem Steigenberger Hotel Bremen verbundenen Location können ebenfalls für Veranstaltungen genutzt werden. Besonders eignet sich der rund 3.000 qm große Theatersaal für bis zu 400 Personen.

www.steigenberger.com/bremen und www.variete.de

Steigenberger Hotel Bremen mit Weserblick.
Quelle Foto: Steigenberger Hotels



■ Lidl plant Hotel in Hamburg

Die Discounterkette Lidl, die das Bauvorhaben gemeinsam mit den Hamburger Projektentwicklern von One Vest realisieren möchte, will an der Holstenstraße, in Geknäh zur Reeperbahn, eine neue Filiale mit rund 800qm Verkaufsfläche im Erdgeschoss und darüber ein fünfgeschossiges Hotel (180 Zimmer) errichten. Die Bauarbeiten sollen voraussichtlich Ende 2014 beginnen, die Fertigstellung ist dann bis Mitte 2016 geplant. Zurzeit laufen die Verhandlungen mit Hotelketten, die die Immobilie betreiben könnten. Das Hotel soll im Zwei- oder Dreisterne-Segment angesiedelt sein. (tj)

■ Lindner Hotel City Plaza mit neuer First Class Lounge

Rund 2 Millionen hat die Lindner Hotelkette in die Renovierung und den Umbau Lindner Hotel City Plaza in Köln investiert. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: Eine neue Bankettlounge mit Innenhof, eine exklusive First-Class-Lounge mit Blick auf den Kölner Dom sowie ein neu gestalteter Fitness- und Wellnessbereich präsentieren sich in einem neuen „Look“. Gäste, die in einem First-Class-Zimmer oder der Business-Suite eingekcheckt haben, können auf der fünften Etage in der neuen 120qm großen First-Class-Lounge in gemütlichem „Wohnzimmer“-Stil mit Bistro- und Kaffeecorner, Kaminzimmer und Außenterrasse mit Blick auf den Kölner Dom arbeiten oder relaxen.

Das nahe dem Kölner Dom zentral im Friesenviertel gelegene Lindner Hotel City Plaza verfügt über 236 Zimmer und Suiten sowie zehn Konferenz- und Veranstaltungsräumen für bis zu 500 Personen. www.lindner.de

■ Royal tagen in der Domstadt

Unter dem Motto „Be Royal“ wurde Anfang Oktober die große Eröffnung und Neugestaltung des Leonardo Royal Hotel Köln – Am Stadtwald gefeiert. Neben Bezirksbürgermeisterin Helga Blömer-Frerker und dem WDR-Lokalzeit Moderator Henning Quanz, der am Abend souverän durch das Programm führte, waren unter den 300 geladenen Gästen auch viele Persönlichkeiten aus Film und Fernsehen.

Für die Umgestaltung des ehemaligen Holiday Inn (104 Zimmer) zeichnet der international tätige Interior Designer Andreas Neudahn verantwortlich. Der Designer orientiert sich dabei stets an Lage und Region und hat, frei nach seinem Credo „Schönes Wohnen auf Zeit“, das ehemalige 70er-Jahre-Gebäude in ein kreatives Lifestyle-Hotel umgestaltet. Der Bezug zur Stadt Köln spiegelt sich unter anderem in Kunstwerken und Fotos wider. So wurde die Silhouette des Kölner Doms auf eine riesige Leinwand aufgezogen, künstlerisch überarbeitet und durch ein rotes Licht angestrahlt.

Leonardo Hotels übernahm im Frühjahr deutschlandweit 20 Häuser. Die Umgestaltung der Hotels läuft bereits auf Hochtouren. Neben dem Leonardo Royal Hotel Köln – Am Stadtwald gesellen sich in der Region unter dem Mantel der Exklusivmarke „Leonardo Royal“ auch das Leonardo Royal Hotel Düsseldorf Königsallee (ehem. Holiday Inn) und Leonardo Royal Hotel Baden-Baden (ehem. Best Western).

www.leonardo-hotels.com



raum |

Hören, sehen, verstehen.
Kommunikation zum Anfassen.
Sich kennen lernen. Sich näher kommen.
Von Mensch zu Mensch.

für kommunikation

KölnKongress steht für eine besondere Kommunikationskultur: für die Kunst des Gastgebens.

Weitere Infos finden Sie hier:



Besuchen Sie uns auf der eibtm am Stand D40.

Congress-Centrum
Kölnmesse

Gürzenich Köln

Tanzbrunnen Köln

Flora Köln

DIE BASTEI

ZOO LOCATION

ZEUGHAUS

hein

km 689

COLOGNE BEACH CLUB

STAATENHAUS

kölnkongress

VERANSTALTUNGSZENTREN

KölnKongress | fon +49 2 21. 8 21 - 21 21 | www.koelnkongress.de

Die neue OsnabrückHalle: Sanierungskonzept mit **Vorzeigecharakter**

In die Jahre gekommene Konferenzcenter an die Maßstäbe des 21. Jahrhunderts anzupassen und damit wettbewerbsfähig zu gestalten: Das ist eine Herausforderung, der sich viele Kommunen derzeit stellen müssen. Oft genug ergibt sich dabei für die kommunalen Träger die Frage nach Neubau oder Sanierung.



Die sanierte OsnabrückHalle kommt in der Außenwirkung einem Neubau gleich

Ein Paradebeispiel für ein gelungenes Upgrade liefert die OsnabrückHalle: Die Immobilie der späten 70er Jahre trat als klassischer Betonbau, überwiegend mit Schießschartenfenstern ausgestattet, in Erscheinung. Verschachtelte Räume und drei verschiedene Eingänge ließen klare Strukturen vermissen. Über drei Jahrzehnte hinweg wurden keine Mittel für eine grundlegende Sanierung in die Hand genommen, sondern nur repariert und ausgetauscht. „Der Sanierungstau war immens“, erinnert sich Sandra Gagliardi,

Geschäftsführerin der Osnabrücker Veranstaltungs- und Kongress GmbH. Die OsnabrückHalle bereitete Sorgen wegen sinkender Einnahmen und verloren gegangener Veranstaltungen. „Seit 2007 gab es bei uns keine Preisanpassungen mehr, da wir hierfür auch keine Argumente liefern konnten“, beschreibt Sandra Gagliardi die Folgen der zunehmend schwindenden Wettbewerbsfähigkeit. Nachdem die Schmerzgrenze erreicht war, wurde 2011 eine Vorstudie erstellt, die die Sanierungskosten mit 18 bis 20 Mio. Euro bezifferte. Eine weitere Machbarkeitsstudie einer neuen überdachten Mehrzweckarena mit einem Fassungsvermögen von 8.000 Personen kam im Vergleich auf eine Investitionssumme von 40 bis 50 Mio. Euro. Diese immense Kostendifferenz gab den Ausschlag zur Entscheidung zugunsten einer Sanierung der vorhandenen Bausubstanz. Im März 2012 startete die europaweite Ausschreibung, um einen Generalplaner zu finden. Den Zuschlag erhielt die W+P, Gesellschaft für Projektentwicklung, die sich schon einen Namen bei der Sanierung anderer renommierter Objekte gemacht hat. Kurz darauf folgten die Ausschreibungen für die einzelnen Gewerke. Nach dem letzten Kongress mit 3.000 Teilnehmern wurde pünktlich am 4. März

2013 mit den Sanierungsarbeiten begonnen. Eine logistische Meisterleistung war die Auslagerung von 3.000 Kubikmetern Equipment und Mobiliar, die innerhalb von drei Wochen stattfand. „Wir durchforsteten 8.000 qm Fläche.“ Dabei fanden sich echte Klassiker wie zum Beispiel die Tonbandaufnahme der Eröffnungs-PK von 1979 und die Plakate der ersten Veranstaltungen wieder ein. „Die Aufnahmen haben wir inzwischen digitalisieren lassen“, berichtet Sandra Gagliardi, die übrigens auch Vorstandsmitglied beim EVVC ist.

Ambitionierter Zeitplan

Ambitioniert war der Zeitplan für die Sanierung der OsnabrückHalle: Schon nach sieben Monaten – pünktlich zum Saisonbeginn im Herbst 2013 – wurde die erste Sanierungsstufe von 62 beteiligten Firmen fristgerecht abgeschlossen. Hauptbauleiter Sven Lemke koordinierte die Gewerke, die mit 150 Bauarbeitern – und zuletzt sogar mit 200 – für die pünktliche Realisierung sorgten.

Dabei lag die Messlatte recht hoch: Denn neben der Fassade entsprach auch die Gebäudeinnenstruktur nicht mehr heutigen Ansprüchen. „Wir wollen nicht nur nach außen schön in Erscheinung treten, sondern auch gut funktionieren“, unterstreicht Sandra Gagliardi. Dazu gehören vor allem klare Strukturen: So gibt es statt drei Haupteingängen nun nur noch einen einzigen Ein- und Ausgang für den Publikumsverkehr – und zwar an zentraler Stelle mit Blick zur Hauptstraße, wo zuvor die Tiefgaragenzufahrt lag. Damit erhält nicht nur der Besucherverkehr ei-

WIEDERERÖFFNUNG MIT TAG DER OFFENEN TÜR UND ROGER CICERO

Gleich an zwei Tagen wurde die Wiedereröffnung gefeiert: 5.000 Besucher folgten am 28. September der Einladung zum Tag der offenen Tür. „Die Gäste waren begeistert und überrascht“, resümiert Sandra Gagliardi. Am Abend des darauf folgenden Tages kamen 1.700 Fans zum Tourfinale von Roger Cicero & Big Band. Davor fand noch ein Empfang mit geladenen Gästen statt.



Freundliche, helle Farbtöne kennzeichnen die OsnabrückHalle

ne klare Wegweisung, es reduziert sich darüber hinaus auch der Personalbedarf bei Veranstaltungen.

Mit der Anpassung der baulichen Struktur an heutige Anforderungen spart die OsnabrückHalle ebenso Betriebskosten. Die Steuerung der neuen Klima-, Heizungs- und Lüftungsanlage, ein System der Firma Bauer, ist hochkomplex und für eine optimale Belüftung austariert. Die neu installierten 1.500 Leuchten mit LED-Technik sind ausfallsicher und extrem sparsam im Stromverbrauch. Selbst das neue Antlitz der OsnabrückHalle, das Glasfoyer, trägt zur Verbesserung der Energiebilanz bei. Die neue Front, die die graue Betonfassade ersetzt und ab sofort den Blick zum Schloss und Schlossgarten freigibt, ist dreifach verglast.

Komplett entkernt wurde das Foyer im Erdgeschoss: Statt verschachtelter und

die Parkett- und die Galerie-Ebene. Dies erleichtert auch Besuchern mit Einschränkungen den Zugang zum Herzstück der OsnabrückHalle, dem Europasaal mit mehr als 1.700 Plätzen. Vor der Sanierung dominierte hier die dunkelbraune Holzwandvertäfelung.

Comedian Atze Schröder sprach bei seinem Gastspiel auch schon einmal von der „größten Schrankwand Deutschlands“. Doch zur Eröffnung im September erstrahlte der Saal in freundlichen, hellen Farbtönen. In die Wände sind darüber hinaus Leuchtelemente eingelassen. Vom dunkleren Braunton der 70er Jahre ist nichts mehr zu sehen. Ein neues Deckensegel sorgt für optimale Akustik. Zwei neue Beleuchterbrücken und modernste Technik ermöglichen zusätzliche Veranstaltungsformate. Offen und einladend wirkt zudem der ebenfalls sanierte Kongresssaal, der flexible Wände erhalten hat, die ihn auch für Ausstellungen oder Messen prädestinieren.

Catering mit zwei lokalen Partnern

Eine Konzeptveränderung greift ab sofort für die Gastronomie: Anstelle der Vollküche mit eigener Crew gewährleisten jetzt zwei ausgewählte Cateringbetriebe die Versorgung bei Events. „Der Umsatz in der Gastronomie sank kontinuierlich, während die Betriebskosten weiter angestiegen sind“, begründet Sandra Gagliardi die neue Strategie. Regeneration und Portionierung der Speisen erfolgen natürlich weiterhin im Haus. Mit *Bertram's Catering* und *Food et Event* fanden sich

zwei lokale Partner, die alle Anforderungen für Veranstaltungen optimal bedienen. *Food et Event* setzt regionale und saisonale Produkte aus ökologischem Anbau ein. Seit 2009 verfügt das Cateringunternehmen über das Biozertifikat und beherzigt Fair Trade. Der Beverage-Bereich bleibt übrigens weiterhin in den Händen der OsnabrückHalle. Vier feste Thekenbereiche wurden neu integriert und lösen damit die bisherigen mobilen Varianten ab.

Der zweite Bauabschnitt wird – bei laufendem Betrieb – ab dem kommenden Jahr angegangen. Vier Seminarräume im ersten Obergeschoss erhalten noch ihr Upgrade. Außerdem steht die komplette Dämmung und Neuverkleidung der verbliebenen Fassade an. Das neue Antlitz soll harmonieren mit dem parallel zu errichtenden Kongresshotel und dem benachbarten Schloss. „Wir sind bislang die einzigen, die ein Gebäude hierzulande in dieser komplexen Art saniert haben“, unterstreicht Sandra Gagliardi die Leuchtturmwirkung des Projekts. (bb)



Der Europasaal fasst über 1.700 Besucher.

Fotos: Osnabrücker Veranstaltungs- und Kongress GmbH

DATEN & FAKTEN

55 km Starkstromleitungen,
50 km Schwachstromleitungen,
40 km Leitungen für die
Gebäudeleittechnik und
30 km Datenleitungen wurden im
Gebäude verlegt

5.800 Liter Farbe, 462 m² Beton und
60 Tonnen Stahl wurden für die Sanie-
rung eingesetzt

35 digitale Stelen mit Screens informie-
ren und weisen den Gästen den Weg

unübersichtlicher Räume gewährt das neue Konzept dem Betrachter freie Sicht über die gesamte Ebene. Ein neuer Info-Counter befindet sich an zentraler Stelle nahe dem Eingangsbereich. Direkt angeschlossen an den Info-Counter ist der separat zugängliche Ticketverkauf. Im Zuge der Entkernung kamen im Erdgeschoss drei neue Tagungsräume mit zwei Vorräumen hinzu, die sich beispielsweise fürs Buffet eignen. Zwei Räume sind multifunktional und lassen sich zu einem Saal zusammenfügen. Ergänzend hierzu ist auch eine eingegrenzte Außenterrasse für Kaffee-Breaks in Planung. Ebenfalls für Pausen lädt die erweiterte Radeberger Lounge ein, die komplett mit neuem Mobiliar ausgestattet wurde.

Barrierefrei zum Event

Besonderes Augenmerk legten die Planer auf kurze Wege und Barrierefreiheit: Zwei neue Aufzüge führen vom Foyer auf

Ein Kongresshotel für die OsnabrückHalle

Gleich neben der sanierten OsnabrückHalle entsteht ein Arcona Living Hotel. Das Dreierne-Haus wird über 108 Zimmer verfügen. Der künftige Hotelkomplex setzt sich aus zwei Immobilien zusammen: Einem historischen Altbau, der zuletzt von der Hochschule und ursprünglich vom DGB genutzt wurde, sowie einem noch zu errichtenden ellipsenförmigen Neubau. Die Bauzeit beträgt 15 Monate, sodass im Frühjahr 2015 mit der Eröffnung gerechnet werden kann. Es ist zudem eine gemeinsame Vermarktung mit der OsnabrückHalle geplant. Die Arcona-Gruppe betreibt darüber hinaus das Steigenberger Remarque Hotel in Osnabrück unter Leitung von Ira Klusmann, die übrigens auch Vorsitzende des Osnabrücker City Marketing (OCM) ist. Das Viersterne-Hotel besitzt 139 Zimmer und Suiten. Kulinarisch verwöhnt wird – wie bei den Arcona Hotels üblich – mit der renommierten Weinwirtschaft.



Das K“ mit Rathausturm. Foto: Thomas Jäckle

■ „Das K“ feiert Premiere – Kornwestheim eröffnet **neues Kultur- und Kongresszentrum**

Bis zur letzten Minute wurde am neuen Kornwestheimer Kongress- und Veranstaltungszentrum gearbeitet. Ende September war es dann so weit – mit einer Talkrunde und einem exklusiven Konzert des Sängers Xavier Naidoo hat die Stadt Kornwestheim die Eröffnung des neuen Kultur- und Kongresszentrums „Das K“ gefeiert.

Das für 20,5 Millionen Euro modernisierte Haus wartet mit elf verschiedenen Raumvarianten und 6.500qm Veranstaltungsfläche auf. Je nach Veranstaltung können bis zu 2.000 Gäste bewirtet und empfangen werden. Im Oktober 2006 waren im Lüftungssystem des damaligen Kulturbaus Asbestfasern entdeckt worden. Vor gut drei Jahren entschied sich die Gemeinde bei der Sanierung für eine Kombinationslösung, bestehend aus Kultur- und Kongresszentrum. Am Abend des 27. September öffneten sich dann die Türen, die Gäste strömten ins Haus. Strahlende Servicekräfte mit Tablett voll Sek- und Saftgläser empfingen die Besucher, die nun als erste einen Blick in die neu gestaltete „gute Stube“ der Stadt werfen durften.

Eva Wiedemann, Pressesprecherin der Stadt Kornwestheim strahlt übers ganze Gesicht. Ob sich die Schufterei der ver-

gangenen Monate gelohnt hat? „Jede Minute“, sagt sie überzeugt und freut sich über den Anblick der vielen gut gelaunten Gäste.

Moderator Ingo Nommsen wurde die Ehre zuteil, den ersten Beifall im Theatersaal des neuen K geerntet zu haben, die erste

Rede durfte Oberbürgermeisterin Ursula Keck halten und der Tänzer und Choreograph Eric Gauthier animierte die Gäste während des Festakts zu ein wenig Bewegung im Bollywood-Stil. Das K, so erläuterte Architekt Julian Vielmo, sei der städtebauliche Schluss-Stein am Kulturkarree. Es sei, wie im antiken Griechenland bezeichnet, die Agora der Stadt, der Ort der wichtigsten Veranstaltungen und Feste und der Politik. „Wir haben diese große Idee aus der Antike in die heutige Zeit transformiert.“ In einer kleinen Talkrunde ermunterte Moderator Nommsen Hans-Peter Archner vom SWR, Airbus-Vorstand Günter Butschek, Veranstaltungsmanager Johannes Strachwitz und Eric Gauthier, das K in ihre Planungen einzubeziehen.

Ein schwungvolles Ende nahm die Veranstaltung am Samstag mit der Weihung des Hauses. „Entscheidendes kommt von oben“, sagte der evangelische Pfarrer Christoph Rau, „es ist gut, wenn das letzte Wort auch von oben kommt.“ Gemeinsam mit seinem eigentlich im Ruhestand befindlichen katholischen Kollegen Johannes Gräßle weihte er das Haus. Gräßle bewies Humor: Er besprengte nicht nur das Gebäude mit seinem „guten Weihwasser“, auch Oberbürgermeisterin Ursula Keck bekam einen ordentlichen Schwung ab. „Wenn ich schon mal hier oben bin“, sagte Gräßle, „soll ich auch an die OB denken.“

Für alle Möglichkeiten offen

Ein Herzstück des K ist der große Theatersaal mit rund 420 Plätzen. Teil des Saals ist die 310qm große Bühne inklusive Seitenbühnen. Sie verfügt über einen professionellen Bühnenboden und einen



Der Festsaal mit variablen Bestuhlungsmöglichkeiten. Quelle Foto: Das K



Xavier Naidoo rockt „Das K“ vor geladenen Gästen. Quelle Foto: Das K

hydraulischen Orchestergraben. Der Theatersaal ist wie das gesamte K barrierefrei und bietet neben vier dauerhaft behindertengerechten Plätzen auch die Möglichkeit, durch einen Umbau auf insgesamt 13 behindertengerechte Plätze bei Veranstaltungen zu erweitern. Der Festsaal ist mit seinen 690qm der größte Veranstaltungsraum im K und verfügt über 720 Plätze. Auch eine 92 qm große Bühne gehört zum Festsaal. Er lässt sich mittels Trennwand in zwei unterschiedlich große Räume unterteilen. Beide Saalabschnitte sind jeweils separat über das Foyer erreichbar. Im zweiten Obergeschoss befindet sich ein weiterer, 168 qm großer, teilbarer Veranstaltungsraum (bis 187 Personen). Geteilt entstehen zwei Räume mit je 90 qm und maximal 88 Plätzen sowie 78 qm und 66 Plätzen.

Im ersten Stock untergebracht wurde die Stadtbibliothek, die per Aufzug oder mittels markanter roter Freitreppe zu erreichen ist. Das Atrium (bis 200 Personen) mit Panoramafenster und Blick zum Kornwestheimer Rathausurm kann für kleinere Veranstaltungen oder Lesungen genutzt werden.

Rund 200 kostenfreie Parkplätze finden sich in der angrenzenden Tiefgarage am Marktplatz – von dort führt ein Verbindungsgang direkt zum Gebäude. Die angrenzende Parkanlage mitsamt den Freiflächen kann ebenfalls in Veranstaltungen miteinbezogen werden. Pächter des integrierten Parkrestaurants (bis 120 Personen) ist die Vernissage Restaurant und Catering GmbH.

www.das-k.info



DATEN & FAKTEN

Die **32.000 Einwohner** zählende Stadt Kornwestheim ist ein bedeutender Industriestandort nordwestlich der Metropole Stuttgart. Mit Kornwestheim verbindet man die Salamander-Werke, deren Schuhe weltbekannt sind. Aber auch die Eisenbahn oder das Kreidler-Moped prägten die Stadt, in der lange US-amerikanische Soldaten stationiert waren. Noch heute steht in Kornwestheim ein funktionsfähiges Autokino.

Der markante Ziegelsteinbau der Kornwestheimer Salamander AG – Co-Sponsor der Eröffnungsveranstaltung des Kultur- und Kongresszentrums „Das K“. Foto: Thomas Jäckle

Anzeige



Für alle, die überall sind, sind wir jetzt überall

Besuchen Sie uns auf der EIBM, Stand D40-16 und machen Sie mit bei unserem Gewinnspiel!

Über 80 Hotels in mehr als 30 Destinationen

Sie haben Geschäftstermine, Meetings und Seminare in ganz Europa, und ab jetzt auch ein Hotel, das auf Ihre ganz persönlichen Bedürfnisse eingeht. Über 80 Hotels – von Hamburg bis Zürich, von Antwerpen bis Budapest. Wo auch immer Sie sind.

Mitmachen und gewinnen!

Besuchen Sie uns auf der EIBM in Barcelona und gewinnen Sie einen Wochenendaufenthalt für 2 Personen in einem der zahlreichen Leonardo Hotels in Europa. Für die Teilnahme am Gewinnspiel melden Sie sich bitte an unserem Stand D40-16 mit dem Stichwort »Convention International«.



Leonardo
Hotels

www.leonardo-hotels.com

Jetzt vom 1. Januar bis 31. März 2014 für Ihre nächste Veranstaltung

3 extra Leistungen gratis sichern!



■ HCC-Azubis organisieren **Management-Fachtagung** in Hannover

328 Veranstaltungsprofis folgten der Einladung zur diesjährigen Management-Fachtagung des Europäischen Verbandes der Veranstaltungs-Centren e.V. (EVVC) vom 27. bis 29. Oktober 2013 ins Hannover Congress Centrum (HCC).



Dr. Ursula Paschke, Vize-Präsidentin des EVVC präsentiert die EVVC-App.

Quelle Fotos: EVVC Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e.V.

Als neues Kommunikationsmittel stellte der Verband erstmals eine App zur Verfügung, die den Teilnehmern erlaubte, auf aktuelle Informationen zu Teilnehmern und Programmpunkten Zugriff zu haben, aber auch Nachrichten auf einer Tweedwall (www.numeo.de) auszutauschen.

Wenige, dafür aber herausragende Key-Note-Vorträge wie z.B. am ersten Veranstaltungstag von Bestsellerautorin Anitra Egger mit dem Titel „Überkommuniziert aber uniformiert?“ bildeten den Rahmen für die parallel stattfindenden Workshops zur Vertiefung einzelner Themenbereiche wie Ausbildung, Recht, Kennzahlen, Marketing und Ticketing.

Inhaltlicher Schwerpunkt des zweiten Tages waren die Themen Rhetorik und Compliance. Durch den Tag führte das placebo Unternehmenstheater, das mit seinen amüsanten Improvisationen in

verschiedene Themenkomplexe einführte, bevor die Fakten in einzelnen kleineren Workshops mit unterschiedlichen Schwerpunkten beleuchtet wurden.

Gut besucht war auch der Compliance-Workshop von Rechtsanwalt Ulrich Poser. Sein Fazit: Man sollte sich und seine Mitarbeiter regelmäßig schulen, um sich nicht strafbar zu machen. Der Umgang mit Compliance sei gestaltbar. Die wichtigsten Themen einer Compliance-Checkliste sollten die Themen Veranstaltungssicherheit, Verkehrssicherheitspflichten, Betreiberpflichten, Delegation (Organigramme), Evakuierung, der Paragraph 38 der Versammlungsstätten-Verordnung sowie das Thema Brandschutz beinhalten. Ein Beispiel: Der Veranstaltungsleiter muss gemäß Dienstplan schriftlich festgelegt werden.

„Wir müssen unseren Kunden einen Weg aufzeigen, wie wir mit dem Thema umgehen, und für unsere Häuser ein eigenes Compliance-Siegel entwickeln“, so Gastgeber und EVVC-Präsident Joachim König. Nun will der EVVC bis zur MEXCON im nächsten Jahr eine Checkliste entwickeln und bietet seine Mitglieder um aktive Mithilfe.

„Ausbildung im eigenen Betrieb ist die beste Möglichkeit der Nachwuchssicherung in und für die Branche“, lautete eine Devise von HCC-Direktor Joachim König. Die 41 Auszubildenden des HCC übernahmen die komplette Konzeption, Organisation und Durchführung der mehrtägigen Veranstaltung. Selbst vom draußen tobenden Herbststurm ließen sie sich nicht beeindrucken und entführten die Teilnehmer am Festabend auf eine Zeitreise in die Geschichte – denn der Bau des historischen HCC-Gebäudes mit der spektakulären Kuppel jährt sich 2014 zum 100. Mal. Der tosende Applaus am Ende der Veranstaltung belohnte für alle Mühen. www.hcc.de

Nächster Ausrichter der 15. Management-Fachtagung ist die Stadt Kassel – das Kongress-Palais Kassel feiert im nächsten Jahr den 100. Geburtstag! Die Geschäftsführerin der Kassel Marketing GmbH, Angela Hüppe und Betriebsleiter Oliver Höppner vom Kongress-Palais Stadthalle Kassel stimmten die Teilnehmer mit einer kurzen Präsentation und einem abschließendem „Schmeckewöhlerchen“ – einer Scheibe „Ahle Worscht“ auf Brot – auf die Destination ein. Mehr Infos zu Kassel gibt es hier:

www.youtube.com/user/kasseltourist
www.kassel-marketing.de
www.kongress-palais.de



Das Kongress Palais Kassel feiert in 2014 den hundertsten Geburtstag und ist Ausrichter der nächsten EVVC Management-Fachtagung.

■ Zukunftsstudie Tagung und Kongress: Acht Megatrends verändern die Branche

Wie sehen Tagungen und Kongresse im Jahr 2030 aus? Dieser Frage geht das German Convention Bureau in einer aufwändig angelegten Studie nach, die jetzt im HOLM-Forum am Frankfurter Airport vorgestellt wurde. Das GCB ließ acht für die Zukunft relevante Megatrends ermitteln und leitete daraus zahlreiche Handlungsfelder ab.



GCB-Geschäftsführer Matthias Schultze stellte die Zukunftsstudie im HOLM-Forum vor.

Foto: Bernhard Brügger

„Es kommt nicht darauf an, die Zukunft vorherzusagen, sondern auf sie vorbereitet zu sein“, zitiert GCB-Geschäftsführer Matthias Schultze den griechischen Staatsmann Perikles, der diesen Leitsatz bereits im fünften Jahrhundert vor unserer Zeitrechnung aufstellte. Die Zukunft planbar zu machen, war auch das Anliegen der Protagonisten, die im Rahmen der Meeting Experts Conference (Mexcon) im Juni 2012 in Berlin zusammenfanden. Hier wurde die Initialzündung für die Zukunftsstudie gegeben. Nachfolgend forschte und untersuchte das beauftragte Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung (IZT) ein Jahr lang für das 96-Seiten-Werk.

Nicht weniger als acht Megatrends leiteten die Wissenschaftler aus Desktop Research, Delphi-Befragung, Experten-Interviews und Online-Umfragen ab. Als einen zentralen Punkt ermittelten die Forscher die weiter fortschreitende Globalisierung und Internationalisierung: „Internet, wachsende Mobilität und zunehmende Transportvolumina lassen

die Welt noch globaler werden“, erläutert Matthias Schultze. Hierzulande lässt sich dieser Trend an der steigenden Zahl ausländischer Teilnehmer bei Veranstaltungen ablesen. Waren es 2006 noch 14,3 Mio. internationale Besucher, so sind es 2012 bereits 22,1 Mio. Gäste aus dem Ausland, die Events in Deutschland besuchen. Die DZT-Prognose für die Zahl der internationalen Übernachtungen steigt von 60 Mio. im Jahr 2010 auf voraussichtlich 80 Mio. im Jahr 2020. Das bedeutet auch, dass neue Teilnehmerkreise aus anderen Ländern nach Deutschland kommen: Interkulturelle Kompetenz ist gefragt, die unter anderem durch Weiterbildung erworben werden muss. „Im Duty-free-Bereich des Frankfurter Airports sind chinesische Mitarbeiter beschäftigt“, führt Matthias Schultze als Beispiel für die Begegnung der interkulturellen Anforderungen an.

Neue Wettbewerber

Die Globalisierung bringt aber auch neue Wettbewerber an den Markt, gegen die sich die deutschen Tagungs- und Kongressstandorte behaupten müssen. „Um nicht unterzugehen, sind strategische Allianzen und Kontext-Marketing mit zielgerichtetem Auftreten – zum Beispiel mit dem GCB – erforderlich“, zeigt sich Matthias Schultze überzeugt.

Massive Auswirkungen auf die Kongressstandorte werden beim Megatrend Technisierung erwartet: „Die Grenze zwischen Beruf und Privatbereich verschwimmt immer mehr“, erklärt Matthias Schultze. Neben neuen Arbeitsmodellen halten auch neue Mensch-Maschine-Schnittstellen Einzug: „Das Holodeck aus Star Trek ist gar nicht mehr so weit weg, wie ich dachte!“ In der Zukunftsstudie sind 60 Prozent der Befragten davon überzeugt, dass 3-D-Animationen auf der Bühne möglich werden – ein Drittel davon rechnet schon bis zum Jahr 2024 mit der Marktreife von Holografietechnik in Veranstaltungen. Bis 2019 sollen nach Meinung von 75 Prozent der Befragten dann auch organische Leuchtdioden (OLED) als Wegeleitsystem oder

zur räumlichen Trennung einsatzfähig sein. Die Schichten der OLEDs sind weniger als 500 Nanometer dick – 200-mal dünner als ein menschliches Haar! Doch welche Techniken haben am Ende Zukunft? „Mit dieser Frage wird sich auch das GCB maßgeblich auseinandersetzen und Hilfestellung geben“, berichtet Matthias Schultze. Durch neue Herausforderungen in Bereichen wie Ethik, Datenschutz oder Visualisierung werde sich der Event-Manager zunehmend zum Community-Manager entwickeln, um eine Event-Gemeinschaft umfassend zu betreuen.

Der Megatrend demografischer Wandel beschert bis 2030 weltweit eine Verdoppelung der Zahl der Menschen, die älter als 60 Jahre sind. Auch Diversität und Individualisierung werden zukünftig an Bedeutung gewinnen: Der durchschnittliche Tagungsteilnehmer heute ist männlich, 42 Jahre alt, angestellt, verheiratet sowie in Deutschland geboren und lebend. Bis 2030 wandelt sich dieses Profil zu: weiblich, 58 Jahre, selbstständig, Single, in China geboren und im Ausland lebend. Weitere ermittelte Megatrends sind Nachhaltigkeit, Ressourcenverknappung („Peak Everything“), Mobilität, Urbanisierung und Sicherheit.

Die Fertigstellung der Studie markiert nach Angaben von Matthias Schultze nicht das Ende der Arbeit, sondern vielmehr den Beginn für weitere Schritte. Sie bildet nun die Grundlage zur Erstellung einer Roadmap der Tagungs- und Kongressbranche, die im Juni 2014 in Berlin vorgestellt wird. (bb)

www.gcb.de

STUDIENPARTNER

Die GCB-Studie *Tagung und Kongress der Zukunft* entstand unter Beteiligung des Europäischen Verbands der Veranstaltungszentren (EVVC), MCI Deutschland, Ruhr Tourismus, SevenCenters of Germany und des Convention Office von visitBerlin.



Menschen noch einfacher zusammen bringen mit SkyTeam Global Meetings



Weltumspannendes Streckennetz

SkyTeam ist mit ihren 19 internationalen Mitgliedern eine globale Airline-Allianz, die mehr als 1.000 Destinationen in über 170 Ländern miteinander verbindet und das Reisen dank zahlreicher Verbindungen und Frequenzen noch reibungsloser macht. Mit Global Meetings bietet SkyTeam die perfekte Lösung für das Planen internationaler Konferenzen und Veranstaltungen.



Ihre internationale Konferenz – optimal organisiert mit SkyTeam

Die Eventreiseplanung bei großen Veranstaltungen ist eine komplexe Angelegenheit, da immer öfter Teilnehmer aus vielen verschiedenen Ländern zusammen kommen. SkyTeam Global Meetings macht den Organisationsprozess Ihrer Veranstaltung einfacher und effizienter – für Sie als Veranstalter sowie für Ihre Teilnehmer. Und das Beste daran: SkyTeam Global Meetings ist komplett kostenlos und unverbindlich.



Neues effektives Online-Buchungstool

Schnell und einfach erstellen Sie Ihr Event auf skyteam.com. Anschließend können Ihre Teilnehmer online attraktive Vorteile nutzen.

Erster Schritt – kinderleichte Registrierung Ihres Events

- Ihre Veranstaltung auf skyteam.com/globalmeetings registrieren
- Speziell generierte Buchungs-URL sowie eine Event-ID sofort erhalten
- Event-ID an Ihre Teilnehmer versenden oder auf Ihrer Veranstaltungswebsite veröffentlichen

Zweiter Schritt – direkte Online-Buchung der Anreise

- Die Teilnehmer können entweder über die spezielle Buchungs-URL **oder** mit der Eingabe der Event-ID auf skyteam.com/globalmeetings die perfekte Flugverbindung zusammenstellen
- Den Flug direkt auf der Website buchen – mit Tarifiermäßigungen!
- Übrigens bestehen diese Vorteile auch bei einer Buchung durch ein von SkyTeam anerkanntes Reisebüro.

Wertvolle Vorteile für Sie als Veranstalter

- Einfache Registrierung und zentrale Verwaltung der Veranstaltung online
- Vertragsbestätigung innerhalb kürzester Zeit
- Individuelles Portal für Ihr Event
- Prämientickets: Sie erhalten ein Ticket von einer beliebigen SkyTeam-Airline für je 50 Teilnehmer, die mit SkyTeam zum Event anreisen

Wertvolle Vorteile für Ihre Gäste

- Online-Recherche und Buchung der Flugtickets
- Nutzung eines einzigen Portals für die Abfrage aller 19 SkyTeam-Airlines
- Prämienmeilen: Teilnehmer, die bei einem beliebigen Vielfliegerprogramm der SkyTeam-Airlines Mitglied sind, erhalten wie gewohnt Vielfliegermeilen

Die wichtigsten Konditionen in Kürze

- Mindestens 50 Teilnehmer, die per Flugzeug anreisen
- Die Teilnehmer müssen aus mindestens zwei verschiedenen Ländern stammen – zusätzlich zu dem Veranstaltungsland
- Registrierung der Veranstaltung bereits ab 5 Jahren bis zu 2 Monaten im Voraus möglich



■ Audi setzt auf **Düsseldorfer Eventprofis**

Mobilität im Jahr 2030 soll multimodal, kooperationsgetrieben und effizient sein (Quelle: IFK/AIM 2012). Mit Multimodalität ist die wechselnde Nutzung von Verkehrsmitteln über einen bestimmten Zeitraum gemeint. Sie soll den Nutzern eine komfortable und umweltfreundliche Fortbewegung ermöglichen. Eine Alternative für die Innenstädte könnte die Fortbewegung mittels Elektrofahrzeugen sein. Bundeskanzlerin Angela Merkel bekräftigte das Ziel, bis 2020 eine Million E-Autos auf die Straßen zu bringen. Bisher sind nur einige Tausend zugelassen. Bis Ende des kommenden Jahres wollen deutsche Hersteller 16 neue E-Modelle auf den Markt bringen.



„Audi e-tron Parade“ vor dem Berliner Olympiastadion. Foto: Stefan Bösl

Im Rahmen des Projekts „Schaufenster Elektromobilität“ der Bundesregierung lässt nun der Automobilhersteller Audi seit April die Alltagstauglichkeit seiner Elektroautos von ausgewählten Probanden testen. Unter der Regie von HAGEN INVENT erfolgte die erste Phase des Flottenversuchs „Audi Projekt e-tron“ mit Übergabe- und Schulungsveranstaltungen in sechs deutschen Städten.

Mit dem zwölfmonatigen Flottenversuch „Audi Projekt e-tron“ erprobt der Ingolstädter Automobilhersteller Audi in drei Bundesländern die Potenziale des neuen Antriebskonzepts. Seit Mai 2013 wurden in Stuttgart, Ingolstadt, München, Berlin, Nürnberg und Garmisch-Partenkirchen im Rahmen von Tagesveranstaltungen bei lokalen Partnern 80 Audi-A1-e-tron-

Fahrzeuge an eine repräsentative Gruppe von Probanden übergeben, die diese für mehrere Monate in ihrer jeweiligen Alltagssituation testen und bewerten. Bis zur Rückgabe der Elektrofahrzeuge in 2014 werden die Teilnehmer der sechs Einzelvorhaben voraussichtlich rund eine Million Kilometer zurücklegen.

Gesamtverantwortlich für die Konzeption, Organisation und Koordination der sechs Übergabe- und Schulungsveranstaltungen war die Düsseldorfer Eventmarketing-Agentur HAGEN INVENT. Das Team um Senior-Projektleiterin Marion Knappertsbusch überzeugte die Ingolstädter mit seiner Erfahrung in der Live-Kommunikation alternativer Antriebstechnologien sowie seiner logistischen Kompetenz, die HAGEN INVENT seit

2010 auch regelmäßig bei der Umsetzung internationaler Audi Händler- und Servicemitarbeiter-Events unter Beweis stellt. „Mit dem Audi Projekt e-tron“ haben HAGEN INVENT und Audi eine Roadshow aufgezo-gen, die Elektromobilität für zahlreiche Menschen bundesweit greifbar und erlebbar macht. So konnte ein reiner Marketing-Begriff mit Leben gefüllt werden,“ beschreibt Marion Knappertsbusch die erfolgreiche Startphase des Flottenversuchs.

Audi ist einer der Vorreiter auf dem Feld der alternativen Antriebstechnologien. Mit dem „Audi Projekt e-tron“ engagiert sich das Unternehmen in der Initiative „Schaufenster Elektromobilität“, für die der Bund Fördermittel in Höhe von 180 Millionen bereitstellt.

■ Acht GALAXY Awards für HAGEN INVENT

Ein wahrer Award-Regen prasselte in diesen Tagen aus New York auf die Düsseldorf Eventmarketingagentur nieder: Bei den 24. GALAXY Awards wurde HAGEN INVENT gleich acht Mal mit Edelmetall ausgezeichnet. Die aus internationalen Fachleuten der Werbe- und Marketing-Praxis bestehende Jury honorierte die Konzeptions- und Umsetzungsstärke der Düsseldorf mit Auszeichnungen in fünf verschiedenen Wettbewerbskategorien.

In der Kategorie „Special Events: Corporate“ erhielt HAGEN INVENT gemeinsam mit SCHMIDHUBER und KMS BLACKSPACE eine Auszeichnung in Gold für das Audi-A3-Händlermeeting 2012 in Kopenhagen. Das spektakuläre Event zur Markteinführung des neuen Audi A3 begeisterte nicht nur die 3.500 Gäste aus 80 Ländern, sondern auch die Juroren des GALAXY Awards. In derselben Kategorie wurden die Experten von HAGEN INVENT mit Silber für die Sevilla Speed Days gekürt, zu denen im November 2012 rund 1.000 R8-Händler und ausgewählte Kunden aus der ganzen Welt nach Spanien kamen, um die neue Generation

des Audi R8 zu testen. Auch in der Kategorie „Public Relations: Event Marketing“ gab es Silber für die Sevilla Speed Days, die HAGEN INVENT gemeinsam mit den Münchener Architekten oettle ferber associates und der Designagentur tisch13 verantwortet hatte.

Der Toyota Hybrid Sommer, den HAGEN INVENT 2012 als crossmediale Kampagne ganzheitlich konzipiert und gemeinsam mit Toyota Leadagentur KPP EVENT umgesetzt hatte, wurde von den Juroren gleich fünffach mit Edelmetall dekoriert: In den Kategorien „Special Event: Product Awareness“ und „Public Relations: Awareness“ räumte die von prominenten Gesichtern wie Jan-Josef Liefers, Axel Prahl und Thomas D unterstützte integrierte Kommunikationskampagne jeweils eine Auszeichnung in Silber ab. Zudem gab es in den Kategorien „Special Event: Customer“ und „Promotion: New Product Introduction“ jeweils Bronze sowie einen Honors Award in der Kategorie „Public Relations: Event Marketing“.



Toyota Hybrid Sommer. Foto: Daniel Hübler

Die GALAXY Awards werden von der New Yorker Organisation MerComm Inc. veranstaltet, die bereits seit 1987 herausragende Projekte aus allen Marketingdisziplinen auszeichnet, darunter Maßnahmen der Live Communication ebenso wie klassische Werbekampagnen, Design, Promotion und Public Relations.

www.hagen-invent.de

Anzeige

DB BAHN

Vereint spielen, zusammen reisen, gemeinsam sparen!



Unterwegs in bester Gesellschaft: exklusiv und günstig in einem Zug!

Ob Konzertreise, gemeinsame Messesfahrt oder Betriebsausflug – mit der Buchung eines eigenen Wagens kombinieren Sie die Exklusivität einer Charterreise mit den Gruppenreisen-Preisvorteilen der Deutschen Bahn. Reservieren Sie jetzt Ihren Charterwagen erster oder zweiter Klasse, mit oder ohne Catering. Er bringt Sie und Ihre Gruppe entspannt ans Ziel – schnell, bequem und stressfrei! Weitere Informationen unter www.bahn.de. **Die Bahn macht mobil.**

Eine lange Geschichte hat das Schokoladenhandwerk in der Hauptstadt:
Namen wie Fassbender und Rausch sind fest in der Historie verankert. Mit der Rückkehr zum
Gendarmenmarkt wurde diese Tradition fortgesetzt.

■ Von *Bernhard Brügger*

Vom Rausch der *süßen 20er Jahre*

Ein Verkaufsgeschäft mit Stehcafé kündete im Jahr 1999 von der Rückkehr der beiden berühmten Namen des Chocolatier-Handwerks an den Gendarmenmarkt: Fassbender und Rausch erlebten am geschichtsträchtigen Ort eine Renaissance. Die erste Etage mit dem Restaurantbetrieb kam sieben Jahre später dazu. Dort, wo zuvor Büroräume angesiedelt waren, wurde in nur sechs Monaten entkernt und komplett umgebaut.

DATEN & FAKTEN

Die Geschichte der Marken Fassbender und Rausch geht bis auf das Jahr 1863 zurück, als Heinrich Fassbender Schokolade und Trüffel in seinem Geschäft in der Mohrenstraße verkaufte. Im Jahr 1890 eröffnete – ebenfalls am Gendarmenmarkt – Wilhelm Rausch sen. seine erste Confitiserie. 1999 werden die Qualitäten beider Markennamen mit einem neuen Geschäft in der Charlottenstraße zusammengeführt. Die Firma Rausch betreibt darüber hinaus in Berlin-Tempelhof eine gläserne Fabrik in Kombination mit einem Werksverkauf. Besucher sehen durch eine Glasfront die Trüffel vom Produktionsband rollen. Insgesamt 250 Sorten Pralinen sowie acht verschiedene Plantagenschokoladen stellt Rausch an den Produktionsstandorten Berlin und Peine her. Die Hauptstadt-Repräsentanz gewinnt dabei immer mehr an Bedeutung: Es kommen immer mehr spezielle Berlin-Artikel wie Schokobären, Schokobücher, Plüschtiere und Tassen hinzu. Noch vor zwei Jahren gab es nur ein Viertel der Palette an Berlin-Artikeln. (www.fassbender-rausch.de)



Quelle Fotos: Fassbender & Rausch

Mit der Aufnahme des Küchenbetriebs bei Fassbender & Rausch kam ein klassisches Lunch mit Suppen, Fisch und Fleisch auf die Speisekarte – allerdings gewürzt mit kakao-haltigen Zutaten. Hierfür lautet die Devise: ausprobieren und entwickeln! „Chocolatiers und Köche, die Protagonisten aus zwei doch sehr unterschiedlichen Genres, haben sich bei uns erfolgreich kombiniert“, erläutert Restaurantleiter Marco Garche. Für die Menüs, die auf die Karte kommen, gibt es zwei Testphasen: „Zunächst probieren Küchenchef, Chocolatiers und Restaurantleitung ihre gemeinsamen Kreationen.“ Wenn die Entscheidung „Mundexplosion oder Spucknapf“ gefallen ist, prüft abschließend noch einmal die Familie Rausch das Gericht.

So kommt der Wildkräuter-Salat mit Früchten mit Filets von der Rotbarbe und weißem Schokoladen-Himbeer-Dressing oder der Salat von den blauen Kartoffeln mit Graved-Lachs-Tranchen, einer Vinaigrette

von Dill und weißer Schokolade auf die Karte. „Beim Salat hat die Schokolade bindende Wirkung“, erklärt Marco Garche. Wichtig sei es, eine Sorte zu finden, die sich kombinieren lasse. Sauerteigbrot mit Kakao-bruch, Brotaufstriche und wechselnde Dips würden zusätzlich als Gruß aus der Küche gereicht. „Vor allem die Dips bieten eine schnelle Möglichkeit, etwas auszuprobie-



ren und eine neue Erfahrung zu machen“, weiß der Restaurantleiter.

Die Maniok-Kürbis-Suppe wird mit Mandeln und mit der Edel-Vollmilch-Schokolade Nouméa (35 Prozent Kakaoanteil) verfeinert. Mit der Edel-Bitter-Schokolade Grenada (65 Prozent Kakao) und Bananenstückchen kommt die Bananen-Curry-Suppe aus der Küche auf den Tisch. Als Hauptgericht warten Mais-Hähnchen auf Couscous mit Pflaumen und einer Sauce von der Edel-Vollmilch-Schokolade Nouméa oder das Kabeljaufilet auf Edelkakao-Tagliatelle mit Zucchini-Tomaten-Ragout und einer weißen Schokoladen-Limonen-Sauce auf die Gäste. Auch für Vegetarier findet sich etwas: Tofu an schwarzen Bohnen mit Paprika, gelber Zucchini, Staudensellerie kredenzt die Küche mit der Edel-Vollmilch-Schokolade Guácimo (47 Prozent Kakao).

Sportiver Schokoholismus

Während in der Mittagszeit von Montag bis Freitag das Lunchgeschäft dominiert, bleiben die Abende ab 18 Uhr in der Regel dem Gruppengeschäft mit Dinnershows vorbehalten: Ein gesetztes Abendessen für 80 bis

100 Personen an klassisch eingedeckten 2er- bis 6er-Tischen ist im Restaurant am Gendarmenmarkt möglich. Dazu ein Programm, das sich aus exklusiv geschriebenen Drehbüchern speist. „Berlin, ick hab Dir lieb“ oder „Berlin, wat biste süß“ stehen auf dem Spielplan. Der Themenbezug auf die Goldenen Zwanzigerjahre und die Einbindung der Schokolade passt: „Im Berlin der 20er gab es einen sportiven Schokoholismus“, berichtet Marco Garche. Im Vierakter – passend zu den vier Gängen – tritt zum Beispiel der Zeitungsjunge auf, der die Veranstaltung stört. Es folgt ein Melodienraten, bei dem die Gäste miteinbezogen werden.

„Bei der Recherche für die Drehbücher stoßen wir auf einen umfangreichen Fundus – wie die 20er-Jahre-Zeitschrift *Die Gartenlaube*, aus der rezitiert wird“, erläutert Marco Garche. Hierin fanden sich in der damaligen Zeit die ersten Annoncen für Kontakte, die anekdotenreich in die Show eingebunden werden. Bei den Berlin-Dinnershows sind alle vier Akte in sich geschlossen, sodass der Zuschauer nicht den Faden verliert. Noch weiter zurück ging die Zeitreise auf die vorangegangene Spielreihe, die sich speziell auf die Plantagen-



schokoladensorten bezog: So wurden die Reisen des Alexander von Humboldt durch Ekuador süß dokumentiert oder Piraten entdeckten das braune Gold der Karibikinsel Tobago. Das vermeintliche Edelmetall findet sich am Ende der Show in einer Schatztruhe, die – wie könnte es anders sein – bis zum Rand gefüllt ist mit der Rausch Plantagenschokolade Tobago.

Hochprozentiger *Genuss*

Die Vox Bar im Grand Hyatt Berlin am Potsdamer Platz ist bekannt für ihre große Auswahl bekannter und weniger bekannter Whiskeys. In Kooperation mit der Schokoladenmanufaktur Atelier Cacao Berlin kann der Gast die edlen, hochprozentigen Tropfen mit ebenso edlen, hochprozentigen Schokoladen degustieren.

Die Edelschokolade mit einem Kakaoanteil von mindestens 70 Prozent entlockt dem Whiskey verborgene Aromen, die selbst Kenner überraschen. „Das ist ein spannendes Geschmackserlebnis“, unterstreicht Mirko May, Chef-Bartender in der Vox Bar. Der Highland Park 25 enthält zum Beispiel von Natur aus Süße. Denn der Single Malt Whiskey lagerte immerhin ein Vierteljahrhundert in Sherryfässern. Die torfrauchige Spezialität spielt besonders mit

reiner, dunkler Schokolade ihre Stärken aus. Ebenso eignet sich der Speyside Whiskey Aberlour mit einem Alkoholanteil von 60 Prozent oder der im Eichenfass gereifte Bourbon Kentucky Straight zum Genuss mit Schokolade.

Neben der Edelbittervariante werden zur Verkostung die Sorten Nibs und Cashew – allesamt 70 Prozent Kakaoanteil – eingesetzt. Letztere Schokolade eignet sich zum Genuss mit Lowland Whiskeys, die traditionell etwas weicher im Geschmack sind als die Nachbarn aus den rauen schottischen Highlands. Tipp von Mirko May: „Das beste Ergebnis erzielt man, wenn man zunächst den Whiskey und wenige Sekunden später ein Stück Schokolade im Mund zergehen lässt.“ Die Zutaten für die handgefertigte Schokolade vom Atelier Cacao entstammen ausschließlich aus ökologischem Anbau. Verkostungen für Gruppen lassen sich individuell in der Vox Bar des Grand Hyatt Berlin buchen. (vox.berlin@hyatt.com)

PRALINENKURS IM ATELIER CACAO

Auch im Atelier in der Berliner Linienstraße finden sich unterschiedliche Möglichkeiten fürs Rahmenprogramm: beispielsweise eine Führung inklusive Verkostung, die einen Einblick in die Arbeit der Manufaktur und in die Welt der Schokolade bietet. Oder der Tafelkurs, bei dem die Schokolade selbst gegessen, dekoriert und beschriftet wird. In der kleinen Schokostunde steht zusätzlich noch die Fertigung von Marzipanpralinen auf dem Programm. Im großen Pralinenkurs stellen die Teilnehmer drei verschiedene Pralinenarten her. (www.atelier-cacao.de)



Mirko May zerkleinert Schokolade. Foto: B. Brügger

■ Inspirierende Location für Events



Das Hotel liegt nur wenige Gehminuten von der Stuttgarter Innenstadt entfernt. Quelle Fotos: ARCOTEL Hotels

Durch seine Mischung aus österreichischem Charme, der denkmalgeschützten Architektur mit modernen Elementen und der vielseitigen Gastronomie gehört das Viersterne-Superior-Hotel ARCOTEL Camino definitiv zu den interessantesten Hotelprojekten der letzten Jahre im Herzen Stuttgarts. Ob im Restaurant WEISSENHOF (www.restaurantweissenhof.de) für bis zu 100 Personen oder im Bankett-Bereich für bis zu 220 Personen, das Haus bietet für jeden Anlass die entsprechenden Räumlichkeiten. Alle 168 Zimmer und Suiten verfügen über Klima-

anlage, Minibar, Safe in Notebook-Größe, Flatscreen-TV, DVD/CD-Player und Internetzugang. Tipp: Die stylische Bar Scalla (www.barscala-stuttgart.de) ist der Mittelpunkt des Hauses – hier trifft man sich zum Business-Lunch, einer Kaffeepause oder zum After-Work-Cocktail am Abend.

Insbesondere bei kleineren Workshops oder Meetings bietet das neue Konzept von ARCOTEL Hotels „SUITE TO MEET @ ARCOTEL Hotels“ (www.arcotelhotels.com/de/business/business_suiten) einen passenden Rahmen. Buchbar sind die beiden Business-Suiten des Hauses per E-Mail unter Angabe des Wunschhotels (bankett@arcotelhotels.com). Die mit moderner Technik ausgestatteten Business-Suiten und Apartments kombinieren einen komfortablen Schlafraum mit einem separaten Konferenzraum. Neben einem Schreibtisch befinden sich in den Suiten eine separate Sitzmöglichkeit, eine Minibar und auch teilweise eine Miniküche sowie eine Gästetoilette. Ein besonderes Highlight ist das haus-

eigene Videokonferenzsystem, welches jederzeit auf Anfrage und nach Verfügbarkeit zusätzlich gebucht werden kann (Sony-Videokonferenzsystem & mobiler Großbild-Flatscreen-Plasma-TV mit 50 Zoll).

Stuttgart 21 war Namensgeber

Für alle, die einmal abseits der üblichen Norm übernachten wollen, ist ein Themenzimmer eine Empfehlung wert. Das Projekt „Stuttgart 21“ ist Namensgeber: Wenn Sie schon immer wissen wollten, wie ein solch großes Projekt gebaut wird und bei der Entstehung „live“ dabei sein wollen, dann ist das „Schaustellen Zimmer“ die erste Wahl. Acht Fenster ermöglichen eine direkte Aussicht auf das Geschehen. Detaillierte Ein- und Ansichten liefert ein Blick durch das

Profi-Fernrohr sowie zahlreiche Infomaterialien.

Bon Camino heißt es, wenn der Gast das „Camino Zimmer“ betritt. Das Zimmer erzählt von einer Pilgerreise und liefert interessante Informationen zu den Jakobswegen, die alle in Santiago de Compostela im Nordwesten Spaniens enden.

Das „Weissenhof-Zimmer“ spiegelt den Geist der Weissenhofsiedlung in Stuttgart wider. Sie ist ein bedeutendes Zeugnis des Neuen Bauens des Architekten Mies van der Rohe. Das damalige Motto „Wohnen für den modernen Großstadtmenschen“ wird durch Originalmöbel wie zum Beispiel den „Sessel LC2“ von Le Corbusier oder den „Sessel Wassily“ von Marcel Breuer sowie Farbtöne aus dieser Zeit umgesetzt.

DATEN & FAKTEN

Die ARCOTEL Unternehmensgruppe ist eines der größten privaten österreichischen Unternehmen im Tourismusbereich. Gegründet 1989, umfasst die Gruppe derzeit zehn Viersterne- bzw. Viersterne-Superior-Hotels mit insgesamt 1778 Zimmern in Österreich, Deutschland und Kroatien – und das an den Standorten Berlin, Hamburg, Klagenfurt, Linz, Stuttgart, Wien und Zagreb. Aktuell beschäftigt ARCOTEL Hotels 812 Mitarbeiter. 2012 wurde das neueste ARCOTEL Onyx Hamburg eröffnet. www.arcotelhotels.com



Exklusives Speisen garantiert



THE TROUBLES I'VE SEEN

von ANNA-LENA GRAS

NORDIRLAND hat in seiner Geschichte einiges erlebt. Nicht zuletzt die Kämpfe zwischen Katholiken und Protestanten – Schlagworte wie „Bloody Sunday“ und „IRA“ sind den meisten auch außerhalb Nordirlands ein Begriff. Gott sei Dank gehören diese Zeiten aber mittlerweile der Vergangenheit an, spätestens seit dem Belfast „Good Friday“ Agreement von 1998. In 2012 reichte selbst Queen Elisabeth II. dem früheren IRA-Kommandeur Martin McGuinness die Hand. Kurz gesagt: In Nordirland ist Frieden eingeleitet. Aber nicht nur aufgrund seiner interessanten und bewegten Geschichte sollte man einen genaueren Blick auf das kleine Land werfen. Denn neben seinen typischen grünen Wiesen und tiefblauen Seen hat Nordirland – und insbesondere die Grafschaft Fermanagh – einiges zu bieten: Hervorragende Tagungsmöglichkeiten in zahlreichen Schlössern und Hotels, verschiedenste Alternativen zur Gestaltung interessanter Rahmenprogramme und nicht zuletzt die Vorzüge der irischen Küche – und ja, sie ist wirklich hervorragend – sind nur einige der Gründe dafür, warum sich Veranstaltungsplaner die nächsten Seiten unbedingt genauer anschauen sollten.



Quelle Fotos: Lough Erne Resort
(Abb. li.o., li. M., li.u.),
restl. Fotos: Anna-Lena Gras

Hoher Besuch in Nordirland

In Enniskillen, (Bi.o.li.) dem Verwaltungssitz des County Fermanagh, trafen sich im Juni dieses Jahres die führenden acht Politiker der größten Industrienationen der Welt zum G8-Gipfel. Einen passenderen Ort hätte man wohl auch kaum wählen können. Denn einerseits kam hier, historisch betrachtet, der Wendepunkt im Nordirland-Konflikt zustande und andererseits macht es die Abgeschlossenheit der Stadt mit gerade einmal 13.500 Einwohnern den Sicherheitskräften wesentlich leichter, die Situation zu überwachen. Aber wie kann eine doch recht kleine Stadt den G8-Gipfel beherbergen? Perfekte Möglichkeiten bietet das einzige Fünfsterne-Resort Nordirlands, das Lough Resort. Direkt am Ufer des Lough Erne gelegen, bildet es mit 120 exklusiven Zimmern und Suiten den passenden Rahmen.

Für geschäftliche Angelegenheiten wartet in einem Nebengebäude ein eigenes Konferenzcenter. Hier können Konferenzen und Anlässe bis zu 400 Personen realisiert werden. Im Falle der „Ross Suite“ ist sogar der Außenbereich ganz individuell nutzbar. Der Blick auf den vor der Tür gelegenen See ist natürlich selbstverständlich. Aber auch für kleinere Anlässe und Meetings finden sich verschiedene Räumlichkeiten im Konferenzcenter. Vom Boardroom bis hin zum Ballsaal ist hier nichts unmöglich. Neben den hervorragenden Tagungsmöglichkeiten darf natürlich auch der Rahmenprogramm-Aspekt nicht vernachlässigt werden. Insbesondere für Golfer findet sich hier eine interessante Variante. Der hauseige-

ne 18-Loch-Golfplatz startet quasi direkt vor der Terrassentür und wurde von niemand Geringerem als Nick Faldo, einem der besten europäischen Golfer aller Zeiten, designt. Nebenbei bemerkt handelt es sich hier um einen Links-Kurs. Sollte das Wetter in Nordirland mal nicht unbedingt zum Golfen einladen, verfügt das Loch Erne Resort auch noch über einen Spa-Bereich. Im Thai-Spa werden verschiedene Massagetechniken und Kosmetikbehandlungen angeboten, die sich in Anlehnung an den Namen an der asiatischen Kultur orientieren. Ein charmanter Weg, das Resort zu erreichen, findet sich übrigens von Enniskillen aus. Durch die Nähe zum Wasser kann man von dort aus per Boot anreisen. Verschiedene Anbieter schippern Gruppen durch das Seegebiet.

www.loughernereresort.com

One of Northern Ireland's hidden gems ...

Schrieb einmal ein Redakteur der „Irish Times“ über Belle Isle Castle (Bi.o.Mi.). Und treffender hätte man es nicht beschreiben können. Das im 17. Jahrhundert erbaute Schloss befindet sich ein wenig versteckt auf einer Insel im Lough Erne und gehört zum Örtchen Lisbellaw, etwa 8 km östlich von Enniskillen entfernt. Durch die Insel-lage lässt sich das Schloss nur über die Belle Isle Bridge oder per Boot erreichen. So einzigartig die Location, so individuell auch die neun Zimmer. Jedes einzelne folgt einem eigenen Konzept. So gibt es zum Beispiel das „Indian“, „Russian“ oder „Ivy“. Das Interieur bezieht sich dann selbstverständlich auch auf die Zimmernamen.



Außerhalb des geschäftlichen Rahmens bietet Colebrooke eine breite Palette an Möglichkeiten: vom Fischen über Jagen – das allerdings nur, wenn die Gruppen bereits Jagderfahrung haben – oder Golfen auf einem der vier in der Nähe liegenden Golfplätze. Es geht aber natürlich auch individueller. Kleine „Olympiaden“ mit verschiedenen Disziplinen werden gerne von Lord Brookeborough persönlich, seines Zeichens übrigens aktives Mitglied des House of Lords, organisiert. Entspannter geht es im Spa-Bereich zu, der sich ebenfalls auf dem Gelände von Colebrooke befindet. Von Massagen über Kosmetikbehandlungen, Sauna und Whirlpool wird hier alles für das persönliche Wohlbefinden getan.

www.colebrooke.info

Für Gruppen bis zu 16 Personen bietet das Schloss hervorragende Bedingungen für kleine und intime Veranstaltungen vom Meeting bis zum Incentive-Trip. Aber nicht nur im Schloss selbst lässt es sich hervorragend wohnen. Gleich nebenan sowie an der Belle Isle Bridge sind im Laufe der Jahre Self-Catering Cottages entstanden, die sich insbesondere für den Incentive-Charakter eignen.

Ein besonderer Tipp für Gruppen ist die neben dem Schloss gelegene Irish Cookery

School. Hier kann man mit Chefkoch Joe Kelly die irische Küche kennen lernen und mit dem Vorurteil aufräumen, dass die „Insulaner“ eigentlich keine gute Küche kennen.

Herrschaftlich tagen!

Natürlich gibt es in Nordirland mehr als nur ein Schloss, das sich für Tagungen, Meetings und Konferenzen eignet. Eine weitere Adresse, die man auf der Liste haben sollte, ist Colebrooke Estate im beschaulichen Brookeborough (Bi. o. re.). Hier leben Lord und Lady Brookeborough. Und glücklicherweise wollen sie ihr „kleines“ Anwesen nicht nur für sich alleine. In völliger Abgeschlossenheit vom hektischen Alltag liegt das Brookeborough Estate in einem etwa 400 Hektar großen und vor allem privaten Park.

Den Charme der vergangenen Tage hat sich das Anwesen bis heute erhalten. Lediglich neuzzeitliche Annehmlichkeiten wie Elektrizität und fließendes Wasser erinnern daran, dass man sich doch noch im 21. Jahrhundert befindet. Ebenfalls im Hier und Jetzt angekommen ist die sogenannte Business Conference Suite, die sich als vollausgestatteter Konferenzraum präsentiert. 70 Personen können bei Theaterbestuhlung in dem Raum untergebracht werden. Normal sind hier aber eher Gruppen bis zu 24 Teilnehmern, da man diese Größe auch in den eigenen Zimmern unterbringen kann.



Wissenswertes

■ **Anreise:** Vom „Kontinent“ lässt sich Nordirland am einfachsten mit dem Flugzeug erreichen. Allerdings gibt es keine Direktflüge nach Belfast. Daher muss der Weg über Dublin genommen werden. Vom Flughafen aus gibt es regelmäßige Bus-Shuttles, die zwischen Dublin und Belfast hin- und herfahren. Aber auch in die anderen Regionen Nordirlands wie Enniskillen gibt es Busverbindungen. Die Fahrt nach Enniskillen dauert etwa zwei Stunden. Besonderes Highlight: Die meisten Busse verfügen über kostenfreies WLAN! Also einfach den Busfahrer nach dem Zugangscode fragen.

■ **Währung:** Durch die Zugehörigkeit zum Vereinigten Königreich gilt in Nordirland das britische Pfund (GBP) als Zahlungsmittel.

■ **Zeit:** Auch hier passt sich Nordirland an England an. Das heißt, es gilt die Greenwich Mean Time.

Das Regensburger Modell: ■ Mehr Nachhaltigkeit im Tagungsbereich

„Als UNESCO-Welterbe leben wir von und mit unserer langjährigen Geschichte und Tradition. Gerade darum sind wir uns der Verantwortung für zukünftige Generationen bewusst. Wir freuen uns, gemeinsam mit unseren Kunden einen wertvollen Beitrag für die Umwelt leisten und als Vorbild für andere Destinationen und Welterbestätten agieren zu können.“ (Sabine Thiele, Geschäftsführerin der Regensburg Tourismus GmbH)

Quelle Foto: Regensburg Tourismus

Die UNESCO-Welterbestadt Regensburg blickt auf eine lange Tagungstradition zurück. So feiert die Stadt in diesem Jahr das 350. Jubiläum der endgültigen Festlegung als Standort des bis in das Jahr 1803 „Immerwährenden Reichstags“, wodurch Regensburg zum ständigen Sitz von etwa 70 Gesandtschaften ausländischer Staaten wurde. Die Regensburg Tourismus GmbH (RTG) greift dies in ihrem Motto „tradition goes future“ auf und richtet ihren Blick auf die Zukunft – so veranstaltete die RTG gemeinsam mit den Greenguides von my-green-meeting.de im Frühjahr 2013 einen mehrtägigen Workshop unter dem Titel „Green Future“. Thematisch ging es vor allem darum, wie der ständig steigenden Nachfrage nach umweltgerechten Veranstaltungen begegnet werden kann. Im Laufe des Workshops entstand ein praktikables Konzept, welches auch als Anregung für andere Städte dienen könnte. Zu Beginn wurde die Erarbeitung von Kriterien, in deren Mittelpunkt immer das UNESCO-Welterbe als solches steht, zur

Beurteilung von Nachhaltigkeit beschlossen. Dazu wurde eine Ist-Analyse der zahlreichen Partner (Hotels, der Cateringunternehmen und Mobilitätsdienstleister) vorgenommen. Mit Hilfe einer Befragung gelangen die Einstufung der einzelnen Partner sowie eine generelle Systematisierung. Darüber hinaus wurden auch zwölf historische Säle in insgesamt fünf denkmalgeschützten Bauwerken der Stadt besichtigt. Dabei wurde offensichtlich, dass die historische Substanz zwar niemals „grün“ werden, aber vor dem Hintergrund des richtigen Schutzes nachhaltig genutzt werden kann. Da eine vollständige CO₂-Ermittlung für diese Gebäude nicht realisierbar ist, wurde eine freiwillige Kompensation vorgeschlagen. Den ermittelten Durchschnittswert von einem Euro pro Veranstaltungsteilnehmer trägt der Veranstalter. Die Summe soll dann ab 2014 einmal jährlich von der RTG im Rahmen einer PR-Aktion in ein ausgewähltes soziales Regensburger Projekt investiert werden.



Der erarbeitete Zeitplan sieht demnach vor, dass noch in diesem Jahr der erste Nachhaltigkeitsbericht vorgelegt werden soll und ab 2014 die Integration sozialer Projekte folgt. Hinzu kommt die Einführung eines Punktesystems und in Teilbereichen die Ermittlung eines CO₂-Fußabdrucks, welche die Realisierung energieeffizienter und klimafreundlicher Events erheblich erleichtert. Mithilfe der vorgenommenen Analysen stehen schon jetzt umfassende Informationen zur Durchführung von umweltgerechten Veranstaltungen in der Stadt bereit. Darüber hinaus bietet die RTG eine Einführung und Sensibilisierung in das komplexe Thema der Nachhaltigkeit und führt auf Wunsch auch eine komplexe Nachhaltigkeitsberatung durch. Die acht flexibel einsetzbaren Bausteine dieses Regensburger Modells weisen den Weg in eine nachhaltige Zukunft. (nl)

Die erarbeiteten Kriterien der Regensburger Tourismus GmbH umfassen acht Bausteine, welche auch einzeln anwendbar sind:

UNESCO-Welterbe

Das Motto „tradition goes future“ soll als ganzheitliches Konzept Anwendung finden und umfasst die Sensibilisierung für Traditionen und vor allem den Schutz des UNESCO-Welterbes. Der Denkmalschutz soll lebendig gewahrt und modern umgesetzt werden.

Rahmenprogramm

In enger Zusammenarbeit mit den regionalen Partnern vermittelt die RTG auf Wunsch ein umfassendes Rahmenprogramm. Besonders das Erleben von Geschichte und Traditionen vor dem Hintergrund des UNESCO-Welterbes wird dabei im Fokus stehen.

Hotels

Die RTG bietet neben der Tagungszimmervermittlung und Kontingentsverwaltung auch umfangreiche Informationen zum nachhaltigen Engagement der jeweiligen Partnerhotels.

Locations

In Bezug auf die eigenen, denkmalgeschützten und kernsanierten Locations der RTG soll eine geschichtliche Einordnung stattfinden, um die Wertigkeit und Langlebigkeit der Objekte zu betonen.

In den zu 70 Prozent barrierefreien Räumlichkeiten wird zudem mit innovativer Technik gearbeitet. Auch zu den Partner-Locations und deren Nachhaltigkeit liegen umfangreiche Informationen vor.

Veranstaltungsmanagement

Als wesentlicher Aspekt hinsichtlich der Werte und des alltäglichen Arbeitens ist die Nachhaltigkeit bei der RTG fest verankert. Durch die freiwillige Selbstverpflichtung „fairpflichtet“ zur Nachhaltigkeit und als zertifizierter Nachhaltigkeitsberater in der Veranstaltungsbranche berät die RTG auf Wunsch in Bezug auf all ihre Partnerunternehmen und Veranstaltungsorte.

Catering

Die Zusammenarbeit mit lokalen Anbietern garantiert eine reichhaltige Palette an frischen Produkten aus regionalem und ökologischem Anbau wie auch an Fairtrade-Produkten.

Mobilität

Das ganzheitliche Mobilitätskonzept der RTG umfasst unter anderem die Nutzbarkeit des Veranstaltungstickets der Deutschen Bahn für alle Veranstaltungen innerhalb Regensburgs, die Vermittlung von Flughafentransfers und Transfers vor Ort oder das Kongressticket des ÖPNV.

Soziales

Da CO₂-Messungen in den historischen Räumlichkeiten der Stadt nicht möglich sind bzw. der Energieverbrauch pro Veranstaltung nicht ermittelt werden kann, wurde das sogenannte Regensburger Kompensationsmodell entwickelt. Jeder Veranstalter kann freiwillig einen Euro pro Veranstaltungsteilnehmer an ein ausgewähltes soziales Projekt in Regensburg spenden.

www.regensburg.de

■ VOK DAMS unterstützt Auftaktveranstaltung der ADAC Sicherheitswesten-Aktion



Die IAA in Frankfurt war nicht nur Bühne für die emotionalen Auftritte der Automobilindustrie, sondern auch für die am meisten gefährdeten Verkehrsteilnehmer – die Grundschüler. Bereits zum vierten Mal sorgen die Partner der Aktion Sicherheitswesten – die ADAC-Stiftung „Gelber Engel“, die Deutsche Post, die Hilfsorganisation „Ein Herz für Kinder“ und der Verband der Automobilindustrie (VDA) – dafür, dass an bundesweit 16.700 Grundschulen insgesamt 770.000 Sicherheitswesten kostenlos an Schulanfänger verteilt werden. Seit Beginn der Aktion im Jahr 2010 wurden bereits mehr als drei Millionen leuchtend gelbe Westen an ABC-Schützen ausgegeben.

Der Startschuss der diesjährigen Aktion erfolgte auf der IAA in Frankfurt. 100 Frankfurter Grundschüler ließen die Bühne des Congress Centers beben. Gemeinsam mit dem Kinderliedermacher Reinhard Horn stellten sie den Westensong „Weste an, Kapuze auf“ vor. Vor ihrem begeisternden Auftritt marschierten die Grundschüler in Begleitung ihrer Lehrer aus unterschiedlichen Schulen Frankfurts zum Konferenzzentrum der IAA. Um einen reibungslosen Ablauf dieser Startaktion sicherzustellen, beauftragte der ADAC das Frankfurter Büro der Agentur für Events und Live-Marketing VOK DAMS.

www.vokdams.de

Die Schüler freuen sich über die gelungene Aktion. Bild: Michael Pasternack

■ Mindset Media GmbH erhält mit Dinner in the Sky den Location Award 2013

Die junge Event Agentur holt in der Rubrik mobile Locations & temporäre Bauten den ersten Platz in diesem Jahr nach Köln. Die innovative Location ‚Dinner in the Sky‘ überzeugte das Publikum und die Jury. Es wird getagt, gegrillt, mit Sterneköchen gekocht, gepokert, Produkte werden präsentiert, himmlische Laufstege installiert, geheiratet und vieles mehr. Dank der uneingeschränkten Mobilität kann die Ausrichtung an fast jedem Ort erfolgen.

Das Team der Mindset Media GmbH realisiert die Ideen zu allen Zeiten – nachts unter dem Sternenhimmel, tagsüber bei Sonnenschein oder beheizt bei 5 Grad zu Weihnachten. Alles ist machbar. Und auch bei leichtem Regen sitzen die Gäste unter einem Dach aus Kunststoff im Trockenen. Die optionalen Zusatzbühnen können für Kamerateams zu Dokumentationszwecken des Events, als Bühne für eine Band oder einen DJ fast grenzenlos eingesetzt werden. Der speziell nach deutschen TÜV-Richtlinien konstruierte und geprüfte Tisch wird bei jeder Veranstaltung durch ein professionelles Team von Eventmanagern und Technikern vor Ort betreut. Mittlerweile gibt es das Angebot über Lizenzpartner in 43 Ländern. Vom



Ein luftiges Dinner vor der Frankfurter Skyline. Quelle Foto: Mindset Media GmbH

„Forbes Magazin“ wurde es zu den zehn außergewöhnlichsten Restaurants der Welt gewählt. Von Pro7 sogar zweimal zum spektakulärsten Event und Dinner-Erlebnis. „Der erste Preis beim Location Award 2013 in der Kategorie mobile Lo-

cations – temporäre Bauten komplettiert die Wertschätzung in Deutschland“, ist Geschäftsführer Rafael Moreno überzeugt.

www.mindsetmedia.de

Jugendstil meets Oldtimer:

Perfekte Fahrzeugpräsentation im Dolce Bad Nauheim



Ford Modell T: Quelle Foto: Dolce Hotels

Auf Hochglanz polierte Traumwagen in ansprechendem Ambiente – das ist im Dolce Bad Nauheim gleich in mehreren Locations möglich. „Let’s launch together“ – unter diesem Motto stellt Dolce Hotels and Resorts der Automobil-Industrie die Möglichkeiten zu Marktauftritten, Präsentationsveranstaltungen und Schulungen in den europäischen Destinationen vor.

Eine erstklassige Infrastruktur in der Wetterau, kurze Wege zum internationalen Flughafen Frankfurt/Main und 2.750 Quadratmeter Veranstaltungsfläche: Das Dolce Bad Nauheim ist prädestiniert für Automobil-Präsentationen – ganz egal, ob sie über zwei oder vier Räder verfügen oder ob es sich gar um Spezialfahrzeuge wie Landmaschinen, Kräne oder Bagger handelt. Zahlreiche ebenerdige, befahrbare Tagungsräume stehen im VierSterne-Plus-Hotel zur Verfügung, um Marken und Produkte der Branche ins rechte Licht zu rücken. Der direkte Zugang über Rampen erleichtert die Anlieferung. Im Außenbereich sorgen der hoteleigene Parkplatz mit Amphitheater-Charakter, der Platanenhof und die dreistufigen Terrassen für eine entsprechende Plattform. Auf dem Outdoor-Gelände finden auch sehr große Fahrzeuge Platz. Juwel des Hauses ist ein 100 Jahre

altes Jugendstil-Theater mit 730 Plätzen. Die Bühne ist für Motorräder und Kleinwagen bis zu fünf Tonnen ebenfalls befahrbar. Zahlreiche Unternehmen aus der Automobil-Industrie haben bereits auf dem Anwesen des Tagungshotels ihre neusten Modelle in Szene gesetzt: 2005 stellte Suzuki hier seinen rund 400 deutschen Vertragshändlern den neuen Swift vor. Es folgten 2009 der Kia Picanto und 2010 der Renault Mégane. In 2012 hieß es dann: Bühne frei für die Erfolgstypen der zehn führenden Motorrad-Hersteller Deutschlands. Ein Hauch britischer Eleganz verströmte im Sommer 2011 das Jahrestreffen der Jaguar Association Germany e. V. (JAG). Auch der Veranstalter Oldtimer Touristik schätzt das exklusive Jugendstil-Ambiente für die Reihe „Lebendige Automobilgeschichte“. Die Ausstellung ist 2014 bereits zum dritten Mal von April bis Oktober an jedem ersten Sonntag im Monat auf den Kurhaus-Terrassen des Dolce zu Gast.

www.dolcebadnauheim.com

Anzeige

prolight+sound

12. – 15. 3. 2014
Energy for emotions

Größter internationaler **Branchentreffpunkt** für

- **Veranstaltungstechnik**
- **Systemintegration und AV-Medientechnik**
- **Theatertechnik**
- **Produktion und Broadcast**

Weitere Infos unter:
www.prolight-sound.com

 messe frankfurt

■ Tagen mit Wohlfühlgarantie



Anhalten, abbremsen, innehalten. Das alles bietet die neue Wellness- und SPA-Oase im exklusiven Kasseler Schlosshotel Bad Wilhelmshöhe Conference & SPA. Die Saunalandschaft, das Rasul, der Hamam, der Indoorpool sowie der Na-

turschwimmteich bieten eine perfekte Auszeit nach einer Tagung oder einem Seminar. Besonders gut abschalten kann man in der Panoramasauna – mit einer atemberaubenden Aussicht über Kassels Skyline. Falls einmal das Wetter für

Frischlufffanatiker nicht passen sollte, kann man auf den hauseigenen Fitnessbereich mit moderner Ausstattung ausweichen. Ein ganz besonderes Highlight ist der Private SPA. Hier können sich 2–4 Personen auf einen edlen Whirlpool, eine finnische Privatsauna, zwei Massageliegen, eine Wellnessdusche und ein riesiges Day Bed freuen. Die einmalige Lage des Hotels inmitten Europas größtem und schönstem Bergpark, im Juni dieses Jahres verdienstermaßen zum UNESCO-Weltkulturerbe geadelt, schafft gute Voraussetzungen für erfolgreiche Veranstaltungen. (tj)

www.schlosshotel-kassel.de

Indoorpool des Schlosshotel Bad Wilhelmshöhe (li.), Panoramasauna mit Blick über Kassel (u.)

Quelle Fotos: Schlosshotel Bad Wilhelmshöhe Conference & SPA



■ Die Sieger stehen fest: „Besondere Tagungs- und Eventlocations“ 2013

Bereits zum dritten Mal sind die „Top-Tagungs- und -Eventlocations Deutschlands“ ausgezeichnet worden. Am 15. September wurden im Rahmen einer Festveranstaltung im Ballhaus im Bergpark Wilhelmshöhe (Kassel) die Preisträger von Thomas Kühn, seit 2002 Herausgeber des jährlich erscheinenden Buches *Besondere Tagungs- und Eventlocations in Deutschland*, geehrt.

Die Auszeichnungen wurden in zwei Kategorien vergeben: In der *Kategorie Eventlocations* nahm Martin Mahlstedt die Ehrung für das *Klimahaus® Bremerhaven 8° Ost* entgegen. Die Wissens- und

Erlebniswelt bietet auf 11.500 m² unzählige Attraktionen, die auch in Veranstaltungskonzeptionen eingebunden werden können, beispielsweise die Szenerie der Schweizer Alpen oder die der Blauen Lagune. Auf den Plätzen zwei und drei folgen das *Kultur-Kongress-Zentrum Stadthalle Mülheim* sowie das *Schmiede-Atelier Zimmermann* in Pliezhausen bei Reutlingen. Einen beeindruckenden fünften Platz belegte die Eventlocation *ReLaunch* des Kasseler Schlosshotel Bad Wilhelmshöhe Conference & SPA.

In der *Kategorie Tagungslocations* nahm Lothar Bezold, Inhaber der *Würzburger Steinburg*, die Ehrung entgegen. Der im Jahr 2012

eröffnete Erweiterungsbau der Burg, das „Refugium“ hat Veranstalter von Beginn an begeistert: Architektonisch hochwertig und ästhetisch beeindruckend können Veranstaltungen mit bis zu 150 Teilnehmern auf der Steinburg durchgeführt werden. Platz 2 belegte der *Center Parc Bispinger Heide*, gefolgt vom *Kongress Palais Kassel*.

Der Wettbewerb *Besondere Tagungs- und Eventlocations* begleitet das gleichnamige Handbuch, dessen aktuelle Ausgabe jeweils im Herbst erscheint.

www.toptagungslocations.de

■ Neue Technik bringt neue Kunden

Nach der aufwändigen Installation einer neuen IT-Infrastruktur im vergangenen Jahr etabliert sich das Kongress Palais Kassel als leistungsfähiger Partner für IT-fokussierte Veranstaltungen. Den Anfang machte im März der 6. plenty-markets Online-Händler-Kongress, zum dem über 800 Fachbesucher aus dem gesamten Bundesgebiet ins Kongress Palais kamen. Sie informierten sich über 35 Vorträge und Workshops sowie auf der angeschlossenen Messe mit mehr als 50 Ausstellern über die verschiedenen Facetten des Online-Handels. Neben einer strukturierten Netzwerkverkabelung in allen Veranstaltungs- und Ausstellungsbereichen wurde unter anderem auch ein leistungsfähiges W-LAN-System installiert, das den Betrieb mehrerer W-LAN-Netze zeitgleich mit hohen Übertragungsraten gestattet. Im Hintergrund kommen professionelle Netzwerk-



Oliver Höppner, Bereichsleiter Kongress Palais bei Kassel Marketing, Angelika Hüppe, Geschäftsführerin Kassel Marketing GmbH, Bernd Stopper, Microsoft Channel Chef Deutschland.
Quelle Fotos: Kongress Palais Kassel



... und eines der Steuerpulte für die Veranstaltungstechnik

komponenten von Cisco zum Einsatz, die sich bei Bedarf problemlos erweitern lassen. Auch in Sachen mobiler Kommunikationslösung ist das Haus Vorreiter: In Zusammenarbeit mit den Kooperationspartnern Ambion und numeo kommen beispielsweise verschiedene Event-Apps für Kongressteilnehmer oder auch Mediencheck-Anwendungen für Referenten immer öfter zum Einsatz.

Ein Grund mehr, weshalb sich Microsoft Deutschland für das Kongress Palais Kassel als Austragungsort für die Deutsche Partnerkonferenz 2013 entschieden hat. Über 1.500 Mitglieder des Microsoft Partner Network nahmen Ende Oktober daran teil. Bei dem Treffen standen die Themen Cloud-Computing, Mobile In-

ternet und Soziale Netzwerke besonders im Fokus. Christian Illek, der Vorsitzende der Geschäftsführung von Microsoft Deutschland fordert, mehr Bewusstsein für Sicherheit beim Benutzer zu schaffen. Es gebe genügend Möglichkeiten, um E-Mails vertraulich zu verschlüsseln, nur nutze sie fast niemand.

Auch die Veranstalter des 13. itSMF-Jahreskongresses 2013 haben sich wieder-

holt für das Kongress Palais Kassel als Veranstaltungsort entschieden. Das 1991 in England gegründete Information Technology Service Management Forum (itSMF) ist die weltweit einzige unabhängige Organisation für IT Service Management und bietet eine international anerkannte Plattform zum Wissens- und Erfahrungsaustausch.

www.kongress-palais.de

■ Netzwerken für die Tagungsdestination Kassel

Am 11. Oktober fand in der Kasseler Tourist Information ein Treffen des Kassel Convention Network statt. In diesem branchenübergreifenden Netzwerk haben sich Hotels, Tagungsspezialisten, die Messe Kassel und Eventorganisatoren aus der Region zusammengeschlossen – mit dem Ziel, Kassel als Tourismus-, Kongress- und Messestandort gemeinsam erfolgreich zu vermarkten.

„Neben der Teilnahme an wichtigen Branchentreffen wie der IMEX in Frankfurt wollen wir hierfür unsere Marketing-

maßnahmen noch einmal deutlich ausbauen“, so Angelika Hüppe, Geschäftsführerin Kassel Marketing GmbH. Die neue Werbebroschüre „KASSELblick“ soll Kongress- und Tagungsteilnehmern Tipps rund um ihren Aufenthalt bieten. Auch eine neue Website zum Thema „Green Meetings“ ist in Arbeit und soll die Destination als nachhaltigen Messe- und Tagungsstandort positionieren.

www.kassel-marketing.de/de/kongresse-und-tagungen/kassel-convention-network

■ Es gibt wieder viel zu entdecken!

Nach einer äußerst erfolgreichen Sommersaison mit über 4 Millionen Besuchern geht der Europa-Park nun in die Wintersaison. Nach der Erweiterung von Grimms Märchenwald im Sommer gibt es auch für das Winterhalbjahr eine Neuerung aus dem Hause Mack.



Das Salon-Karussell im Confertainment-Center. Quelle Bilder: Europa-Park

Zum 50. Jubiläum des ersten Beatles-Albums „Please Please Me“ wird die Mercedes-Benz-Halle zur Beatles-Ausstellung umgewandelt. Bernhard Paul, Direktor des Circus Roncalli, zeichnet für die sehr persönliche Ausstellung verantwortlich. Aus seiner eigenen Sammlung, die seit vielen Jahren stetig wächst, hat Paul diese Ausstellung zusammengestellt. Sie umfasst unter anderem Original-Beatles-Kostüme, detailgetreue Gitarrenproduktionen, Fotoschautafeln, eine Beatles Lounge, ein Quiz und jede Menge originale Beatles-Musik.

„Die Beatles faszinieren mich seit meiner Jugend“, sagt Bernhard Paul, der selbst auch Schlagzeug spielt, natürlich jeden Beatles Song kennt und schon seit langem emsig sammelt, was er an seltenen Stücken oder typischen Accessoires aus den „Swinging Sixties“ finden kann. Ganz egal, ob es sich um eine Locke von John Lennon oder gar dessen Milchzahn, einen originalen Schulungsfilm der Hamburger Polizei zum Thema „Beatlemania“ oder flotte Klamotten im Stil von Sergeant Peppers handelt. Normalerweise stehen diese „kleinen“ Schätze im Roncalli-Quartier in Köln, doch Paul hat einen erlebnisreichen Parcours zusammengestellt, der nun im Europa-Park einen Stopp einlegt. Wer jetzt an eine klassische Ausstellung denkt, liegt dennoch falsch. Viele interaktive Elemente werden in der Mercedes-Benz-Halle zu finden sein. Ob ein 3-D-Foto vor dem Cover von „Abbey Road“ oder im Blumenbeet von „Sgt. Peppers“. Die Hauptrolle spielt aber eindeutig die Musik: Hörwände mit speziell kreierten Apps laden zum Recherchieren und Hören aller Alben ein. Ein kleines Highlight ist sicherlich auch das eigens gedrehte Musikvideo, in dem gezeigt wird, welche Gitarrenparts wie gespielt werden.

Confertainment ganz klassisch!

Das Confertainment-Center im Europa-Park ist bekannt für professionelle Veranstaltungsmöglichkeiten. Doch manchmal möchte man eben etwas ganz Besonderes. Neben den neuen Konferenzräumen im Circus-Stil im Eingangsbereich



Neu ab 2014: Arthur und die Minimoys

und den klassischen Veranstaltungsräumen hat das Conferntainment-Center nun ein neues Highlight. Im Jahr 1909 wurde das „Eden Palladium“ erstmals in Betrieb genommen. Doch wie viele andere Dinge entsprach das Salon-Karussell irgendwann nicht mehr den Standards und geriet in Vergessenheit. Doch dann entdeckte die Familie Mack das kleine Juwel vor einigen Jahren und ließ es in liebevoller Kleinstarbeit originalgetreu in Frankreich restaurieren und anschließend in den Eingangsbereich des Conferntainment-Centers integrieren. Heute kann das „Eden Palladium“ als eines der letzten vier existierenden Salon-Karussells der Welt für Veranstaltungen wie Empfänge oder den klassischen Auftakt zur Abendveranstaltung genutzt werden.

Arthur und die Minimoys ab Sommer 2014

Die Trilogie von Starregisseur Luc Besson war in den Kinos ein unglaublicher Erfolg. Ab der Sommersaison 2014 haben Arthur und die Minimoys ein neues Zuhause – und zwar in Rust. Die aufwendigste Indoor-Attraktion in der Geschichte des Europaparks wurde in Zusammenarbeit mit Luc Besson geschaffen und bietet eine völlig andere Welt. Wie Arthur im Film lässt die neue Themenwelt die Besucher glauben, dass man auf die Größe einer Ameise schrumpft und wieder zurück.

Die Weltneuheit von Mack Rides, dem hauseigenen Herstellungsbetrieb, faszi-

niert mit einem einzigartigen Dark Ride und zahlreichen High Tech Spezialeffekten. Ein dynamischer Flug von der Mikrokosmos-Welt in die echte Natur und zurück ermöglicht die Durchquerung der Schlüsselorte der Filme. Am Ende landet man sogar bei Maltazard, dem bösen Räuber des Minimoys-Schatzes.

Aber auch für Kinder wird die Welt der Minimoys ein Highlight beherbergen. Ein zehn Meter hoher Kinder-Free-Fall-Tower in Form eines Klatschmohns, ein Mühl-Mül-Karussell und ein großes Rutschen-Paradies wartet auf die kleinen Besucher in Rust. (ag)

www.europapark.de

DIE HOTELKAPAZITÄTEN DES EUROPA-PARKS

Hotel Santa Isabel

Kategorie: ★★★★★ Superior
Stil: Portugisisches Kloster
Zimmer: 66, davon 8 Themensuiten
Gastronomie: Buffetrestaurant
„Sala Santa Isabel“, „Bierkeller“
Konferenzräume: 2

Hotel Bell Rock

Kategorie: ★★★★★ Superior
Stil: Neuengland im 18. Und 19. Jahrhundert mit maritimem Einfluss
Zimmer: 225, davon 35 Suiten, 29 individuell thematisiert und 6 Suiten im Leuchtturm
Gastronomie: Front-Cooking Buffet-

restaurant „Harborside“, À-la-carte-Restaurant „Captain's Finest“, Fine Dining-Restaurant „Ammolite – The Lighthouse Restaurant“, Bar „Spirit of St. Louis“ mit Außenterasse
Konferenzräume: 2

Hotel Colosseo

Kategorie: ★★★★★ Superior
Stil: Römisch-italienisch
Zimmer: 350, davon 22 Themensuiten und 4 VIP-Suiten im Kolosseumbogen
Gastronomie: Buffetrestaurant „Antica Roma“, 2, À-la-carte-Restaurants „Medici“ und „Cesare“, 2 Bars, Weinkeller „Enoteca si Siena“
Konferenzräume: 3

Hotel Castillo Alcazar

Kategorie: ★★★★★
Stil: Spanische Ritterburg
Zimmer: 120, davon 8 Suiten
Gastronomie: Buffet-Restaurant „Castillo“, Bar „Buena Vista Club“
Konferenzräume: 7

Hotel El Andaluz

Kategorie: ★★★★★
Stil: Spanische Finca
Zimmer: 192, davon 10 Suiten
Gastronomie: À-la-carte-Restaurant „Don Quichotte“, Bar „El Circo“
Konferenzräume: 7

„BarCamps sind ein

Schon zum dritten Mal fand das MICEcamp als Gemeinschaftsveranstaltung von HSMA, MEET BERLIN und Tourismuszukunft statt. Über 50 Teilnehmer folgten am 31. August und 1. September der Einladung ins pentahotel nach Berlin-Köpenick. Das MICEcamp wurde auch im diesem Jahr als BarCamp umgesetzt. Im Zuge dieses offenen Tagungsformats mit offenen Workshops tauschten sich die Führungskräfte der Branche zu Themen wie Compliance oder CSR aus. Dabei ging es durchaus sehr lebhaft zu und es entwickelten sich spannende Diskussionen, die weitergeführt und intensiviert werden. Fortsetzung folgt also: Zum Beispiel auf dem HSMA MICE Day am 25. November 2013 im Kölner Maritim Hotel. Auch hier sind einige BarCamp-Sessions angedacht. Bernhard Brügger sprach mit HSMA-Chef Haakon Herbst über Formate, Inhalte und Zukunft der Branchenveranstaltungen.

Alle Fotos: Bernhard Brügger

C.I.: Herr Herbst, vor mehr als acht Jahren wurde das erste BarCamp im kalifornischen Palo Alto durchgeführt. Wann und wo haben Sie das erste Mal das Format, das im Volksmund auch gern als Unkonferenz bezeichnet wird, für sich entdeckt? Was hat Sie spontan daran begeistert?

H.H.: Vor fünf Jahren konfrontierte mich die damalige Geschäftsführerin der HSMA, Phillipine Racz, mit dem Camp-Gedanken. Ich hielt dies zunächst für eine Schnapsidee und habe das Thema nicht ernst genommen. Um die soeben aus Berlin zu uns gezo-gene junge Frau jedoch nicht vor den Kopf zu stoßen, ließen wir sie gewähren und machen ... das erste Hotelcamp war geboren. Als ich dann –quasi als Zaungast – dieser Unkonferenz beiwohnte, war ich sofort infiziert. Die Dynamik, die Gruppenprozesse, die kontroversen Diskussionen – all das war vom ersten Tag an beispielhaft und begeistert mich bis heute.

C.I.: Inzwischen haben Sie mit Ihren Partnern drei MICEcamp-Veranstaltungen erfolgreich als BarCamp-

Format umgesetzt. Welche positiven Eigenschaften und Ergebnisse konnten Sie ableiten? Warum ist das Format gerade für die MICE-Branche besonders interessant?

H.H.: Die Camps haben unabhängig von ihrer Ausrichtung – wir haben ja inzwischen auch noch fünf Hotelcamps realisiert – eines gemeinsam: Sie sind der größte Think Tank, den man sich vorstellen kann. Geballte Kompetenz trifft an zwei bis drei Tagen massiv aufeinander, hilft Wahrheiten



unverzichtbarer Brain-Pool“

und Erkenntnisse zu verstärken sowie Annahmen ggf. zu widerlegen oder zu bekräftigen. Vor allem aber im MICE-Bereich, in dem ja auch einige „Halbwissende“ unterwegs sind, helfen die Camps in puncto Aufklärung und Transparenz.

C.I.: Welche Themen sind sozusagen die „Dauerbrenner“, die regelmäßig kontroverse Diskussionen auslösen?

H.H.: Permanente Themen sind naturgemäß alle Diskussionen um Prozesse, Fachkräftemangel und die sogenannten jeweiligen „neuen“ Trends. Es gibt jedoch keinen alten Gaul, der immer wieder durchs Dorf geritten wird – da sind die Camp-Teilnehmer dann doch zu nah dran an aktuellen Themen.



C.I.: Einige der Spontanthemen vom MICEcamp stehen nun auch auf der Agenda vom MICE Day am 25. November. Inwieweit hat das MICEcamp hier befruchtend gewirkt?

H.H.: Die Camps sind der „Content-Lieferant“ für die HSMA Days, die nationalen Konferenzen der HSMA, und ein unverzichtbarer Brain Pool. 70 Prozent der Kongressthemen kommen aus den BarCamps. In diesem Jahr sind das neben des Compliance-Schwerpunktes vor allem die Themen Veränderung im MICE Procurement sowie die Themen unserer Workshops, die wir im Übrigen in Form einer BarCamp.Session veranstalten.

C.I.: Ein Teil des Programms vom MICE Day wird also ebenfalls als BarCamp umgesetzt. Welche Zukunftsszenarien sehen Sie für Formate fernab des Mainstreams?

H.H.: Wir realisieren ja bereits seit Jahren immer wieder innovative Formate – seien es die Worldcafés, seien es Vorträge in Form von PechaKucha oder was auch immer: Die HSMA ist und bleibt einer der Innovationsmotoren der Hotellerie. Darauf sind wir sehr stolz. Auch wenn wir andererseits das Problem haben, mit vielen unserer Ideen in dieser Branche „zu früh dran zu sein“.

C.I.: Herr Herbst, wir danken Ihnen für das Gespräch!



C.I.: Was war für Sie persönlich die wichtigste Erkenntnis, die aus dem vergangenen MICEcamp hängen geblieben ist?

H.H.: Dass wir gegen die pervertierte Auslegung von Compliance vorgehen müssen. Da kommen gigantische Probleme auf uns zu, die es gilt in ihre Bahnen zu bringen.



HSMA MICE DAY

Mit Spannung wird der HSMA MICE Day am 25. November im Maritim Hotel Köln erwartet. Auf der Agenda steht neben der Compliance-Problematik auch die künftige Kostenentwicklung für die Branche. Die aktuelle Diskussion richtet sich insbesondere auf die Bettensteuer, doch droht neues Ungemach durch Kreditkarten- und Vermittlungsgebühren, die neue Kostenstellen im Tagungsgeschäft verursachen. Mehrbelastungen von bis zu 50 Mio. Euro können laut HSMA auf die 3.000 professionellen Tagungshotels zukommen, wenn ein Fünftel des Umsatzes aus dem MICE-Geschäft demnächst über kostenpflichtige Portale laufen würde. Im Rahmen einer interaktiven Diskussion im BarCamp-Format stehen quantitative Entwicklungen der Tagungsführer und Rankings auf dem Prüfstand. Ebenfalls Thema: Der Sinn und Unsinn von Zertifikaten. MICE-Messen – welche braucht der Markt? Diese Frage erörtern Susanne Illerhaus, David Grote und Michael Sinn mit ihren Kurzvorträgen. Interessant dürfte die daraus entwickelnde Diskussion sein. Schon mehrere Wochen vor Beginn haben sich über 200 Teilnehmer zum HSMA MICE Day angemeldet. (bb) www.hsma-miceday.de

EIN FÄCHER VOLLER TAGUNGSMÖGLICHKEITEN

KARLSRUHE und die Region haben viel zu bieten: nämlich ausgezeichnete Tagungslocations und ein hervorragendes Dienstleistungsangebot. Die barocke Planstadt ist eine der letzten Stadtgründungen jener Zeit, die auf dem Reißbrett entworfen wurden. Über 3.600 IT-Unternehmen und Dienstleister mit über 36.000 Beschäftigten, das größte Rechenzentrum Europas und einige der erfolgreichsten Hightech-Unternehmen bilden zusammen Europas drittgrößten IT-Cluster. Im Bereich Medizin und Gesundheit stellt die Region bundesweit den größten Standort für Pharma- und Medizintechnik sowie den zweitgrößten in der Biotechnologie. Im Kompetenzfeld Energie und Umwelt gelten Karlsruhe und die Region als „Musterkommune“ für Klimaneutralität, nachhaltige Energie und zukunftsfähiger Energiekonzepte.

Happy Birthday: 60 Jahre Schwarzwaldhalle

Als Teil des Karlsruher Kongresszentrums – zu dem auch die Stadthalle und das Konzerthaus am Festplatz gehören – ist die Schwarzwaldhalle seit 60 Jahren eine der Top-Event-Locations. Und etwas Besonderes ist diese „Grande Dame“ sicherlich. Denn als Architekt Erich Schelling und Ingenieur Ulrich Finsterwalder das Projekt realisierten, schrieben sie nebenbei noch Baugeschichte. Die Schwarzwaldhalle wurde die erste realisierte paraboloid Hängedachkonstruktion aus Spannbeton in Europa. Und trotz dieser revolutionären Konstruktion wurde die Halle – im Gegensatz zu vielen heutigen Bauprojekten – in nur acht Monaten geplant und fertiggestellt. Seit der Einweihung am 29. August 1953 avancierte die Schwarzwaldhalle zur Location für Konzerte, Shows, Comedy und Ausstellungen, realisiert wurden auch Parteitage und Bundesdelegiertenkonferenzen. Bis zu 5.000 Personen finden in dem im Frühjahr 2000 zum Kulturdenkmal erhobenen Bauwerk Platz. Ein weiterer Pluspunkt ist die Sanierung der Belüftungsanlage in 2012/2013. Seit diesem Zeitpunkt kann die Halle klimafreundlich mit Fernwärme beheizt werden.

Und noch ein Jubiläum

Noch nicht ganz so alt, aber mindestens genauso erfolgreich ist das Karlsruher Messegelände. Bereits vor der offiziellen Eröffnung kam mit Thomas Gottschalk und „Wetten dass ..“ das erste Highlight live aus der neuen dm-Arena und setzte ein erstes Ausrufezeichen. Nach dieser äußerst gelungenen „Feuerprobe“ fiel der Startschuss für eine zehnjährige Erfolgsgeschichte. Die Karlsruher Messe beweist bis heute Eigenständigkeit, Innovation und Kreativität. So wurden 18 neue Messethemen aufgenommen, deren Zahlen heute eine deutliche Sprache sprechen: 570 Veranstaltungen, mit über 50.000 Ausstellern und 5 Millionen Besuchern. Unter dem Motto „Menschen und Messe“ feierten exakt am zehnjährigen Jahrestag der Messeeröffnung 500 Gäste aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik gemeinsam mit den KMK-Mitarbeitern den Geburtstag der Messe Karlsruhe. Moderiert von Michael Antwerpes untermauerte Oberbürgermeister Dr. Frank Mentrup die Bedeutung der Messe als Schaufenster der Region. Gastredner war der Gründer des Unternehmens dm-drogeriemarkt, Götz W. Werner.

www.messekarlsruhe.de

Alles neu macht Leonardo Hotels

Die Leonardo Hotelgruppe ist seit dem Zukauf weiterer Hotels in der Region Karlsruhe gleich zweimal vertreten. Das Leonardo Hotel Karlsruhe liegt direkt im Herzen der Stadt und somit in direkter Nachbarschaft zu vielen Sehenswürdigkeiten. So sind das Badische Staatstheater und der Zoologische Stadtgarten fußläufig erreichbar. Das Viersterne-Haus verfügt über 147 Zimmer, ein Restaurant und eine Hotelbar. Hinzu kommt eine 273 qm große Veranstaltungsfläche, die einer Realisierung für jede Art von Event nahezu keine Grenzen setzt. Auf den erwähnten Quadratmetern befinden sich insgesamt sieben Tagungsräume, worin sich Veranstaltungen bis zu einer Personenzahl von 220 Personen realisieren lassen.

Am 26. September fand die offizielle Eröffnungsfeier des neuen Leonardo Royal Hotel Baden-Baden statt. Rund 200 geladene Gäste, darunter der Oberbürgermeister, Wolfgang Gerstner, sowie viele Geschäftsführer der Baden-Badener Institutionen, Museen und Unternehmen der Stadt feierten unter dem Motto „Shiny & Bright“ mit prominenten Gästen in stilvoller Atmosphäre den modernen Zuwachs in ihrer Region – die Türen des neuen Viersterne-Superior-Hotels sind nun offiziell geöffnet. Das neue Leonardo Royal Hotel Baden Baden (ehem. Best Western) ist nach den Metropolen Berlin und München der neueste „königliche“ Zuwachs der stark expandierenden Hotelkette. Nach der Neugestaltung bietet das Haus in bester Lage nun 121 Zimmer, sechs Tagungsräume für bis zu 120 Personen, ein Restaurant sowie einen weitläufig angelegten Spa-Bereich. Das Festspielhaus, die Caracalla-Therme und das Museum Frieder Burda sind bequem zu Fuß erreichbar.
www.leonardo-hotels.com



Der 298. Karlsruher Stadtgeburtstag wird in der Wissenschaftsstadt gebührend gefeiert. Quelle Foto: Stadtmarketing Karlsruhe GmbH

Kein Platz wie jeder andere

Im 2011 erbauten Nebengebäude „KUBUS“ (KUNst und BUSiness) eröffnet im Karlsruher Stadtteil Durlach das Hotel Der Blaue Reiter im Januar ein neues Glanzstück. Exklusiv erstreckt sich auf 85 qm die große KUBUS Penthouse Suite, samt Dachterrasse mit Rundumblick und freier Aussicht auf das Durlacher Wahrzeichen – den Turmberg. Eine Sauna mit integriertem Dampfbad, Wellness-Dusche, Wohlfühl-Badewanne, Flat-TV, Dolby Surround und DVD-Player, Klimaanlage, Fußbodenheizung sorgen für den Wohlfühlfaktor. Durch die intelligente Raumaufteilung können auch Besprechungen mit bis zu sechs Personen abgehalten werden.

www.hotelderblauereiter.de

Neuer Caterer für die KMK

Seit August 2013 hat die Karlsruher Messe- und Kongress-GmbH (KMK) einen neuen Caterer als Vertragspartner: Das rheinland-

pfälzische Unternehmen Gaul's Catering ist für das Catering auf Messen, Kongressen und Events an den KMK-Standorten Messe Karlsruhe und Kongresszentrum Karlsruhe zuständig. Im Rahmen eines europaweiten, mehrstufigen Ausschreibungsprozesses setzte sich das mittelständische Unternehmen gegenüber seinen Mitbewerbern durch. Gaul's Catering zählt zu den leistungsstärksten Caterern in Deutschland und ist seit rund 20 Jahren im Geschäft. Zur Unternehmensphilosophie von Gaul's Catering gehören unter anderem Aspekte der Nachhaltigkeit, Ökologie und des gesunden Essens. In der Referenzliste finden sich namhafte Unternehmen und Einrichtungen wie die Coface Arena, Deutsche Lufthansa, Darmstadtium, E.ON Energie, Porsche, ZDF Mainz und viele mehr.

www.gauls-catering.com

Das Partnernetzwerk wächst

Neun Partner hat das Karlsruhe Convention Bureau 2013 aufgenommen. Neu im Portfolio ist auch der Golfclub Bruchsal. Das im Bau befindliche „neue“ Clubhaus des Golfclub Bruchsal e.V. soll im April 2014 mit neuen Tagungsmöglichkeiten eröffnen. Das Club-Restaurant (bis 150 Personen) wird von Sternekoch Manfred Schwarz geführt. Im Gourmet-Bereich finden zwischen 16 Personen und 36 Personen Platz. Die eigene Sonnen-Terrasse, die zu den Konferenzräumen gehört, lädt zum gemütlichen Business-Lunch ein und auch die Business- und Wein-Lounge im Clubhaus lässt einen gemütlichen Ausklang für die Konferenzteilnehmer auch zur winterlichen Jahreszeit zu.

www.golfclub-bruchsal.de



Die Schwarzwaldhalle wird 60. Quelle Foto: Stadtmarketing Karlsruhe GmbH



Messe Karlsruhe. Quelle Foto: Karlsruher Messe- und Kongress-GmbH

Fürstliche Location mit eigenem Weinberg

Am Rand des Nordschwarzwaldes, hoch über den Dächern von Gernsbach, thront Schloss Eberstein und belohnt die Besucher mit einem herrlichen Blick in das romantische Murgtal. Das Gourmet-Hotel mit eigenem Weinberg ist über die Region hinaus bekannt: Hier kreiert Bernd Werner, ausgezeichnet mit einem Stern im Guide Michelin, in Werner's Restaurant eine leichte, badisch-französische Gourmetküche. Für Tagungen und Events stehen unter anderem der fürstliche Spiegelsaal oder das Bellevue zur Verfügung, die prachtvolle Schlossambiente mit modernster Ausstattung vereinen.

www.hotel-schloss-eberstein.de

Von Profis profitieren

Seit 10 Jahren ist Sokoll & Friends die etablierte Eventagentur aus Karlsruhe, die regional, national und über die Landesgrenzen hinaus mit professionellen Events und Incentives nachhaltig von sich und vom Standort Karlsruhe reden macht. Das Erfolgsrezept der Agentur, die mit ihren Firmenevents, Incentives und Teambuildings zufriedene Gesichter hinterlässt, ist die Bereitschaft zur Veränderung, Flexibilität, die Liebe zum Detail und ein sensibles Händchen für Eventkonzepte, in denen sich der Kunde wiedererkennt und seine Interessen ganz in dessen Sinne umgesetzt sieht.

www.sokoll-friends.de

Ein Händchen für die Technik

Für den Erfolg einer Veranstaltung stellt die AVDATA GmbH Mietmaterial gepaart mit

umfangreicher Erfahrung zur Verfügung. Vom kleinsten Projektor bis zur Präsentationsbildwand mit hochauflösenden 2K-Projektoren mit 15.000 ANSI-Lumen Helligkeit, von der günstigen Flüsterdolmetscheranlage bis zur Simultandolmetscheranlage nach Norm, Beschallungen, Flipchart, Pinwände und vieles mehr betreuen die Veranstaltungstechniker. www.avdata.de

Der Spezialist für Teamevents

BITOU veranstaltet individuelle Rahmenprogramme, Teamevents und komplette Teamtrainings für jede Gruppengröße. Von TAB Team Challenges über Teamturniere bis zu Casino-Events: Die Staufener haben für jeden Anspruch das passende Angebot und betreuen dabei Gruppen von 10 bis 1.000 Teilnehmern. Die Teamtrainings erzielen dank qualifizierter Teamtrainer und des einzigartigen BITOU 5-Phasen-Plans einen nachhaltigen Effekt. www.bitou.de

Ein Feuerwerk im Spiegelzelt

Von November 2013 bis Januar 2014 startet Deutschlands jüngster Sternekoch, Sören Anders, mit einem neuen Showfeuerwerk durch. In einem eigens errichteten Spiegelzelt auf dem Karlsruher Messplatz erwartet die Besucher visionäre Menükreationen, kombiniert mit Spitzenakrobatik, Musik und Comedy. Sören Anders, bekannt aus seinem Karlsruher Restaurant „Anders auf dem Turmberg“ lädt ein zu einem völlig neuen, frischen und frechem Entertainmentangebot der Superlative.

www.crazy-palace.de

Tagen in Bad Wildbad

Das König-Karls-Bad in Bad Wildbad im Schwarzwald, in neubarockem Stil 1890/1892 errichtet, ist eines der eindrucksvollsten Badegebäude des 19. Jahrhunderts in Baden-Württemberg. Das repräsentative Bauwerk beherbergte früher Badekabinen, Therapie- und Aufenthaltsräume, seit 1977 Vortrags-, Lese- und Veranstaltungsräume für Kurgäste. In den Jahren 2010 und 2011 wurde das Gebäude saniert und renoviert und mit neuester Konferenztechnik ausgestattet.

[www.bad-wildbad.de/ urlaubsziel-schwarzwald](http://www.bad-wildbad.de/urlaubsziel-schwarzwald)

Nachhaltige Erlebnisse im Schwarzwald-Panorama

Seit dem 20. Mai 2013 präsentiert sich das einstige Ruland's Thermenhotel in Bad Herrenalb unter dem Namen „Schwarzwald Panorama“ in frischer und moderner Fassade. Auch für alle Veranstaltungen wird eine klimaneutrale Durchführung garantiert. Ob Klausur- und Strategiemeetings, Tagungen oder große Bankette, 1.300 qm Tagungs- und Ausstellungsfläche auf drei Ebenen stehen für Veranstaltungen zur Verfügung – moderne technische Ausstattung und Panoramablick inklusive. (tj)

www.schwarzwald-panorama.com

Das Kompetenznetzwerk für die Region

Das Kompetenznetzwerk Convention Bureau Karlsruhe & Region verbindet leistungsstarke Partner aus Kongresszentren, Locations, Hotellerie und Dienstleistungsunternehmen und hilft bei der Kontaktabahnung zu Experten in der Region. Eine Vielzahl an Veranstaltungsorten – von Schlössern über beeindruckende Industriebauten bis hin zur Multifunktionsarena für 14.000 Besucher – machen den Großraum zum idealen Standort für Kongresse und Tagungen aller Art.

www.100pro-MICE.de

Ansprechpartner: Pia Kumpmann | Karlsruhe Convention Bureau



Kultur- und Veranstaltungs-GmbH Velbert hat neuen Geschäftsführer

Holger Syhre hat zum 1. Oktober 2013 die Leitung der Kultur- und Veranstaltungs-GmbH Velbert (KVV) von seiner Vorgängerin Evelin Küster-Nayel übernommen. Er ist mit den Geschäftsführern Holger Rich-

ter und Dirk Lukrafka der Mann für die Veranstaltungshäuser in Velbert und Sprecher der Geschäftsführung. Unter seiner Verantwortung soll die Renovierung der Stadthalle „Forum Niederberg“ geplant und die Sanierung des historischen Bürgerhauses Langenberg vorangetrieben werden. Die Vorbürg von Schloss Hardenberg als Tagungs- und Kulturzentrum sowie das im Jahr 2012 eröffnete Sportzentrum Velbert gehören ebenfalls zur KVV. Der gebürtige Leipziger, der seine beruflichen Erfahrungen beim Leipziger Gewandhaus, der Alten Oper in Frankfurt am Main, in der Konzert- und Kongresshalle Bamberg, bei der Messe München und zuletzt in den Rhein-Main-Hallen in Wiesbaden gesammelt hat, hat sich bereits intensiv in sein neues Tätigkeitsfeld eingearbeitet und freut sich darauf, Velbert als Tagungsdestination weiterzuentwickeln.

www.kvv-velbert.de

[Quelle Foto: Kultur- und Veranstaltungs-GmbH Velbert]



Till Stolpe wechselt zum Kölner Tanzbrunnen & Flora Köln

Till Stolpe, bisher Eventmanager in der Kölner Lanxess-Arena, ist seit dem 1. September verantwortlich für den Tanzbrunnen Köln und die neue Flora Köln. Der bisherige Geschäftsbereichsleiter Ralf Becker hat

KölnKongress auf eigenen Wunsch zum 31. Oktober 2013 verlassen. Er hatte seit 1999 den Tanzbrunnen Köln betreut und dessen positive Entwicklung entscheidend mitgeprägt. Neben der Leitung der beiden Mitarbeiter-Teams und der Entwicklung des Vermarktungskonzepts der Flora wird Till Stolpe sowohl den Tanzbrunnen als auch die Flora erfolgreich in die Zukunft führen. Die Wiedereröffnung der Flora Köln ist für Juni 2014 geplant. www.koelnkongress.de

[Quelle Foto: KölnKongress GmbH]

Neuer CEO bei Azimut Hotels

Walter Neumann ist neuer Chief Executive Officer (CEO) der Azimut Hotels. Er folgt auf Sebastian Kraemer, der seit April dieses Jahres interimswise CEO der Kette war und jetzt als Chief Operating Officer (COO) fungiert. Neumann verfügt über mehr als 30 Jahre Erfahrung in der Hotellerie. Zuletzt leitete er das Rocco Forte Hotel Astoria und das Angleterre Hotel in St. Petersburg. Davor war er Managing Director Operations bei den Travel Charme Hotel & Resorts. Außerdem war Neumann in führenden Positionen bei Lindner Hotels und Arabella Sheraton tätig. www.azimuthotels.com



Nicole Rautenberg übernimmt Congress Park Hanau

Seit den Anfängen im städtischen Kultur- und Kongresszentrum dabei, ist **Nicole Rautenberg** (41) nach sieben Jahren Abteilungsleitung zur Geschäftsführerin des Congress Park Hanau berufen worden. Neben ihren bisherigen Aufgaben wird sich die 41-jährige gelernte Reiseverkehrs-Kauffrau und studierte Diplom-Betriebswirtin nun noch stärker mit der Strategie und Ausrichtung des Hauses befassen. Der Congress Park Hanau, der im August sein zehnjähriges Jubiläum feierte, hat sich seit der Eröffnung als Messestandort etabliert, ist als Kongresszentrum bundesweit bekannt und als Veranstaltungsort für Show, Musik und Theater beim Publikum beliebt. Unter anderem mit der eigenen Sinfoniereihe Congress Park Sinfonie sowie der Ausstellungsreihe „Kunst im CPH“ bietet der CPH der Standortbevölkerung ein anspruchsvolles kulturelles Programm.

www.cph-hanau.de

[Bild: Jörg Ophoven]



Neuer Unternehmensbereichsleiter bei Hamburg Messe und Congress

Ulas Boyaci (46) leitet seit dem 1. September 2013 den neu geschaffenen Unternehmensbereich Vertrieb und Geschäftsentwicklung bei der Hamburg Messe und Congress GmbH. Der Diplom-Ingenieur war nach dem Studium der Produktionstechnik ab 1996 in verschiedenen Vertriebspositionen tätig. Zuletzt war Boyaci als Geschäftsführer der Hoppenstedt Firmeninformationen GmbH tätig.

[Quelle Foto: Hamburg Messe und Congress]



Stabwechsel vollzogen

Die Leitung der Nürnberger Kongress-Initiative wird zukünftig Wirtschaftsreferent **Dr. Michael Fraas** übernehmen. „Gemeinsames Ziel ist es, Nürnberg als attraktiven Kongressstandort zu positionieren“,

betont Dr. Roland Fleck, Geschäftsführer der NürnbergMesse GmbH. Fleck und der frühere Leiter des NürnbergConvention Centers, Friedhelm Lenz, gelten als die Väter der 2003 gegründeten Kongress-Initiative. Lenz, der das Netzwerk bis jetzt geleitet und moderiert hat, betont die fruchtbare Zusammenarbeit aller Beteiligten: „Ob Hotelpreise, neue Veranstaltungen oder Infrastruktur: Der offene Austausch hat zu Verständnis und Vertrauen geführt. Auf dieser Grundlage machen wir in Nürnberg manches anders und besser, als dies an anderen Kongressstandorten der Fall ist.“ www.nuernbergmesse.de

[Bild: Frank Boxler]

■ Nürnberger Kongress-Initiative feiert 10-Jähriges



Das Team der Kongressinitiative Nürnberg ist gut aufgestellt. Bild: Frank Boxler

Die Kongress-Initiative Nürnberg hat allen Grund zum Feiern: Das vom Wirtschaftsreferat der Stadt Nürnberg initiierte Netzwerk, in dem sich die für das Kongressgeschäft

relevanten Partner zum Austausch zusammengeschlossen haben, besteht seit zehn Jahren. Beteiligt sind an der Kongress-Initiative die Stadt Nürnberg mit dem Wirt-

schaftsreferat und der Meistersingerhalle, die Congress- und Tourismuszentrale (CTZ), das NürnbergConvention Center, die Nürnberger Kongress-Hotels, der Flughafen Nürnberg und inzwischen die Arena Nürnberger Versicherung. Die Kongress-Initiative Nürnberg war in dieser Ausrichtung Vorbild für viele Städte in Deutschland, die in den Folgejahren ähnliche Netzwerke ins Leben riefen.

Wie Dr. Michael Fraas und Dr. Roland Fleck betonen, sind von der Kongress-Initiative wichtige Impulse für die Stadt und das gemeinsame

Vorgehen ausgegangen: „Mit der Kongress-Initiative Nürnberg hat sich gezeigt, dass sowohl Stadt, deren Beteiligungsunternehmen und die Privatwirtschaft hervorragend

zusammenarbeiten können, wenn es darum geht, ein gemeinsames Ziel zu erreichen.“ Als Beispiel nennen Fraas und Fleck das „TagungsBarometer“. Hierbei werden von einem neutralen Institut kontinuierlich Daten aus dem Tagungs- und Kongress-Segment der Stadt erhoben. Diese Daten bieten dann eine wertvolle Handlungsgrundlage.

Künftig soll die Initiative um zusätzliche Mitglieder erweitert werden, um den Anforderungen an eine mittlerweile erfolgreich am Markt positionierte Kongress-Destination (Bruttoumsatzvolumen: 480 Millionen Euro, Steuereinnahmen: rund 6 Millionen Euro*) weiter gerecht zu werden. Daher soll Fraas weitere Partner an den Tisch holen, insbesondere Hochschulen und wissenschaftliche Einrichtungen, aber auch Agenturen, die sich auf das Kongressgeschäft spezialisiert haben.

www.nuernbergmesse.de

■ Drei auf einen Streich

Bei der Verleihung der „International Hotel Awards“ in London hieß es gleich drei Mal „And the winner is ...Hilton Frankfurt Airport“. Bereits im zweiten Jahr in Folge darf sich das Hilton Frankfurt Airport mit den Auszeichnungen „Best Airport Hotel Germany“, „Best Airport Hotel Europe“ und „Best Airport Hotel International“ schmücken. Charles Muller, Cluster General Manager, Hilton Frankfurt Airport & Hilton Garden Inn Frankfurt Airport nahm die Preise persönlich entgegen: „Zweimal in Folge konnten wir uns diese renommierten Auszeichnungen bei den International Hotel Awards nun sichern – ein Award ist doch immer noch eine der schönsten Belohnungen für den großartigen Einsatz der Mitarbeiter und bestärkt das gesamte Team in seinem Engagement.“

www.hilton.com

■ Royal feiern in der Almhütte

Uriges Design, bayrische Gemütlichkeit und dazu zünftige Speisen im Herzen Münchens – das Leonardo Royal Hotel Munich bietet genau das – von Oktober bis Dezember – mit seiner Almhütte (bis 158 Personen) im hauseigenen Garten. Auch eine Exklusivnutzung ist möglich – ab 80 Gästen. Besondere Gaumenfreuden versprechen die Menü-Packages: Angefangen mit einem Empfang im Glühweinhäuschen, rustikale bayrische Brotzeiten, Schweizer Fondue und traditionellem Kaiserschmarren aus der Riesenpfanne. Ein zusätzliches Rahmenprogramm, wie die Teamrallye oder der Hüttenkrimi, kann auf Wunsch dazu gebucht werden.

www.leonardo-hotels.com

■ Stuttgart Convention Bureau holt internationale Verbands-konferenzen im Bereich Engineering

Die erfolgreiche Standortbewerbung des Stuttgart Convention Bureau in enger inhaltlicher Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart bringt in diesem Herbst zwei internationale Konferenzen nach Stuttgart. SAE 2013 Electric Powertrain Technologies Symposium und SAE 2013 Augmented and Virtual Reality Technologies Symposium finden in Kooperation mit dem Virtual Dimension Center Fellbach vom 20. bis 21. November 2013 im Pullman Stuttgart Fontana Hotel statt. Veranstalter der beiden Konferenzen ist SAE International, die führende Vereinigung von Ingenieuren und Technikfachleuten aus der Luftfahrt-, Automobil- und Nutzfahrzeugindustrie mit Hauptsitz in den USA.

www.congress-stuttgart.de

Messe Stuttgart fokussiert Gastveranstaltungen



Das Team Gastveranstaltungen der Messe Stuttgart. Foto: Valentin Marquardt

Der Bereich Gastveranstaltungen der Messe Stuttgart hat sich neu aufgestellt. Das Anwerben neuer Gastveranstaltungen folgt zukünftig einer Cluster-Strategie, die thematisch vor allem fünf Bereiche in den Fokus nimmt: Medizin und Gesundheitswirtschaft, Automobil, IT, Handel sowie Energiewirtschaft. Für jede dieser Branchen gibt es im Vertriebsteam ab sofort einen festen Ansprechpartner. Dieser kennt das jeweilige Marktumfeld und soll so die Bedürfnisse der Kunden noch schneller und zielgenauer erfüllen. Aufgehoben wird auch die bisherige or-

ganisatorische Trennung zwischen Veranstaltungen in den Messehallen und im ICS Internationales Congresscenter Stuttgart bei der Projektbetreuung: Der Service kommt künftig aus einer Hand.

Die Kunden haben damit immer denselben Ansprechpartner – unabhängig von Art und Ort der Veranstaltung.

„Mit dieser internen Umstrukturierung geben wir der Destination Stuttgart ein noch schärferes Profil“, erklärt Stefan Lohnert, Bereichsleiter Gastveranstaltungen. „Wir wollen für die Branchen Au-

tomobil, IT, Medizin, Energiewirtschaft und Handel der Messe- und Veranstaltungsstandort Nummer 1 in Deutschland werden – mit entsprechend positiven Effekten für die Hotel-, Restaurant- und Kulturwirtschaft der Region.“

www.messe-stuttgart.de

Ryanair nimmt Geschäftsreisende ins Visier

Europas größte Low-Cost-Airline arbeitet künftig mit dem Kreditkartenanbieter American Express zusammen. Die neue Kooperation soll vor allem Geschäftsreisenden und Firmenreisenden bessere Buchungs- und Bezahlmöglichkeiten bieten. Wie die irische Airline mitteilte, reisen mehr als 20 Prozent der Ryanair-Passagiere aus geschäftlichen Gründen, weshalb die irische Fluggesellschaft ihre Serviceleistungen nun speziell auf die Bedürfnisse der Geschäftsreisenden zugeschnitten und deutlich verbessert hat. Für die Businesskunden bedeutet das günstige Ticketpreise ohne Treibstoffzuschläge, wodurch Unternehmen hohe Reisekosten einsparen. Der Online-Check-in vermeidet lange Wartezeiten. Ein freies Handgepäckstück bis zu zehn Kilogramm und der ab Oktober kostenlose Download der Ryanair-App (vorher drei Euro) für Buchungen von unterwegs sind weitere Pluspunkte. www.ryanair.com

Anzeige



SIEBEN HALLEN, 23.000 QUADRATMETER FLÄCHE UND UNENDLICH VIELE MÖGLICHKEITEN.



STATION BERLIN

Station 10963 Berlin GmbH
Luckenwalder Str. 4-6
10963 Berlin

Ansprechpartner:
Dennis Robers
Senior Sales Manager
+49 (0)30 62 90 85 66
d.robbers@station-berlin.de

www.station-berlin.de



CHICAGO

VERKRAFTET DAS:

von

THOMAS

GREYHER

120.000 Radiologen auf einmal zum Kongress

50 neue Kongresse will die MICE-Organisation von Chicago bis zum Jahr 2020 alljährlich in die Stadt locken. Das kann die Stadt mit ihrer gewaltigen Infrastruktur durchaus bewältigen – denn zahlreiche neue Hotels sind bereits im Bau.

MIT EINER EINWOHNERZAHL von 2,7 Millionen ist Chicago die drittgrößte Stadt der USA. Damit hat die Metropole die Infrastruktur für Großkongresse. Das stellt sie alle zwölf Monate unter Beweis. Dann kommen für fünf Tage 120.000 Ärzte und Wissenschaftler zum Internationalen Radiologen-Kongress in die Stadt. In dieser knappen Woche spült dieser Kongress alleine einen Umsatz von umgerechnet etwa 75 Millionen Dollar in die Kassen. Der McCormick Place ist das Kongress-Center, in dem die Mediziner dann tagen.

Das freut Don Welsh besonders. Denn er ist der „Mr. MICE“ von Chicago. Der frühere Top-Manager verschiedener Hotelkonzerne ist CEO von Choose Chicago, jener Organisation, die Tagungsgäste in die Stadt am Michigan-See lockt. Welshs Plan ist ehrgeizig, erscheint aber angesichts des Angebots plausibel. Bis zum Jahr 2020 will er 50 neue, große Kongresse nach Chicago locken, die dort dann regelmäßig tagen. Dabei hat Welsh die volle Unterstützung von Bürgermeister Rahm Emanuel. www.choosechicago.com/de/

Die Lufthansa behauptet sich gut

Mehr als 95 Prozent der MICE-Gäste kommen, wie in den USA üblich, mit dem Flugzeug. Der O'Hare International Airport in Chicago ist mit einem jährlichen Passagieraufkommen von rund 70 Millionen Fluggästen der nach Atlanta, Peking und Heathrow am stärksten frequentierte Flughafen der Welt. 2.750 tägliche Flüge zu 200 globalen Destinationen starten und landen hier, so MICE-Chef Welsh. Elf tägliche Non-Stop-Verbindungen kommen aus Deutschland. Lufthansa fliegt im Winterflugplan einmal täglich nonstop von Frankfurt (mit Boeing 747-8) und München nach Chicago, von Düsseldorf viermal pro Woche. Die Kranich-Airline hat in den USA einen Ruf wie Donnerhall, vor allem wegen ihrer hohen Sicherheitsstandards. Deswegen behauptete sich Deutschlands größte Fluggesellschaft besonders gut auf dem amerikanischen Markt, so Nils Haupt, Sprecher für Nord- und Südamerika. Allein im vergangenen Jahr kamen 46,2 Millionen Gäste, Geschäftsreisende ebenso wie Touristen, in die Stadt am Michigansee – Tendenz weiter steigend. Zweidrittel etwa, also 28 Millionen, kamen aus geschäftli-



Bi. o.: Navy-Pier mit Skyline von Chicago.
© Choose Chicago

Bi. u.: Don Welsh (li.) ist der „Mr. MICE“ der Stadt. Der CEO von Choose Chicago hat ehrgeizige Pläne. Das Foto, aufgenommen während der Imex 2013, zeigt den US-Amerikaner mit zwei seiner Mitarbeiter.
© Claasen Communications

chem Anlass. Für sie wächst Chicagos Hotelangebot in diesem Jahr deutlich.

Spitzenplätze für Chicagos Hoteliers

Wie hochwertig bereits heute die Hotellerie in Chicago ist, belegt die jüngste Verleihung der „World's Best Awards 2013“, die per Leservotum von dem amerikanischen Magazin „Travel + Leisure“ vergeben werden. Gleich sechs Chicagoer Häuser schafften es unter die besten 50 Hotels der USA, darunter das Waldorf Astoria, das Peninsula, das Trump International, das Ritz-Carlton, das Four Seasons und das Sofitel am Water Tower.

Drei neue Hotels mit über 660 Zimmern in einem Komplex

Neue Hotels gibt es in River North, der zentralen Gegend nördlich des Chicago Rivers mit zahlreichen Geschäften, Restaurants und Musikclubs. Hier haben im Sommer gleich drei neue Luxus-Herbergen in einem Gebäudekomplex eröffnet. Sie weisen zusammen mehr als 660 Zimmer auf und wurden alle für ihre nachhaltige Bauweise zertifiziert. Zu dem Hotel-Triplex gehören das modern gestylte Aloft Chicago City Center mit 272 Gästezimmern, das Fairfield Inn & Suites Downtown Chicago mit 180 Gästezimmern sowie das innovativ designte Hyatt Place Chicago/River North mit 212 Gästezimmern.

Neues Luxushotel im früheren IBM Building

Kurz darauf wurde auch mit dem The Langham Chicago in bester Lage direkt am Fluss Chicagos die Top-Luxushotellerie um ein zusätzliches Haus bereichert. Das neue Haus der Hongkonger Hotelkette bezog das frühere IBM Building, ein markanter, äußerlich ganz in schwarz gehaltener Wolkenkratzer von 212 Metern Höhe, der dem gleichnamigen IT-Unternehmen lange



als Firmensitz diente. Das Haus bietet 316 großzügig ausgestattete Gästezimmer und Suiten sowie mehrere Restaurants und das Chuan Spa.

Der Hotel-Boom in Chicago ist damit nicht abgeschlossen. Vor kurzem eröffnete The Godfrey Hotel Chicago in einem 16-stöckigen Hochhaus. Das Boutique Hotel besitzt 220 Gästezimmer und bietet im obersten Stockwerk einen mehr als 1.000 Quadratmeter großen Dachgarten mit Bar und toller Aussicht auf Downtown Chicago. In diesem Herbst folgt das Virgin Hotel Chicago, das erste Virgin Hotel von Sir Richard Branson. Es befindet sich in einem Art Deco-Gebäude mit 27 Stockwerken nahe der Michigan Avenue. Das SOHO House Hotel wird ab dem Frühjahr 2014 Gäste empfangen. Der Privatclub mit angeschlossenem Hotel erstreckt sich über sechs Stockwerke und verfügt unter anderem über eine Bar auf dem Dach und mehrere Restaurants. Die Einweihung des Loews Chicago Hotel ist für Anfang 2015 geplant. Es zieht in einen Wolkenkratzer mit 52 Stockwerken, nur einen Block vom Chicago River entfernt und ganz in der Nähe zur berühmten Einkaufsmeile, der North Michigan Avenue.

Bi. o. re.: Wenn die Radiologen aus aller Welt einmal im Jahr ihr Wissen im McCormick Place austauschen, dann klingelt es kräftig in den Kassen. Die Ärzte und Wissenschaftler geben in einer knappen Woche umgerechnet 75 Millionen Euro aus.
© Studio One East Photography



Wrigley Building: Hier baute der Kaugummi-Magnat William Wrigley Jr. sein globales Geschäft aus. © Cesar Russ Photography



Stilen experimentierten. Darunter auch sehr prominente Vertreter ihrer Zunft wie Louis Sullivan und Frank Lloyd Wright. Später folgten unter anderem der Bauhaus-Architekt Mies van der Rohe und der aus Franken stammende Helmut Jahn. Sie alle haben mit spektakulären und sehenswerten Bauten das Bild der Stadt geprägt – und prägen es bis heute. Nach der Tagung ein Bummel durch die Innenstadt – zu Fuß: Das ist wie ein Gang durch die Architekturgeschichte von der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts bis heute.

Im Jahr 1885 das erste Hochhaus auf dem Globus

Als nach dem Großen Feuer Chicago wieder aufgebaut wurde, entwickelte man neue Arten des Bauens, zum Beispiel die Stahlskelett-Bauweise. Mit ihrer Hilfe war es erstmals möglich, höhere Gebäude zu errichten. Das 1885 fertiggestellte Home Insurance Building in Chicago war mit seinen zehn Stockwerken und 42 Metern Höhe das erste Hochhaus der Welt. Fünf Jahre später wurde es sogar um zwei zusätzliche Etagen vergrößert, bevor es 1931 gemeinsam mit umliegenden Gebäuden abgerissen wurde. An seiner Stelle steht heute das 1934 fertiggestellte LaSalle National Bank Building (ehemals Field Building) mit 45 Stockwerken.

Viele Wolkenkratzer in Chicago haben ein sehr spezifisches Äußeres und gelten entweder als einmalig oder als besonders stilprägend. Allein Bauten Mies van der Rohes wie zum Beispiel die Crown Hall auf dem Campus des Illinois Institute of Technology, die beiden Apartmenthäuser am Lake Shore Drive 860/880 oder das IBM Building (künftig: Langham Hotel) gelten weltweit als Meisterwerke moderner Architektur.

Ein weiteres augenscheinliches Beispiel herausragender Architektur in Chicago ist der Willis Tower (ehemals Sears Tower). 1974 fertiggestellt und 442,3 Meter hoch (527,3



Die schönste Stadt der USA mit den elegantesten Hochhäusern der Welt

Die Stadt ist ein Augenschmaus. Wer der Meinung ist, Hochhäuser könnten nicht schön sein, der sollte sich Chicago anschauen. Architektur-Liebhaber kennen die Stadt sowieso. Wer professionell MICE-Veranstaltungen organisiert, dem werden die Teilnehmerlisten überlaufen, alleine schon der Destination wegen.

CHICAGO IST DIE WIEGE der modernen Hochhaus- und Wolkenkratzerarchitektur. Das Große Feuer von Chicago, das vom 8. bis 10. Oktober 1871 in der Stadt wütete, zerstörte rund 18.000 Gebäude und machte 100.000 Menschen obdachlos. Für sie mussten schnell wieder Häuser geschaffen werden, so dass viele prominente Architekten nach Chicago kamen und mit neuen Arten und



The Bean – die Bohne – ist eine öffentliche Skulptur des britischen Künstlers Anish Kapoor. Sie ist das zentrale Kunstwerk des AT&T-Platzes im Millennium Park. Die Skulptur wurde aus 168 Edelstahlplatten zusammengeschweißt, ist hochglanzpoliert und hat keine sichtbaren Nähte. Foto: Grether

Meter inklusive der Antennen), war er bis 1997 das höchste Gebäude der Welt. Seine Idee für die Gestaltung des Wolkenkratzers bezog der Architekt Bruce Graham von einer Zigarettenschachtel, aus der einige Zigaretten etwas rausgezogen wurden. Mit seinem markanten Äußeren ist der Willis Tower eines der beliebtesten Fotomotive der Stadt. Das Sky Deck, die Besucherplattform, befindet sich in 440 Metern Höhe und ist bis heute eines der am höchsten begehbaren Stockwerke – von dem man bei schönem Wetter eine exzellente Aussicht genießen kann. Nervenstarke wagen sich dort auf „The Ledge“, einen der rundumverglasten Balkone.

www.the-skydeck.com

www.willistower.com

Einen sehr schönen Ausblick auf die Hochhauskulisse Chicagos bietet auch das Hancock Center an der North Michigan Avenue. Von der Besucherplattform des Hancock Observatory genießt man eine grandiose Aussicht auf die

Innenstadt mit dem Willis Tower und den anderen Hochhäusern sowie auf das Ufer des Lake Michigan mit dem Navy Pier. Dort befindet sich zudem die am höchsten gelegene Kaffeebar der Welt sowie in den Wintermonaten eine große Eisbahn.

www.hancock-observatory.com

Der in Zirndorf bei Nürnberg geborene Helmut Jahn gehört zu den prominentesten Architekten, die Chicago ihren Stempel aufgedrückt haben. Sehr spektakulär ist das futuristisch anmutende Illinois State Building inmitten des Chicago Loop, das James R. Thompson Center von 1985. Sehenswert ist auch das Xerox Center von 1980, das in seiner Form an ein Blatt Papier erinnert, das gerade aus einem Kopierer kommt. Weitere Bauwerke Jahns in Chicago sind die Joe and Rika Mansueto Library der University of Chicago (2011, <http://mansueto.lib.uchicago.edu>), das Studentenwohnheim State Street Village des Illinois Institute of Technology (2003) und das United Airlines Terminal am internationalen Flughafen Chicago O'Hare (1988).

Im Willis Tower haben Menschen ohne Höhenangst auf 440 Meter Höhe einen rundum verglasten Blick – auch vom eigenen Schuh direkt in den Abgrund (u.li.). © The Skydeck

*Abschlag gefällig?
Der Golfplatz der Metropole am Lake Michigan (u.re.).
© City of Chicago*

Nach der Tagung hoch hinaus

Wenn sich ein anstrengender Tagungstag dem Ende zuneigt, dann bieten sich zahlreiche Dachterrassen an, um den Kopf zu kühlen. Natürlich gibt es hier mittags für MICE-Gäste, die beispielsweise kurz dem Messe-Trubel entfliehen wollen, besondere Angebote für einen Lunch auf dem Dach. An immer mehr Orten speist der Kongress-Besucher viele Stockwerke über Straßenniveau und unter freiem Himmel, genießt kühle Cocktails oder feiert einen Vertragsabschluss. Zahlreiche Hotels, aber auch das renommierte Art Institute haben ihre Dächer längst begrünt und in trendige Bars, Cafés, Lounges und Restaurants verwandelt. Glaswände und große Sonnenschirme verhindern, dass zu viel Wind oder Sonne das besondere Ambiente stören, und die einzigartige Aussicht auf die beeindruckende Wolkenkratzerarchitektur Chicagos gibt es jeweils gratis dazu.

Das Peninsula-Hotel ist wahrscheinlich eine der besten Adressen der Stadt. Die Außenterrasse des „Shanghai Terrace“ im Peninsula Hotel steht für exquisite asiatische Küche. Auf Lounge-Sesseln genießt man schräg gegenüber dem Hancock Center an warmen Tagen authentisch zubereitete Spezialitäten wie Dim-Sum-Häppchen, Wok-Kreationen und Jasmin-Sorbets. www.peninsula.com Ein beliebter Treffpunkt ist beispielsweise „The Dec“ im Ritz Carlton Hotel. Große Blumenkübel und von Kletterpflanzen begrünzte Stellwände schaffen im zwölften Stockwerk eine echte Garten-Atmosphäre. www.DecaRestaurant.com

Sehr gute Speisen und Snacks bietet das gemütliche „Nomi Garden“ im siebten Stockwerk des Park Hyatt Hotels. Das Haus liegt direkt an der legendären Einkaufsstraße der Stadt, der Magnificent Mile, und ist somit ein idealer Platz für erholsame Pausen während eines ausgedehnten Shopping-Bummels, wenn die Tagung beendet ist und noch Zeit bleibt. www.Hyatt.com/gallery/nomi

Im „Terzo Piano“ vereinen sich Kunst, Design und kulinarischer Genuss. Das Restaurant auf dem Dach des Art Institute of Chicago bietet in stylischem Ambiente mediterran inspirierte Speisen des hoch dekorierten Küchenchefs Tony Mantuano, und es kann unabhängig von der darunterliegenden Kunstsammlung besucht werden.

www.TerzoPianoChicago.com

27 Stockwerke hoch befindet sich das „Roof“ auf dem Dach des Wit Hotels. Chicagoans, wie sich die Einwohner der Metropole am Lake Michigan nennen, treffen sich hier zu guten Drinks und angesagter Musik. Bekannte DJs der Stadt kommen regelmäßig ins „Roof“, um den Gästen musikalisch kräftig einzuheizen. www.roofonthewit.com





Die EIBTM feierte 2012 ihr 25-jähriges Bestehen – wie immer stets gut besucht. Quelle Foto: EIBTM

EIBTM Barcelona: Hier trifft sich die (MICE)-Welt

Vom 19. Bis 21. November wird Barcelona wieder zum internationalen Treffpunkt des MICE-Business: 3.100 Aussteller aus über 150 Ländern, über 15.000 Meeting-Professionals, sowie 4.200 Hosted Buyer werden sich treffen und über die neuesten Trends austauschen. Aber die EIBTM setzt in diesem Jahr nicht nur ein Ausrufezeichen im Ausstellerbereich, denn auch das Bildungsprogramm wurde neu gestaltet und nochmals verbessert. Mit einem noch größeren Fokus auf Qualität und einem auf die unterschiedlichen Berufsgruppen zugeschnittenen Programm geht EIBTM Knowledge an den Start. Hier können sich Professionals aller Erfahrungsebenen weiterbilden und inspirieren lassen. Um einen möglichst hohen Qualitätsstandard zu garantieren, arbeitet die Messe auch nach der Neukonzeptionierung mit wichtigen Verbänden und namhaften Partnern wie der International Congress and Convention Association (ICCA), der Professional Convention Management Association (PCMA), Meetings Professional International (MPI) sowie der Society for Incentive Travel Executives (SITE) eng zusammen. Letztere zeichnet

auch für ein neues Konferenzprogramm verantwortlich: den FRESH conference track. Zum ersten Mal gibt es somit einen Programmpunkt, der sich ausschließlich auf das Thema Meeting-Design konzentriert und hier wertvolle Impulse geben soll.

Aber auch klassische Branchenthematiken werden im neuen Knowledge-Konzept vertreten sein. So gibt es auch jeweils einen eigenen Programmpunkt mit unterschiedlichen Vorträgen und Seminaren zu Business-Travel, Technologie, Innovation oder allgemeinen Branchen-Themen.

Netzwerken am Vorabend

Bereits am 18. November findet das EIBTM-Forum statt. An diesem Abend ist James Woudhuysen, Professor of Forecasting and Innovation an der De Montford University, Leicester als Keynote-Speaker bestätigt. Woudhuysen ist bekannt dafür, neue Trends frühzeitig zu erkennen und von allen Seiten zu beleuchten. Daher wird sein Vortrag „A New Perspective on the Meetings Industry“ sicherlich für

neue Impulse, Denkweisen und Inspiration bei den Zuhörern sorgen. (ag)

www.eibtm.com

Deutschland-Stand mit 65 Ausstellern – Themenschwerpunkt Kompetenzfelder

Das GCB German Convention Bureau e.V. präsentiert die Meeting-Destination Deutschland auf der internationalen Fachmesse für Kongresse und Geschäftsreisen EIBTM vom 19. bis zum 21. November 2013 in Barcelona. Mehr als 15.000 Fachbesucher – Entscheidungsträger im Bereich Meetings, Incentives, Kongresse und Events, Travel-Manager sowie Organisatoren von Tagungen und Kongressen – informieren sich im Rahmen der Messe über das Angebot von über 3.100 Ausstellern aus rund 150 Ländern. Der Deutschland-Stand mit der Nummer D40 und D10 ist der größte Stand der EIBTM. Auf einer Fläche von mehr als 500 Quadratmetern stellen sich insgesamt 65 Aussteller vor, davon 38 Haupt- und 27 Unteraussteller. Sie bilden das breite Spektrum der deutschen Veranstaltungsanbieter ab: Von Kongresszentren und Event-Locations über City Convention Bureaus, Hotels und Hotelketten bis hin zu Professional Congress Organizer (PCOs), Incoming- und Veranstaltungsagenturen. Während den Messetagen finden zudem gemeinsame Pressetermine mit der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. (DZT) statt. Auch der strategische Partner Deutsche Lufthansa AG ist mit einem eigenen Stand (K21) vertreten. Das GCB stellt die Kompetenzen der deutschen Städte und Regionen in wichtigen Bereichen aus Wirtschaft und Wissenschaft in den Mittelpunkt des Deutschland-Auftritts. Die Präsenz des GCB auf der EIBTM hat vor allem vor dem Hintergrund der zunehmenden Globalisierung und Internationalisierung eine große Bedeutung: Bereits im Zeitraum von 2006 bis 2012 hat die Anzahl ausländischer Teilnehmer an Veranstaltungen in Deutschland von 14,3 auf 22,1 Millionen zugenommen, wie aus dem jährlich unter anderem im Auftrag des GCB erhobenen Meeting- & EventBarometer hervorgeht. Die aktuelle, ebenfalls vom GCB beauftragte Studie „Tagung und Kongress der Zukunft“ prognostiziert eine Fortsetzung dieser Entwicklung für die nächsten Jahre: Im Jahr 2020 werden demnach rund 80 Millionen Übernachtungen aus dem Ausland in Deutschland erwartet, 20 Millionen mehr als 2010 (Quelle: DZT-Prognose). www.gcb.de

„Der Umgang mit den unterschiedlichsten Persönlichkeiten ist eine **tägliche Bereicherung!**“

■ Die Player der Branche auch einmal ganz persönlich vorzustellen, ist Ziel der Rubrik *VIPs privat*. Diesmal haben wir **Janin Heukamp** befragt, die seit 2012 die neue Schweizer MICE-Fachmesse „KonferenzArena“ in Zürich erfolgreich leitet.

C.I.: Frau Heukamp, bitte vervollständigen Sie die nachfolgenden Sätze:

„Als Mensch bin ich vor allem ...“

J.H.: ... motiviert und zielstrebig.

C.I.: Meinen Beruf habe ich gewählt, weil ...

J.H.: ... jeder Tag anders ist und eine neue Herausforderung darstellt. Der Umgang mit den unterschiedlichsten Persönlichkeiten ist eine tägliche Bereicherung.

C.I.: An meiner Branche gefällt mir am meisten ...

J.H.: ... dass nichts normal und man vor Überraschungen nicht sicher ist.

C.I.: Was mich antreibt, ist ...

J.H.: ... täglich etwas zu bewegen und zu erreichen.

C.I.: Darüber freue ich mich besonders:

J.H.: Ruhe zu genießen und einfach mal nichts zu tun.

C.I.: Das ärgert mich am meisten:

J.H.: Ich ärgere mich schon lange nicht mehr, denn das ist unnötige Energieverschwendung. Die Energie nutze ich lieber für andere Sachen!

C.I.: Was ich mir allgemein für die Zukunft wünsche:

J.H.: Weiterhin Gesundheit und Freude am Leben.

C.I.: Jungen Leuten würde ich mit auf den Weg geben:

J.H.: Mit Einsatz, Willen und Durchhaltevermögen kann man sehr viel erreichen und seine Wünsche und Träume verwirklichen!

C.I.: Mein Lebensmotto lautet:

J.H.: Nur wer sein Leben liebt, der kann es leben!

C.I.: Das will ich unbedingt noch machen bzw. erreichen:

J.H.: Das bleibt mein Geheimnis.

JANIN HEUKAMP

... **Jahrgang 1979**, wurde im westfälischen Lengerich geboren und ist dort aufgewachsen. Nach ihrem Abitur absolvierte sie Ausbildungen zur Hotelkauffrau sowie zur Restaurantfachfrau, die sie in kürzester Zeit und jeweils als Prüfungsbeste abschloss.

Danach zog es sie in die Schweiz, wo ihre berufliche Laufbahn zunächst im Service begann, sie bald aber schon die Leitung der F&B Abteilung des *Fünfsterne Lindner Grand Hotel Beau Rivage* in Interlaken übernehmen konnte.

Nach der Betreuung eines Sales-Projektes in Kuwait und

Ägypten kehrte Janin Heukamp wieder in die Schweiz zurück und ist seit 2005 für die Organisation des Internationalen Alpensymposiums verantwortlich, welches schon solch namhafte Referenten wie Bill Clinton oder den Nobelpreisträger Frederik Willem de Klerk präsentierte. Seit 2009 ist sie zudem für die Swiss Sales Group tätig und fungiert als stellvertretende Geschäftsführerin von Swiss Sales Conferences wie auch von Premium Conferences. Darüber hinaus leitet sie die 2012 gegründete Schweizer KonferenzArena. (nl)

KonferenzArena Zürich: Das Interesse ist groß

Die Schweiz bietet eine breite Palette an Meeting-, Incentive-, Kongress- und Eventmöglichkeiten, die auf die unterschiedlichsten Bedürfnisse zugeschnitten sind. Der starke Franken hat jedoch dazu geführt, dass viele Firmen ihre Veranstaltungen aus Kostengründen ins grenznahe Ausland verlegen. Die KonferenzArena ist eine Fachmesse für die MICE-Industrie, die einmal jährlich stattfindet. Die zweite Ausgabe wird am 29. Januar 2014 im Kongresshaus Zürich durchgeführt. An der eintägigen Veranstaltung hat der Schweizer MICE-Markt Gelegenheit, sich nationalen und internationalen Entscheidungsträgern zu präsentieren. „Bereits drei Monate vor der Durchführung ist die KonferenzArena im Ausstellerbereich ausgebucht“, freut sich Geschäftsführerin Janin Heukamp.

Die Schweizer KonferenzArena wird bei der Gestaltung der Ausstellung & Messe, der Wahl der Arena-Themen und der Zusammenstellung des Konferenz-Contents durch einen Beirat mit Vertretern aus Hotellerie, Tourismus, Veranstaltungsbranche und Marketingverband unterstützt, dem unter anderem Babra Steuri-Albrecht, Leiterin des SCIB, Ralf Stephan, Director Meetings & Events CWT Zürich, Uwe Tännler, der Präsident von Swiss Marketing und Uta Kroll, Leiterin MICE von Zürich Tourismus angehören. Neben einer klassischen Ausstellung mit Ständen bietet die KonferenzArena verschiedene Programm-Highlights. Geplant ist zum Beispiel ein öffentliches »Battle« verschiedener Hotels um die Gunst der Besucher, Vorträge von hochkarätigen Referenten oder Infos zu den Dos and Don'ts einer Konferenzorganisation. Für die erwarteten 800 bis 1000 Fachbesucher ist die Teilnahme kostenlos.

www.konferenzarena.ch

ISES diskutiert arbeitsrechtliche Themen in der Schweiz

Das Switzerland Convention & Incentive Bureau hatte zu einer zweitägigen Bildungsreise eingeladen, um den Mitgliedern von ISES Europe (International Special Event Society) die vielfältigen Möglichkeiten für Events, Incentives und Meetings der Genfersee-Region näher zu bringen. Gastgeberin Christin Schlüter vom Switzerland Convention Bureau (SCIB) konzipierte ein umfangreiches Programm mit intensivem Fortbildungscharakter. So diskutierten die Teilnehmer mit Experten arbeitsrechtliche Melde- und Bewilligungsverfahren sowie das Thema Zollabwicklung bei Veranstaltungen in der Schweiz. Eine besondere Herausforderung stellt die Einbindung für nicht in der Schweiz ansässige Agenturen im Schweizer MICE-Markt dar. Hier wurde kontrovers diskutiert und gemeinsame Lösungsansätze entwickelt. Das SCIB möchte dabei Hilfestellung geben und sieht sich in einer Schlüsselposition. Die Schweiz sei „sehr an Veranstaltungen aus anderen europäischen Ländern interessiert“ und möchte daher die Prozesse in dem Nicht-EU-Land vereinfachen.

www.swiss-mice.de | www.ises-europe.com



Bild: W Verbier – Zimmer

Quelle Foto: Starwood Hotels & Resorts

W Verbier – der neue Hotspot im Kanton Wallis

Am 1. Dezember ist es so weit: Starwood Hotels & Resorts debütiert mit seiner Marke W in der Schweiz. Das W Verbier verfügt über 123 Zimmer und Suiten, aufgeteilt auf vier angrenzende Chalets. Durch seine Lage an der Gondel bietet es direkten Zugang zu den Skipisten. Ein 24-Stunden-Concierge-Service erfüllt den Gästen jederzeit jeden Wunsch – vom modernsten Skimaterial bis hin zum Privatjet – und das zu jeder Tages- und Nachtzeit. „Das W Verbier und The Residences at W Verbier zeichnet sich durch ein Lifestyle-Konzept aus, das es in der Schweiz in dieser Form bisher noch nicht gegeben hat“, erklärt Vincent Luisier, Präsident von Les Trois Rocs SA. „Mit der weltweit bekannten Marke W sprechen wir Trendsetter an, die ihren Urlaub gerne in luxuriösen und modernen Unterkünften verbringen und außergewöhnlichen, aber dennoch ungezwungenen Service schätzen.“ Neben dem Hotel befinden sich The Residences at W Verbier: Die Eigentümer der 15 Appartements unter W-Flagge haben Zugang zum Service und den Einrichtungen des Hotels wie der Bar Carved, dem W Café, dem W Living Room, dem AWAY Spa, SWEAT (Ws Interpretation eines modernen Fitness-Centers) sowie dem WET Deck mit beheiztem Innen- und Außenpool. Der renommierte, mit zwei Michelin-Sternen ausgestattete Starkoch Sergi Arola soll dem Restaurant des W Verbier mit modern interpretierter spanischer Küche eine besondere Note verleihen.

www.wverbier.com

www.wverbierresidences.com



Auch ganz unten gibt's viel zu entdecken!

Was viele gar nicht wissen ist, dass die Schweiz nicht nur an den Bergen und Hängen viel anzubieten hat, sondern auch eine Vielzahl von atemberaubenden Höhlen und Grotten, bei denen es sich lohnt, einmal hinabzusteigen und die Möglichkeiten für Teambuildings, Incentives und Events in Augenschein zu nehmen. Ein Tipp: Die Höhlentour in Muotathal ist ein echtes Abenteuer; wer hier ohne Guide abtaucht, geht schnell verloren. Mit 190 Kilometern belegt das Hölloch Platz Vier auf der internationalen Höhlenskala. Da würde Bergbauer Alois Ulrich staunen, der 1875 mitten in der Muotataler Karstlandschaft den ersten Eingang fand und sich im Bauch des Berges umzusehen begann. Heute begleiten professionelle Führer die Besucher sicher vom Hölloch-Zentrum bei Muotathal ob Schwyz in die sechs Grad kalte Unterwelt mit ihren fantastischen Felsgebilden, Versteinerungen und Hallen.

www.trekking.ch

nächste SuisseEMEX steht auch bereits fest – am 26.-28. August 2014 werden sich die Tore der Messe Zürich wieder fürs interessierte Fachpublikum öffnen.

www.suisse-emex.ch

Winter-Highlights aus St. Moritz

Die Region Engadin St. Moritz bietet ihren Gästen bereits zum zweiten Mal das Angebot „Hotel Skipass inklusive“ an. Gäste, die mehr als eine Nacht in einem der über 100 teilnehmenden Hotels verbringen, erhalten den Skipass für die Dauer ihres Aufenthalts für 25 Schweizer Franken pro Person und Tag. Das Angebot gilt während der Wintersaison bis zum 25. Mai 2014. Spannend wird es auf der Lagalb in Pontresina – hier befindet sich mit der „Minor Piste“ die steilste Abfahrt in Graubünden. 86 Prozent Gefälle sorgen für den entsprechenden Adrenalin-Kick. Ein weiteres Highlight ist die sieben (!) Meter hohe Halfpipe bei der Mittelstation Murtél am Corvatsch. Und wer Entspannung sucht, dem sei die erste Yoga-Piste der Welt auf der Corviglia empfohlen.

www.engadin.stmoritz.ch/yoga-on-snow

Offen für neue Eventideen

Der Inspiration Market findet auch in 2014 in fünf verschiedenen Schweizer Städten seine Fortsetzung. Pro Stadt präsentieren sich auf einer Bühne jeweils 25 Anbieter mittels kurzer Präsentationen, so genannter Slams. An den Inspiration-Market-Runden in Zürich (4.2.), Bern (21.01.), Luzern (30.01.), Basel (4.3.) und Rorschach (20.02.) präsentieren die rund 25 Anbieter im 2-Minuten-Takt und unter dem Motto „Shopping Store für neue Eventideen“ ihre Angebote und Dienstleistungen. So können eingeladene Veranstaltungsplaner in einem erlebnisreichen Rahmen möglichst schnell attraktive Ideen und persönliche Kontakte mit Dienstleistern aus der Eventbranche sammeln.

www.celebrationpoint.ch



Das Fondue Iglu ist ein Erlebnis.

Quelle Foto: fondue-iglu.ch

SuisseEMEX zeigt die Zukunft

Ewa Ming hat es wieder geschafft – rund 11.500 Fachbesucher zählte die größte Marketing- und Kommunikationsmesse an den drei Veranstaltungstagen im August. Das neue Format des digitalen Klassenzimmers überzeugte das Fachpublikum: Anbieter wie Canon und Namics zeigten in rustikalem Schulambiente die neuesten Trends der Werbebranche und erläuterten digitale Welten anhand von crossmedialen Case-Studies. Als Besuchermagnet erwies sich einmal mehr das Kongressprogramm mit über 80 Referenten – verteilt auf vier Bühnen. Das Datum für die

Ein Fondue im Rieseniglu

Iglubau ist immer ein Abenteuer. Die Bauweise? Große Ballons werden mit Luft gefüllt und dann mit Schnee zugeschüttet. Ist der Ballon entfernt, bleibt die Igluhülle aus Schnee zurück. Rund 200 Kubikmeter Schnee werden dann von Hand beim Innenausbau entfernt. Das Iglu liegt rund 200 m neben der Bergstation der Luftseilbahn direkt neben dem Berghotel Engstligenalp – also auch für Nichtalpinisten gefahrlos erreichbar. In diesem Jahr wird es 200 Sitzplätze in 8 miteinander verbundenen Iglu geben.

www.fondue-iglu.ch

„Die Vielfalt macht die **Stadt und Region**“

Martin Sturzenegger war seit 2010 Leiter Vertrieb und Marketing und Mitglied der Geschäftsleitung bei der Rhätischen Bahn (RhB). Seit dem 1. April 2013 ist er nun Direktor von Zürich Tourismus und zieht ein erstes Fazit aus den ersten acht Monaten seiner Tätigkeit.



Martin Sturzenegger.
Quelle Foto: Zürich Tourismus

C.I.: *Herr Sturzenegger, trotz früherer Arbeitsstätten in Bern und Chur sind Sie Zürich immer treu geblieben und gependelt. Derzeit wohnen Sie in Zürich – nur einen Steinwurf von der Badi Letten entfernt. Was sind die Dinge, die Sie an Ihrer Geburtsstadt besonders lieben?*

M.S.: Zürich vereint das Urbane, die Kultur und die Natur. In welcher anderen Stadt kann ich überall in 15 Minuten in der Natur sein und eine Bratwurst brutzeln?

C.I.: *Welche Zwischenbilanz ziehen Sie aus den ersten acht Monaten Ihrer Arbeit als Tourismusdirektor?*

M.S.: Diese erwähnte Vielfalt der Stadt und der Region macht die Region so begehrenswert zum Leben – was sich in verschiedenen Indizes widerspiegelt. Das Marketing lebt aber von der Zuspitzung und hier müssen wir unser Profil weiterhin schärfen. Ansonsten habe ich die Zusammenarbeit mit den vielen verschiedenen Interessengruppen und insbesondere den Hoteliers wirklich schätzen gelernt.

C.I.: *Die Übernachtungskapazitäten in Zürich steigen – insbesondere am Flughafen werden mit dem „Circle“ ehrgeizige Pläne umgesetzt. Auf welche Zielmärkte konzentrieren Sie sich in den kommenden Jahren?*

M.S.: Ich begrüße es, dass das Bettenangebot in Zürich wächst. Letztes Jahr eröffnete das 25 Hours Hotel in Zürich-West. Dieses Jahr wird im Oktober das »Holiday Inn

Express« in Affoltern am Albis die ersten Gäste empfangen. 2014 sollen das »Dorint« am Flughafen Zürich und das »Sheraton« in Zürich-West fertig sein. 2015 folgt das »Kameha Grand Zürich« im Glattpark, samt Konferenzräumlichkeiten für bis zu 960 Personen.

Zürich Tourismus bearbeitet im MICE-Bereich seit Jahren die Kernmärkte Schweiz, Deutschland, die USA, Großbritannien und neuerdings auch Indien, China und die nordischen Staaten Europas. In einigen dieser Märkte liegt großes Potenzial brach, das mit den größeren Übernachtungskapazitäten und Projekten wie »The Circle« unter Umständen besser ausgeschöpft werden kann.

C.I.: *Im Leisure-Bereich sind vor allem China, Brasilien, Russland und die Golfstaaten stark im Kommen. Wo sehen Sie das zukünftige Wachstum für den MICE-Sektor?*

M. S.: Aus China, Indien und den Golfstaaten kommen vermehrt neue Interessenten nach Zürich, die nicht nur auf der Suche nach Meeting-Möglichkeiten sind, sondern vielmehr das Incentive-Geschäft in Zürich ankurbeln. Es ist zu erwarten, dass Incentive-Reisen künftig eine größere Rolle spielen werden. Im klassischen Meeting-Bereich sind für Zürich Tourismus neben dem Heimmarkt die Märkte Deutschland und die USA sehr wichtig.

C.I.: *Wie positioniert sich Zürich im Bereich Nachhaltigkeit / Green Meetings?*

Zürich so begehrenswert zum Leben“

M.S.: Zürich Tourismus wurde 2010 zur ersten klimaneutralen Tourismusorganisation der Schweiz und leistet einen wichtigen Beitrag zur 2.000-Watt-Gesellschaft. Zürich Tourismus kompensiert den CO₂-Ausstoss als Gesamtorganisation mit myclimate und unterstützt gleichzeitig die YES-Kurse, ein globales Studierenden-Netzwerk zum Thema Nachhaltigkeit. Die Kriterien zum Umweltmanagement werden außerdem im Rahmen der ISO-Zertifizierungen 9001 und 14001 überprüft, denen sich Zürich Tourismus verpflichtet hat.

Zürich Tourismus arbeitet in diesem Zusammenhang auch mit den Zürcher Hoteliers zusammen und positioniert Zürich als umweltbewusste Destination. So wird beispielsweise auf die Verwendung von regionalen Produkten sowohl im Individual- als auch im Kongresstourismus Wert gelegt. Dazu gehört etwa das Projekt »fair und regional«, an dem bisher 55 Hotels beteiligt sind. Zudem hat der Gast, der ein Hotel über Zürich Tourismus bucht, die Möglichkeit, den CO₂-Ausstoß seiner Hotelübernachtung durch die Bezahlung eines kleinen Betrags zu kompensieren. Dieser Betrag liegt je nach Hotel und Sternekategorie zwischen 20 Rappen und CHF 1.90 pro Übernachtung. Die Bezahlung des Kompensationsbetrags ist für den Gast freiwillig.

Das Hotel Courtyard Zürich North geht noch einen Schritt weiter und bietet seit 2011 das »myclimate Cli-

mate Package« an. Dieses Engagement umfasst die Zusammenarbeit mit der Quartierbevölkerung zur messbaren Reduktion von CO₂-Emissionen und die Unterstützung eines malawischen Klimaschutzprojektes. Für dieses Engagement wurde das Courtyard Zürich North 2012 mit dem MILESTONE Tourismuspreis Schweiz gewürdigt, dem wichtigsten Umwelt-Award des Landes.

Auch im MICE-Bereich haben Interessierte die Möglichkeit, grüne Angebote zu buchen. Verschiedene Locations und Unterkünfte zeichnen sich durch unterschiedlichste Zertifizierungen und Angebote aus. Das Convention Bureau von Zürich Tourismus ist bestrebt, nachhaltige Angebote zu fördern und auf Anfrage

spezifisch zu vermitteln. Ein Beispiel ist die Umwelt Arena in Spreitenbach, die auf mehreren Stockwerken Meetingräume und eine große Halle anbietet. Das nachhaltige Konzept der Umwelt Arena umfasst unter anderem eine Photovoltaik-Anlage auf dem

Dach, die eine Fläche von rund 20 Tennisfeldern umfasst. Eine dauerhafte Ausstellung sowie Seminare sollen Themen wie Nachhaltigkeit und Umwelttechnik zusätzlich beleuchten.

C.I.: *Thema Kongresszentrum: Welche Optionen gibt es, nachdem nun ein Neubau vom Tisch zu sein scheint?*

M.S.: Auch ohne Kongresszentrum ist Zürich ein attraktiver Business-Standort. Für mittelgroße Meetings

und Kongresse mit bis zu 700 Teilnehmern ist Zürich dank moderner Infrastruktur, abwechslungsreichem Angebot, großen Hotelkapazitäten und den kurzen Wegen bestens geeignet.

Zürich liegt im Herzen Europas und im Zentrum der Deutschschweiz. Vom Flughafen Zürich ist man in zehn Minuten im Stadtzentrum dank der guten nationalen Infrastruktur schnell in anderen Schweizer Städten oder nahen Metropolen wie Mailand oder München. In der Stadt Zürich konzentrieren sich eine Vielzahl innovativer Locations und ein großes Freizeitangebot auf kleinstem Raum. Diese Kombination macht den MICE-Standort Zürich aus und wird auch in Zukunft im Wettbewerb um Meetings und Kongresse von großer Bedeutung sein.

C.I.: *Insbesondere Unternehmen aus der EU versuchen bei der Wahl des Veranstaltungsorts Kosten zu sparen. Welche Argumente führen Sie im Wettbewerb an, um internationale Player trotz höherer Kosten nach Zürich zu ziehen?*

M.S.: Die Stadt Zürich gilt weltweit als qualitativ hochstehende Stadt, die als zuverlässig, sauber, sicher und vielfältig wahrgenommen wird, dementsprechend gestalten sich die Preise. Weit wichtiger als der Preis ist nach wie vor ein gutes Angebot. Unternehmen suchen das Besondere und schätzen in Zürich das große Angebot auf kleinem Raum und die bestens funktionierende Infrastruktur.

C.I.: *Herr Sturzenegger, wir danken Ihnen für das Gespräch.*

» Zürich Tourismus wurde 2010 zur ersten klimaneutralen Tourismusorganisation der Schweiz und leistet einen wichtigen Beitrag zur 2.000-Watt-Gesellschaft. «



PORTUGALS SCHÖNE UNBEKANNTE SEITE

Von Bernhard Brügger

PORTUGAL-REISENDE haben entweder die Hauptstadt Lissabon oder den Strand der Algarve als Ziel auserkoren. Doch exakt dazwischen liegt eine Region, die fasziniert mit ihrer Ursprünglichkeit, ihrem Charme und ihrer Geschichte: Für stressgeplagte Großstädter hält die Provinz Alentejo ungeahnte Ressourcen bereit.



Wer hat noch nicht davon geträumt, seine Veranstaltung in einer Burg, einem Schloss oder einem ehemaligen Kloster zu realisieren? Und wenn sich hinter den historischen Mauern auch noch die dazugehörigen Hotelzimmer befinden, handelt es sich in der Regel um einen echten Glücksfall. Nicht so in der Region Alentejo: Hier gibt es gleich eine ganze Reihe geschichtsträchtiger Orte, in denen portugiesische Gastfreundschaft großgeschrieben wird. Neun von insgesamt 34 Pousada-Hotels, die zur Pestana-Gruppe gehören, sind in der größten Provinz Portugals präsent. Mit viel Liebe zum Detail wurden die historischen Mauern umgestaltet und den Erfordernissen der gehobenen Hotellerie angepasst.

www.pousadas.pt / www.pestana.com

Ganz im Norden vom Alentejo liegt die Hafenstadt Setúbal mit der Pousada Sao Filipe. Der Herrschaftssitz aus dem 17. Jahrhundert wurde stilvoll und detailgetreu zum Hotel verwandelt. Mit seinen 16 Zimmern ist das Hotel vor allem für Meetings und

Workshops interessant. Die Berglage eröffnet einen traumhaften Ausblick auf Stadt und Hafen sowie auf das breite Mündungsgebiet des Sado.

Lohnend sind Ausflüge in den Nationalpark Arrábida oder mit dem Speedboot zur Halbinsel Troia. Die schmale Landzunge legt sich schützend um das weitläufige Mündungsdelta und hält einige Überraschungen bereit. Zwischen ihren Dünenlandschaften finden sich die antiken Ruinen von Cetobriga, einer römischen Siedlung, die hier bis zur Mitte des vierten Jahrhunderts dominierte. Die archäologischen Grabungen brachten neben Wohngebäuden auch Therme, Nekropolen und zwei Fischderivatfabriken ans Tageslicht. Hier wurde Garum, eine im Altertum weit verbreitete würzige Fischpaste, produziert. Die Bewohner ernährten sich darüber hinaus von Getreide, Olivenöl und Wein. Diese traditionsreichen Produkte haben übrigens auch in der Gegenwart nichts von ihrer Attraktivität eingebüßt, wie Besucher im Laufe ihrer Reise erfahren werden.



400 Weinfässer lagern im Keller der Herdade da Malhadinha Nova

„Dolphin-Watching“ in der Sado-Bucht

Das Naturreservat an der Küste ist aber auch aus einem anderen Grund ein lohnendes Ziel – so lassen sich hier ausgezeichnete Wasservögel und vor allem Delfine beobachten. Die beliebten Meeressäuger finden in den fischreichen Gewässern eine ausgezeichnete Nahrungsgrundlage. Zweieinhalbstündige Bootstouren durch die Bucht von Setúbal und Arrábida lassen sich unter anderem ab der Marina Troia organisieren. www.rotasdosal.pt

Apropos Fisch: Brasse, Barsch und Barbe gehören im Alentejo zur regionaltypischen Küche und werden frisch gegrillt serviert. Dazu kommen Pasten und Tapas aus Meeresfrüchten auf den Tisch. Lohnend ist der Besuch eines der Fischrestaurants am Küstenstreifen – zum Beispiel „Pedra da Casca“ am Strand von Vierinha. Zuvor sollte man einige Kilometer die unberührte Weite des wildromantischen Atlantikstrands genießen. Zwischen Porto Covo und Vierinha trifft man meist nur ein paar Angler, die ihre Rute beharrlich gegen die kräftige Brandung auswerfen.

Über insgesamt 165 Kilometer erstreckt sich die Küste im Alentejo. Im Norden dominieren die sich endlos ziehenden, dünenbesetzten Sandstrände, während sich im Süden einsame Buchten und die Steilküste entdecken lassen. Alentejo ist nicht nur die größte, sondern zugleich auch die dünnstbesiedelte Provinz Portugals. Und genau darin liegt der Reiz für Businessgäste: Entschleunigen und sich auf die wesentlichen Dinge besinnen – hier kann’s gelingen.

Die Toskana Portugals

Genauso reizvoll wie die Küste Alentejos ist das Landesinnere: Zu Recht genießt die Region auch den Ruf als die Toskana Portugals. Die weiten Ebenen mit Olivenbäumen und Korkeichen sowie die exzellenten Weingüter sprechen für sich. Dazu zählt unter anderem die „Herdade da Malhadinha Nova“ in Albernoa, ein 450 Hektar großer Familienbetrieb tief im Süden der Region, der hochwertige regionale Produkte erzeugt. Immerhin 400.000 Liter Wein im Jahr sind die Ausbeute der Lese, die in der Morgendämmerung zwischen vier und elf Uhr stattfindet. 400 Fässer gefüllt mit jeweils 225 Litern unterschiedlichster Rebsorten lagern im Weinkeller des Guts. Lediglich Sekt und Likörwein gehören nicht zum Produktportfolio, da die Konzessionen hierfür vom Staat strikt getrennt werden. Dafür aber gibt es hier ein besonders aromatisches Olivenöl, das sich bei den Weinproben als ideale Ergänzung zum Brot erweist.

Auch Pferdefreunde kommen auf ihre Kosten: Neun Hengste und acht Stuten finden auf dem Weingut ihre Heimat. Im Jahr 2008 wurde außerdem ein Boutique-Hotel eröffnet, das für kleinere Gruppen prädestiniert ist. Das Gut verfügt mit Alexandra

Bobone über eine sachkundige Wein-Tourismusmanagerin.

www.malhadinhanova.pt

Wer einer Weinlese im Mondschein beiwohnen möchte, der ist auf dem Weingut „Encostas de Estremoz“ an der richtigen Adresse. Aus der früheren Tradition der singenden Landarbeiter heraus ist an dem Ort ein gemischter Chor entstanden, der seit Jahren jedem Wein-Event einen besonderen Rahmen verleiht. Klassische regionale Küche – zum Beispiel einen leckeren Fischauflauf – kredenzt die Restaurantküche des Weinguts.

www.encostasdeestremoz.com



Die Region Alentejo gilt als die Toskana Portugals

Das Weingut „Monte da Ravasqueira“ – kurz MR – nördlich der Kleinstadt Arraiolos bietet nicht nur edle Tropfen: Es beheimatet auch eine bedeutende Kutschen- und Droschkensammlung, die im Museum auf dem Gut besichtigt werden kann. Ein gut ausgestatteter Tagungsraum komplettiert das Angebot. Das 66 Hektar große Anwesen produziert nach Angaben des Touris-



Dinner mit Weinprobe und musikalischem Rahmen in der Encostas de Estremoz: Der Chor bleibt in Erinnerung

➤ Ausflug ins UNESCO-Weltkulturerbe

Évora, die 50.000 Einwohner zählende Distrikthauptstadt von Alentejo, erzählt eine einzigartige authentische Geschichte vom Altertum bis in die Neuzeit hinein. 1986 ist die Stadt in den erlauchten Kreis der UNESCO-Weltkulturerbestätten aufgenommen worden. Eine Führung sollte man sich nicht entgehen lassen. Sehenswert sind der Diana-Tempel und das Aquädukt aus römischer Zeit sowie die Kathedrale und die Kapelle der Knochen aus dem Mittelalter.

tikrepräsentanten Tiago Correia jährlich 700.000 Flaschen Wein, von denen 52 Prozent in den Export gehen.

www.ravasqueira.com

Teambuilding auf Europas größtem Stausee

Ganz im Südosten an der Grenze zu Spanien befindet sich der Staudamm von Alqueva. Auf einer Fläche von 250 qkm hält er das Wasser des Flusses Guadiana zurück. Alqueva ist damit der größte künstliche See in Europa. Mit seiner 96 Meter hohen Staumauer wurde der Staudamm nach nur vier Jahren Bauzeit im Jahr 2002 fertiggestellt. Neben der Energieproduktion erfüllt der Stausee auch eine wichtige Aufgabe zur Bewässerung. 115.000 Hektar



Live-Cooking-Wettkampf im Restaurant Sem-Fim: Wer würzt die Fischsuppe besser?

Nutzflächen werden über ein 2.000 km langes Leitungsnetz versorgt. Eine zentrale Bedeutung liegt zudem in der touristischen Erschließung. Die Agentur *break! Momentos Fantasticos* offeriert zum Beispiel Teambuildings auf Hausbooten. Hier können die Gruppenmitglieder ihr Geschick in der Navigation zu Wasser erproben und parallel dazu im Rahmen einer Schnitzeljagd schnellstmöglich Aufgaben lösen.

www.amieiramarina.com / www.gescruzeiros.com / www.momentosfantasticos.com

Die alte Ölpressen ist heute ein Restaurant

Wie aufwändig die Herstellung des wertvollen kaltgepressten Olivenöls war, erfahren Besuchergruppen der alten Ölpressen von Sem-Fim im kleinen Dorf Monsarez. Zwischen den historischen Produktionsanlagen hat Tiago Kalisvaart sein Restaurant harmonisch eingefügt. Besuchergruppen haben die Möglichkeit, sich beim Live-Cooking zu messen: Geschwindigkeit und Geschmack zählen zum Beispiel, wenn es darum geht, den Sud für eine Fischsuppe herzustellen. Der Restaurantbesitzer ist übrigens auch ein Kunstfreund und hat in den Nebenräumen eine kleine Galerie auf-

gebaut, durch die er seine Gäste gern persönlich führt.

www.sem-fim.com

Luxus-Hotellerie hinter ehemaligen Klostermauern

Das ehemalige Kloster Chagas de Cristo im Herzen von Vila Vicosa wurde im Jahr 1996 als Pousada Hotel eröffnet. Der vierte Herzog von Braganca, D. Jaim, ließ das Gebäude im 16. Jahrhundert als Pantheon für die weiblichen Familienmitglieder errichten. Da den Töchtern des Herzogs aus zweiter Ehe eine standesgemäße Heirat verwehrt blieb, diente ihnen

das königliche Kloster als Wohnstätte. Zahlreiche Fresken im Haus zeugen vom Werk der portugiesischen Malerin und Dichterin Cecilia de Espirito Santo, die ihr Gelübde ablegte und hier bis 1723 ihren Lebensabend verbrachte. Nach unterschiedlichen Themen wurden die 32 Zimmer und sieben Suiten gestaltet. Fünf Tagungsräume mit bis zu 124 qm Fläche schaffen einen optimalen Rahmen für Veranstaltungen. Die Innenhöfe mit Orangenbäumen und Arkadengängen tauchen das Haus in stimmungsvolles mediterranes Ambiente. Noch einige Jahrhunderte älter ist die Pousada Sao Francisco in Beja. Das ehemalige Franziskanerkloster stammt aus dem 13. Jahrhundert. Das gotische Bauwerk mit seinen imposanten Decken entfaltet beim Besucher noch heute eine beeindruckende Wirkung. 35 Zimmer sowie vier Tagungsräume zwischen 93 und 418 qm Größe stehen zur Verfügung. In beiden ehemaligen Klöstern ist die Symbiose zwischen Tradition und Moderne gelungen: Der Lift, der die Gäste in die erste Etage bringt, und der Außenpool wurden dezent in den Hotelbetrieb eingebracht.

www.pousadas.pt / www.pestana.com



Orangenbäume säumen den Innenhof der Pousada D. Joao IV in Vila Vicosa

Zahlen & Fakten

- **Von Deutschland aus** erreicht man Lissabon mit den Airlines TAP, Lufthansa und Condor innerhalb von drei bis dreieinhalb Stunden Flugzeit. Der kurze Transfer in die Nachbarregion erfolgt mit dem Bus.
- Der **Alentejo** beheimatet das größte Weinbaugebiet Portugals.
- Die Region ist bekannt für ihre Korkeichenhaine und Marmorsteinbrüche. Als besonders schöne **Marmorstädte** gelten Estremoz, Vila Viçosa und Borba wegen ihrer üppigen Ausstattung mit dem Naturbaustoff.

www.visitalentejo.pt/de

Maßgeschneiderte Pakete von der AIM GROUP International

Maßgeschneiderte Pakete für Portugal und die Region Alentejo schnürt die AIM GROUP International. Das Unternehmen ist seit über 50 Jahren mit inzwischen 13 internationalen Büros auf Geschäftsreisen und Veranstaltungen spezialisiert. Das Team Portugal hat sein Büro seit 1997 in der Hauptstadt Lissabon. Gegründet wurde es von der gebürtigen Wienerin Susanna Tocca, die seither auch als Geschäftsführerin an der Spitze steht. Unter dem neuen Slogan „Follow our sun“ steht die AIM GROUP International für maximale Business-Standards unter südlicher Sonne. Kurzum: Arbeiten, wo andere Urlaub machen!

www.followoursun.eu / www.aimgroupinternational.com

■ Einfacher lernen mit papagei

Weiterbildung ist das A und O – insbesondere, wenn es sich um Fremdsprachen handelt. Eine Empfehlung der Redaktion ist das Videosprachlernportal papagei.com. Mit dem Lernprogramm lassen sich Fremdsprachen noch leichter, schneller und effektiver erlernen. Basierend auf neurowissenschaftlichen Erkenntnissen für erfolgreiches Lernen verwandelt papagei.com Original-Videos, Berichte, unternehmenseigene Videos und Filme in interaktive Video-Sprachkurse. Durch Schauen von Videos, Hören der Originalsprache und Lesen der Untertitel verbessern Teilnehmer ihre Sprachkenntnisse intuitiv. Interaktive Übungen sollen Aussprache, Sprachverständnis, Grammatik, Wortschatz und Tests schnell und effektiv im Langzeitgedächtnis verankern. Das Unternehmen ist TÜV-zertifiziert (ISO 9001:2008) und wurde im Februar mit dem Deutschen Bildungspreis „digita 2013“ ausgezeichnet.

www.papagei.com

■ CONFACT: Personalisierte Interaktion auf Events, Konferenzen und Messen



Mit **CONFACT** bietet die Stuttgarter Firma numeo verschiedene und sehr individuelle Möglichkeiten, eine Tagung, einen Kongress oder auch eine Messe interaktiv zu gestalten und die Teilnehmer aktiv in die Veranstaltung einzubinden.

Dazu erhält jeder Besucher für die Dauer der Veranstaltung eine App auf sein iPad, iPhone oder seinen iPod touch oder aber ein Tablet, das numeo zur Verfügung stellt. CONFACT ermöglicht den direkten Austausch der Teilnehmer mit dem Veranstalter und auch untereinander sowie die intensive Zusammenarbeit in Kleingruppen.

Auch das Corporate Design des Kunden kann angepasst werden. Über die Sprachauswahl stellen sich die Systemeinstellungen auf die gewünschte Sprache ein und zeigen die richtigen Inhalte. Zu den einzelnen Modulen gehören zum Beispiel die Tweetwall, auf der Messaging, bei dem die Teilnehmer sich direkt und in Echtzeit persönliche Nachrichten schicken, und die Community, wo ähnlich wie in den Social Media die Tweets anderer Teilnehmer positiv bewertet und kommentiert werden. Das aus sozialen Netzwerken bekannte Feature ist ein Leistungsmerkmal, das kein anderer Wettbewerber bieten kann.

Darüber hinaus bietet CONFACT ein Voting in Echtzeit sowie ein Q&A-Modul mit der Möglichkeit, live – und auf Wunsch auch anonym – Fragen an die Referenten zu stellen.

Und schließlich bietet das Modul Evaluation den Teilnehmern die Gelegenheit, abschließend eine Rückmeldung zur Veranstaltung zu geben. Mit dem QR-Code-Reader können unterschiedlichste weiterführende Informationen wie Dokumente, Fotos, Filme oder auch weiterführende Links zu anderen Micro-Seiten aufgerufen werden. Ebenso möglich sind die Anzeige der Agenda und das Einbinden von Medien wie Schulungsunterlagen, Filmen oder Fotos. Diese können vom Nutzer selektiert und über eine Bestellfunktion angefordert werden. Darüber hinaus bietet eine Notizfunktion die Möglichkeit, sich selbst bei Leihstellung der Geräte eigene Notizen automatisiert zusenden zu lassen.

Bei einer Gruppenarbeit kann das Unternehmen sehr flexibel auf die Wünsche des Kunden reagieren und individuelle Anpassungen vornehmen. Hierbei können die Teilnehmer einer Veranstaltung nicht nur gemeinsam im Plenum, sondern auch in einzelnen Workshops miteinander kommunizieren. Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, entweder selbst einen der angebotenen Workshops auszuwählen, oder sie werden vom Veranstalter in verschiedene Gruppen eingeteilt. Obwohl die Workshops nicht zeitgleich ablaufen müssen, sondern sogar zeitversetzt stattfinden können, ermöglicht CONFACT den Teilnehmern, sich an gemeinsamen Abstimmungen, Q&A etc. zu beteiligen. Schließlich können die Ergebnisse der einzelnen Workshops auch im Plenum vorgestellt und diskutiert werden.

www.numeo.de

Anzeige

UNESCO-WELTERBE ZOLLVEREIN

EIN ORT DER INSPIRATIONEN

100 ha Industriekultur / 14.000 m² Veranstaltungsfläche / 40 Räume, Hallen und Gebäude / 8 Anbieter

Kontakt:
Stiftung Zollverein
Veranstaltungsmanagement
+49 201 246 81-355
locations@zollverein.de
www.zollverein.de/eventlocation

STIFTUNG ZOLLVEREIN

www.zollverein.de

UNESCO-WELTERBE ZOLLVEREIN
UNESCO-WELTERBE ZOLLVEREIN
UNESCO-WELTERBE ZOLLVEREIN

Neuer Hotspot im Allgäu: bigBOX Hotel Kempten



Die neue Lounge-Bar topSEVEN des bigBOX Hotels in Kempten. Foto: Thomas Jäckle

Nach rund 17 Monaten Bauzeit war es so weit: Das bigBOX Hotel in Kempten mit direktem Anschluss an die bigBOX Allgäu öffnete im Oktober seine Türen. Die offizielle Eröffnungsfeier des bigBOX Hotels fand mit geladenen Gästen am 7. November statt.

Noch im Mai dieses Jahres wurde mit Jürgen T. Böck der Hoteldirektor des bigBOX Hotels gefunden. Das bigBOX Hotel verfügt über 124 moderne, klimatisierte Zimmer – davon 53 Einzel- und 71 Doppelzimmer – die alle mit Bad kostenfreiem

W-LAN, Sat-TV sowie Video on Demand und einem Safe ausgestattet sind.

Das hoteleigene Restaurant musics mit angeschlossener Bar, ein Fitnessbereich sowie die gemütliche, exklusiv den Hotelgästen und Tagungsteilnehmern vorbehaltene Lounge-Bar topSEVEN auf der Dachterrasse mit Ausblick auf die Allgäuer Alpen Alpenpanorama runden das Konzept ab. Hoteldirektor Jürgen T. Böck dazu: „Die Dachterrasse ermöglicht einen atemberaubenden Blick über

Kempten bis zu den Allgäuer Alpen – die ideale Kulisse beispielsweise für Firmenfeiern.“ Gemeinsam mit der bigBOX Allgäu verfügt das Hotel über einen großen Kongress- und Seminarbereich mit 15 variablen Raumgrößen (43 bis 2700 qm) und einer Kapazität von rund 3.800 Teilnehmern. Eine Messefläche von 2500 qm für Messen und Präsentationen steht ebenfalls zur Verfügung.

Alle Tagungsräume – auch die in der bigBOX Allgäu selbst – sind vom Hotel aus direkt über einen Verbindungssteg erreichbar. „Wir bieten Räume für nahezu jede Veranstaltung – von Tagungen, Seminaren und Konferenzen über Messen und Galas bis hin zu Firmenfeiern und Pressekonferenzen. Doch nicht nur für Tagungsgäste eignet sich das bigBOX Hotel als Ort zum Übernachten“, sagt Hoteldirektor Jürgen T. Böck. Auch für Geschäfts-



Außenansicht. Quelle Foto: bigBOX Hotel

Certified Star Award: Zweiter Platz für Hotel Vier Jahreszeiten Starnberg

In diesem Jahr konnte das Hotel Vier Jahreszeiten Starnberg beim Certified Star-Award des Verband Deutsches ReiseManagement e.V. (VDR) gleich drei Auszeichnungen mit nach Starnberg nehmen. In der Kategorie Certified Business Hotel® ging der 2. Platz an das Tagungshotel vor den Toren Münchens. Darüber hinaus schaffte es das Hotel unter die Top 15 der Certified Conference Hotel® und konnte sich damit als eines der drei besten Häuser in Süddeutschland behaupten. Zusätzlich wurde das Hotel Vier Jahreszeiten Starnberg für das „Beste Konzept in der Nachhaltigkeitskommunikation“ geehrt. Dieser Sonderpreis wurde unter allen deutschen Certified Green Hotels® ausgeschrieben und ehrt Ideenreichtum und Aktivitäten der Nachhaltigkeitskommunikation gegenüber Gästen, Tagungsteilnehmern und Lieferanten. www.vier-jahreszeiten-starnberg.de

reisende und Urlauber bietet das Hotel mit seiner zentralen Lage den idealen Ausgangspunkt für alle Unternehmungen in Kempten und im Allgäu. Die Veranstaltungslocation bigBOX Allgäu feiert in diesem Jahr ihren zehnten Geburtstag. Rund 1,6 Millionen Gäste besuchten einen der über 1.700 Events, die in den vergangenen Jahren stattfanden. Die bigBOX Allgäu wurde 2013 mit dem PRG Live Entertainment Award (LEA) in der Kategorie „Beste Halle/Arena des Jahres“ ausgezeichnet. (tj) www.bigboxhotel.de

■ Bachmair Weissach eröffnet **größte Eventarena** Südbayerns



Eröffnungsveranstaltung in der neuen Bachmair Weissach Arena. Foto: Thomas Jäckle

Die Region Tegernsee bietet einen sehr hohen Freizeitwert – und nicht nur das. Vor zwei Jahren war bekannt geworden, dass Korbinian Kohler neben seinem Hotel Bachmair Weissach (146 Zimmer und Suiten) in der ehemaligen Tennishalle des TC Weissach eine Eventarena plante. Die mit Abstand größte Eventlocation im

bayerischen Alpenraum empfiehlt sich besonders für Tagungen, Messen, Kongresse sowie Automobilpräsentationen. Sie bietet Platz für bis zu 1.100 Personen – mit einer Ausnahmegenehmigung sind sogar bis zu 2.000 Gäste möglich. Die Eröffnung am 9. November mit 560 geladenen Gästen war dabei nur ein weiterer

Schritt auf dem Weg des Hoteliers. Viele Gäste aus dem Tegernseer Tal waren zur Eröffnung gekommen. Unter ihnen auch Klaus-Dieter Graf von Moltke vom Parkhotel Egerner Höfe oder Christian Harisch vom Lanserhof.

Das Designhotel Bachmair Weissach besticht heute mit dezentem Luxus und moderner Eleganz – und mit einer besonderen bayerischen Note. Als Branchenfremder musste der gebürtige Tegernseer die Aufgaben eines Hoteliers erst einmal erlernen. Kohler bezeichnet sich selbst als detailversessen und hat eine Vorliebe für die Farbe Orange, die sich in vielen Akzenten der Inneneinrichtung des Hotels und selbst auf den Schürzen der Mitarbeiterinnen wiederfindet. Er freut sich besonders, wenn Gäste die Details erkennen. „Was mich antreibt, ist das perfekte Hotel zu machen, sowohl was Ästhetik als auch den Service angeht“, betont Kohler.

Seine Pläne für die Zukunft: Falls es seine Zeit einmal erlaubt, möchte der vierfache Familienvater den Flugschein machen und einmal mit dem Zug von Gmund nach Peking reisen.

www.bachmair-weissach.com

■ Hard Rock investiert in MICE-Bereich

Die Restaurantkette Hard Rock International eröffnete am 2. November in Nizza nach Paris das zweite Hard Rock Café in Frankreich. Nizzas Bürgermeister Christian Estrosi war sichtlich stolz, dass sich das amerikanische Unternehmen für seine Stadt als Standort entschieden hat. Für dieses Vertrauen bedankte er sich bei Fred Thimm, Vice President von Hard Rock Café International. Mit den Worten «Ich erkläre das Hard Rock Café für eröffnet!» zertrümmerte Estrosi anschließend medienwirksam eine E-Gitarre. Geleitet an der berühmten Strandpromenade Promenade des Anglais erstreckt sich das Hard Rock Café Nizza über zwei Etagen mit Platz für bis zu 330 Gäste bei Events und 200 im regulären Restaurantbetrieb. Die Terrasse bietet bis zu 30 Personen einen einzigartigen Blick auf das Mittelmeer. Hard Rock reagiert auf den wachsenden Messe-Markt in Nizza und bietet das Café neben Gruppenbuchungen auch für Firmen-Events oder geschlossene private Feiern an. Neben Nizza und den deutschen Cafés in Berlin, München

und Köln sind auch die anderen europäischen Cafés im MICE-Segment aktiv. Alle Cafés können als Eventlocation exklusiv angemietet werden, viele sind bereits mit einer eingebauten Bühne, PA und Equipment für Livemusik ausgestattet. Präsentationen, Trailer oder Filme werden über die in den Cafés installierten Plasma-Bildschirme und das Lautsprechersystem optimal dargestellt. Neben den für das Hard Rock Café typischen Gerichten besteht die Möglichkeit, auch Fingerfood, Flying Buffets oder individuelles Catering wie Kohlrouladen, Sushi oder Cake-Pops und Pralinen zu ordern. Auch Merchandi-



Quelle Foto: Hard Rock International

se-Artikel mit Co-Branding sind möglich – auch gibt es die Möglichkeit, Einladungen zu Veranstaltungen zusammen mit einem individuellen Pin zu versenden. www.hardrock.com

Rundes Jubiläum für access



Christian Mutschlechner, Präsident Austria Convention Bureau, und Dr. Petra Stolba, GF Österreich Werbung. © Foto Husar

10 Jahre access – 10 Jahre Netzwerken, Erfahrungstausch, Erörtern von neuen Trends. Die wichtigste und größte Fachmesse der österreichischen Tagungs- und Eventwirtschaft ging am 7. und 8. Oktober in Wien über die Bühne und erfreute sich einmal mehr eines regen Zustroms. In ihrem Jubiläumsjahr lockte die access rund 1.800 nationale und internationale Fachbesucher und Aussteller in die Hofburg Vienna und punktete mit zahlreichen Programm-Highlights. Besonders erfreulich ist die gestiegene Zahl der österreichischen Aussteller, die ihr vielfältiges Leistungsangebot präsentiert haben.

Mit der access academy und deren Motto „Das Wissen liegt im Publikum – aktivieren, teilen, profitieren!“ wagten sich die Organisatoren auf neue Wege. Die Moderatorinnen Irene Kernthaler-Moser von Mehrenergie Consulting und Andrea Bauer von vereint wanderten mit dem „access academy Mobil“ durch die Fachmesse und befragten die BesucherInnen zu aktuellen Themen der Branche, holten Meinungen ein und sammelten Ideen. Florian Felder vom austrian business and convention network (abcn) der Österreich Werbung: „Wir wollten heuer bewusst weg vom nur Zuhören zum Mitreden und vom Zuschauen zum Erleben.“ In den vier gut besuchten Publikums-Sessions in den Ausstellungsbereichen der österreichischen Convention Bureaus konnten die access-BesucherInnen somit Schwarmintelligenz live erleben. „Im Internet bekommen wir fast jede Information – dazu muss ich nicht mehr zu einer Tagung gehen. Bei einer Tagung wollen die Leute in persönlichen Kontakt treten, sich austauschen, diskutieren, voneinander lernen. Interaktion entsteht in einem vertrauensvollen, offenen Ambiente - wenn ich etwas von mir zeigen kann und wenn mir mein Gegenüber etwas von sich zeigen kann. Die Tagungen der Zukunft müssen die Rahmenbedingungen für persönlichen Kontakt und „in Beziehung gehen“ schaffen. Lag bisher der Fokus auf der Logistik, darf in Zukunft - um den Bedürfnissen der Teilnehmer nach Beziehung gerecht zu werden – der Inhalt in den Vordergrund rücken“, erläuterte Kernthaler-Moser den Schwerpunkt der diesjährigen access academy. www.access-austria.at

Messebesuch ist oft Chefsache

„Messebesuche sind eine sehr effiziente Informationsplattform für Entscheider und deshalb sehr oft Chefsache“, sagt Dipl.-Kfm. Henrik Häcker, Geschäftsführer des Messezentrums Salzburg. Auch in Deutschland sind die Top-Entscheider aus den Chefetagen großer und kleiner Unternehmen und Behörden besonders messeaktiv. So besuchen immerhin 89 Prozent gelegentlich Messen und gut drei Viertel mindestens einmal im Jahr. „In Österreich ist die Quote im Fachmessebereich in etwa gleich hoch“, so Häcker, allerdings werden von den Führungskräften auch gerne internationale Messen in Deutschland besucht. Laut Untersuchung des Instituts der Deutschen Messewirtschaft besuchten 160.000 Österreicher 2012 internationale Messen in Deutschland. „Das ist eine große Herausforderung für die heimischen Messeveranstalter. Denn Messen müssen kontinuierlich weiterentwickelt werden, um dem Newsgehalt gerecht sein zu können. Das erfordert viel Fingerspitzengefühl, Innovationsgeist und intensive Ausstellerakquise im Ausland“, erläutert Häcker, der allen Messeveranstaltern Mut für die Umsetzung neuer Messethemen zuspricht. Laut Häcker werden in Zukunft vor allem auch die Kongressmessen, also Ausstellungsmessen kombiniert mit Kongressen, Workshops und Schulungen, eine immer größere Rolle im Messewesen spielen.

In Salzburg wurden die Weichen dafür bereits gestellt. Eine neue Kongressmessehalle mit mehr als 15.000 qm Ausstellungsfläche und einem über 4.600 qm großen Tagungsbereich wurde 2012 in Betrieb genommen. www.messezentrum-salzburg.at



Florian Felder, abcn der Österreich Werbung. Quelle Foto: ÖW

Florian Felder folgt auf Alexander Kery

Florian Felder führt bei der Österreich Werbung (ÖW) seit Oktober die Kongressabteilung „austrian business and convention network“ (abcn) und wird damit Nachfolger von Alexander Kery. Eine seiner wichtigsten Aufgaben wird die Evaluierung und Neuausrichtung der Wiener MICE-Messe „access“, die im Oktober ihr zehntes Jubiläum feierte.

Tiroler Convention Bureau beweist Meetingkompetenz

Mit dem Europäischen Forum Alpbach, Hydro-Congress und Innoise stellte Tirol in den vergangenen Monaten seine Kompetenz im internationalen Kongress- und Konferenzbereich erfolgreich unter Beweis. Hochkarätige internationaler Kongresse wie die internationale Wasserkraft-Konferenz Hydro oder der Innoise-Kongress, die im Herbst in Innsbruck stattfanden bzw. die Konferenzen und Tagungen im Rahmen des Europäischen Forums Alpbach führten allein in den vergangenen Monaten über 7.000 internationale Gäste ins „Herz der Alpen“. Gerade die Internationalität ist für das gesamte Land besonders wichtig – einerseits für die Reputation, andererseits auch für die Wertschöpfung: „Internationale Kongresse generieren hier den höchsten Beitrag“, betont Christine Stelzer (CBT). „Wenn man bedenkt, dass allein beim diesjährigen 69. Europäischen Forum Alpbach 4.300 Personen aus 74 Staaten teilgenommen haben, sieht man, welche enorme Strahlkraft Veranstaltungen dieser Art haben“, bestätigt auch Georg Hechenblaikner vom Congress Centrum Alpbach. Auf internationalen MICE-Messen wie der IMEX in Frankfurt, der EIBTM in Barcelona oder auf der größten österreichischen Plattform, der access, werden die entsprechenden Kontakte geknüpft: „20 Tiroler Partner präsentierten sich auf der access in der Wiener Hofburg – unter anderem mit einer Synergilounge, in denen die drei Kongresszentren Alpbach, Innsbruck und Mayrhofen ihre Kunden trafen.“ „Ein großer Teil des Erfolges derartiger Veranstaltungen beruht auf der optimalen Vorbereitung: Unsere Partner hatten bereits im Vorfeld Termine mit potenziellen Kunden vereinbart – das ist neben der professionellen Nachbearbeitung die Voraussetzung für einen erfolgreichen Auftritt, der zu Buchungen führt“, so Stelzer abschließend. Das Convention Bureau Tirol (CBT) hat einen neuen Meetingguide für 2013/2014 veröffentlicht, downloadbar unter:

www.convention.tirol.at

Messe Wels baut Kapazitäten weiter aus

Mit etwa 900.000 Besuchern und 5.700 Ausstellern ist die Messe Wels einer der Top-Performer unter den österreichischen Messgesellschaften (Werte aus geraden Jahren). Im Jahr 2013 rechnet die Messe mit einem Umsatz von 10,6 Millionen Euro – zurückzuführen auf einen Wachstumsschub durch die 2007 fertiggestellte Errichtung der Messehalle 20. Um nun ein weiteres Wachstum zu ermöglichen, haben sich die Aufsichtsräte der Messe Wels GmbH, die Holding Wels GmbH und der Gemeinderat der Stadt Wels dafür ausgesprochen, eine neue Messehalle zu errichten. Diese wird über 10.000 qm Ausstellungsfläche und eine lichte durchgehende Raumhöhe von 10 Metern verfügen. Die Messehalle 20 weist mit 295 Auslastungstagen heute bereits Vollausslastung auf. Die Hallen 14–18 entsprechen nicht mehr den Anforderungen der Aussteller und eines modernen Messebetriebes und werden im Zuge des Baus der Halle 21 abgetragen. Mit der Verlängerung der Achse der Halle 20, welche Ende 2007 eröffnet wurde und mit der neuen Halle 21 können die vorhandenen Flächen bestmöglich und flexibel je nach Veranstaltung genutzt werden. Die über eine hocheffiziente und



Quelle Bild: Messe Wels

variabel steuerbare Luftheizung eingebrachte Wärmeenergie wird aus dem Netz der Fernwärme entnommen und stellt somit in Zusammenwirken mit der aus einem Brunnen entnommenen erforderlichen Kühlenergie für den Veranstaltungs- und Ausstellungsbereich eine maximale ökologische Einheit dar. Die aus dem Restaurant anfallende Abwärme wird ebenfalls mittels Wärmetauscher dem Heizsystem zugeführt und sorgt neben der Verwendung des Nutzwasserbrunnens für sämtliche Gebrauchswässer für einen sparsamen Verbrauch beim Betrieb der neuen Messehalle 21. Die Kosten für die geplante Fertigstellung der neuen Messehalle im November 2014 sollen sich auf 21,5 Millionen Euro belaufen. www.messe-wels.com

50 mal eine gute Wahl

Mit 50 Partnern verfügt das Convention Bureau Niederösterreich (www.convention-bureau.at) in diesem Jahr über so viele Mitstreiter wie nie zuvor. Zwei davon möchten wir Ihnen kurz vorstellen: Die NV ARENA, die neue, im Juli 2012 eröffnete Heimstätte des Bundesliga-Klubs SK Niederösterreich St. Pölten, ist das schönste und modernste Kleinstadion in Österreich. Die moderne, flexible Infrastruktur des 8000 Personen fassenden Fußballstadions ermöglicht auch die Ausrichtung unterschiedlichster Business-Veranstaltungen. Als besonders wandelbare Räumlichkeit bietet sich die HYPO NOE Lounge an, die als interessante Event-Location für Veranstaltungen verschiedenster Art – wie Firmenfeiern, Meetings, Seminare und Präsentationen bis zu Geburtstags- oder Jubiläumsfeiern – für bis zu 800 Gäste gebucht werden kann. www.skn-stpoelten.at

Die Lage am Stadtrand von Baden, das traditionsreiche Ambiente und die moderne Ausstattung gehören zu den großen Pluspunkten des mit vier Sternen ausgezeichneten Hotel Sacher Baden. Exklusivität bei Seminaren und Veranstaltungen bietet der 90 qm große, klimatisierte und für ca. 40 Personen geeignete Konferenzraum. Um den Teilnehmern ein ablenkungsfreies Arbeiten zu ermöglichen, steht den Gästen bei Seminaren mit Zimmerbuchung das ganze Haus exklusiv mit individueller Betreuung zur Verfügung.

www.hotelsacherbaden.at

DATEN & FAKTEN

Die freie Bauweise der Veranstaltungshalle aus Glas und Stahl eröffnet viele Gestaltungsmöglichkeiten auf 4.300 qm. Durch die Säulenfreiheit und eine maximale Deckenhöhe von zehn Metern sowie ein eigenes Lichtkonzept bleibt genügend Spielraum für eine **reative Messestandplanung**. Mittels Verdunkelungsanlage ist in nur 50 Sekunden das vordere Drittel der Ausstellungshalle verdunkelbar.

Der 1.170 qm große **Veranstaltungssaal** punktet vor allem durch Flexibilität. Auf der dreiteiligen Hubbühne steht das Geschehen auf der Bühne im Zentrum. Die Verdunkelungsanlage lässt sich zudem individuell steuern.

Der **Kongresssaal** (120–600 Personen) ist aufgrund der stufenweise angeordneten Sitzreihen und der flexiblen Bestuhlung besonders geeignet, um Inhalte effektiv zu zeigen. Die Breite der Stufen kann der Teilnehmerzahl angepasst werden. Ergänzend dazu bieten sich die Foyers West und Ost (jeweils 550 qm) für Fachaustellungen an.

Die **offene Empore** (1.300 qm) eignet sich für Galadiners, Shows und Ausstellungen. Der Aufgang in den ersten Stock zur Empore erfolgt über mobile Gangways, die an der gewünschten Stelle angedockt werden können oder barrierefrei über je 2 Lifte an beiden Enden.

Zwei **Seminarräume** (je 230 qm) können für Workshops oder als Breakout-Räume genutzt werden – schalldichte Trennwände ermöglichen eine Aufteilung auf bis zu sechs Räume. Elf **Splitmeeting-Räume** (32–82 qm) können u. a. für Workshops oder als Künstlergarderobe verwendet werden. Sie verfügen alle über Bild- und Tonübertragung, ein weiterer Vorteil ist der kurze Weg zur Bühne.

www.design-center.at



DESIGN CENTER
LINZ –
der grüne Weg



Quelle Fotos: Design Center Linz



„Vielleicht werden eines Tages Kongresse nur in ‚grünen‘ Locations mit sozialer und ökologischer Verantwortung abgehalten.“

Mag. Thomas Ziegler

DESIGN CENTER goes green – der Weg, den das Design Center in Linz vor einiger Zeit beschritten hat, führte Anfang dieses Jahres zur Urkundenverleihung für Green Meetings und Events durch den österreichischen Umweltminister Niki Berlakovich. Bei der Ferienmesse Wien wurde dem Design Center, vertreten durch Mag. Thomas Ziegler (geschäftsführender Direktor) und Mag. Heidrun de Jong (Sales & Marketing Manager), das Umweltzeichen verliehen. Das Haus übernimmt damit eine Vorreiterrolle und wird als erste Eventlocation in Ober-

österreich für 4 Jahre Zertifizierungsstelle für Green Meetings und Events. Als wichtigste Elemente von Green Meetings gelten eine umweltfreundliche An- und Abreise, Abfallvermeidung, Mülltrennung, Energieeffizienz, regionale Wertschöpfung und Catering mit Bioprodukten aus der Region und Fairtrade-Produkten. „Vielleicht werden eines Tages Kongresse nur in ‚grünen‘ Locations mit sozialer und ökologischer Verantwortung abgehalten“, so Mag. Thomas Ziegler.

Das Design Center hat den Umweltschutzgedanken schon lange vor der Erlangung des Umweltzeichens konsequent umgesetzt. Bereits bei der Errichtung investierte man bei der Glas-Stahl-Konstruktion in nachhaltige Technologie. Das Glasdach verhindert trotz Tageslicht im Inneren Erwärmung und Blendung. 1994 eröffnet, wurde das multifunktionale Veranstaltungszentrum innerhalb von nur zweieinhalb Jahren Bauzeit errichtet. Der langgestreckte, säulenfreie Raum im Inneren wird nicht nur als Messehalle genutzt, sondern eignet sich insbesondere als Location für anspruchsvolle Galas, Preisverleihungen, Hauptversammlungen, Kongresse und Incentives. Eine stählerne Bogenkonstruktion dient als Träger für die 10.000 qm große gläserne Hülle des Gebäudes. Ein speziell entwickeltes Tageslichtlenk- und Sonnenschutzsystem sorgt für eine hohe und gleichmäßige Leuchtdichte und garantiert sparsamen Energieverbrauch. Das Veranstaltungszentrum kann zu jeder Jahreszeit ökonomisch und ökologisch beheizt und belüftet werden. Einen wichtigen Beitrag dazu leistet die Brunnenwasserkühlung. (tj)



Vor fünf Jahren eröffnete auf dem Filetstück zwischen Ostbahnhof und Warschauer Straße die O₂ World der Anschutz Entertainment Group (AEG). Seither kamen mehr als 6 Millionen Besucher zu über 665 Musik-, Sport- und Entertainment-Events. Die 17.000 Besucher fassende und 165 Mio. Euro teure Multifunktionsarena gehört zu den modernsten der Welt. *Bernhard Brügger* traf in der O₂ World den neuen Geschäftsführer *Michael Hapka* und sprach mit ihm über das Jubiläum und über die Entwicklung des neuen Stadtquartiers.

Die O₂ World ist

C.I.: *Herr Hapka, seit Anfang des Jahres leiten Sie die O₂ World. Was waren die wichtigsten Gründe für Ihren Wechsel von Aspria zu Anschutz?*

M.H.: Sport- und Musikentertainment sind für mich zwei faszinierende Welten, mit denen ich bereits lange Zeit vertraut bin. Außerdem gestalten wir hier ein spannendes Stück Berlin, an dessen Nahtstelle die O₂ World angesiedelt ist. Wo vorher nur eine Bahnbrache war, werden nun Visionen umgesetzt.

C.I.: *Was macht die O₂ World so wertvoll für Berlin?*

M.H.: Alle Tourveranstalter haben uns in der Landkarte als Destination Nummer eins gesetzt. Viele internationale Künstler sind nur bei uns zu erleben, da keiner gern in einer einfachen Stadthalle auftreten möchte. Wir setzen weltweit Standards und haben ein medientaugliches modernes Umfeld geschaffen. Die O₂ World hat nicht nur TV-Tauglichkeit bewiesen, sie bietet zudem ihren Besuchern einen besonderen Komfort.

C.I.: *Auch bei Unternehmensveranstaltungen liegt die O₂ World gut im Geschäft...*

M.H.: In der Tat. Es tut sich viel im MICE-Bereich. In diesem Jahr gastiert zum Beispiel noch die Universal mit ihrer Jahrestagung bei uns. Denn in der O₂ World sind selbst aufwändigste Arena-Produktionen mit vielen variablen Konfigurationen und Kapazitätsvarianten möglich. Sogar zum Amphitheater wurde der Innenbereich schon umgebaut.

C.I.: *Wie kam es im September zur Jubiläumsfeier der O₂ World in Kombination mit der Media Night vom Medienboard Berlin-Brandenburg?*

M.H.: Die Kooperation beruht auf persönlichen Kontakten zu Medienboard-Geschäftsführer Elmar Giglinger. Für die Media Night der Medienwoche wurde eine Location gesucht. Unsere Jubiläumsfeier passte inhaltlich und zeitlich, sodass wir uns sinnvoll ergänzen konnten. Es entstand ein außergewöhnlicher Rahmen. Mit viel Kreativität und Technik haben wir die Arena in einen intimen Ort der Begegnung verwandelt. Die geladenen 2.000 Gäste zur Abendveranstaltung kamen

das Zentrum eines neuen Stadtquartiers

aus der Medienbranche, Entertainment, Sport, Wirtschaft und Politik. Es war ein spannender Branchenmix, den es dieser Form noch nie gab.

C.I.: *Wie binden Sie zum Jubiläum die Besucher und Fans ein, die regelmäßig zu den Spielen der Eisbären und Alba erscheinen?*

M.H.: Wir haben eine virale Social-Media-Fankampagne gestartet, bei der am Ende die schönsten Fanfotos gekürt werden. Die Fans sind eine Macht, da bleiben wir ganz nah dran. Wir geben ihnen das Gefühl, hier zu Hause zu sein. Zwei Titel in Eishockey und Basketball habe ich selbst schon miterlebt. Deshalb ist es schon jetzt ein tolles Jubiläumsjahr.

C.I.: *Nachdem in den ersten Jahren die O2 World eine Inselstellung auf dem riesigen Areal zwischen Ostbahnhof und Warschauer Straße hatte, schließen sich jetzt die Lücken. Unter anderem hat hier der Daimler-Konzern seine Vertriebszentrale für Mercedes-Benz errichtet. Wie sehen die weiteren Pläne aus?*

M.H.: Wir realisieren alle Überlegungen in unserem Masterplan für das neue Stadtquartier und es geht rasant voran. Das Parkhaus mit 1.400 Stellplätzen ist auch schon fertiggestellt. Im Mai 2014 eröffnet das Holiday Inn Hotel mit 217 Zimmern und im Office Campus zieht Zalando mit rund 1.200 Mitarbeitern ein. In Richtung Postbahnhof entstehen zwei Wohntürme mit 500 neuen Wohnungen.

C.I.: *Was macht das neue Stadtquartier für Investoren und Mieter so attraktiv?*

M.H.: Das entstehende innerstädtische Quartier um die o2 World liegt mitten in Berlin und wird eine lebendige Mischung aus Freizeit-, Sport- und Kulturnutzungen sowie Geschäften, Büros, Hotels und Wohnungen bieten. Im Mittelpunkt wird künftig nicht nur die Veranstaltung in der Arena stehen. Durch den geplanten Mix aus Restaurants und Clubs kommen die Besucher früher und gehen später – spricht: Die Verweildauer erhöht sich und das neue Stadtquartier wird auch nach

Veranstaltungsende in der O2 World mit Leben erfüllt sein.

C.I.: *Herr Hapka, wir danken Ihnen für das Gespräch.*

MICHAEL HAPKA

Im Januar 2013 übernahm Michael Hapka die Geschäftsleitung der O2 World. Zuvor leitete er zehn Jahre lang als General Manager den Spa und Sporting Club Aspria Berlin. An urbaner Stelle mitten in Charlottenburg setzt der Diplom-Kaufmann, der seine Wurzeln in der Hotellerie hat, im Oktober 2009 das Wellness-Resort-Konzept um. Mit der Erweiterung um ein Konferenzzentrum vereint Michael Hapka Wellness, Gesundheit, Sport, Lifestyle, Hotel und Meeting unter einem Dach.

www.o2world-berlin.de

Neuer Webauftritt mit Meeting Guide und Venue Finder

Unterstützung bei der Suche nach der passenden Eventlocation in Berlin gibt ab sofort der neue Venue Finder auf dem Portal convention.visitBerlin.de. Auch der neue Meeting Guide steht auf der überarbeiteten Website zum Download bereit.

Ein umfassendes Facelifting hat das Convention-Portal von visitBerlin erhalten: Hier finden sich jetzt individuelle Angebote für die wichtigsten Kundengruppen im Tagungs- und Kongressgeschäft. Der Servicebereich führt alle angebotenen Leistungen auf – unter anderem die kostenfreie Buchung von Hotelkontingenten. Incentive-Angebote werden unter der Rubrik „Event-Planung“ vorgestellt. Passend dazu gibt es den nagelneuen Veranstaltungsplaner „Meeting Guide Berlin“ als Download. Dieser ist in achter Auflage übrigens auch als 130-Seiten-Printausgabe erhältlich und informiert über neue Hotels, Special Event Locations, Großveranstaltungen und den CityCube Berlin, die künftige Kongress- und Messearena.

Mit dem neuen Internet-Auftritt offeriert visitBerlin jetzt auch einen Venue Finder in Deutsch und Englisch. Schon nach wenigen Mausklicks via Laptop, Tablet oder Smartphone finden Veranstaltungsplaner ihre passenden Locations für Tagungen, Kongresse und Meetings. Das Tool filtert nach den Kategorien „Hotels“, „Locations“ und „Servicepartner“. Ebenso lassen sich Bestuhlung, Raumgröße und Personenzahl eingeben. Der digitale Kompass führt nach Angaben von Burkhard Kieker, Geschäftsführer von visitBerlin, zielgerichtet und schnell zum passenden Veranstaltungsort in Berlin. Direkten



Der Venue Finder erleichtert Veranstaltungsplanern die Location-Suche. Foto: visitBerlin

Zugang zum Venue Finder gibt es unter venue-finder.visitBerlin.de. (bb)

+++ Das Estrel Berlin erhält einen **neuen Hotelurm**

Nicht in Mitte oder in Lichtenberg wird künftig der höchste Hotelurm der Hauptstadt stehen, sondern in Neukölln. Estrel-Eigentümer Ekkehard Streletzki plant neben einem neuen 176 Meter hohen Gebäude auch eine Erweiterung des Kongressbereichs. Das Estrel Berlin, Europas größtes Hotel- und Convention-Center, baut damit seine Spitzenposition nachhaltig aus.



Das Estrel ist bereits jetzt Europas größtes Hotel- und Convention-Center. Foto: Estrel Berlin

Der Bauantrag für die neue Veranstaltungshalle ist bereits gestellt: Gleich hinter dem Convention Center wird ein 8.500 qm großer Neubau entstehen, der zwei Veranstaltungsräume mit einer Kapazität für 4.200 Besucher bietet. Das Estrel reagiert damit auf den steigenden Platzbedarf von begleitenden Ausstellungen bei Messen und Kongressen. Zudem sind künftig Umbaupausen im Convention Center leichter zu überbrücken, sodass sich Events nahtlos arrangieren lassen. 20 Millionen Euro werden für den Neubau investiert. Die Bauarbeiten sind gegliedert in zwei Abschnitte und starten im Frühjahr 2014. Im Sommer 2015 steht der neue Komplex fürs Convention Center zur Verfügung.

Genau gegenüber dem Estrel Hotel wird auf der anderen Seite der Sonnenallee Berlins höchstes Gebäude gen Himmel wachsen: Der 176 Meter hohe Turm verfügt nach seiner Fertigstellung über 50 Etagen mit 700 Hotelzimmern. Estrel-Eigentümer und Bauherr Ekkehard Streletzki errichtet den Estrel Tower auf einem 33.000 Quadratmeter großen Areal, das bislang als Ausweichparkplatz bei Events genutzt wurde. Die Industriebranche war vor einigen Jahren bereits im Gespräch für den Bau einer

Shopping-Mall mit hochwertigem Angebot. Aufgrund der politischen Diskussion bezüglich der Größenvorstellungen kam das Projekt leider nie zur Realisierung.

„Mit der Erweiterung unserer Hotel- und Kongresskapazitäten auf dem Gelände des Estrel Berlin wollen wir unsere Marktposition dauerhaft ausbauen und unseren etablierten Standort in Berlin weiter stärken“, erklärt Estrel-Eigentümer Ekkehard Streletzki. Zuspruch bekommt er dafür auch von visitBerlin. Hier wird das Projekt als Meilenstein für Berlin im Kongressbereich gelobt: „Die Verdreifachung der Kongressmöglichkeiten im Estrel ist ein Geschenk für die Stadt“, freut sich Burkhard Kieker, Geschäftsführer von visitBerlin. Dies helfe, die stark steigende Nachfrage nach Kongressen und Veranstaltungen in Berlin abzudecken. Was in Neukölln entstehe, sei „State of the Art“ und passe zum derzeit drittgrößten Kongressstandort der Welt. Durch den Neubau von Kongresscenter und 700-Zimmer-Hotel schaffe das Estrel Voraussetzungen, mit denen Berlin seine internationale Position in der Spitze der Kongressstädte weiter ausbauen könne. „Dieser Bau in Privatinitiative ist ein wichtiger Schritt für die Stadt.“

Das Estrel ist bereits jetzt Europas größter Convention-, Entertainment- und Hotel-Komplex. Der Convention-Bereich, in dem auch die Entertainment-Show „Stars in Concert“ stattfindet, bietet bis zu 6.000 Personen Platz. Das Hotel hält derzeit 1.125 Zimmer und Suiten zur Übernachtung bereit. (bb)

+++ Ideenwettbewerb

Für den Hotelurm hat das Estrel einen Ideenwettbewerb ausgelobt, mit dem nach Lösungen gesucht wird, um den öffentlichen Raum für Anwohner, Mitarbeiter und Besucher attraktiver zu gestalten. Erdgeschoss, Dachgeschoss und ein Teil der Außenflächen stehen hierfür zur Verfügung. Das Estrel Berlin hat den Wettbewerb in Kooperation mit dem Bezirksamt Neukölln, dem Berliner Senat und der Architektenkammer Berlin ausgelobt. Umgesetzt wird er von dem Berliner Planungs- und Architekturbüro Herwarth + Holz. Sechs ausgewählte Architektur- und Stadtplanungsbüros haben nun zwölf Wochen Zeit, um mit ihren Ideen zu überzeugen. Eine zwölfköpfige Jury wählt und prämiiert im Februar 2014 die besten Entwürfe. Die Modelle sind im Anschluss über zwei Wochen im Estrel Berlin ausgestellt. Aus dem Ideenwettbewerb soll ein Masterplan entwickelt werden, der zukünftige Bauentscheidungen erleichtert und den Hotelurm zu einem signifikanten architektonischen Wahrzeichen macht. www.estrel.com

+++ Fünf perfekte Tage für die MICE-Branche

Berlin ist immer eine Reise wert: Dieses Resümee zogen auch die zahlreich erschienenen Aussteller und Veranstaltungsplaner der Destination Roadshow in der Großen Orangerie von Schloss Charlottenburg. Die interessantesten Special-Event-Locations und Tagungshotels der Hauptstadt lernten die Teilnehmer der beiden MEET-Berlin- und der MEET-Potsdam-Bustouren kennen. Den Abschluss bildete das zweitägige MICEcamp im pentahotel Berlin-Köpenick.

Attraktiver lassen sich drei MICE-Veranstaltungen in Berlin nicht kombinieren: 55 Aussteller aus 12 Destinationen – darunter Bundesländer, Regionen, Städte, Convention Bureaus, Hotels und Special-Event-Locations präsentierten sich auf der Destination Roadshow. Den Besuchern der Großen Orangerie im Schloss Charlottenburg gefielen insbesondere die kompakte Darstellung unterschiedlichster Destinationen an einem Ort und die lockere Atmosphäre. Auf Ausstellerseite kam die exponierte Lage des Veranstaltungsorts gut an. Organisation und Konzeption wurden ebenso gelobt wie die Präsentation aller Aussteller auf der Großleinwand.

Der zweite Tag startete mit einem Networking-Frühstück in der Heilig-Kreuz-Kirche. Von hier ging es auf zwei unterschiedlichen Bustouren zu über 20 verschiedenen Locations, die eigens ihre Pforten für die MICE-Entscheider öffneten und mit einigen Überraschungen aufwarteten. Eines der Highlights war die Schiffstour auf der Spree zwischen Berliner Dom und Regierungsviertel. Zum Abendevent trafen sich alle Teilnehmer und Anbieter im Umspannwerk Kreuzberg wieder. In den spannenden Kulissen des Industriedenkmals wartete ein interessantes Catering. Die Site-Inspektionen des dritten Tages führten nach Potsdam. Alle Teilnehmer zogen eine sehr positive Bilanz: Komplimente gab es für die gute Vorbereitung der Locations, die gelungenen zeitliche Abstimmung und für das Organisationsteam, das ein starkes Engagement hinlegte.

MICEcamp an und auf der Spree

Als Abschluss der fünf Tage fand am Wochenende das MICEcamp im pentahotel Köpenick an der Spree statt. Als anerkannter Branchentreff hat sich die Veranstaltung etabliert, die regelmäßig im BarCamp-Format ausgerichtet wird. Networking-Highlight war eine abendliche Schiffsfahrt durch die Müggelberge. Kontrovers diskutiert wurden die Themen Fachkräftemangel, Social Media, Hybrid-Events und die Entwicklung der MICE-Messen. Sehr emotional behandelten die Teilnehmer das Thema Compliance, das für die gesamte Branche als Bedrohung wahrgenommen wird. Kritisiert wurden vor allem übereifrige Compliance-Officer, die mit haarsträubenden Entscheidungen die Existenz ihrer Jobs rechtfertigen. Eine Fortsetzung der Diskussion ist gewiss. Ebenso wie beim Thema CSR, das in zwei Sessions behandelt wurde. Hier kündigte Organisatorin Anne Hahn für 2014 das erste deutsche CSRcamp an. (bb)

+++ visitBerlin und ITB Berlin werben gemeinsam

Der Gay- und Lesbian-Travel ist ein Wachstumsmarkt. Grund genug für die ITB Berlin und visitBerlin eine strategische, internationale Partnerschaft in dem boomenden Tourismussegment zu vereinbaren. Darin soll vor allem Know-how gebündelt werden: Die ITB bringt ihre Erfahrungen aus dem langjährigen Engagement und ein globales Event-Netzwerk mit. visitBerlin wird die Hauptstadt als lohnende Destination für LGBT-Gruppen (Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender) präsentieren. Große Aufmerksamkeit erzielte visitBerlin auf dem New Yorker Christopher Street Day, wo die schwulen- und lesbenfreundliche deutsche Hauptstadt mit einem Berlin-Wagen vertreten war. Künftig wirbt visitBerlin auf ausgewählten Veranstaltungen der Messe Berlin. Auf Konferenzen und Workshops der ITB Academy positioniert sich Berlin weltweit als Vorreiter und Best-Practice im „Diversity Management“. Über 50 Hotels haben sich zudem in der visitBerlin-Initiative pink pillow als schulen- und lesbenfreundliche Häuser zusammengeschlossen. Sie engagieren sich auch in sozialen Projekten für die LGBT-Szene. (bb) www.pinkpillow-berlin.de

+++ Die Stage-Theater gehören zu den Top-Locations

Mit einem dritten Platz in der Kategorie Tagungs-, Event- und Kongresslocation ab 500 Personen glänzte das Stage Theater am Potsdamer Platz beim diesjährigen Location Award. Durch Berlinale und Premieren von großen Hollywoodproduktionen – sowie jüngst James Bond Skyfall – ist das Haus auch international ein Begriff. Große Galaveranstaltungen wie Bambi, Goldene Henne und First Step Award runden das attraktive Event-Portfolio ab. Derzeit hat sich das Rock-Musical „Hinterm Horizont“ mit schon über 1.000 Aufführungen zum erfolgreichen Kassenschlager entwickelt. Im Stage Theater des Westens ging unterdessen das Weltkriegsdrama „Gefährten“ mit starker Publikumsresonanz an den Start. (bb)

+++ Happy Birthday

Das 100-jährige feierte BESL Business Event Services & Locations mit dem *Berliner Meistersaal* am Potsdamer Platz. Der Meistersaal ist eines der wenigen Gebäude im Zentrum Berlins, das den Zweiten Weltkrieg relativ unbeschadet überstand und einer der wenigen verbliebenen Veranstaltungssäle des Berlins der 20er-Jahre. Seit 15 Jahren empfängt das *Holiday Inn Hotel* am Flughafen Schönefeld seine Gäste. Erst vor drei Jahren wurden mit einer Erweiterung die Kapazitäten im Hotel- und Kongressbereich verdoppelt. Zum Geburtstag mit einer Gala-Veranstaltung und 15-Gang-Menü erschienen prominente Gäste aus Politik, Kultur und Wirtschaft. Vor fünf Jahren eröffnete im *Filmpark Babelsberg* die *Metropolis Halle*. Grund genug für den Unternehmensbereich Special Events das Jubiläum mit zahlreichen Gästen aus dem Eventbereich sowie mit Partnern und Kunden zu feiern. Unter dem Motto „Fünf Jahre Metropolis Halle® Babelsberg – Special Effects meets Special Events“ wurde eine Brücke von der Film- und IT-Branche zu den Eventspezialisten geschlagen. Denn die Technologien der visuellen Filmeffekte und der Games-Industrie fokussiert inzwischen auch die Eventbranche. (bb)

Prolight + Sound 2014 schon im März

Die **Prolight + Sound**, die internationale Messe der Technologien und Services für Veranstaltungen, Installation und Produktion, findet im nächsten Jahr schon einen Monat früher als bisher statt, und zwar vom 12. bis 15. März 2014. Die Produktbereiche Systemintegration und AV-Medientechnik sind in allen Hallen der Prolight + Sound integriert dargestellt. Die Aussteller des Produktbereiches Media Systems sind in der Broschüre „Media Systems Quickfinder“ verzeichnet, die als Orientierung während der Messe dient. Diesem Bereich inhaltlich angegliedert sind in Teilen die Informationsveranstaltungen der Prolight + Sound Conference. Die Informations- und Weiterbildungsveranstaltungen der Prolight + Sound

sind 2014 wieder unter dem Begriff Prolight + Sound Conference gebündelt. Diese ist in die Sparten Veranstaltungstechnik, Mediasystems und VDT Academy unterteilt. Die Prolight + Sound Conference wird in Halle 9.1 und Halle 9.T Cosmopolitan Lounge stattfinden. Im Bereich Veranstaltungstechnik vermitteln Referenten Informationen zu Sicherheit in der Veranstaltungsbranche, rechtlichen Rahmenbedingungen, Regelwerken oder Weiterbildungsangeboten. Die VDT Academy ist die Informationsveranstaltung des Verbands Deutscher Tonmeister.

Die Eventplaza Conference ist die Informationsveranstaltung der Eventmanagementbranche. Die dreitägige Konferenz mit begleitender Fachausstellung ver-

mittelt Trends und Strategien, Know-how, Ideen und Impulse von Referenten aus der Praxis. Im Rahmen der Eventplaza Conference findet auch wieder die International Event Safety Conference (I-ESC) statt. Darin informieren die Referenten in Vorträgen speziell über Neuerungen in den Bereichen des Brandschutzes, der Bauordnung, Entfluchtungssituationen, technischen Sicherheit oder bei Sicherheitskonzepten für Messeveranstaltungen. Parallel findet die internationale Musikmesse statt und stellt eine ideale Ergänzung dar. Das Ticket der Prolight + Sound berechtigt auch zum Besuch der Musikmesse. Im Eintrittspreis inbegriffen ist die Fahrt mit öffentlichen Verkehrsmitteln. www.prolight-sound.com

Location Award 2013 – and the winner is ...

Bereits zum vierten Mal kürte die locationportale GmbH mittels Onlinevoting und einer unabhängigen Expertenjury die Sieger des diesjährigen Location Award. So wurden aus 342 Bewerbern je drei Sieger aus 10 Kategorien prämiert. Rund 500 Gäste wurden Zeugen einer spannenden Verleihung. Als Partner unterstützten unter anderem die Party Rent Group, die satis&fy AG, die Deutsche Messe AG mit der Messe Gastronomie Hannover, Volkswagen Nutzfahrzeuge, die Hamburger Eventagentur Aktiv Events, De Boer und die Brauerei Warsteiner die Veranstaltung.



Das sind die strahlenden Gewinner des Location Award 2013, der in diesem Jahr unter dem Dach des Expo-Gebäudes der Deutschen Messe AG in Hannover stattfand. Quelle Foto: location-award.de

SPECIAL- UND THEMENLOCATION
1. Zoo Leipzig, Eventbereich Gondwanaland
2. FC Bayern Erlebniswelt, München
3. Klimahaus Bremerhaven
HOTEL-EVENTLOCATION
1. Fort Malakoff Hyatt Regency, Mainz
2. Lindner Park-Hotel Hagenbeck, Hamburg
3. Atlantic Congress Hotel, Essen
MOBILE LOCATION & TEMPORÄRE BAUTEN
1. Dinner in the sky
2. Mobile Eventhalle Pallas
3. Eventschiff MS RheinFantasie
DESIGNLOCATION
1. BMW Welt, München
2. Plenum Axica, Berlin
3. SIGN! Medienhafen, Düsseldorf
TAGUNGS- UND EVENTLOCATION (BIS 500 PERS.)
1. Signal Iduna Park, Dortmund
2. Hofgut Dagobertshausen
3. Apostelhalle, Restaurant XII Apostel, Hannover

TAGUNGS-, EVENT- UND KONGRESS-LOCATION (AB 500 PERS.)
1. Eurogress Aachen
2. Café Moskau, Berlin
3. Stage Theater am Potsdamer Platz, Berlin
GROSSVERANSTALTUNGEN (ÜBER 1.000 PERS.)
1. Areal Böhler, Düsseldorf
2. Waldbühne, Berlin
3. Hotel & Freizeitpark Dorf Münsterland
HISTORISCHE LOCATION & LOCATION INDUSTRIEKULTUR
1. Colosseum Theater, Essen
2. ACO Hospitality, Rendsburg
3. Althoff Schlosshotel Lerbach
NACHHALTIGKEIT & INNOVATION
1. Scandic Hamburg Emporio
2. Umweltforum Berlin
3. Hotel Schloss Montabaur
NEWCOMER
1. Schloss Herrenhausen, Hannover
2. ziegelei101, München
3. Quantum, Phantasialand Brühl

 <p>IDEAL TEAM Your DMC in Portugal</p>	<p>IDEALTEAM Largo Eugénio Salvador 1 – R/C Esq. 2790-340 Queijas / Lisboa Tel.: +351 21 416 54 83 Fax: +351 21 418 53 16 n.amara@ideal-team.com www.ideal-team.com</p>	<p>Unsere Incoming-Agentur wurde 1998 gegründet. Wir sind ein junges, selbstständiges TEAM, das sich auf Reisen mit außergewöhnlichem Charakter, insbesondere Abenteuer- und Erlebnisreisen, spezialisiert hat. Darüber hinaus bieten wir natürlich auch klassische Gruppen- und Studienreisen an. In jedem Fall garantieren wir für sorgfältige Organisation und Abwicklung. Auf Grund unserer fundierten Fach- und Sachkenntnisse als Portugalspezialisten sind wir in der Lage, Reisen zu den unterschiedlichsten Themen zusammenzustellen. Wofür Sie sich auch entscheiden: Mit uns wird jede Veranstaltung ein ERFOLG. Fordern Sie uns – wir freuen uns auf Sie!</p>
	<p>Lobster Experience GmbH & Co. KG Starckenburgring 12 63069 Offenbach Tel.: +49 69 83 00 675 00 Fax: +49 69 83 00 675 10 info@lobster-experience.com www.lobster-experience.com</p>	<p>Abercrombie & Kent ist eines der flächendeckendsten Netzwerke top qualifizierter DMCs weltweit und hat Büros in über 25 Ländern auf der ganzen Welt. Abercrombie & Kent steht für inspirierende Ideen, maßgeschneiderte Angebote und stets höchste Qualität bei der Abwicklung. In den folgenden Ländern sind wir für Sie vertreten: Ägypten, Argentinien, Australien, Botswana, Chile, China, Ecuador, Europa, Großbritannien, Hong Kong, Indien, Italien, Jordanien, Kambodscha, Kenia, Marokko, Myanmar, Peru, Russland, Südafrika, Tansania, Thailand, Uganda und Sambia.</p>
	<p>MCI Deutschland GmbH Berlin Office • Markgrafenstraße 56 D-10117 Berlin • T +49(0)30 2045 94 70 berlin@mci-group.com Stuttgart Office • Maybachstraße 50 D-70469 Stuttgart • T +49(0)711 8205 70 stuttgart@mci-group.com München Office • Neumarkter Straße 21 D-81673 München • T +49(0)89 5490 96 0 muenchen@mci-group.com www.mci-deutschland.de</p>	<p>Kongresse – Events – Messen – Konferenzen – Roadshows – Fahrevents – Incentives Building Community – für MCI ist dies zentrale Mission und Antrieb zugleich. Als weltweit führende Agentur für Live Communication, Eventmanagement und Kongressorganisation mit 47 Büros in 23 Ländern entwickeln und pflegen wir Entscheider-Netzwerke, schaffen emotionale Augenblicke und füllen Marken mit Leben durch einzigartige Erlebnisse. Wir bringen Menschen zusammen – und sorgen für „Magische Momente“, die Ihrer Zielgruppe langfristig und positiv im Gedächtnis haften bleiben.</p>
	<p>nordic holidays gmbh Marie-Curie-Str. 5 D 25337 Elmshorn Tel.: +49 (0) 4121 7911-24 Fax: +49 (0) 4121 7911-41 kb@nordic-holidays.de www.nordic-holidays.de www.nordic-incentives.de</p>	<p>nordic holidays gmbh, 1998 als FIT Veranstalter gegründet, arbeitet seit 2000 im B2B mit Incentives in Finnland, Schweden und Island, seit 2011 auch in Lettland und Schottland. Ausgewählte Leistungsträger vor Ort und eine lange sowie vertrauensvolle Zusammenarbeit sind Garant für qualitative, erfolgreiche und sichere Incentives. Schwerpunkte im Winter: Eishotels, Fahrtraining auf Eis, Eisbrecherfahrten, Hundee- und Motorschlittentouren, Rallyefahrten (Taxitouren und selbst fahren), Off road. Schwerpunkte im Sommer: Off road, Roadbooktouren, Indoor-Wintererlebnisse, Panzer fahren, Städtereisen – kulinarisch, kulturell, informativ.</p>
	<p>SEE ITALIA & CONTACT S.r.l. Via Nomentana 13 · 00161 Roma Tel. +39 06 45437400 · Fax +39 06 44254937</p> <p>SEE ITALIA & CONTACT S.r.l. Via G. Battista Moroni 32 · 20146 Milano Tel. +39 02 89079200 · Fax +39 02 89079204</p>	<ul style="list-style-type: none"> • See Italia srl ist ein renommierter Anbieter von Leistungen aller Art für Events, Konferenzen und Incentives in ganz Italien, sowie den dazu gehörigen Inseln, für internationale MICE Agenturen und Geschäftskunden. • 15 Jahre Erfahrung und Knowhow im MICE Sektor bezeugen eine individuelle Vorgehensweise, die großen Wert auf detailliertes Verständnis der Erwartungen des Kunden, sowie der Teilnehmer legt. • Mit Filialen im Herzen Roms, der Ewigen Stadt, Mailand, der Hauptstadt von Mode und Design und Cremona, strategisch zwischen Mailand und Venedig gelegen. • Erfahrene, mehrsprachige und passionierte Mitarbeiter sind darauf geschult, speziell auf den Kunden zugeschnittene Programme zu entwerfen und ein Event von A bis Z zu betreuen. Von der anfänglichen Veranstaltungssuche und Angebotserstellung, bis hin zur vollständigen Betreuung vor Ort und Budget. Unser Team hat das Ziel Ihr Projektmanagement zu ergänzen und damit das Erreichen der Zielsetzung Ihres Events zu sichern.
	<p>TCC Network GmbH Limesstraße 40 63654 Büdingen Tel.: +49 6048 95390 Fax: +49 6048 950464 E-Mail: contact@tcc-network.de www.tcc-network.de</p>	<p>Das TCC Network, eine der führenden Repräsentanzen etablierter Destination Management Companies (DMCs) mit Partnern in über 20 Ländern weltweit, steht seit 1988 in der MICE-Branche als Garant für persönlich ausgewählte DMCs, die mit pflifigen Ideen, persönlichem Service und ausgefallenen Produkten die Incentive- und Eventbranche überzeugen. Die Agenturen im Netzwerk garantieren langjährige Erfahrung mit deutschsprachiger Klientel, maßgeschneiderte, kreative Ideenvorschläge, exzellenten Service und Zusammenarbeit mit den besten Leistungsträgern vor Ort. Mehr unter www.tcc-network.de</p>
	<p>Marokkanisches Fremdenverkehrsamt Graf-Adolf-Straße 59 40210 Düsseldorf Tel.: (0211) 370551/2 Fax: (0211) 374048 marokkofva@aol.com www.tourismus-in-marokko.de</p>	<p>Seit 1962 besteht die Repräsentanz des Staatlich Marokkanischen Fremdenverkehrsamtes in Deutschland. Aufgabe des Düsseldorfer Büros ist es, das Land Marokko auf dem deutschen Markt als Reisedestination zu promoten.</p>
 <p>EVENT. DIENST. LEISTUNG.</p>	<p>Bill Veranstaltungslogistik GmbH An der Lohmühle 1–3 35423 Lich Tel.: 06404 20547-0 Fax: 06404 20547-60 E-Mail: bill@bill-event.de www.bill-event.com</p>	<p>BILL VERANSTALTUNGSLOGISTIK – 360°-KOMPLETTLÖSUNG FÜR JEDES EVENT Firmenjubiläen, Präsentation, Betriebsfeste: Wir erledigen das für Sie. Unsere 360°-Komplettlösung ist individuell kombinierbar. Komplett oder als einzelne Bausteine. Organisation, Zeltservice, Zeltverleih, Infrastruktur, Catering, Personal oder Service. Wir haben für Ihren Bedarf die passende Lösung und schaffen ganzheitliche Zufriedenheit für Sie.</p>

EVENTSERVICE



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 Deutschland
 Darmstädter Straße 94
 63128 Dietzenbach
 Tel.: +49 (0) 6074 3012266
 Fax: +49 (0) 6074 3012267
 E-Mail: info@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 Führungskräfte trainings buchen.



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.

HOTELS/RESORTS



arcona HOTELS & RESORTS
 Steinstraße 9 · D-18055 Rostock
Kostenlose Veranstaltungshotline:
0800 91 81 818
 Tel.: +49 (0) 381 45 85 110
 Fax: +49 (0) 381 45 85 108
 E-Mail: info@arcona.de
 www.arcona.de

Unser Versprechen – Ihre Garantie – Unser Tagungsleitbild. Wir bieten Ihnen: eine erlesene Auswahl von Tagungshotels an zentralen Standorten in Deutschland, einen anspruchsvollen Service und Gaumenfreude der besonderen Art, innovative Rahmenprogramme, mehr als 70 Tagungs- und Veranstaltungsräume für über 7.000 Personen und flexible Raumkonzepte. Ihre Garantie: Professionelle Angebotserstellung, faires Preis-Leistungs-Verhältnis, konkrete Freiplatzregelung und attraktive Referentenboni. Nähere Informationen zum arcona Tagungsleitbild und zur arcona Tagungsmappe erhalten Sie unter: <http://arcona.de/meeting/>

LOCATIONS



Congress-Centrum Stadtgarten
 Rektor-Klaus-Straße 9
 73525 Schwäbisch Gmünd
 Tel.: +49 7171 1003-0
 Fax: +49 7171 1003-40
 E-Mail: info@ccs-gd.de
 www.ccs-gd.de

Das CCS ist ein echtes Highlight unter den Tagungs- und Veranstaltungszentren im süd-deutschen Raum. Ob internationaler Kongress oder regionale Tagung, ob Messe oder Firmenpräsentation, ob Unternehmensfeier oder privates Fest, ob Gastspiele bekannter Tourneetheater; Orchester oder große Events von Radio und Fernsehen, ob 15, 150 oder 1500 Teilnehmer, das CCS bietet in jedem Fall den richtigen Rahmen. Das CCS liegt mitten in einem großzügigen historischen Park, einer Oase der Ruhe und doch nur Minuten zu Fuß vom Stadtzentrum, dem Tagungshotel und dem Bahnhof; zudem überzeugt das CCS durch sein äußerst flexibles Raumkonzept und modernste Tagungstechnik.



Historische Stadthalle Wuppertal GmbH
 Johannisberg 40
 42103 Wuppertal
 Tel. +49 (0)2 02 / 24 58 90
 Fax +49 (0)2 02 / 45 51 98
 info@stadthalle.de
 www.stadthalle.de

Point of Sale, Point of Interest, Point of WOW
 Die Historische Stadthalle Wuppertal zählt mit ihren acht prachtvollen Sälen zum exquisiten Verband der „Historic Conference Centres of Europe“ und ist ein einmalig repräsentativer Schauplatz für Ihr Event – ob Kongress, Tagung, Seminar, Gala, Party, Messe, Markt, Konzert, Show, Contest, Film- oder TV-Produktion. Das ausgezeichnete Veranstaltungsmanagement-Team (EVVC-Award 2010 und 2008) und das Team der Inhouse-Gastronomie „Culinaria Catering“ freuen sich auf Sie!



SeminarZentrum
 GUT KEUCHHOF

Braugasse 12 • 50859 Köln-Lövenich
 Telefon 02234 4356890 • www.keuchhof.de



MESSEN



BEST OF EVENTS GmbH
 Ulzburger Straße 22
 22850 Norderstedt
 Telefon: +49 40/52 90 10 65
 Telefax: +49 40/52 90 10 67
 info@boe-messe.de
 www.boe-messe.de

Die BEST OF EVENTS INTERNATIONAL ist die führende Fachmesse für Wirtschaftskommunikation, Live-Marketing, Veranstaltungsservices & Kongress. Die BEST OF EVENTS bietet konzentriert an zwei Tagen einen optimalen Überblick zu den Innovationen der Event-Industrie und ist die Business- und Netzwerkplattform der Branche zu Beginn eines jeden Jahres.

LOCATIONS!



Die Messen für außergewöhnliche Veranstaltungsräume
und Eventservices mit begleitenden Fachvorträgen

■ LOCATIONS Rhein-Neckar

20. 02. 2014 10.00 – 17.30 Uhr
m:con Congress Center Rosengarten
Mannheim



■ LOCATIONS Region Stuttgart

10. 07. 2014 10.00 – 17.30 Uhr
Neckar Forum
Esslingen



■ LOCATIONS Rhein-Ruhr

18. 09. 2014 10.00 – 17.30 Uhr
Congress Center West
MESSE ESSEN




■ LOCATIONS Rhein-Main

23. 10. 2014 10.00 – 17.30 Uhr
Congress Park
Hanau



Kostenfreie Besucher-
registrierung unter:
www.locations-messe.de



Freiraum

MACHT JEDES EVENT ZUM GIPFELTREFFEN.

FREIRAUM – die Event Location auf dem Ahorn in Mayrhofen.
Auf 2.000 m werden Ihre Veranstaltungen zum echten Erlebnis.

Mehr Informationen unter: www.freiraum-mayrhofen.com