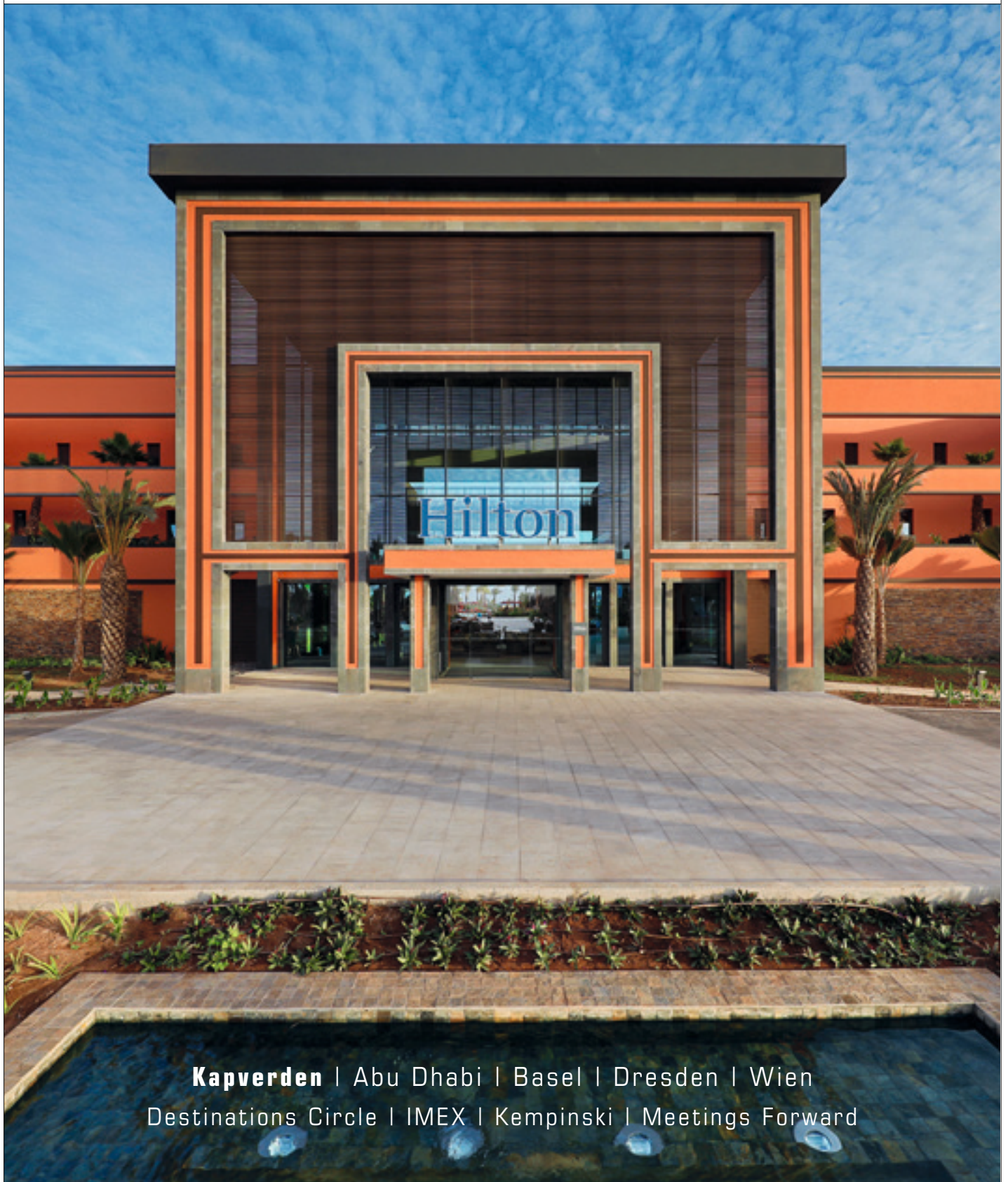


01/20 | Februar 2020 | 39. Jahrgang | 8,50 €

# convention INTERNATIONAL

DAS MAGAZIN FÜR VERANSTALTUNGSPLANER



**Kapverden** | Abu Dhabi | Basel | Dresden | Wien  
Destinations Circle | IMEX | Kempinski | Meetings Forward

*Dieser Moment, wenn das Geschäft auch mal*

# *RUHEN*

*darf*

*FLY BETTER*

Mit Emirates kommen Ihre Geschäftskunden ausgeruht und bestens vorbereitet zu Meetings und Konferenzen in der ganzen Welt. Dafür sorgen exzellenter Komfort und eine Vielzahl von Services an Bord. Um Ihnen die Arbeit zu erleichtern, übernehmen wir gerne für Sie die Organisation der Anreise. Registrieren Sie Ihr Event und profitieren Sie von Sondertarifen sowie anderen Vergünstigungen. Wenn Sie mehr über unser MICE-Angebot wissen möchten, schreiben Sie eine E-Mail an [fragroups@emirates.com](mailto:fragroups@emirates.com).

  
**Emirates**



*Willkommen im neuen Jahrzehnt!*

*Mit dem Jahreswechsel kam dieses Mal zugleich ein neues Jahrzehnt. Der Vergleich mit den Goldenen Zwanzigern des letzten Jahrhunderts liegt nahe. Seinerzeit sorgte der Wirtschaftsaufschwung für eine grundpositive Stimmung in vielen Teilen der Welt, auch bei uns. Die aktuellen Zwanziger sind nicht ganz so positiv gestartet. Corona-Virus, Klimawandel bzw. Erderwärmung und politische Krisen haben uns bereits zu Beginn des Jahres umgetrieben. Diese Probleme werden sich sicher nicht in Luft auflösen oder in den nächsten Monaten lösbar werden. Aber wer sich ein wenig mit der Geschichte auskennt, weiß auch, dass die Anfänge der 1920er-Jahre nicht gerade rosig aussahen. Sehen wir es also positiv: Auch unsere 20er können noch golden werden. Und die Chancen dafür stehen eigentlich gar nicht schlecht. Schließlich ist die Welt gerade im Wandel begriffen: Digitalisierung und Globalisierung schreiten immer weiter voran, parallel dazu wächst das Bewusstsein für Nachhaltigkeit und Klimaschutz. Vielleicht werden unsere 20er nicht durch ein Wirtschaftswunder geprägt sein, dafür aber durch andere Faktoren, die das Leben lebenswerter machen. Der Wandel in diese Richtung hat bereits begonnen und sollte nur weiter – und konsequent – vorangetrieben werden.*



Anzeige

CONGRESS CENTRUM ALPBACH

Green Meeting

Congress Centrum Alpbach  
 A-6236 Alpbach | Tel. +43 5336 600 100  
 info@alpbach.at | [congressalpbach.com](http://congressalpbach.com)

alp  
bach  
tal

**Nachhaltig Tagen  
 im Bergdorf**  
 Green Meeting in Alpbach.

# Inhalt

Februar 2020



[www.convention-net.de](http://www.convention-net.de)

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

[www.facebook.com/Convention.International](https://www.facebook.com/Convention.International)



18

Abu Dhabi fasziniert: Neben beeindruckenden Meeting- und Kongressmöglichkeiten, sorgen auch die wilde Natur und vielseitigen Incentives für ideale Voraussetzungen innovativer MICE-Formate. Foto: DCT Abu Dhabi

- 6 Kapverden**  
Noch ein Geheimtipp
- 12 Events**  
3. Berliner MICE Summit – vereint. innovativ. zukunftssicher.
- 16 Branche**  
Trends 2020: Digitalisierung, Effizienz und Nachhaltigkeit
- 18 Abu Dhabi**  
Von der Wüste über die Stadt bis zur Insel
- 23 Save the Date**  
MICE Trophy 2020
- 24 Female Leaders**  
Dr. Heike Döll-König
- 30 Messen**  
NATUR als Fokusthema der IMEX Group für 2020 und 2021
- 32 Hotels**  
Radisson vergrößert und verbessert Portfolio in Italien
- 34 Branche**  
Fünf Frauen zum Thema Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility
- 36 Dresden**  
Fit4Congress meets FamTrip in Dresden
- 44 Hotels**  
Ein Palast auf der Palme
- 48 Gastbeitrag**  
Vorfreude auf die Expo 2020
- 49 Impressum**
- 50 Wien**  
In der Smart City Wien entsteht die Stadt der Zukunft

# Tagen in neuen Dimensionen

IMEX Group: Natur wird  
Kernthema der nächsten  
beiden IMEX-Jahre

30



36

2019 wurde der  
Fit4Congress in Dresden  
erstmals mit einer  
Studienreise verbunden,  
bei der insgesamt  
15 Planer exklusive  
Einblicke in aktuelle  
MICE-Entwicklungen  
und Neuentdeckungen  
der Stadt bekamen.  
Foto: Frank Grätz



Unsere neue Kolumne trägt den Namen  
„MeetingsForward“. Neue Denkanstöße und  
interessante Ansätze rund um das Thema MICE  
von Matthias Schultze, Managing Director des  
GCB German Convention Bureau e.V.

66



- 52 **Branche**  
What? Workshop-Design?
- 55 **Events**  
Brandex 2020 - 02  
Die Leidenschaft
- 56 **Basel**  
Die Stadt am Rhein hat noch  
mehr zu bieten
- 64 **Hotels**  
Mitten in Schwabing
- 66 **Meetings Forward**  
Prototyping für das Event  
von morgen

- Veranstaltungen bis 7.000 Personen
- 5.000 m<sup>2</sup> Ausstellungsfläche
- Multifunktionale Nutzungsmöglichkeiten
- Modernste ICT-Infrastruktur und Konferenztechnik
- Einzigartiges Ambiente im ehemaligen Plenarsaal
- Zentrale Lage am Rhein

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

# Noch ein Geheimtipp | von Anna-Lena Gras

**Viele sind auf der Suche nach Destinationen, die noch nicht jeder kennt. Auch wenn Städte wie Barcelona, Prag oder London zweifelsohne ihren Reiz haben, war schon (fast) jeder einmal dort, sei es privat oder geschäftlich. Eine Destination zu finden, die tatsächlich noch unbekannt ist, gestaltet sich aufgrund der Globalisierung grundsätzlich immer schwieriger. Gerade für die MICE-Branche kommen aber noch weitere Herausforderungen hinzu: Sicherheit, Erreichbarkeit, Budget-Planungen und Meeting-Kapazitäten vor Ort sind zusätzliche Aspekte, die es zu berücksichtigen gilt. Es gestaltet sich nicht immer leicht, die richtige Balance zu finden. Doch wir hätten da einen Tipp: die Kapverden.**



**DER AFRIKANISCHE INSELSTAAT** umfasst insgesamt 15 Inseln und liegt etwas mehr als 500 Kilometer vor der Westküste des Kontinents. Entdeckt wurde der Archipel im 15. Jahrhundert von den Seefahrern der portugiesischen Krone. Die damals noch vollständig unbewohnten Inseln wurden 1461 mit der Installation kleiner portugiesischer Militärstationen auf Santiago und Fogo erstmals besiedelt. Heute sind neun der Inseln bewohnt und die Gesamtbevölkerung zählt etwas über 500.000 Einwohner.

## Karibisches Flair

Auch wenn die Karibik noch ein gutes Stück entfernt ist, haben das Lebensgefühl und die Architektur längst ihren Weg auf die Kapverden gefunden. So lautet beispielsweise das Motto der Einwohner „No Stress“ – und es wird wirklich gelebt. In manchen Situationen – insbesondere, wenn etwas schnell gehen muss – mag das für uns Europäer etwas schwierig wirken, doch passt man sich schon nach ein paar Tagen automatisch dem Inseltempo an. Und stellt fest, dass es

am Schluss jedenfalls irgendwie funktioniert. In architektonischer Hinsicht absolut typisch sind die bunt gestrichenen Häuser, die sich überall finden und sofort Gedanken an die Karibik aufkommen lassen. Das Wetter mit einer Jahresdurchschnittstemperatur von etwa 25 Grad tut ein Übriges.

## Aber warum heißt Sal eigentlich Sal?

Wer des Portugiesischen ein wenig mächtig ist, der wird sich schon denken, dass es irgendetwas mit Salz zu tun haben

muss. Und das ist auch vollkommen richtig: Im 17. Jahrhundert kamen erste freie Siedler auf die Insel, die zu dieser Zeit noch „Llana“ (flache Insel) hieß, um Salz zu gewinnen. In zwei Salinen wurde über die folgenden Jahrhunderte hinweg Salz abgebaut und exportiert.

### Touristisch noch nicht überlaufen

Der Tourismus auf den Kapverden steckt – zumindest lassen die Besucherzahlen

Eine der Gruppen, die bereits in Sal angekommen ist, ist Hilton. Mit dem Hilton Cabo Verde Sal Resort steht für Planer eine Top-Adresse auf der wüstenartigen Insel bereit. Das auf Fünf-Sterne-Niveau agierende Haus der amerikanischen Hotelgruppe ist im Resort-Stil erbaut und befindet sich im Herzen von Sal. Zu Fuß sind es nur zehn Minuten ins Zentrum von Santa Maria, in zwanzig Minuten ist der Flughafen mit dem Taxi erreichbar. Apropos Flug-

mehr als sechs Stunden erreicht man den Amílcar Cabral International Airport auf Sal von Europa aus.

### Luftig im wahrsten Sinne des Wortes

Beim Betreten der Lobby des Hilton wird direkt deutlich, dass es sich bei Sal um eine absolute Ganzjahresdestination handelt. Offen gestaltet heißt nämlich in diesem Fall, dass die Hälfte der Lobby nicht überdacht ist und man schon auf den



darauf schließen – noch in den Kinderschuhen. Dennoch verfügen die Inseln schon jetzt über eine hervorragende Infrastruktur. Insbesondere die Inseln Sal und Boa Vista sind in diesem Punkt bereits sehr weit entwickelt. Sal gilt als die touristisch wohl am besten erschlossene Insel der Kapverden. So haben sich zahlreiche Restaurants und Bars etabliert, genauso wie internationale Hotelketten. Innerhalb der nächsten Jahre wird sich wohl jede namhafte Gruppe ihren Platz auf Sal gesichert haben.

hafen. Der Amílcar Cabral International Airport ist der größte Flughafen der Kapverden und bietet Direktverbindungen in viele Städte Europas. Von Deutschland aus geht es beispielsweise mit Tuifly direkt von Köln, Düsseldorf, Frankfurt/Main, Hannover, Stuttgart und München auf die Insel. Allerdings verfügt der afrikanische Inselstaat mit der Cabo Verde Airlines auch über eine landeseigene Fluglinie. Derzeit sind Lissabon, Paris, Mailand und Rom die europäischen Drehkreuze der Airline, weitere sollen folgen. In etwas

**Foto:** Einsame Strände, eine lebendige Kultur und eine aufstrebende Hotellerie: Die Kapverden präsentieren sich als Geheimtipp für die MICE-Branche. Foto: Dariusz Jarzabek/Shutterstock.com

obligatorischen Sofas im Empfangsbereich unter freiem Himmel Platz nimmt. Von der im Zentrum des Resorts liegenden Lobby geht es in alle Bereiche des Hauses. Per Lift oder über die schwungvolle Außentreppe erreicht man die drei Etagen, auf die sich die insgesamt 241





← Zimmer und Suiten verteilen. Ansprechend ist auch in diesen Bereichen, dass die Flure nicht vollständig überdacht sind, sodass sich hier ebenfalls ein gewisses Outdoor-Feeling einstellt. Der für die kapverdischen Inseln typische Wind, der durch die Flure weht, unterstreicht dieses Gefühl umso mehr.

### Viel Raum

Generell ist Platz aufgrund der weitläufigen Architektur und der direkten Strandlage keine Mangelware vor Ort. Um dieses Gefühl nochmals zu verstärken, sind die Zimmer mit einer Minimalgröße von 37 m<sup>2</sup> recht großzügig bemessen. Helle Töne kombiniert mit Farbakzenten unterstreichen den Resort-Charakter und vermitteln Ruhe und Wohlfühlatmosphäre. In der gleichen Größe, allerdings mit anderem Blick warten die Superior Rooms auf. Von Terrasse oder Balkon aus schaut der Gast hier entweder auf den Pool oder das Meer. Fast doppelt so groß präsentieren sich die Suiten. Mit geräumigen 73 m<sup>2</sup> bieten sie ausreichend Platz und orientieren sich in puncto Ausblick ebenfalls in Richtung Poollandschaft oder Meer.

Wer die Präsidentensuite des Hotels beziehen möchte, muss sich in den vierten Stock des Hotels begeben. Satte 220 m<sup>2</sup> stehen – inklusive eines eigenen Büros sowie einer Küche und zwei Schlafzimmern – zur freien Verfügung. Besonders hervorzuheben ist die großzügige Terrasse der Präsidentensuite, die mit einem 180-Grad-Panoramablick auf den Ozean zum Verweilen und Entspannen einlädt.

### Ein eigener Fischer

Um die Qualität der Speisen zu gewährleisten, insbesondere im Bereich Fisch und Meeresfrüchte, erlaubt sich das Hilton den Luxus eines hoteleigenen

Fischers. Jeden Morgen fährt er auf das Meer hinaus und versorgt so täglich alle Restaurants mit fangfrischem Fisch aus den Gewässern direkt vor dem Hotel. Frischer geht es wohl kaum!

### Kulinarische Vielfalt

Das F&B-Konzept des Hilton Cabo Verde Sal Resort umfasst insgesamt vier Anlaufstellen. Den Mittelpunkt bildet dabei das Hauptrestaurant Magellan, in dem die Gäste des Hauses sowohl zum Frühstück als auch zum Abendessen Platz nehmen können.

### Magellan & La Victoria

Die kulinarische Ausrichtung des Küchenteams folgt den Routen Magellans. In Buffetform, kombiniert mit mehreren Live-Cooking-Stationen, können sich die Gäste um die Welt schlemmen. Je nach Anlass gibt es zusätzlich verschiedene weitere, thematisch orientierte Buffets. Aufgrund der Öffnungszeiten ist das Magellan im Besonderen für große Gruppen zum Lunch beispielbar. Wer ein exklusives Ambiente bevorzugt, kann den Private-Dining-Bereich, der an das Magellan angrenzt, nutzen. In gediegenem Ambiente und bei Bedarf vollständig vom Restaurantbetrieb separiert, können an der langen Holztafel bis zu zehn Personen Platz nehmen. Das La Victoria, so der Name des kleinen, aber feinen Bereichs, verfügt außerdem über eine private Terrasse, auf der Welcome-Drinks serviert werden können.

### Weit mehr als nur eine Strandbar

Direkt auf beziehungsweise in den Sand des weitläufigen Strandes von Santa Ma-

ria gebaut wurde das Bounty. Der schicke Holzbau punktet in erster Linie mit direktem Meerblick und einer sehr entspannten Atmosphäre. Während im vorderen Teil eine Bar und Loungemöbel zum Verweilen einladen, ist im hinteren Teil, der zum Strand hin orientiert ist, der Restaurantbereich angesiedelt. Auf der Karte finden sich lokal inspirierte Gerichte, ergänzend geprägt von internationalen Einflüssen.

Aufgrund der etwas abgelegenen Position eignet sich das Bounty Beach Restaurant hervorragend für exklusive Veranstaltungen. Insbesondere wenn sich der



**li.o.:** Schon in der Lobby des Hilton Cabo Verde Sal Resort wird das Beach-Feeling spürbar: Sitzgelegenheiten unter freiem Himmel und Meeres-bezogene Kunst sind die Hauptelemente in puncto Design.

**re.o.:** Die Zimmer und Suiten präsentieren sich mit architektonischer Raffinesse und dem speziellen Wohlfühlfaktor.

**re.u.:** Frische und lokale Produkte gehören zu den grundlegenden Prinzipien der Nachhaltigkeitsstrategie des Hilton auf Sal. Fotos: Hilton Hotels





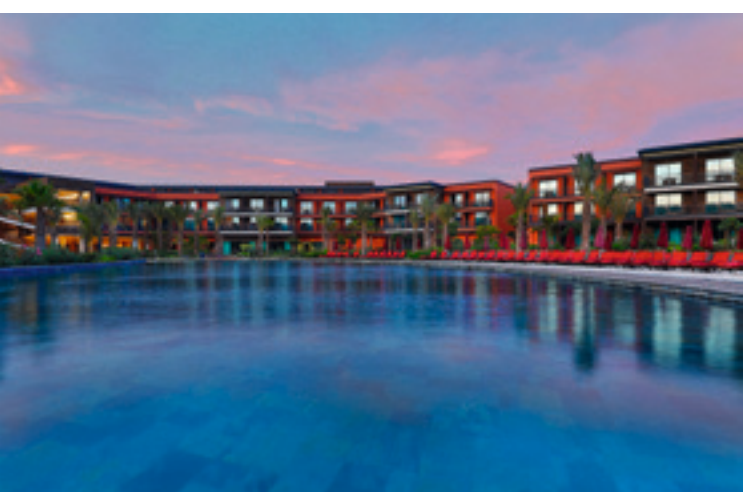
**CHIARADIA**  
EXHIBITIONS

*bring your brand to life*

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

Hommert 18, 6361 HN Vaesrade, die Nederlande

Tel. +31 46 711 1760 Fax. +31 46 442 3675 [info@chiaradia.com](mailto:info@chiaradia.com) [www.chiaradia.com](http://www.chiaradia.com)



sich die Poolbar für ungezwungene Get-togethers bespielen, zum anderen kann der imposante Steg, der sich durch den gesamten Pool zieht, ebenfalls sehr vielfältig und für verschiedenste Inszenierungen eingesetzt werden. Modenschauen, Produktpräsentationen oder Empfänge bekommen so sicherlich einen besonderen Touch. Ebenfalls von Vorteil ist die vollausgestattete Poolbar, die neben Drinks auch kleinere Speisen offeriert.

#### Cize Bar

Abgerundet wird das kulinarische Angebot des Hauses von der Cize Bar. Die Hotelbar öffnet jeden Tag am späten Nachmittag und besticht durch ihre ungezwungene Atmosphäre. Am Abend spielen dann verschiedene lokale Bands und Künstler. Auf der Karte stehen ausgewählte Cocktails und selbstgemachte Burger.

#### 500 m<sup>2</sup> klassische Meetingfläche

Wer auf der Suche nach klassischen Meetingflächen ist, wird im Hilton Cabo Verde Sal Resort ebenfalls fündig. Etwas abseits des alltäglichen Hotelbetriebs liegen die mehr

als 500 m<sup>2</sup> Konferenzbereich, die sich auf vier Räume verteilen. Die größten Kapazitäten entfallen dabei auf den Ballsaal Morna, der in zwei gleich große Partitionen – jeweils etwa 150 m<sup>2</sup> groß – geteilt werden kann. Gemeinsam genutzt finden bis zu 310 Personen Platz, in den jeweiligen Teilbereichen zwischen 90 und 145. Das klassische Ambiente des Ballsaals bietet den Rahmen für jede Art von Veranstaltung. Weitere drei Säle mit den

Namen Batuque (82,5 m<sup>2</sup>), Tabanka und Funana (beide 81,75 m<sup>2</sup>) offerieren Kapazitäten zwischen 12 und 70 Personen. Alle Räume sind durch eine Outdoor-Fläche miteinander verbunden, verfügen über Tageslicht und sind technisch auf neuestem Stand. Die intuitiven Control-Panels in allen Einheiten erlauben die Steuerung der verschiedenen technischen Elemente von einer zentralen Stelle aus. Vollkommen flexibel ist außerdem die jeweilige Möblierung der einzelnen Räume gestaltet. Ob klassische Konferenzbestuhlung oder bequeme und gemütliche Sitzsäcke: Die Entscheidung obliegt ganz dem Veranstalter und richtet sich nach der Ausrichtung der Veranstaltung. Grundsätzlich gilt für das Meeting & Events-Team des Hiltons, dass eigentlich alles möglich ist. Auch außergewöhnliche Anfragen werden gerne bearbeitet und entsprechend realisiert.

#### Kids Club

Eine weitere Variante für Planer ist tatsächlich der Kids Club. Werden hier im Normalbetrieb Kinder betreut und bespaßt, können Planer die spielerische Atmosphäre inklusive Spielkonsole, Kicker, Shuffleboard ebenso für Kreativ-Meetings oder Kick-offs nutzen.

#### Sportlicher Ausgleich zum Meetingalltag

Zum Portfolio des Hiltons gehört zudem das Atlantic Star Nautical Center. Damit verfügt das Haus über ein eigenes Wassersport-Center, das alle Aktivitäten auf oder im beziehungsweise unter Wasser anbietet. Ob Stand-up Paddling, Schnorcheln, Kajakfahren, Fischen, Segeln, Jet-Ski beziehungsweise Wasserskifahren oder geführte Tauchgänge. Durch den ganzjährig wehenden Nordostpassat kommen außerdem Wind- und Kitesurfer immer auf ihre Kosten. Sämtliche Aktivitäten werden direkt am Hotel angeboten und unter fachkundiger Anleitung und nur nach entsprechender Einführung durchgeführt. So können auch Anfänger in den jeweiligen Disziplinen sicher – im wahren Sinne des Wortes – erste Erfahrungen sammeln.

Wer sich lieber im klassischen Sinne sportlich betätigen will, kann auf das 24 Stunden lang geöffnete Fitness-Studio zurückgreifen. Neben verschiedenen Cardiogeräten bietet der Bereich alles, was zur körperlichen Ertüchtigung notwendig ist.

← Strand gegen Abend leert, können stimmungsvolle Events realisiert werden. Vom Dinner bis hin zur Party ist aufgrund der vorhandenen Infrastruktur alles möglich.

#### Den Pool ins Event einbinden

Im normalen Betrieb dient der Poolbereich bekanntermaßen und in erster Linie der Entspannung der Hotelgäste. Für Planer aber ergeben sich im Hilton noch weitere Möglichkeiten. Zum einen lässt

## Entspannung finden im Eforea Spa

Wie in vielen Hotels der Hilton Gruppe gibt es auch auf Sal ein Eforea Spa. Hier finden Gäste in acht Behandlungsräumen die gewünschte Entspannung. Außerdem verfügt das Spa über verschiedene Saunen und einen großzügigen Ruhebereich.

## Abends ins Casino

Ebenfalls zu den zahlreichen Outlets des Hotels zählt das erste Casino, das jemals auf den kapverdischen Inseln eröffnete. Das Casino Royal lädt zum Zocken in lockerer Atmosphäre ein. So besteht zum Beispiel kein besonderer Kleiderzwang. Das eigene Glück lässt sich an den verschiedenen Slot-Machines herausfordern, oder aber man versucht sich an einer Runde Roulette, Black Jack oder Poker. Durch die direkte Nachbarschaft zum Hotel können auch Gruppen ganz ohne Transfer-Problematik einen Abend im Casino genießen.

## Ein Abstecher nach Santa Maria

Zwar sind die Taxipreise auf Sal sehr niedrig, dennoch sollte der Weg nach Santa Maria vom Hotel aus zu Fuß in Angriff genommen werden. Am Strand entlang schlängelt sich der Weg direkt vom Hotel bis ins Zentrum der kleinen Inselstadt. Insbesondere in puncto Nachtleben ist Santa Maria einen Besuch wert. Viele kleine Bars und Restaurants finden sich unmittelbar an der Hauptstraße und die Kapverdier selbst sind hier ebenfalls zahlreich vertreten. Durch die ganzjährig milden Temperaturen sind die Terrassen der jeweiligen Lokalitäten eigentlich jeden Abend gut gefüllt. Während das

Preisniveau im Vergleich zu Europa recht niedrig ist, befindet sich die Qualität der Speisen auf sehr hohem Niveau. Wer auf Nummer sicher gehen will, kann beim Hilton-Team Empfehlungen und sich gleich dazu Unterstützung bei der Buchung holen. Durch die guten Verbindungen zu den Restaurant-Betreibern lassen sich ebenfalls große Gruppen problemlos einbuchen. Vom klassischen Seafood über asiatische Küche bis hin zum gehobenen Steakhouse reicht die Auswahl. Allerdings sei an dieser Stelle angemerkt, dass die Portionen auf den Kapverden relativ groß ausfallen. Daher eignen sich viele Gerichte als Sharing-Plates. Sicher ist in jedem Fall, dass niemand hungrig nach Hause gehen muss.

## Als Rahmenprogramm die Insel entdecken. Zu Land oder zu Wasser.

Um Gästen und Konferenzteilnehmern die Möglichkeit zu geben, etwas von der Insel kennenzulernen, hat das Hilton verschiedene lokale Partner, die ein passgenaues Rahmenprogramm organisieren können. In jedem Fall sollte Zeit eingeplant werden, um die Ortschaften und Städte der Insel zu entdecken. Auch ein Ausflug in die Inselhauptstadt Espargos ist zu empfehlen, ebenso wie eine Katamarantour. Auf dem Segelboot können Gruppen unterschiedlicher Größe die Aussicht genießen. Je nach verfügbarer Zeit können verschiedene Stopps zum Schnorcheln und Schwimmen eingeplant werden. Dies bietet sich vor allem bei halbtägigen Touren an.

Eine weitere Option ist ein Ausflug nach Buracona, eine kleine Felsenbucht

und Lagune im Norden der Insel. Neben den Meeresschwimmbecken ist das Olho Azul – zu Deutsch das Blaue Auge – den Ausflug in jedem Fall wert. Durch ein Loch im Vulkanfelsen fällt Sonnenlicht auf das in einer Höhle gesammelte Meereswasser, das durch die Lichtbrechung in einem spektakulären Blau erscheint. Durch die Form des Loches wirkt dieses Naturschauspiel wie die Iris eines menschlichen Auges. Darüber hinaus ist vor Ort ein kleines Restaurant angesiedelt sowie ein Garten, in dem das Restaurant seine frischen Produkte anbaut und erntet, um sie anschließend zu verwerten.

## Schwimmen in der Saline

Wie schon erwähnt, sind Salinen maßgeblich an der Namensgebung für die Insel verantwortlich: Eine davon ist die Saline Pedra de Lume. Heute reicht das dort zu gewinnende Salz allerdings nicht einmal für die Deckung des Bedarfs auf der Insel selbst. Aufgrund dessen hat die natürliche Saline in den letzten Jahren als wirtschaftlicher Faktor an Bedeutung verloren und sich immer mehr zu einer touristischen Attraktion entwickelt. Besucher können vor Ort einerseits etwas über die Geschichte des Salzabbaus erfahren und andererseits in den künstlich aufgestauten Salzseen baden. Durch die Lage unterhalb des Meeresspiegels kann stetig Salzwasser durch das zerklüftete Gestein einsickern und so den Salzgehalt der Seen konstant halten. Es entsteht ein ähnliches Phänomen wie am Toten Meer und die Schwimmer können ohne eigenen Kraftaufwand auf dem Salzwasser vor sich hintreiben.




---

**li.o.:** Die Bounty Beach Bar eignet sich sowohl für stimmungsvolle Dinner und Lunches, als auch ungezwungene Parties mit Beach-Feeling.

---

**li.mi.:** Die Weitläufigkeit der Pool-Area lässt sich vielfältig in die Event-Dramaturgie einbinden.

---

**li.u.:** Der klassische Meetingbereich des Hauses erstreckt sich auf 500 m<sup>2</sup> und erlaubt Planern eine enorme Flexibilität. Fotos: Hilton Hotels

---

**re.u.:** Für ansprechende Rahmenprogramme können individuelle Erlebnisse im hoteleigenen Nautical Center kreiert werden. Von einem Ausflug auf dem Jetski über einen Segeltörn an der Küste entlang, bis zu einem Tauchgang – selbst als Anfänger – ist unter professioneller Anleitung möglich.

---

### 3. Berliner MICE Summit – vereint. innovativ. zukunftssicher.

Am 30. Januar 2020 fand der dritte Berliner MICE Summit im WECC Event und Convention Center im Berliner Westhafen statt.

Rund 250 Teilnehmer aus der Branche diskutierten dabei über die aktuellen Trends und Herausforderungen in der MICE Branche.



Um die 250 Teilnehmer kamen beim dritten Berlin MICE Summit zusammen.



Marco Oelschegel, der neue Leiter des Berlin Convention Office, verriet in einer schnellen Fragerunde unter anderem was er an Berlin besonders schätzt.



Die Schüler und Schülerinnen von der Drumline Schule BÄM! sorgten für eine musikalische Überraschung beim dritten Berlin MICE Summit.

**SEIN DEBÜT FEIERTE** der Berlin MICE Summit im Jahr 2016, seitdem wechselt er im Zwei-Jahres-Takt mit dem Tag des Tourismus. Gastgeber ist das Berlin Convention Office von visitBerlin, welches sich mit der Veranstaltung an die Berliner Meeting-Branche, Hotellerie, Politik und Verwaltung wendet. Dieses Jahr fand die Veranstaltung im WECC Westhafen Event und Convention Center by 40 Seconds statt. Direkt an der Spree gelegen, ermöglicht die denkmalgeschützte ehemalige Lagerhalle 1 auf einer Fläche von 2.210 m<sup>2</sup> Veranstaltungen mit bis zu 1.500 Personen. Im Hinblick auf das Motto des Tages "vereint. innovativ. zukunftssicher." machte sich die Berliner Eventbranche hier insbesondere anhand von vier Themenbereichen fit für die Zukunft: Neben Fachkräftemangel, spielten unter anderem Digitalisierung, Zusammenarbeit und Nachhaltigkeit eine Rolle.

In gemeinsamen Workshops entwickelten die Experten Ideen, wie man die Berliner Meeting- und Kongressindustrie unter diesen Gesichtspunkten auch in Zukunft führend aufstellen kann. Sie ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für die Hauptstadt und sorgte allein im Jahr 2018

für 2,63 Milliarden Euro Umsatz und rund 44.100 Arbeitsplätze. Damit zählt Berlin zu den gefragtesten MICE-Destinationen weltweit. Innovative Projekte wie die Nachhaltigkeitsinitiative Sustainable Meetings Berlin zeigen, dass die Stadt in der Lage ist sich immer wieder neu zu erfinden und der stark wachsende Nachfrage nach ökologischen Lösungen gerecht zu werden.

Das Thema Nachhaltigkeit wurde auch in der Work Session „MICE for Future“ mit Antje Meyer von Sustainable Natives aufgegriffen. Sie sagt klar: "Wir brauchen mehr Lösungsräume". Diese bekamen die Teilnehmer in den anschließenden Workshops, in denen sie Ideen für zukünftige Veranstaltungsformate selbst erarbeiten konnten. Dazu analysierten sie die aktuelle Situation, formulierten ihre Visionen und überlegten passende Lösungsansätze. In ihrem Vortrag zum Thema „Ressource Mensch“ sprach Anna Volquardsen von Dear Work über Digitalisierung in der Arbeitswelt, Fachkräftemangel und New Work. Sie machte deutlich, dass die Bedeutung von individuellen Fähigkeiten wichtiger wird und zeigte auf, was der Arbeitgeber tun muss,

um für Bewerber attraktiv zu bleiben.

Impulsgeber Tilmann Süss von Berlin Strategen, stellte im Bereich „Digitalisierung“ die digitalen Trends vor, welche den MICE-Markt beherrschen. Er meint: „Wir müssen uns mit den Technologien auseinandersetzen, sie anwenden und uns Fähigkeiten aneignen. Loslegen, statt lange darüber reden! So funktioniert Lernen heute.“ Im anschließenden Workshop überlegten die Teilnehmer gemeinsam, wie man Digitalisierung nutzbar machen kann.

Darüber, wie sich die Zusammenarbeit zwischen der Berliner MICE-Branche und Verwaltung weiter verbessern lässt, diskutierten Andrea Schmidt und Katja Warnken vom Hamburg Convention Bureau in der Session "Eine Branche, eine Stimme". Der dritte MICE Summit endete mit einem Paukenschlag: Die Jugendlichen von der Drumline Schule BÄM! überraschten die Teilnehmer mit ihrer Trommelshow und führten sie zum abschließenden Get-Together, das im Sinne der Nachhaltigkeit ausschließlich durch ein veganes und vegetarisches Catering begleitet wurde. (mk)

(Alle Fotos: Foto: visit Berlin, Mike Auerbach)



Christian Weiß  
Foto: American Airlines

## American Airlines ernennt Christian Weiß zum Regional Sales Manager Central & Eastern Europe

American Airlines hat bekannt gegeben, dass **Christian Weiß** zum Regional Sales Manager Central & Eastern Europe befördert wurde. In seiner neuen Rolle wird Weiß für den Vertrieb des Privat- und Geschäftsangebots von American Airlines in Deutschland, der Schweiz, Österreich, Osteuropa und Skandinavien verantwortlich sein. Weiß wird von Frankfurt aus arbeiten und Cristián Lizana unterstellt sein, der kürzlich zum Regional Director – Europe Sales befördert wurde. Zuletzt betreute Weiß als Agency Sales Manager TMC- und Veranstalterkunden in Deutschland, Ungarn, Tschechien und Polen.



Helge Lütters  
Foto: Privat

## Neuer General Manager im Dolce by Wyndham Bad Nauheim

**Helge Lütters** ist seit Februar 2020 neuer General Manager im Dolce by Wyndham Bad Nauheim. Der 52-Jährige verfügt über mehr als 25 Jahre Know-how in der internationalen Vier- und Fünf-Sterne-Hotellerie. Im Laufe seiner Karriere zeichnete er in zahlreichen Häusern für aufwendige Renovierungen und Umbaumaßnahmen und damit verbundenen Relaunches verantwortlich. So koordinierte der gebürtige Bonner beispielsweise als General Manager im Radisson Blu Schwarzer Bock in Wiesbaden u. a. den Fire & Life Safety-Umbau. Außerdem war er in diesem ältesten Grand Hotel Europas für den Aufbau sowie die Implementierung eines innovativen F&B-Konzepts zuständig.



Foto: #meetfrankfurt

## Frankfurt Convention Bureau erweitert Team

Seit dem 01. Januar 2020 zeigt sich das Frankfurt Convention Bureau deutlich verstärkt. Mit der Rückkehr von **Mareike Buschmann** aus ihrer Elternzeit und zwei Neuzugängen in 2019 wächst das Team um Geschäftsbereichsleiterin **Jutta Heinrich** auf insgesamt sieben Köpfe. Bereits seit Juli 2019 verstärkt **Katharina Fey** als Ansprechpartnerin für PR, Social Media und Content Marketing das FCB. Im Oktober 2019 übernahm **Inga Seggelmann** als Nachfolgerin von Lisa Valerie Hörth den Quellmarkt USA. Mareike Buschmann ist wie schon vor ihrer Elternzeit zuständig für Planer aus China. Gemeinsam mit **Jasmin Seibel** und **Sandra Pause**, die den deutschen Markt betreuen sowie **Kirsten Bilalowski** machen sie sich für den Kongressstandort Frankfurt am Main stark.



Stefan Lohnert und  
Roland Bleinroth  
Foto: Messe Stuttgart

## Messe Stuttgart: Führungswechsel an der Spitze

**Roland Bleinroth** und **Stefan Lohnert** bilden seit dem 1. Februar die neue Geschäftsführung der Messe Stuttgart. Beide sind schon mehrere Jahre für das Unternehmen tätig. Roland Bleinroth ist seit 2006 Geschäftsführer der Messe Stuttgart. Er übernimmt nach dem Abschied von Ulrich Kromer, der nach 19 Jahren als Geschäftsführer zum 31. Januar 2020 in den Ruhestand ging, dessen Position als Sprecher der Geschäftsführung. Stefan Lohnert ist ebenfalls 2006 ins Unternehmen eingetreten und war zuletzt Bereichsleiter Gastveranstaltungen und ICS Internationales Congresscenter Stuttgart.



Yilmaz Yildirimlar  
Foto: Radisson Hotel Group

## Neue geografische Verantwortlichkeiten bei der Radisson Hotel Group

**Yilmaz Yildirimlar**, bisher Area Senior Vice President für Zentral- und Südeuropa, erhält weitere geografische Verantwortung. Zusätzlich zu seinen derzeitigen Aufgaben wurde er als Senior Vice President für Osteuropa, Russland und die Türkei (EERUT) ernannt. Neben Yilmaz Yildirimlar gibt die Radisson Hotel Group auch die neue geografische Verantwortlichkeit von Tom Flanagan Karttunen bekannt. Der jetzige Area Senior Vice President für Nordeuropa erhält zusätzlich die Regionen Großbritannien, Irland und Westeuropa (UKIWE). Tim Cordon führt die Geschäfte der Radisson Hotel Group weiterhin als Area Senior Vice President für den nahen Osten und Afrika durch.



Ron Cusiter  
Foto: The Americas Kempinski Hotel

## Ron Cusiter zum Vice President Global Sales and The Americas Kempinski Hotel ernannt

Kempinski Hotels S.A. hat **Ron Cusiter** zum Vice President Global Sales and The Americas ernannt. In dieser Rolle wird Ron die globalen Verkaufsbüros der Luxusmarke in Europa, Amerika, Asien und Indien leiten. Darüber hinaus wird er für den Verkauf und das Marketing für die Hotels von Kempinski in Nord- und Südamerika verantwortlich zeichnen und an den Strategien für bestehende und neue Hoteleröffnungen in dieser Region mitarbeiten. Der gebürtige Schotte bringt als ergebnisorientierte Führungskraft in den Bereichen Sales, Marketing und Revenue eine reiche globale Erfahrung in der Luxus- und Ultra-Luxus-Hotellerie mit.

# Discover the unexpected in England

**Einerseits ist England für seine Geschichte und sein kulturelles Erbe bekannt, andererseits für Innovation, Design und Service. Für die MICE-Branche stehen zahlreiche erstklassige Meeting Venues bereit: Vom hochmodernen Kongresszentrum, über liebevoll restaurierte historische Gebäude bis hin zu ländlichen Hideaways - England hat den perfekten Ort für jede Art der Veranstaltung.**



Abendansicht der Queens Gardens Water Fountain und des Maritime Museum.  
Foto: VisitBritain/ Lee Beel

## Exeter, South England

Die Hauptstadt der Grafschaft Devon, die sich mit ihren mehr als 3.400 Zimmern im Stadtgebiet als hervorragende Business-, Konferenz- und Incentive-Destination präsentiert, ist Heimat eines Weltklasse-Museums sowie international renommierten Sporteinrichtungen. Aber auch führende britische Unternehmen wie der nationale meteorologische Dienst Met Office oder die der Russel Group – das britische Pendant zur US-amerikanischen Ivy-League – angehörende University of Exeter sind vor Ort ansässig.

Allerdings dient die Universität nicht nur als Lernstätte, sondern wird von Event Exeter auch für verschiedenste Events bespielt. So gehören die Hörsäle und die historisch bedeutende Reed Hall genauso zum Portfolio, wie auch die Campusse Streatham und St. Luke's mit ihrer riesigen Auswahl an Tagungsräumen.

Eine weitere Möglichkeit für Meetings und Events ist Sandy Park, die Heimat der Exeter Chiefs, dem Rugby-Meisterschaftsteam der Stadt. Sandy Park wurde in der Vergangenheit bereits mehrfach ausgezeichnet und beherbergt fünf vielseitige Suiten sowie 18 Seminarräume, die sich

leicht für jede Veranstaltung konfigurieren lassen. Der größte Raum ist die Exeter Suite mit einer Kapazität für bis zu 600 Gäste bei Bankettbestuhlung oder 825 Gäste im Theater-Stil.

Darüber hinaus zählt Südwestengland zu einer der schönsten Gegenden der Welt. Die zum UNESCO Weltnaturerbe gehörende Juraküste sowie der Dartmoor Nationalpark sind nur zwei der Highlights, die Exeter und Umgebung zu einem prädestinierten Ort für Team-Buildings und Outdoor-Incentives machen: Von geführten Touren durch 2.000 Jahre Geschichte in der Stadt selbst, über einen Tag Rennbahn-Atmosphäre auf dem Exeter Racecourse oder eine morgendliche Ballonfahrt mit den Aerosaurus Balloons, bis hin zu militärischen Überlebenstrainings in der Bear Grylls Survival Academy.

Erreichbar ist Exeter über den stadtnahen internationalen Flughafen, der für Geschäftsreisende eine kostenfreie VIP-Lounge bietet. Von hier aus werden Verbindungen in alle großen Städte im UK, ebenso wie nonstop Verbindungen nach Paris, Amsterdam und Dublin angeboten.

Weitere Informationen:  
[www.visitexeter.com/conferences](http://www.visitexeter.com/conferences)

## Meet England

### Wolverhampton, Midlands, England

Nur 27 Quadratmeilen groß, dafür aber mitten in England, im Herzen West Midlands gelegen, befindet sich Wolverhampton. Überschaubare Größe und zentrale Lage machen hier die Planung und Durchführung von Events sehr einfach: Zum einen durch die Kompaktheit des Stadtgebietes zum anderen aufgrund der perfekten Erreichbarkeit. Hierfür spricht nicht zuletzt der neue hochmoderne Bahnhof der Stadt ebenso wie das erweiterte U-Bahn-Netz. Beides übrigens Teil des Verkehrsknotenpunktes Interchange – ein 170 Millionen Euro Projekt, das es Reisenden ermöglicht nahtlos zwischen Bus, Bahn und Straßenbahn zu wechseln.

Weitere Investitionen kamen den Civic Halls zugute. Bereits vor der fast 45 Millionen Euro Renovierung waren die Civic Halls ein beliebter Veranstaltungsort mit internationaler Strahlkraft. Durch die aktuellen Neuerungen ist der Status als Weltklasse-Venue für die nächsten Jahrzehnte garantiert.

Wer bei seinem Event ein wenig Rennbahnluft schnuppern möchte, sollte sich den Wolverhampton Racecourse merken. Die äußerst vielseitige und verkehrsgünstig gelegene Location verfügt sowohl über eine Reihe von Räumlichkeiten Indoor, als auch über großzügige Außenflächen entlang der Rennbahn, die für Events bespielt werden können. Besonders beliebt für Veranstaltungen ist die größte Suite im Erdgeschoss, die auf 600 m<sup>2</sup> Platz für bis zu 600 Personen bietet.

Historischer Glanz hingegen findet sich in den vier Sälen des Wolverhampton Grand Theatres, die allesamt im Art-Déco-Stil gehalten sind.

Mehr Informationen: [www.enjoywolverhampton.com](http://www.enjoywolverhampton.com)

### Blackpool, North England

Seit mehr als 150 Jahren ist Blackpool bereits ein Touristenmagnet und freut sich außerdem über mehr als 50.000 Delegierte jährlich. Durch die massive Verbesse-



Blackpool Tower Ballroom, Blackpool Lancashire, England. Foto: VisitBritain/Joshua Trigg



Teambuilding-Aktivitäten in der Bear Grylls Survival Academy. Foto: BGSA

rung der städtischen Infrastruktur wandelte sich die Blackpool darüber hinaus zu einer aufstrebenden MICE-Destination. In naher Zukunft wird zudem das für 33 Millionen Euro erbaute Konferenz- und Ausstellungszentrum Blackpool Winter Gardens eröffnen. Bis zu 1.500 Delegierte werden hier konferieren können. Und das mit direktem Anschluss an den auf 3.000 Personen ausgelegte Empress Ballroom und das Opera House Theatre. Eine absolute Top-Adresse für MICE-Planner ist der Blackpool Tower. Neben dem imposanten Ballsaal aus dem Jahr 1894 können Planer hier zusätzlich auf den Skywalk zurückgreifen. Auf 115 Metern Höhe befindet sich ein gläserner Steg, der sich für Receptions oder ähnliches eignet. Noch etwas mehr Adrenalin lässt sich am Blackpool Pleasure Beach erzeugen. Hier steht unter anderem die erste Double-launch-Achterbahn des Vereinigten Königreichs.

Mehr Information: [www.visitblackpool.com](http://www.visitblackpool.com)

### Hull, North England

Hull ist eine maritime Stadt mit lebhafter MICE-Branche. Die historische Altstadt hält eine Vielzahl an Venues bereit, die insbesondere internationalen Teilnehmern den besonderen Charme von Olde England näherbringen. Mit mehr als 2.500 Zimmern bietet Hull außerdem eine große Bandbreite in punkto Unterkünften. Ob Hotelzimmer oder Boutique Serviced Apartments, ob mit Blick auf das Wasser

oder mitten im Zentrum. Alles ist vorhanden und lässt sich an die jeweiligen Budget- und Eventvorstellungen anpassen. Für große Veranstaltungen eignet sich insbesondere die Bonus Arena. Zwischen historischer Altstadt und Marina gelegen ermöglicht die Multifunktionsarena bis zu 2.600 Teilnehmer bei einer Konferenz und bis zu 2.500 Gäste bei einem Empfang. Hinzu kommen 1.200 m<sup>2</sup> Ausstellungsfläche.

Ebenfalls auf der Location-Liste sollte die University of Hull vermerkt sein. Erst kürzlich wurden die gesamten Eventflächen, sowie die Middleton Hall einer umfangreichen Renovierung unterzogen. Abgerundet wird das Angebot in Hull durch verschiedene Incentive-Möglichkeiten, wie beispielsweise ein Frühstück mit Pinguinen im Deep Aquarium, ein Schokoladen-Workshop im Hull Trinity Market oder ein Gin-Lehrgang in der Hotham's Gin School mitten im historischen Zentrum der Stadt.

Wer die Stadt an Englands Ostküste erreichen möchte kann dies entweder per Bahn – Hull verfügt mit den Hull Trains über einen eigenen Anbieter – oder per Flugzeug tun. Neben dem stadteigenen kleinen internationalen Flughafen gibt es drei weitere Flughäfen in der näheren Umgebung: Humberside Airport, Robin Hood Doncaster Sheffield Airport und den Leeds Bradford Airport.

Mehr Informationen: <https://www.visithullandeast-yorkshire.com/conference/meethullhome.aspx>

### Find out more

Meet England – mit so vielen unterschiedlichen und interessanten Optionen kann es schwer sein sich für die richtige Destination in England zu entscheiden. MeetEngland unterstützt Sie dabei, die richtige Destination zu finden! Mit inspirierenden Ideen und praktischer Hilfe stehen wir mit Rat und Tat zur Seite. Verknüpfen Sie mit dem richtigen Ansprechpartner in der richtigen Stadt und helfen dabei, die beste Lösung und Umsetzung für ihr nächstes Event zu erarbeiten.



### IHR KONTAKT:

Caroline Phelan – Meetings & Incentive Senior Manager Europe  
[Caroline.phelan@visitbritain.org](mailto:Caroline.phelan@visitbritain.org)  
 +33 (0)6 38 98 31 07

# Trends 2020: Digitalisierung, Effizienz und Nachhaltigkeit | von Markus Struppeler

Laut einer 2019 durchgeführten Untersuchung des GCB German Convention Bureau e.V. wurden in Deutschland im Jahr zuvor rund 2,9 Millionen kommerzielle Veranstaltungen durchgeführt. Die Zahl der Teilnehmer lag bei 412 Millionen. Demzufolge wächst die Branche deutlich. Über die bloßen Zahlen hinaus sind jedoch weitere Entwicklungen von Bedeutung.



**SELTEN WAR DIESE** Frage nach den bevorstehenden Veränderungen der Branche so entscheidend wie zu Beginn des Jahres 2020. Es sind mehrere bedeutende Trends zu beobachten, die in diesem und den nächsten Jahren ihre Wirkung entfalten dürften: Zum einen wird die Digitalisierung das Veranstaltungsmanagement nochmals erheblich verändern. Wesentliche Treiber sind dabei Virtual und Augmented Reality, geräteunabhängige Lösungen und künstliche Intelligenz. Einschneidend ist auch, was bei kleineren Meetings („Small and simple meetings“) passiert: Hier wird künftig noch stärker auf Effizienz gesetzt. Unnötige Reisen werden nicht nur aus Kostengründen, sondern auch im Hinblick auf die Nachhaltigkeit vermieden.

## Augmented und Virtual Reality

Mit Augmented Reality (AR) und Virtual Reality (VR) wird bei Veranstaltungen und Messen im Jahr 2020 eine Dimension des Erlebens möglich, die über klassische Präsentationen weit hinausgeht. Komplexe Botschaften und Themen

lassen sich auf diese Weise anschaulich und überzeugend inszenieren. Produkte können attraktiv in Szene gesetzt und vielschichtige Zusammenhänge erklärt werden. Vorteil dieser Technologien: Ihr Einsatz geht über den von Veranstaltungen hinaus und sie können vielfältig anderweitig verwendet und weiterentwickelt werden. Sie sind im Rahmen von Veranstaltungsreihen langfristig einsetzbar.

## Künstliche Intelligenz (KI)

Selbstlernende Systeme gewinnen im neuen Jahr bei Meetings & Events (M&E) immer mehr an Bedeutung. Dabei ist an Apps und Plattformen zu denken, die per Künstlicher Intelligenz (KI) eine Grundlage für eine bessere Erfahrung der Teilnehmer (Customer Experience) legen. So spielen Chatbots oder Indoor Navigation eine immer wichtigere Rolle. Dabei können weiterführende Informationen bereitgestellt oder die Orientierung unterstützt werden. Ebenso erleichtert und beschleunigt sich die Verarbeitung und

Verknüpfung von Veranstaltungsdaten durch KI. Angebote lassen sich auf den individuellen Anspruch von Teilnehmern gezielt entwickeln. Ihre Wirkung entfaltet KI insbesondere auf lange Sicht im Zuge Strategischen Meeting Managements (SMM).

## Plattformen verbinden alle Beteiligten

Geräteunabhängige Lösungen werden zum Kernelement im Projektmanagement sowie in der veranstaltungsbezogenen Kommunikation für Meetings und Events (M&E): Teilnehmer und Organisatoren können damit alle Informationen über eine Online-Plattform oder über Apps abrufen und – sofern erforderlich – bearbeiten. Organisatoren haben online Zugriff auf den aktuellen Projektstand.

## Mehr Effizienz bei Small und Simple Meetings

Weiterhin werden Small und Simple Meetings in vielen Unternehmen nicht über Business Travel Partner oder über Sourcing Agenturen abgewickelt, sondern



direkt in den Fachabteilungen. Dies dürfte sich zunehmend ändern. Small Meetings und die damit verbundenen Prozesse und Kostenpotentiale rücken für Einkaufsmanager immer stärker in den Fokus. Gerade in Unternehmen, die eine hohe Zahl von Veranstaltungen realisieren, lassen sich durch zentralen Systeme und Prozesse umfassende Potenziale realisieren. Die Schritte dorthin erfolgen in kleinen Etappen, erste Erfolge werden jedoch in der Regel sofort messbar.

### Nachhaltigkeit und Kostenaspekte verändern Business Travel

Immer mehr Unternehmen berücksichtigen nachhaltige Kriterien bei der Buchung von Dienstreisen. Folglich werden Reisen zunehmend durch virtuelle Meetings ersetzt. Wo Reisen dennoch stattfinden, wird verstärkt auf Nachhaltigkeit geachtet. Die in diesem Zusammenhang erforderliche Einhaltung von CSR- und Umweltschutz-Richtlinien wird ebenfalls das zentrale Sourcing unterstützen.

### Strategisches Meeting Management (SMM)

Wie viele Veranstaltungen finden im Unternehmen statt, wie hoch ist die Teilnehmerzahl? Welche internen und externen Partner sind beteiligt – und welcher Return on Investment (ROI) resultiert aus den unterschiedlichen Veranstaltungen und Veranstaltungsformaten? Um solche Fragen eindeutig beantworten und Entscheidungen treffen zu können, setzen immer mehr Unternehmen auf strategische Meeting Management Programme (SMMP). Unterschiedliche Formate werden aufeinander abgestimmt und es wird einfacher, Veranstaltungen zu strukturieren. Vor allem aber verstärkt sich die Wirkung von M&E durch eine Konzeption ineinandergreifender Veranstaltungen. Anhand von Key Performance Indikatoren (KPIs) lassen sich Ziele definieren und die Verantwortlichen können auf Grundlage von Daten bestimmen, welche Budgets welchen Kommunikationszielen zuzuordnen sind

### Fazit

Das Jahr 2020 könnte für die Branche ein Wendepunkt werden. Die Digitalisierung wird dabei neue Perspektiven für Unternehmen, Agenturen und Teilnehmer eröffnen. Veränderungen ergeben sich insbesondere auch durch Nachhaltigkeitsaspekte und den damit verbundenen Prozessen. Gerade Umweltaspekte werden neben Kostenfaktoren künftig stärker berücksichtigt. SMMPs erhöhen den Mehrwert von M&E, sorgen für Transparenz – und tragen zur Veränderung der gesamten Branche bei.



Markus Struppler ist seit 2010 CFO bei der Proske GmbH. Er studierte an der Universität München sowie der London School of Economics and Political Science und schloss mit einem Diplomvolkswirt ab.  
Foto: Proske GmbH

# SPACE FOR THE NEXT

# WE MAKE YOUR VISION WORK

[SPACEFORTHENEXT.DE](https://spaceforthenext.de)



## RÄUME

Für Events jeder Größe  
und jeden Formats



## LAGE

Optimal angebunden, messe-  
erfahren, ideale Infrastruktur



## SERVICE

Flexibel, maßgeschneidert,  
persönlich



## TECHNIK

5G-Netz ab Sommer 2020,  
modernste Ausstattung



Deutsche Messe



# Von der Wüste über

von Mali Karbach

Die Skyline von Abu Dhabi beeindruckt nicht zuletzt durch die fünf auffällig geformten Türme der Etihad Towers, in denen sich unter anderem auch das Jumeirah Hotel befindet.

**Die Hauptstadt der Arabischen Emirate fasziniert: Karge Wüste trifft auf modernste Wolkenkratzer und Traumstrände. Von großen MICE-Möglichkeiten bis hin zu zahlreichen Incentives sind Planern hier so gut wie keine Grenzen gesetzt.**

**RUND SECHS FLUGSTUNDEN** trennen das circa 67.000 m<sup>2</sup> große Hauptemirat von Deutschland. Arabiens schöne neue Welt lockt jährlich mehrere Millionen Touristen an. Kein Wunder, denn neben Palästen, Luxushotels und extravaganter Architektur hat Abu Dhabi auch wunderschöne Berg- und Dünenlandschaften, 200 natürliche Inseln und 700 km Küstenlinie sowie Naturreservate und Oasen zu bieten.

Seit im Jahr 1959 Erdöl in Abu Dhabi entdeckt wurde, hat sich aus dem einst kleinen Wüstenfleck eine der modernsten Metropolen der Welt mit knapp zwei Millionen Einwohnern entwickelt, die wirtschaftlich boomt und deren Bevölkerung es – dank dem 2004 verstorbenen Regenten Scheich Zayid bin Sultan Al Nahyan – an nichts fehlt. Dazu tragen beispielsweise die Befreiung von der Steuerpflicht, eine kostenlose medizinische

Versorgung sowie Altersrente und ein umfassendes Sozialnetz bei. Abu Dhabis Reichtum geht so weit, dass es in der Lage ist, 50 Prozent der Kosten aller anderen Emirate zu übernehmen.

## **Eine Oase mitten in der Wüste Abu Dhabis**

Mitten in der Wüstenlandschaft von Abu Dhabi liegt das Jumeirah Al Wathba Resort im Einklang mit der Natur. Eine neu angelegte Straße endet an einem Tor, hin-

# die Stadt bis zur Insel



Foto: DCT Abu Dhabi

ter dem sich die idyllische Oase im arabischen Stil erstreckt. Etwa 40 Minuten Autofahrt trennen das Resort vom Flughafen Abu Dhabi.

Nur unweit vom Großstadtrubel der Stadt bietet das Fünf-Sterne-Hotel einen Rückzugsort, der seinen Gästen Erholung sowie einzigartige Momente verspricht und eine perfekte Ergänzung zu den weiteren Jumeirah Hotels im Zentrum von Abu Dhabi und auf Saadiyat Island darstellt.

Die Anlage mit ihren verwinkelten Innenhöfen und grünen Gärten ist in verschiedene Wohnbereiche unterteilt

und bietet neben erstklassigen Restaurants auch einen aufwendig angelegten 1.000 m<sup>2</sup> großen Outdoor-Pool und ein Talise Spa, das wie aus 1001 Nacht anmutet. Insgesamt 13 Behandlungsräume und unter anderem getrennte Hammams für Herren und Damen sowie ein Kristallsaal sorgen für einen optimalen Erholungsfaktor. Ein komplett ausgestattetes Fitnessstudio steht den Gästen ebenfalls kostenfrei zur Verfügung.

Das Boutique-Resort verfügt über 103 Zimmer, Suiten und Villen, die vom klassischen Stil inspiriert und mit orientalischen Details sowie traditionellen

Kunstwerken eingerichtet wurden. Die Villen grenzen direkt an die unberührte Wüstenlandschaft und verfügen jeweils über ein eigenes Tauchbecken.

Die sechs Restaurants und Bars bieten zudem ein breit gefächertes kulinarisches Angebot mit Panoramablick auf die Dünen. Den Abend kann man besonders schön bei einem Cocktail in der Rooftop-Bar – mit atemberaubendem Ausblick auf den Sonnenuntergang – ausklingen lassen. Ebenso empfiehlt sich der Besuch einer traditionellen Falkenshow, die auch exklusiv für Gruppen gebucht werden kann. Dabei zeigt ein Falkner, wie der Nationalvogel der VAE trainiert wird, und gibt den Zuschauern die Möglichkeit, dem majestätischen Tier näherzukommen.

Neben zahlreichen Teambuilding-Abenteuern wie beispielsweise einer Wüstensafari können auch diverse Räumlichkeiten des Resorts für Veranstaltungen bespielt werden. Während sich für größere Events die vorderen Bereiche des Hotels mit ihren malerischen Dünen eignen, ist der Ballsaal für bis zu 100 Personen die perfekte Anlaufstelle für Feiern im intimeren Rahmen. Ein Highlight ist auch das Wüstenlager Al Mabeet, das gerne für Beduinen-Dinner und Live-Unterhaltung genutzt wird.

## Tradition erleben

In Sichtweite des Al Wathba Resorts befindet sich ebenfalls eine 45 km lange Kamelrennbahn. Schon seit dem 7. Jahrhundert ist das Kamelrennen Nationalsport der Vereinigten Arabischen Emirate. Wer die Traditionen des Nahen Ostens näher kennenlernen möchte, erfährt bei den angebotenen Touren unter anderem mehr über die Entwicklung der Kameljockeys vom Menschen hin zum Roboter und die Anpassungsfähigkeit der Kamele in der Wüste. Ein Highlight ist es sicherlich auch, die Tiere beim Training zu beobachten. Wer dabei auf den Geschmack kommt und gerne mal bei einem Rennen zuschauen möchte, hat in den frühen Morgenstunden am Wochenende die Möglichkeit dazu – der Eintritt ist kostenlos.

Die Tour schließt mit dem Besuch eines Kamel-Souks ab. Auf dem traditionellen Markt tauchen die Teilnehmer in die Welt der Jockeys ein und sehen wie Kameldecken geknüpft und die Roboter für das Training angefertigt werden.





### ← Von alten Traditionen zu neuen Dimensionen

Einigen sind die fünf auffällig geformten Türme der Ethiad Towers vielleicht schon einmal im siebten Teil der „Fast & Furious“-Reihe aufgefallen. Sie prägen die Skyline der Stadt und sind insbesondere aufgrund des in einem der Türme beheimateten Luxushotels Jumeirah at Etihad Towers bekannt. Die bodentiefen Fenster in allen 382 Zimmern und Suiten geben den Blick auf den Persischen Golf und das spektakuläre Stadtbild frei. Das Observation Deck at 300 in der 74. Etage des Hotels bietet zudem auf 300 m Höhe den perfekten 360-Grad-Panoramablick, der etwa beim Nachmittagstee genossen werden kann.

Nur 37 km vom Flughafen Abu Dhabi entfernt, liegt das Hotel zwischen Meer und der Corniche Road, an deren 8 km langer Promenade sich unter anderem Kinderspielplätze, Cafés und ein Strandpark aneinanderreihen. Das Jumeirah selbst bietet einen Privatstrand, der zum Schwimmen und Relaxen ein-

lädt. In den zahlreichen Restaurants und Bars des Hotels wird Gourmetküche auf Weltklasseniveau geboten.

Das hauseigene Tagungszentrum befindet sich auf der ersten Etage und ist mit Veranstaltungsräumlichkeiten verschiedener Größen ausgestattet. Im beeindruckenden Mezzoon Ballsaal finden beispielsweise bis zu 1.000 Personen Platz. Weiterhin bieten die 13 unterschiedlich großen Besprechungsräume – viele davon mit Blick auf das Emirates Palace und den Präsidentenpalast Qasr al Watan – nicht nur schöne Aussichten, sondern auch die besten technischen Voraussetzungen. Alle Räumlichkeiten verfügen über HD-Projektoren ebenso wie über einen kostenlosen Internetzugang und eine Touchscreen-Medienbedienung. Neben den klassischen Veranstaltungsräumen kann aber auch die luxuriöse Hochzeits- und Chairman-Suite für besondere Anlässe bespielt werden.

Während ein professionelles Veranstaltungsteam bei der Planung und den Vorbereitungen hilft, sorgen erfahrene

Chefköche für multinationale Gerichte und einen individuell ausgerichteten Bankett-Service.

### Kultur erleben: Rahmenprogramme unbedingt einplanen

Als pulsierendes Unterhaltungsziel ist vor allem Yas Island bekannt, wer aber mehr über die Kultur und Geschichte Abu Dhabis erfahren möchte, für den gibt es im Herzen der Stadt einiges zu entdecken. So liegen der Präsidentenpalast Qasr al Watan und die sogenannte Geburtsstätte von Abu Dhabi, Qasr al Hosn, nur wenige Fahrminuten vom Jumeirah at Ethiad Towers entfernt.

### Qasr al Watan

Seit neuestem zählt zu den kulturellen Wahrzeichen von Abu Dhabi auch der prunkvolle Präsidentenpalast Qasr al Watan. Im Jahr 2015 erbaut, ist er erst seit kurzem für die Öffentlichkeit zugänglich. Nicht nur das Kabinett und der oberste Gerichtshof haben ihren Sitz im Qasr Al Watan, es befinden sich auch





die offiziellen Büros des Präsidenten, des Vizepräsidenten und des Kronprinzen im „Palast der Nation“. Zudem finden hier Gipfeltreffen und offizielle Staatsbesuche statt, wie im Oktober 2019, als der russische Präsident Wladimir Putin im Palast empfangen wurde.

Mit einem Bus werden die Besucher von der Pforte zu dem von außen nicht einsehbaren „Palast der Nation“ gebracht. Der aus weißem Granit und Kalkstein errichtete Prachtbau erstreckt sich auf 380.000 m<sup>2</sup> und beeindruckt allein schon durch seine weißen Kuppeln, goldenen Verzierungen und die großzügige Gartenanlage. Im Inneren mischt sich feinstes Marmor mit geometrischen Mustern und goldenen Details. Hier bekommen die Besucher einen exklusiven Einblick in die Welt des königlichen Hofes: Dazu gehören auch die hauseigene Bibliothek, der königliche Bankettsaal und diverse Ausstellungen.

### Qasr al Hosn

Eine Besichtigung des Qasr al Hosn sollte sich unbedingt auf der To-do-Liste eines jeden Abu-Dhabi-Besuchers finden. Im 18. Jahrhundert entstanden, gehört der Palast Al Hosn zu einem der ältesten Bauwerke der Stadt. Das historische Wahrzeichen ist ein wichtiger Baustein zur Erhaltung der Kultur und Tradition der Emirate. Die Dauerausstellungen beinhalten daher auch historische Bilder und mündliche Zeugnisse, welche die schnelle Entwicklung Abu Dhabis auf faszinierende Art und Weise präsentieren. Im benachbarten Museum House of Artisans

(„Haus der Handwerker“) erfahren die Besucher mehr über die Handwerkskunst in den VAE und können an einer traditionellen Kaffeezeremonie teilnehmen.

### Scheich-Zayid-Moschee

Am Rande der Hauptinsel von Abu Dhabi liegt eine der größten Moscheen der Welt: die Scheich-Zayid-Moschee. Ein Besuch des architektonischen Meisterwerks gehört definitiv zum Pflichtprogramm in Abu Dhabi. Im Gegensatz zu anderen Moscheen darf sie auch von Nichtmuslimen besucht werden.

Die Schönheit der Moschee fasziniert jährlich mehrere Millionen Besucher. Die schneeweiße Fassade ist schon für sich genommen ein Hingucker, hinzu kommen 82 Kuppeln, über 1.000 Säulen und die Wasserbecken, die das prachtvolle Gebäude umgeben und widerspiegeln. Die floralen Muster auf dem Marmor im Außenbereich gehen über in einen handgeknüpften Teppich im Inneren der Moschee. Insgesamt 40.000 Gläubige finden hier unter dem größten Kronleuchter der Welt Platz.

Insbesondere ein Besuch kurz vor Sonnenuntergang lohnt sich, da die Moschee dann zum einen im Sonnenschein und zum anderen illuminiert erlebt werden kann. Empfehlenswert sind auch Gruppenführungen, die von einheimischen Emirati angeboten werden. Sie geben nähere Einblicke in Entstehungsgeschichte und Hintergründe der Scheich-Zayid-Moschee. Die Touren finden mehrmals täglich statt und müssen nicht im Vorfeld gebucht werden.

**li.o.:** Die Zimmer im Jumeirah Al Wathba Desert Resort & Spa bestechen durch ihren klassischen Stil und die orientalischen Details. Foto: Jumeirah Hotels & Resorts

**Mi.o.:** Von den Villen im Jumeirah Al Wathba Desert Resort & Spa genießt man den Blick auf die unberührte Dünenlandschaft. Foto: Jumeirah Hotels & Resorts

**re.o.:** Am Tag wie auch am Abend ist der Anblick der Scheich-Zayid-Moschee ein Highlight jeder Abu Dhabi-Reise. Foto: DCT Abu Dhabi

**li.u.:** Das Rosewater ist nur eines der zahlreichen Restaurants im Jumeirah at Etihad Towers, in dem Gourmet-Küche auf Weltklasse-Niveau kredenzt wird. Foto: Jumeirah Hotels & Resorts

**re.u.:** Der großzügige Bereich „Unter dem Oculus“ im Jumeirah at Etihad Towers Konferenzzentrum bietet den Gästen einen fantastischen Ausblick auf den Persischen Golf. Foto: Jumeirah Hotels & Resorts

Die Moschee wurde nach Scheich Zayid benannt, dem ersten Präsidenten der Vereinigten Arabischen Emirate. 1989 gab er die Moschee in Auftrag und investierte eine beachtliche Summe seines Privatvermögens in den Bau. Er hatte die Vision eines islamischen Monuments, das Platz für viele Tausende Gläubige bieten und auf Werten wie Frieden, Toleranz und Vielfalt beruhen sollte. Die Fertigstellung im Jahr 2007 konnte er selbst nicht mehr erleben, da er 2004 nach langer Krankheit verstarb. Sein Grab befindet sich ebenfalls auf dem Gelände der Moschee und darf besichtigt, aber nicht fotografiert werden.





Das moderne Jumeirah at Saadiyat Island Resort überzeugt durch ein nachhaltiges Konzept, vielfältige MICE-Möglichkeiten und die perfekte Strandlage. Foto: Jumeirah Hotels & Resorts



Der Ballsaal im Businesscenter des Jumeirah at Saadiyat Island Resort kann mit bis zu 400 Personen bespielt werden. Foto: Jumeirah Hotels & Resorts

## ← Die wilde Natur Abu Dhabis erleben

Wer an Abu Dhabi denkt, hat im ersten Moment sehr wahrscheinlich Bilder von Luxus, moderner Architektur oder der Wüste im Kopf. Dass die Stadt aber auch einen grünen, natürlich gewachsenen Nationalpark hat, wissen viele gar nicht. Daher ist es besonders spannend, die wilde Natur und die natürlichen Lebensräume der Hauptstadt bei einer Kajaktour durch die Mangroven näher kennenzulernen. Die östlichen Mangroven erstrecken sich auf etwa 19 km<sup>2</sup> und grenzen ans Stadtzentrum von Abu Dhabi.

Zwischen den aus dem Wasser ragenden Bäumen lässt sich in der Ferne die Skyline der Stadt erblicken, während man in seinem Kajak ruhig durch das Naturschutzgebiet paddelt. Entlang der Sandbänke und zu Seiten wild gewachsener Mangroven führt die Tour in schmale Flussarme, in denen der Boden des Kajaks nur durch wenige Zentimeter Wasser vom sandigen Grund getrennt ist. Kleine Fischschwärme, Krebse und manchmal auch Delfine oder Flamingos können hier beobachtet werden. Der Anbieter Sea Hawk bietet dreimal täglich zweistündige Kajak-Touren durch den Mangroven-Nationalpark an.

## Saadiyat Island

Im Jahr 2017 wurde der Louvre Abu Dhabi im Kulturbezirk auf Saadiyat Island eröffnet. Von der monumentalen Architektur des 9.200 m<sup>2</sup> großen Museums selbst, das von Jean Nouvel entworfen wurde, bis hin zu den Kunstwerken der Dauer- und Wechselausstellung: Nie zuvor gab es ein Museum dieser Art in der arabischen Welt. Das Universalmuseum zeigt Werke von historischer, kultureller und soziologischer Bedeutung, die den Besucher mit auf eine Reise vom Altertum bis hin zur

Moderne nehmen. Eine Besonderheit ist auch, dass diejenigen Kunstwerke, die aus verschiedenen Kulturen und Religionen stammen, aber eine ähnliche Bedeutung haben, jeweils nebeneinander präsentiert werden. Die Exponate sind allesamt Leihgaben bekannter französischer Museen.

Der vom Meer umgebene Außenbereich des Louvres ist selbst ein Kunstwerk. Über die Ausstellungsräumlichkeiten spannt sich ein kuppelförmiges Dach aus mehrlagigen Metallnetzen. Die Lichtpunkte, die dadurch erzeugt werden, ändern sich stetig mit dem Stand der Sonne. Inspiration waren für Nouvel miteinander verschränkte Palmwedel, die in den VAE ein traditionelles Bedachungsmaterial sind.

## Nachhaltigkeit auf ganzer Linie

Das Jumeirah Saadiyat Island Resort liegt nicht nur an einem der gefragtsten Strände der Vereinigten Arabischen Emirate, es verfolgt auch ein besonders nachhaltiges Konzept. So gibt es zur Begrüßung im Hotel eine eigene wiederverwendbare Plastikflasche, die an Wasserspendern des Hotels kostenlos aufgefüllt werden kann. Um den Lebensraum der Insel zu schützen, hat Jumeirah mit Emily Armstrong eine eigene Marine- und Umweltmanagerin, die sich um die Lebewesen, insbesondere die Schildkröten, auf dem Gelände kümmert. Wer Glück hat, bekommt vielleicht sogar – je nach Jahreszeit – die Chance, den Schildkrötenbabys beim Schlüpfen zuzusehen. Des Weiteren wurden Plastikstrohhalm durch Stroh-Strohhalme ersetzt und in den Restaurants wird vor Ort gefiltertes Wasser in Glasflaschen serviert.

Schon beim Eintreten in die Lobby fällt die elegante und gleichzeitig maritime Einrichtung auf, die an ein arabi-

sches Sommerhaus erinnern soll. Sieben hervorragende Restaurants und Bars, ein 2.700 m<sup>2</sup> großer Spa-Bereich, drei Außenpools und eine wunderschöne Dünenlandschaft hin zum Meer inklusive 400 m Naturstrand machen das ruhige und erholsame Inselerlebnis perfekt. Von vielen der 293 modernen und lichtdurchfluteten Zimmer, Suiten und Villen hat man einen traumhaften Ausblick auf das Meer. Große Fenster und Schiebetüren geben in den Panorama-Suiten das Gefühl von Freiheit und Leichtigkeit. Die acht Villen, die entweder über zwei, drei oder vier Schlafzimmer verfügen, sind zusätzlich mit einem privaten Pool ausgestattet.

Für sportliche Aktivitäten steht zudem ein Tennisplatz mit Flutlicht sowie der Saadiyat Island Gary Player Golfplatz und ein 700 m<sup>2</sup> großer Fitnessbereich zur Verfügung.

Im Erdgeschoss des Hauses direkt neben dem Haupteingang befindet sich das Businesscenter, das über einen separaten Eingang verfügt, aber trotzdem mit dem restlichen Haus verbunden ist. Die diversen Räumlichkeiten eignen sich hervorragend für Meetings und Produktvorstellungen, aber auch für Hochzeiten, Bankette und Partys. Während im Foyer Platz für Stehempfänge und ein Buffet ist, finden im großen Ballsaal bis zu 400 Personen Platz. Weitere wandelbare Besprechungsräume für bis zu 100 Gäste lassen sich für große Diskussionsrunden, Präsentationen und Privatveranstaltungen bespielen. Der insgesamt 600 m<sup>2</sup> große Veranstaltungsbereich ist in fünf Räume unterteilt.

Ein weiteres Highlight wartet unter freiem Himmel: Auf dem großen Eventrasen, der einen traumhaften Blick auf das Meer bietet, kann mit maximal 600 Gästen gefeiert werden.



© Charly Boillot



© Charly Boillot



© ProColombia



© Sebastian Sanint



© Charly Boillot



© Charly Boillot



**Programm:**

- 05.06.2020** Flug von München nach Bogotá  
2 Tage Aufenthalt in Bogotá
- 07.06.2020** Flug von Bogotá nach Pereira  
3 Tage Aufenthalt in der Kaffeezone
- 09.06.2020** Flug von Pereira nach Cartagena  
Meet SITE leadership in Cartagena
- 13.06.2020** Flug von Cartagena nach München

**JETZT VORMERKEN!**  
**DIE 4. MICE TROPHY**  
**GEHT NACH KOLUMBIEN!**  
**05.06.-13.06.2020**

## „Ich würde sagen, dass ich Menschen nicht führe, ich möchte mit ihnen arbeiten.“

**Frauen in Führungspositionen sind ein heiß diskutiertes Thema. Für uns Grund genug, einige der „Female Leaders“ genauer vorzustellen. Für diese Ausgabe sprach CI mit Frau Dr. Heike Döll-König, Geschäftsführerin des Tourismus NRW e.V.**



Seit zehn Jahren ist Frau Dr. Heike Döll-König Geschäftsführerin des Tourismus NRW e.V. Davor war sie viele Jahre bei der Landesregierung beschäftigt und unter anderem für Themen wie Standortmarketing verantwortlich.

Foto: Tourismus NRW e.V.

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

Ich bin Geschäftsführerin der nordrhein-westfälischen Landestourismusorganisation, des Tourismus NRW e.V. Wir fördern die touristische Entwicklung im Land, auch für das Thema „MICE“. Dabei machen die Partner die eigentlichen Geschäfte, allen voran die Conventionbüros und vergleichbare Units. Wir unterstützen sie dabei etwa durch gemeinsame Messeauftritte, die Beteiligung an Forschungsverbänden und Förderprojekten oder den Transfer von Know-how und

neuen beachtenswerten Entwicklungen an die kleinen und mittelgroßen Unternehmen. Nordrhein-Westfalen ist nämlich auch im MICE-Bereich sehr vielfältig und heterogen: Städtisch und eher ländlich geprägte Destinationen haben ganz unterschiedliche Profile und bieten verschiedene Vorzüge für das Tourismusgeschäft von ländlich entspannt bis urban und hoch verdichtet. Auch die Akteure sind ganz unterschiedlich zusammengesetzt, vom kleinen Einzelbetrieb bis zu international agierenden Ketten, von den kleinen Locations bis zum UN-Standort. Da sind konzertierte Botschaften und gemeinsame Vermarktungen wichtig, um für den Kunden erkennbar zu sein.

Das Thema ist mir nahe, denn ich habe lange bei der Landesregierung gearbeitet, das heißt, mir sind einerseits die sehr vielfältigen Strukturen im Land bestens vertraut, aber auch Themen wie „Standortmarketing“, wofür ich vor meiner Zeit als Geschäftsführerin im Wirtschaftsministerium zuständig war. Dass ich ursprünglich aus dem Medienbereich komme, hat mir zudem immer geholfen, so zu kommunizieren, dass sich unterschiedliche Akteure auf gemeinsame Herausforderungen und Ziele einlassen; für eine Managementaufgabe in einer Verbandsstruktur ist diese Kompetenz sehr hilfreich!

### **Was macht die MICE-Branche für Sie besonders spannend?**

Die MICE-Branche wie natürlich auch der Tourismus steht wie vielleicht keine zweite für internationale Vernetzung, internationalen Austausch. Sie bringt in einer globalisierten Welt die Menschen zusammen. Das ist eine ganz wesentliche Aufgabe – unter verschiedenen Gesichtspunkten: Zum einen haben der Austausch, Begegnungen zwischen Menschen, Geschäftspartnern, Gästen und Einheimischen eine stabilisierende Wirkung auf unsere Welt und stif-



ten Frieden – welche Branche kann das schon von sich behaupten? Zum anderen entsteht durch Austausch auf Konferenzen, Messen und Meetings Neues. Die MICE-Branche schafft damit eine wesentliche Grundlage für Innovationen. Und letztlich steht natürlich auch eine enorme Wirtschaftskraft hinter der Branche. Wir haben das letztes Jahr in einer Studie für NRW untersuchen lassen und dabei kam heraus, dass allein das geschäftlich motivierte MICE-Segment bei uns für Konsumausgaben in Höhe von 2,3 Milliarden Euro im Jahr verantwortlich ist.

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

Ich glaube generell eigentlich nicht, dass Hürden für Frauen branchenspezifisch sind. In der MICE-Branche wird es für Frauen genauso gut oder schlecht aussehen wie in anderen Bereichen. Wie in vielen anderen Branchen ist es allerdings in der MICE-Branche schon so, dass sich Frauen immer noch zu oft zwischen Familie und Karriere entscheiden müssen, insbesondere wenn ich an Eventmanagerinnen denke. Das sind meistens die Ersten, die morgens da sind, und abends die Letzten, die gehen. Das ist mit Kindern natürlich dann schwierig, wenn das traditionelle Familienbild gelebt wird.

#### **Hatten Sie in Ihrer bisherigen Laufbahn mit Vorurteilen zu kämpfen?**

Vorurteile würde ich nicht sagen. Aber ich habe schon festgestellt, dass es unterschiedliche Herangehensweisen an die Arbeit gibt. Frauen sind meiner Erfahrung nach meistens bestens vorbereitet, wenn sie in einen Termin gehen oder ein Projekt voranbringen. Sie wollen gut sein und stellen Sachargumente in den Fokus. Für Männer geht es häufig um was ganz anderes. Sie wollen netzwerken und Strukturen für sich nutzen. Aber auch hier sehe ich gerade in der letzten Zeit, auch unter dem Einfluss zum Beispiel von New Work, wo sehr viel Wert auf Kooperation und Kollaboration gelegt wird, dass sich der Austausch und das Miteinander verändern und sich klassische Rollenbilder überleben.

#### **Wie würden Sie selbst ihren Führungsstil beschreiben und was ist Ihnen dabei wichtig?**

Erst einmal würde ich sagen, ich führe keine Menschen, ich möchte mit ihnen arbeiten. Die Stärken eines jeden Einzel-

nen möchte ich nutzen. Mir ist es wichtig, dass jeder ins Büro geht mit dem Gefühl, ich kann mich einbringen, mir wird auf Augenhöhe begegnet und ich werde wertgeschätzt. Ganz davon abgesehen werden Führungskräfte indirekt – ob man das will oder nicht – auch von ihren Mitarbeitern geführt und für solche Signale sollte man zumindest empfänglich sein.

Ein weiterer Punkt ist das Thema „Klarheit“ oder auch Transparenz. Ein Unternehmen braucht eine Vision, die es wert ist, geteilt zu werden, und dann aber auch davon abgeleitete Ziele, die alle kennen müssen. Das "Warum", die Klarheit in der Frage und wie wir Erfolg definieren - daran müssen alle teilhaben - und das dann aber auch umsetzen.

Und als letzter Punkt: Unsere Arbeitswelt verändert sich gerade ganz massiv und wir alle werden Teil davon. Dem kann man nur mit größtmöglicher Offenheit für neue Instrumente begegnen – dies schließt auch ein neues Verständnis von Führung ein. Enabling ist für mich dabei ein überzeugenderer Anspruch als der klassische Anspruch „Eine(r) sagt, wie's funktioniert“.

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

Ich hatte meistens weibliche Vorgesetzte, bei denen ich das Gefühl hatte, dass es um Menschen geht. Menschen „funktionieren“ nicht. Das muss man anerkennen, ganz liebevoll, auch für sich selbst. Ich hatte das Glück, auf Frauen zu treffen, die das konnten, ohne dass damit ihre Autorität in Frage gestellt wurde. Das finde ich wichtig.

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

Gerade am Anfang sollten sie sich breit aufstellen und schauen, welche flankierenden Kompetenzen und Skills für ihren weiteren Weg wichtig sind. Wir sprechen zwar immer vom lebenslangen Lernen und das ist auch richtig und wichtig, trotzdem ist es so, dass man nie mehr so gut lernt wie am Beginn. Berufseinsteigerinnen sollten sich fragen: Wo will ich hin? Was ist das – wie man heute so schön sagt – Narrativ meines beruflichen Weges? Und sich dann entlang dessen entwickeln, auch aus eigenem Antrieb. Vielleicht kommt es nicht so, dass sie nach ganz oben kommen, vielleicht wollten sie dies ursprünglich auch gar nicht. Aber man sollte immer vorbereitet sein

– ein bisschen wie bei einer Brandschutzübung: Nicht vorbereitet sein, wenn der entscheidende Moment da ist, das gilt es auszuschließen. Also: Karriere machen ist nichts, was einem hinterhergetragen wird. Man muss es wollen und dafür einen Plan entwerfen.

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

Ich weiß nicht, ob man das heute tatsächlich noch so geschlechterspezifisch sagen kann. Wenn wir uns mal die gesellschaftliche Entwicklung ansehen, da übernehmen zum Beispiel Väter heute auch ganz andere Aufgaben als früher in der Familie, und ich denke, dadurch sind Männer heute auch ein ganzes Stück empathischer. Sie sehen sich nicht mehr in der alleinigen Verantwortung; das Team muss funktionieren. Auch im Studium wird auf so etwas heute ein ganz anderer Fokus gelegt als früher: Zu meiner Studienzeit gab es das nicht, dass Gruppenarbeiten abgegeben wurden und jeder seinen Teil dazu beitragen musste, dass das Ergebnis stimmt. Ich glaube, dass es heute verbreiteter ist, Verantwortung für das Ganze zu übernehmen, gemeinsame Erfolge zu erwirken und dazu gut miteinander umzugehen.

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

Wenn sich in der Familie die Frage stellt, wer massiv zurücksteckt, sind das meistens immer noch die Frauen. Sie arbeiten inzwischen zwar oft, aber nach ganz oben, wo es auch etwas rauher zugeht, werden dann doch meist die Männer geschickt. Ich glaube aber, dass sich unsere Gesellschaft sehr stark verändert – und da meine ich nicht nur Frauen- oder Männerrollen. Unsere Gesellschaft wird immer diverser, was zum Beispiel auch Religionen oder Kulturen angeht. Und ich glaube, dass sich all das bald viel deutlicher noch im Berufsleben auswirken wird. Da werden wir viel diversere Teams sehen und alte, einheitliche Strukturen werden sich überleben. Und da sind wir wieder bei der Eingangsfrage: Es wird durch unterschiedliche Herkünfte und Sichtweisen einen anregenden Austausch geben – und daraus kann Neues, können Innovationen entstehen. Auch im gesellschaftlichen Bereich!

# MICE in Südtirol – mit Herz, Persönlichkeit und viel Liebe zum Detail

**Was macht Meetings und Incentives in Südtirol so einzigartig? Ist es die Natur mit ihren gewaltigen Bergmassiven, den Almen und den lieblichen Weinbergen? Die vielfältige Kultur? Die unvergleichliche Kulinarik? Wir sagen: es ist alles davon – vor allem aber sind es die einzigartigen Menschen, die jedes MICE-Projekt zu einem ganz unvergesslichen Erlebnis machen.**

**Wir stellen hier zwei Südtiroler Persönlichkeiten vor – zwei starke MICE-Ladies – die es sich zum Ziel gemacht haben, Incentives, Events und hochwertige Gruppenreisen in Südtirol mit viel Herz und Professionalität zu gestalten.**



MMM Corones: Imposante Bergwelt, atemberaubender Ausblick, architektonisches Meisterwerk von Zaha Hadid auf 2.275 Metern. Foto: Alexa Rainer



**Michaela Kargruber**  
Inhaberin der metaevents KG

Mit ihrer Agentur metaevents und ihrem Team gestaltet Michaela Kargruber seit 16 Jahren maßgeschneiderte Veranstaltungen mit Liebe zum Detail.

[www.metaevents.it](http://www.metaevents.it)

## Michaela, was macht Euch bei Metaevents aus?

**MICHAELA:** Wir versuchen bei jedem Projekt die Gaben, die uns Südtirol schenkt mit dem Persönlichen zu verbinden. Hier in Südtirol sagt man oft auch „Herzblut“ dazu. Deshalb haben wir auch keine vorgefer-

tigten Konzepte in der Schublade sondern erarbeiten immer gemeinsam mit unserem Kunden ein maßgeschneidertes Format. Ein Event, das genau zu seiner Zielgruppe und zu seiner Botschaft passt. In unserem Netzwerk haben wir auch viele Südtiroler Persönlichkeiten, die wir - wenn es passt - gerne in Veranstaltungen integrieren.

## Kannst Du ein Beispiel nennen?

**MICHAELA:** Für ein großes österreichisches Unternehmen haben wir eine Veranstaltung organisiert, die vielen unterschiedlichen Zielgruppen gerecht werden sollte. Dazu haben wir das Programm „Facettenreiches Südtirol – von Zeitzeugen erzählt“ entwickelt und starke Südtiroler Persönlichkeiten wie den Extrembergsteiger Reinhold Messner sowie Buchautoren und Journalisten integriert, welche die Veranstaltung mit ihren persönlichen Erlebnissen bereichert haben.

## Und Deine Geheim-Tipps für eine Veranstaltung in Deiner Heimat?

**MICHAELA:** Für mich sind dies immer wieder die unvergesslichen Begegnungsmomente

in der Natur und mit spannenden Persönlichkeiten aus der Region. Das kann eine Kochstunde mit einem der vielen Michelin-Sterne-Köche, ein Gedankenaustausch mit Reinhold Messner, ein Charity-Cup mit Prominenten oder

„Immer wieder sind es die Menschen, als Kunden oder Auftraggeber, die mir zeigen, dass ich für mich den besten Beruf dieser Welt gewählt habe.“

die Besichtigung eines Weingutes mit dem Winzer persönlich sein. Oder ganz sportlich eine Klettertour mit einem angesagten Bergführer.

Das können aber auch einfache naturnahe Dinge sein wie ein Sonnenaufgang am Berg, ein Frühstück unter steiler Bergwand oder Brotbacken am Bauernhof. Die Natur ist stets eindrucksvolle Kulisse!



Incentive-Erlebnis: ein exklusiver Kochkurs mit der Sterneköchin Anna Matscher, <https://www.zumloewen.it>. Foto: Knecht PR & Consulting



Zum Staunen schön - das Messner Mountain Museum Firmian hoch über Bozen. Foto: Steff Berger

### Magdalena, welches Eurer Museen ist für Incentives und Events am besten geeignet und warum?

**MAGDALENA:** Unsere Häuser unterscheiden sich grundsätzlich sehr voneinander – einerseits architektonisch und andererseits von der Lage her. So liegt unser MMM Firmian auf Schloß Sigmundskron bei Bozen in historischen Gemäuern, während unser futuristisches MMM Corones von Zaha Hadid auf dem Gipfelplateau des Kronplatzes auf 2.275 Metern Höhe liegt. Das Ortles Museum in Sulden am Ortler hingegen ist auf 1900 m gelegen, unterirdisch angelegt und ganz dem Thema Eis gewidmet.

Auch die Größe variiert stark, deshalb kommt es immer auf die individuellen Anforderungen des Projektes an, welches Museum wir empfehlen. Ein Incentive mit meinem Vater oder mir ist zum Beispiel überall möglich, eine große Gesellschaft mit Galadinner hingegen findet ausschließlich auf Schloss Sigmundskron (MMM Firmian) Platz und schwebt einem etwas Exklusiv-Futuristisches im kleineren Rahmen vor, so bietet sich das MMM

„Gemeinsame Erinnerungen schweißen zusammen, ganz im Sinne unserer MMM-Philosophie bzw. William Blake: Wenn Mensch und Berg sich begegnen, kann Großes geschehen.“

Corones an. Das Schöne an unserer Vielfalt ist, dass für jeden Veranstaltungswunsch ob Tagung, Incentive, Meeting oder Teambuilding - vom historischen Gemäuer bis hin zu moderner Architektur etwas Passendes dabei ist. Den idealen Rahmen bietet dabei immer unsere atemberaubende Natur.

### Was macht eine Veranstaltung in einem Eurer Mountain Museen so besonders?

**MAGDALENA:** Ganz eindeutig die einzigartige Atmosphäre, die all unsere Museen, ein jedes auf seine ganz eigene Weise, ausstrahlen. Architektur, Umgebung

und musealer Inhalt greifen harmonisch ineinander.

Inspirierend sind sicherlich auch die Geschichten, die in unseren Museen erzählt werden und die jeweils ganz unterschiedlichen architektonischen Besonderheiten.

### Welche Leistungen könnt Ihr als Museum abbilden in den Locations?

**MAGDALENA:** Wir stellen die Locations mit Leinwand, Beamer oder Kinoanlage zur Verfügung, auch Mikrofon und Beleuch-

Foto: Archiv MMM



Magdalena Maria Messner  
Direktorin der sechs Messner Mountain Museen

Magdalena Maria Messner ist Direktorin der sechs Messner Mountain Museen in Südtirol und dem Belluno. Die Begegnungsräume zum Thema Mensch-Berg gestaltete ihr Vater im Laufe von zwei Jahrzehnten.

[www.messner-mountain-museum.it](http://www.messner-mountain-museum.it)

tung sind gegeben. Das Catering übernehmen die Pächter unserer Restaurants. Meinen Vater oder mich kann man auch buchen und in ein Eventkonzept integrieren, beispielsweise in Form eines Vortrags, einer gemeinsamen Aktivität oder ganz romantisch eines Lagerfeuergesprächs im Schlosshof.

### KONTAKT: MEET SÜDTIROL

[mice@idm-suedtirol.com](mailto:mice@idm-suedtirol.com)  
[www.suedtirol.info/mice](http://www.suedtirol.info/mice)

## Degefest-Fachtage 2020: Mit Technologie & Format zum Erfolg

Erfolgreiche Wissensvermittlung ist regelmäßig die relevanteste Intention der Veranstalter, wenn es um die Zielsetzung bei der Veranstaltungskonzeption geht. Doch welches Veranstaltungsformat ist für die anvisierte Zielgruppe am besten geeignet? Diese Frage stellen sich Eventplaner seit Jahrzehnten immer wieder aufs Neue, wie beispielsweise Harrison Owen, als er in den 80er-Jahren das Open Space Format entwickelte.

Im Jahr 2020 ist diese Fragestellung aktueller denn je, weil der Digitalisierungstrend die MICE-Branche mit einer Vielzahl von neuen Technologien bereichert: Event-Apps, Smartboards, eLearning, Virtual und Augmented Reality sind die Buzzwords dieser Tage.

Die degefest Fachtage 2020 widmen sich der Frage, wie zeitgemäße Wissensvermittlung bei Veranstaltungen heute erfolgt und zukünftig erfolgen könnte. Wie bereits in den Vorjahren werden die Fachtage selbst zum Erlebnisraum für partizipative Veranstaltungsformate. Freuen Sie sich auf ein inspirierendes Programm vom 04.-06. Juni 2020 in der Sparkassenakademie NRW in Dortmund!

## Erste klimaneutrale Fluggesellschaft weltweit: Delta Air Lines investiert eine Milliarde US-Dollar

Delta Air Lines investiert in den kommenden zehn Jahren insgesamt eine Milliarde US-Dollar in die Förderung von Innovationen, die Weiterentwicklung von Verkehrstechnologien für saubere Luft sowie die beschleunigte Reduzierung von CO<sub>2</sub>-Emissionen und Abfällen. Die Luftfahrtindustrie ist für etwa zwei Prozent der weltweiten CO<sub>2</sub>-Emissionen verantwortlich. Deltas CO<sub>2</sub>-Fußabdruck entspricht 98 Prozent der Gesamt-Emissionen der Airline, wird von den Flugzeugen verursacht und ist ihre größte Umweltbelastung. Das Unternehmen konzentriert seine Bemühungen, klimaneutral zu werden, daher auf folgende Bereiche: CO<sub>2</sub>-Reduzierung, CO<sub>2</sub>-Abbau und ein Übergreifendes Engagement mit Mitarbeitern, Lieferanten, globalen Partnern, Kunden, Investoren und anderen Interessengruppen, um die Ziele der Kohlenstoffreduzierung und -beseitigung voranzutreiben und den globalen Einfluss zu maximieren.

Deltas CO<sub>2</sub>-Strategie bezieht die Emissionen im gesamten Unternehmen ein – sowohl in der Luft als auch am Boden. Mit ihrem Einsatz erleichtert die Fluggesellschaft es zudem für andere Organisationen, ähnliche Wege zu gehen, um ihren eigenen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck zu verkleinern – und das alles bei gleichzeitiger Minimierung der Abhängigkeit von den heutigen begrenzten Möglichkeiten der CO<sub>2</sub>-Kompensation. Um diese Ziele zu erreichen, weist Delta einen Teil ihrer Finanzmittel speziellen Investitionsinstrumenten zu, einschließlich eines Fonds, der sich ausschließlich auf die Erreichung des Ziels der CO<sub>2</sub>-Neutralität konzentriert. Delta ist die erste und einzige US-Fluggesellschaft, die freiwillig ihre Treibhausgasemissionen auf das Niveau von 2012 begrenzt und erhielt 2019 unter anderem mehr als 80 neue Flugzeuge, die 25 Prozent treibstoffeffizienter sind als die Jets, die sie ersetzen. Als Teil ihres Engagements hat sich die Airline zudem mit Innovatoren aus der Industrie zusammengetan, um die Entwicklung und Produktion von nachhaltigen Flugtreibstoffen voranzutreiben, einschließlich der jüngsten Partnerschafts- und Abnahmevereinbarungen mit Northwest Advanced Bio-Fuels und Gevo.

## IMEX Wild Card 2020 geht an Two Heads

Das Start-up „two heads“ aus Köln ist als Wild Card-Gewinner bei der IMEX 2020 dabei. Das Unternehmen präsentiert sich dem internationalen Fachpublikum auf der vom GCB German Convention Bureau e.V. kostenfrei gestellten Fläche am Deutschlandstand der IMEX 2020. Die internationale Leitmesse der Meeting-, Incentive-, Kongress- und Event-Branche, zu der erneut rund 9.000 Fachbesucher aus der ganzen Welt erwartet werden, findet vom 12. bis 14. Mai 2020 in Frankfurt statt.

## Das Estrel wächst weiter: Baubeginn Herbst 2020

Mit 175 Metern wird der Estrel Tower Deutschlands höchstes Hotel. Die Fertigstellung des jüngsten Projekts des Estrel-Eigentümers und Bauherren Ekkehard Streletzki ist für 2024 geplant.

Genau gegenüber des bestehenden Estrel Berlin entsteht ein Hotelurm mit 750 Zimmern und Suiten, der mit seinen 175 Metern Höhe Berlins höchstes nicht-technisches Gebäude sein wird. Im schrägen Dachbereich des Hochhauses wird es eine Sky Lounge mit Außenterrasse geben. Direkt angegliedert an den Tower sind zudem große Veranstaltungsflächen, die sich zum Neuköllner Schifffahrtskanal und seiner öffentlich zugänglichen Promenade hin öffnen sowie ein moderner Spa- und Fitnessbereich, gastronomische Einrichtungen und ein Parkhaus mit 500 Stellplätzen parallel zur Autobahn.

## Spacebase übernimmt die deutsche MICE Service GmbH

Das neue Jahr startet mit einem Paukenschlag für die deutsche MICE-Industrie. Spacebase festigt seine Marktführerschaft im Online-Booking und gibt einen weiteren neuen Deal bekannt. Das Berliner Startup übernimmt die MICE Service GmbH im Q1/2020.

Die MICE Service GmbH arbeitet in enger Zusammenarbeit mit seinem Netzwerk aus Partnerhotels und organisiert für B2B-Corporate Kunden derzeit mehr als 5000 Großveranstaltungen pro Jahr. Durch umfassende Lösungen für seine Kunden erhöhte MICE Service das Buchungsvolumen der letzten Jahre stetig und konnte durch neue Aktivitäten im Rahmen der Plattformökonomie bereits zusätzlich den Bereich Public-Kunden erschließen.

Auf der einen Seite bringt Spacebase Fachwissen und Marktwert mit sich, der aus Softwareentwicklung und Online-Distribution besteht. Durch die Übernahme der MICE Service GmbH wird es durch Fähigkeiten und Erfahrungen in der Kundenbetreuung und -zufriedenheit ergänzt. Der Deal spiegelt einen Trend in der MICE-Branche wider: den Trend zur Digitalisierung und Konsolidierung.

# WHERE BUSINESS GOALS, FUN AND MOTIVATION MEET.



**„Passion Made Possible“ – Singapur ist ein Ort, an dem Träume zum Leben erweckt werden. Ob Sammler, Foodies, Entdecker, Action-Liebhaber, Kulturinteressierte, Socialiser – oder MICE Players: In der Löwenstadt haben Menschen aus aller Welt die Chance, ihre Passionen zu erkunden und sich neu zu erfinden.**

**DIE LÖWENSTADT** bietet eine hervorragend Infrastruktur für Businessveranstaltungen jeder Art, egal ob für 20 oder 20.000 Teilnehmer: zwei Messegelände, zwei integrierte Resorts mit Hotels, Konferenzzentren, Casinos und Einkaufszentren. Dazu fast 70.000 Hotelzimmer in allen Preissegmenten – von historisch bis ultramodern, von klein, fein und individuell bis zum perfekt ausgestatteten Konferenzhotel. Außerdem Venues von kolonial bis futuristisch,

und nicht zu vergessen: üppiges Grün in Hülle und Fülle. Das Singapore Exhibition & Convention Bureau hilft Ihnen mit Rat und Tat, Kontakten und Empfehlungen weiter. Für MICE-Gruppen ab 20 Personen und einem Mindestaufenthalt von 3 Tagen in Singapur lockt ein Extra-Bonbon: das INSPIRE-Programm bietet eine Auswahl an über 60 kostenlosen Aktivitäten, die qualifizierte MICE-Gruppen in Anspruch nehmen können. Die Erfahrungen sind

unterteilt in vier große Kategorien: Singapurs Gastronomie, Unterhaltung und Nachtleben; Themen-Touren und Lernerfahrungen; Sehenswürdigkeiten und maßgeschneiderte Sightseeing-Touren; und spannende Teambuilding-Aktivitäten. MICE-Gruppen, die bis zum 31. Dezember 2021 nach Singapur reisen, können sich für das INSPIRE-Programm bewerben. Weitere Informationen zu INSPIRE finden Sie auf [www.visitsingapore.com/mice/inspire](http://www.visitsingapore.com/mice/inspire).

## HIER EINIGE BEISPIELE:

### GASTRONOMIE & BARS



#### MR STORK

Genießen Sie einen Cocktail in dieser Rooftop-Bar mit atemberaubendem Panoramablick über die Stadt.



#### THE SUMMERHOUSE

"Farm-to-table" geht auch in einer Millionen-Metropole! Genießen Sie ein gartenfrisches Dinner in dieser coolen Location auf dem ehemaligen Seletar-Flughafen

### THEMEN-TOUREN



#### ZEITREISE IN CHINATOWN

Wandern Sie mit Mr Tan Ah Huat, einem chinesischen Einwanderer, durch das Singapur der 1920er Jahre für einzigartige Einblicke in Singapurs Geschichte.

### TEAMBUILDING



#### COOKLYN CHALLENGE

Authentischer kann Singapur nicht schmecken! Lernen Sie die Zubereitung eines typischen Gerichts.

### SEHENSWÜRDIGKEITEN



#### GARDENS BY THE BAY

Ein exklusives Erlebnis: Die Licht- und Musik-Show "Garden Phapsody" ganz privat für Ihre Gruppe im Supertree Grove.





## NATUR als Fokusthema der IMEX Group für 2020 und 2021

### Nalan, warum NATUR als Fokusthema und warum für zwei Jahre?

Das Konzept eines jährlichen Fokusthemas verwenden wir bereits seit einigen Jahren. Wir wählen dazu stets sorgsam ein Thema aus, von dem wir glauben, dass es für unsere gesamte Branche – aber auch darüber hinaus – Wesentlichkeit und Relevanz hat. Wir wollen damit die globale Business-Events-Branche zusammenbringen, um

durch Netzwerken, Kollaboration und Lernen von- und miteinander positive Veränderungen für uns alle anzutreiben und zu gestalten.

nen. Wir wollen uns die Natur zum Vorbild nehmen und thematisieren im Rahmen unseres Aus- und Weiterbildungsprogramms, in unserer Discovery Zone und mit unseren Ausstellern, was die Natur uns lehren kann. Dabei spielt beispielsweise die Kreislaufwirtschaft und wie wir diese in unserer Branche implementieren können eine wesentliche Rolle.

### Was werden wir ganz konkret dazu auf der IMEX in Frankfurt 2020 sehen?

Während der Messe bieten wir eine große Auswahl an kostenfreien Sessions, Workshops und Seminaren zu allen Aspekten der Nachhaltigkeit. Unser Anliegen ist, alle Branchenakteure – die Käufer – wie auch die Anbieterseite – zum Erfahrungsaustausch untereinander anzuregen.

Unsere Discovery Zone in Halle 9 wird Anregungen und Live Experiences rund um das Thema Natur präsentieren – hier verleihen wir unserem Fokusthema ein erlebnisorientiertes Gesicht.

Auf der IMEX America 2019 haben wir unseren ersten Sustainability Safari Walk durchgeführt, der die Teilnehmer über die Messe führt und nachhaltige Eventideen vorstellt – dieses Format wird es auch in Frankfurt geben.

In unserem Green Exhibitor Guide geben wir Anbietern Anregungen für nachhaltige Events und haben mit dem Green Exhibitor Pledge eine Selbstverpflichtungspapier entwickelt, um Aussteller zu motivieren, sich nachhaltig zu engagieren. Dazu haben wir ein Konzept entwickelt, das aus 9 Nachhaltigkeitskriterien besteht, aus denen drei erfüllt sein müssen. Wir fragen dabei beispielsweise ab, ob der Anbieter einen Nachhaltigkeitsverantwortlichen im eigenen Unternehmen benannt hat.

Die Aussteller, die mindestens drei Kriterien erfüllen, stellen wir in unserem neuen Sustainability Village vor. So können Planer sich informieren und direkt mit den Ausstellern Kontakt aufnehmen.

### Wo sehen Sie aktuell die größten Herausforderungen in unserer Branche?

Es ist wundervoll und inspirierend zu sehen, was unsere Branche mit Initiativen, Projekten und Aktionen schon bewegt hat. Aber es gibt noch so viel zu tun!

Wir müssen unsere Planungsprozesse und unsere Projekte grundsätzlich „neu denken“ und unser Ziel muss sein, jede Veranstaltung vollständig nachhaltig zu machen. Außerdem sehe ich eine große

„Gemeinsam können wir viel erreichen – lasst es uns zusammen angehen!“

Nalan Emre, COO der IMEX Group über das Fokusthema NATUR und den Status-Quo der Nachhaltigkeit in der MICE-Branche

Im Bereich Nachhaltigkeit erleben wir gerade in den letzten Jahren ein neues Bewusstsein – weg von der Projektebene hin zu einer grundsätzlicheren Ebene. Dies wollten wir aufgreifen und ganz konkret weiterdenken. Daraus ist als fast logischer nächster Schritt unser – diesmal gleich zweijähriges – Fokusthema Natur entstanden!

Wir alle brauchen die Natur – aber wir können auch eine ganze Menge von ihr ler-



Bald auch in Frankfurt: Das Sustainability Village auf der IMEX America in Las Vegas

Notwendigkeit an Aus- und Weiterbildung in diesem Thema.

Ich freue mich sehr, dass immer mehr Akteure unserer Branche auf uns zukommen und wissen wollen, was wir als Messeveranstalter und auch was unsere Aussteller in puncto Nachhaltigkeit tun. Ich erlebe eine große Offenheit in unserer Branche und den Willen, mit- und voneinander zu lernen und auf dieser Basis Projekte im eigenen Umfeld voranzutreiben.

#### Was ist Ihre Empfehlung, um Nachhaltigkeit in unserer Branche zu fördern?

Sich mit Partnern zusammensetzen und gemeinsam die gesamte Wertschöpfungskette zu betrachten. Wir haben festgestellt, dass es einen riesigen positiven Einfluss auf das gesamte Ergebnis hat, wenn man sich gemeinsame Ziele setzt. Indem wir uns gemeinsam den Herausforderungen gestellt haben, aber auch klar immer wieder unsere Vorgaben kommuniziert haben, konnten wir wirklich Veränderungen bewirken.

Indem wir alle gemeinsam an der Wertschöpfungskette arbeiten, können wir auch die Nachfrage steuern und so langfris-

tig die Kosten für nachhaltige Produkte, Materialien und Werkstoffe reduzieren.

Gute Beispiele hierfür sind unsere Beschilderungen, sowie der Kaffee, Tee und Zucker auf unseren Messen. Die Messe Frankfurt bietet nun diese nachhaltigen Produkte auch allen anderen Messeveranstaltern an. Der Strom ist ein weiteres Beispiel – nachdem wir komplett auf Ökostrom umgestiegen sind, wird dies nun grundsätzlich angeboten.

Wesentlich für mich ist auch das Anerkennen kleiner Schritte – daraus entwickeln sich dann die nächsten Schritte.



Nalan Emre, COO der IMEX Group

## Facts & Figures

### Entsorgung & Energie

- Von der IMEX in Frankfurt geht KEIN Abfall auf Deponien („ZERO Waste“)
- Die IMEX America schickt nur 6% auf Müllhalden (dies entspricht 0,40 kg pro Person – dem Gewicht von vier Äpfeln)
- 90% des Abfalls wird recycelt
- 100% Ökostrom

### CO<sub>2</sub>-Kompensation

- Kompensation aller Hosted Buyer Flüge durch gemeinsames Aufforstungsprojekt mit dem Aussteller Costa Rica

### Materialien

- Recycelter Teppich, der wiederum zu 90% recycelbar ist
- Plastikfreie und kompostierbare Badges
- Wiederverwendbare und recycelbare Beschilderung, PVC-freie Banner
- Lanyards aus Bambus
- Keine Messetaschen mehr

### F&B

- Essen in kompostierbaren Verpackungen auf beiden Messen
- Keine Plastikstrohhalm
- Drastische Reduktion des Angebots von rotem Fleisch, Fleischalternativen werden angeboten
- Unverbrauchte Nahrungsmittel, Blumen und Dekorationsmaterial der Messestände werden an lokale Initiativen und Charities gespendet
- Wasserspender auf den Messen

### Aus- und Weiterbildung

- Aus- und Weiterbildungsprogramm der IMEX während der Messe und ganzjährig
- Sustainability Safari & Sustainability Village auf den IMEX-Messen
- Sustainable Exhibiting Guide für die IMEX Aussteller
- Innovation in Sustainability Award
- CSR-Mitmach-Programme an den Standorten Frankfurt und Las Vegas

# Radisson vergrößert und verbessert Portfolio in Italien

**In den nächsten Jahren wird die Radisson Hotel Group, die seit 2019 offiziell zur chinesischen Hotelgruppe Jin Jiang gehört, ihr Portfolio in Italien verdoppeln.**

**ZUM JETZIGEN ZEITPUNKT** sind fünf Hotels an den Standorten Rom, Mailand und Terme di Galzignano offiziell in Betrieb. Weitere fünf sind geplant und bereits in der Bauphase. Dabei sollen insbesondere die Standorte in Mailand und Rom von der Markenvielfalt der Radisson Hotel Group profitieren: In beiden Städten ist sowohl ein Radisson Blu als auch ein Radisson Collection geplant. Außerdem steht die Eröffnung eines weiteren Radisson Collection in Venedig an sowie eines Hauses derselben Kategorie in einer anderen italienischen Destination. Mehr kann an dieser Stelle noch nicht verraten werden, wir werden Sie aber informieren.

Eines der spannendsten Projekte ist sicherlich das Radisson Collection Hotel Palazzo Touring Club in Mailand. Seit seiner Erbauung 1915 wurde der Palazzo hauptsächlich als Bürogebäude genutzt. Durch eine umfassende Renovierung wird der Palazzo Touring Italiano bis zum vierten Quartal 2020 zu einem Ra-



Open Lobby und ein deutlich stylischeres Design-Konzept: Das waren die Prinzipien bei der Neugestaltung des Eingangsbereichs.

disson Collection umgebaut. Eines der ikonischen Gebäude Mailands wird dann über etwa 90 Zimmer & Suiten, einen Innenhof und außerdem einen Spa-Bereich und ein Restaurant verfügen.

Das zweite Radisson Collection in Mailand wird in den ehemaligen Hauptsitz der Allianz Italia einziehen. Der geplante Eröffnungstermin für dieses Haus in der Luxus-Variante bei Radisson liegt im ersten Quartal 2021. Dann können MICE'ler auf 160 Zimmer und Suiten, eine Wellnessterrasse mit Swimmingpool auf der vierten Etage sowie eine 1.000 m<sup>2</sup> große Restaurantfläche verfügen.

Im Radisson Blu GHR Hotel Rom – der Name ist auf Grand Hotel Ritz zurückzuführen – werden derzeit alle Bereiche vollkommen aufgefrischt. Im dritten Quartal des laufenden Jahres wird sich das Haus mit 300 Zimmern und Suiten in neuem Glanz präsentieren. Weitere wichtige Aspekte des renovierten Hauses werden das

Spa sowie Fitness-Center und insgesamt drei Restaurants sein, die sich unter dem frisch renovierten Dach des Radisson Blu bespielen lassen werden.

## Radisson Blu Mailand macht den Anfang

Aber das Portfolio in Italien wird eben nicht nur erweitert, sondern zugleich verbessert. So erfuhr beispielsweise das Radisson Blu Mailand im letzten Jahr eine vollkommene Generalüberholung und erwartet seine Gäste jetzt mit einem deutlich Design-affineren Stil als zuvor.

Bereits die Gestaltung der Lobby wurde einem vollkommen neuen Design-Konzept unterworfen. Etwas mehr Lebendigkeit, etwas mehr Wohlfühl-Atmosphäre inmitten der Mode-Metropole Italiens. Neben den offen gestalteten Flächen der Lobby, die nahtlos in den neuen Barbereich des Hauses übergehen, findet sich ein sogenannter Social Table, dessen Konzept sich an den neuen Arbeitsgewohnheiten von Geschäftsreisenden orientiert – hier ist von Strom über Internet bis hin zur ungezwungenen Meeting-Möglichkeit alles vorhanden. Ein weiterer Fokus beim Refurbishment des gesamten Hauses lag auf den Maßnahmen im hauseigenen Konferenzbereich. Seit der Renovierung erfüllen nun alle 13 Konferenz- und Meetingräume höchste Technikanfor-



Der Palazzo des Touring Clubs Mailand zählt zu den ikonischen Gebäuden der Stadt und wird bis Ende des Jahres zu einem Radisson Collection.



derungen. Dazu zählt aktuellste audiovisuelle Technik genauso wie kostenfreies WLAN für Konferenzteilnehmer. Innerhalb des Konferenzbereiches liegt die Maximalkapazität bei 250 Personen im größten Raum.

Ganz besondere Ausblicke können Planer von der Presidential Suite aus ermöglichen, die für exklusive Events bespielt werden kann.

100 individuell nutzbare Quadratmeter stehen auf der obersten Etage des Hotels zur Verfügung. Ein Pluspunkt der Präsidentensuite ist die großzügige Terrasse, die bei entsprechenden Events ebenfalls in die Planung einbezogen werden kann. So ist beispielsweise die Installation einer Bar und eines DJ-Pults im Inneren der Suite in Kombination mit entspannter Lounge-Atmosphäre auf der Terrasse mit Blick über Mailand möglich.

### 250 Zimmer in neuem Design

Die unterschiedlichen Zimmerkategorien starten mit einer Größe von 30 m<sup>2</sup> und präsentieren sich sowohl für Leisure- als auch für Businessreisende als passendes Home-away-from-home. Der Mix aus hellen Farben an den Wänden und farbigen Highlights – wie zum Beispiel rote Sitzmöbel – verleiht ein wohnliches Ambiente. Ein interessantes Detail sind die Duschen in einigen Zimmern. Der Begriff des Walk-in-Showers wurde wohl fast nirgends bes-



Fester Bestandteil des MICE-Portfolios im Radisson Blu Mailand: die Dachterrasse der Präsidentensuite.

ser getroffen als im Radisson Blu Mailand. Durch die extrem langegezogene Nasszelle ergibt sich enormer Platz für die Gäste und damit einhergehend wirklicher Komfort. Abgerundet wird das Angebot im Badezimmer mit hochwertigen Amenities sowie einer zusätzlichen Badewanne in den gehobenen Kategorien.

Marco Scola, General Manager des Radisson Blu Mailand, fasst die umfangreiche Renovierung des Hauses folgendermaßen zusammen: „Das Hotel hat einen immensen Wandel zum Besseren durchlaufen, mit neuen Einrichtungen und einer eleganten Umgestaltung. Was sich nicht geändert hat und was das Herzstück eines jeden Radisson Blu ist, ist unser Ethos: Every Moment Matters. Es ist die Art und Weise, wie wir unser Business gestalten, eine einzigartige Handschrift, die uns als das beschreibt, was

wir sind. Wir sichern unseren Erfolg durch unseren herzlichen und verständnisvollen Service, der dazu beiträgt, die Gäste auf ihren Reisen zu inspirieren. Diese Renovierung ist nicht nur ein neuer Look für unser Hotel, sondern auch eine Änderung der Positionierung des Hotels sowie eine Anpassung der Ästhetik an unsere außergewöhnlichen, serviceorientierten Teammitglieder. Wir freuen uns darauf, unsere Gäste in unseren neuen Räumlichkeiten willkommen zu heißen!“



Harmonisches Gesamtbild: Die Zimmer des Radisson Blu Mailand heißen ihre Gäste in neuem Design willkommen. Alle Fotos: Radisson Hotel Group

# ELLINGTON

ELLINGTON HOTEL BERLIN



**1.490 m<sup>2</sup> Veranstaltungsfläche**  
für bis zu 800 Personen

**10 Veranstaltungsräume**  
(22 bis 634 m<sup>2</sup>)  
mit Tageslicht

**Exklusive Räumlichkeiten:**  
Weintresor, Sommergarten,  
und Smokers Lounge

**285 helle Zimmer & Suiten**  
mit offenem Badkonzept

**DUKE Bar & Lounge**

**Restaurant DUKE**  
(15 Gault&Millau Punkte)

**Moderner Fitnessraum**

**50 hoteleigene Parkplätze**

**Optimale Anbindung**  
zu allen öffentlichen  
Verkehrsmitteln & Flughäfen

Zentral gelegen

(Nähe Kudamm & KaDeWe)



**ELLINGTON HOTEL BERLIN**  
NÜRNBERGER STRASSE 50-55  
10789 BERLIN  
☎ +49 (0)30 68 315-2500  
✉ EVENT@ELLINGTON-HOTEL.COM

[WWW.ELLINGTON-HOTEL.COM](http://WWW.ELLINGTON-HOTEL.COM)

**Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility sind in der Eventbranche heiß diskutierte Themen. Dabei stellt sich die Frage, welche Anknüpfungspunkte Unternehmen nutzen, die sich auf diese Bereiche fokussieren wollen.**



” Nachhaltigkeit und CSR sind Bereiche, die in Schottland seit einiger Zeit wie selbstverständlich fest verankert und mittlerweile zu einem sehr wichtigen Bestandteil von Veranstaltungen geworden sind. Es wäre heutzutage sehr ungewöhnlich, ein Event in Schottland abzuhalten und nicht einen sehr großen Teil der Speisen und Getränke von lokalen schottischen Produzenten zu beziehen. Für Kunden, die sich auf diesen Bereich konzentrieren möchten, bringen unsere DMCs, PCOs, Veranstaltungsorte und andere Dienstleister alle umfassende Erfahrung mit, um ‚abzuliefern‘. Veranstaltungsorte konzentrieren sich beispielsweise sehr auf die Entwicklung ihrer Referenzen. Im letzten Jahr hat das neue Konferenzzentrum P&J Live in Aberdeen eröffnet. Als integraler Bestandteil des Designs dieses Veranstaltungsortes verfügt er über ein eigenes innovatives Energiezentrum vor Ort. Es verwendet Lebensmittel- und Gartenabfälle aus der Umgebung von Aberdeen, die in einer anaeroben Anlage kompostiert werden. Das dadurch gewonnene Wasserstoffgas wird genutzt, um das Energiezentrum mit Strom zu versorgen, welches wiederum nicht nur das P&J Live, sondern auch die Hotels vor Ort mit Strom, Heizung oder Kühlung speist. Ein Fokus auf Nachhaltigkeit und CSR kann problemlos in jede Kundenaufgabe für DMCs, PCOs, Veranstaltungsorte und andere Lieferanten integriert werden, damit diese gemäß den Anforderungen umgesetzt werden. “

Lindsay Neilson

Senior Corporate & Incentive Manager bei VisitScotland Business Events



” Soziale Verantwortung steuert jeden Geschäftsbereich von Valamar – sie prägt unseren Ansatz in Bezug auf Unternehmensführung, Marktpositionierung, die Umwelt und Gemeinschaft sowie Mitarbeiterbeziehungen. Die Corporate Social Responsibility-Rahmenprogramme von Valamar sind somit eng mit dem Kerngeschäft des Unternehmens verbunden. Die CSR-Grundsätze bilden einen Rahmen für die Mitarbeiterentwicklung und -schulung bei Valamar Riviera, die Entwicklung unserer Reiseziele, Investitionen in die lokale Gemeinschaft und die Betreuung von Bedürftigen. Darüber hinaus leiten sie unseren konsequenten Ansatz zum Umweltschutz und zur Sicherung der Wasserqualität der Adria sowie die Unternehmenstransparenz und -verantwortung gegenüber unseren Stakeholdern, Investoren und Aktionären. Der Erfolg der Hotels, Resorts und Campingplätze von Valamar Riviera hängt von der Entwicklung der Reiseziele ab. Also nimmt Valamar Riviera durch verschiedene strategische Projekte und langfristige Partnerschaften mit Kommunen und Behörden, Tourismusverbänden, Dienstleistungs- und Eventanbietern, Sportvereinen und gemeinnützigen Organisationen eine aktive Rolle dabei ein. Als Mitgestalter dieser sozialen Entwicklung kann Valamar seinen Gästen ein intensiveres und authentischeres Erlebnis bieten. “

Marilka Tovarac

MICE Sales Managerin bei den kroatischen Valamar Hotels



” Wir gehen hier einen ganz klaren Weg: So haben wir mit einigen Kärntner Sozialprojekten konkrete Kooperationen. Eines dieser Projekte ist „Jugend am Werk“. Hier werden Jugendliche, denen es schwerfällt, sich in den Arbeitsprozess zu integrieren, im Rahmen von zahlreichen praktischen Tätigkeiten an den Berufsalltag herangeführt. Für unsere Kooperationspartner gibt es hier die Möglichkeit, zum Beispiel qualitativ hochwertige Caterings produzieren zu lassen. Oder in deren Kreativwerkstatt Kongress-taschen nähen zu lassen, Give-Aways zu gestalten und herzustellen, u.v.m. Wir glauben, dass es ganz wichtig ist, dass wir die Wertschöpfung, die Events, Kongresse oder Seminare bringen, zielgerichtet an diese Sozialeinrichtungen weiterleiten. So schaffen wir Mehrwert auf beiden Seiten. “

Andrea Leitner

*Leitung Verkaufsförderung und Internationalisierung bei Kärnten Werbung*



” Zu einer Zeit, in der die Umwelt und die Probleme des Klimawandels Geschäftsentscheidungen mehr und mehr beeinflussen und in der die Klientel saubere, gesündere und verantwortungsbewusstere Events wünscht, ist Monaco ein Beispiel dafür, dass ‚grün‘ zu sein nicht nur ein Versprechen an die Welt ist, sondern gleichzeitig einen Wettbewerbsvorteil darstellt. In Monaco können Unternehmen in allen Bereichen Unterstützung zum Thema Nachhaltigkeit erwarten – ob durch den ‚Sustainable Tourism Manager‘ des Monaco Convention Bureau oder die ‚Grünen Manager‘ in den Hotels und dem Konferenzzentrum. Ziel bleibt immer, Eventplaner dabei zu unterstützen, die Umweltauswirkung ihrer Veranstaltung zu reduzieren. Auch lokale DMCs bieten eine Palette an grünen Erlebnissen und Aktivitäten mit CSR Gedanken an: Lafayette Monaco beispielsweise nimmt acht bis zwölf Teilnehmer mit zu einer ‚grünen Verköstigung‘ bei Terre de Monaco, einem monegasischen Unternehmen, das urbane Landwirtschaft und ökologische Gemüsegärten auf Gebäudedächern im Fürstentum anbaut. Und Raising Stones Events erklärt Teilnehmern in einem Workshop, wie luftreinigende Pflanzen funktionieren oder verspricht Unterhaltung mit Hilfe von recycelten Musikinstrumenten. “

Sandrine Camia

*Deputy General Manager beim Monaco Government Tourist & Convention Bureau*



” Bei Renovierungen und Neubauten großer Convention Center wird in Korea besonders auf Nachhaltigkeit geachtet. Songdo Convensia ist beispielsweise das erste Convention Center Asiens, welches eine LEED-Zertifizierung besitzt, und das COEX in Seoul recycelt Regenwasser. Außerdem werden regelmäßig internationale Meetings und Kongresse zum Thema Nachhaltigkeit in Korea veranstaltet. “

Stephanie Nickel

*PR & MICE Assistent bei der Korea Tourism Organization*



## Fit4Congress meets FamTrip in Dresden | von Mali Karbach

**Letztes Jahr durften wir nicht nur den Fit4Congress in Dresden besuchen, sondern die Stadt auch als MICE-Destination während einer Studienreise näher kennenlernen. Erstmals wurden 15 Planer aus Deutschland, Österreich und der Schweiz eingeladen, um Dresden zu erkunden und Einblicke in aktuelle Entwicklungen, Tagungs- und Kongresszentren sowie besondere Eventlocations zu erhalten. Ganz nach dem Motto „Convention meets Culture“ wurde die Vielseitigkeit der Stadt präsentiert.**

**NEBEN AUSSERGEWÖHNLICHEN** Locations, einer sehr guten Infrastruktur und professionellen Dienstleistern überzeugt Dresden insbesondere durch eine herzliche Gastfreundschaft. Alles Gründe, weswegen die Hauptstadt von Sachsen bereits zu den Top Ten der beliebtesten Kongress-Destinationen in Deutschland zählt.

Über 800 Jahre Geschichte und Tradition machen Dresden nicht nur zu einem interessanten Reiseziel, sondern liefern auch spannende Möglichkeiten für die MICE-Branche. Die 563.000 Einwohner große Stadt an der Elbe überzeugt durch ein zukunftsorientiertes Wissenschafts-

und Wirtschaftscluster und wird nicht zuletzt dadurch immer attraktiver für Kongresse und Events.

### Der ehemalige Festsaal des Sächsischen Königshauses

Im historischen Zentrum, in direkter Nähe zur Elbe, liegt das Kurländer Palais. Wie viele Gebäude der Stadt ist auch das Palais von einer bewegten Geschichte geprägt. Einst Amtssitz des Grafen von Wackerbarth, brannte das Palais beim Luftangriff auf Dresden im Jahr 1945 vollständig aus und brach größtenteils in sich zusammen. Nachdem es mit großer Mü-

he vor dem Abriss bewahrt worden war, der unbeschadete Keller des Hauses 1980



zum Jazzclub ausgebaut und 2005 als Studentenclub genutzt wurde, sind seit 2006 zwischen 8 und 12 Millionen Euro in den



Wiederaufbau der Innenräume und Außenanlagen geflossen. Der historische Teil ist dabei gekonnt mit dem neuen verbunden und dient heute als imposante Eventlocation. Mit Blick auf die Frauenkirche und das Albertinum kann hier auf drei Etagen und in vier Erlebnisbereichen gefeiert werden. Im Festsaal – wo einst schon das Sächsische Königshaus rauschende Feste inszenierte – finden auf 250 m<sup>2</sup> bis zu 360 Personen Platz. Durch die 8 m hohen, teilweise original erhaltenen Backsteinwände hat sich die Location ihren historischen Charme bewahrt und gibt dem Raum zusammen mit modernen Gestaltungselementen eine einzigartige Atmosphäre. Ein 20 m langer Balkon zum Palaishof, der direkt an den großen Festsaal grenzt und dessen 6 m hohe Türen im Sommer komplett geöffnet werden können, kann ebenfalls mit einbezogen werden.

Während der ehrwürdige Gewölbekeller vorzugsweise für Jazz- und Salsa-Abende sowie Clubevents mit bis zu 363 Personen genutzt wird, finden im Restaurant in den Gartensälen 200 Personen Platz.

Von alten Mauern umschlossen und auf Wunsch überdacht, bietet der Palaishof auf 300 m<sup>2</sup> eine Bankettfläche für maximal 250 Personen. Eine versteckte große Einfahrt ermöglicht unter anderem Automobil-Präsentationen.

### Historische Fassade, modernes Innenleben

Direkt gegenüber dem Kurländer Palais gelegen, verfügt das Albertinum über außergewöhnliche Veranstaltungsräumlichkeiten. Dazu gehört auch die Brühlsche Terrasse, die sich oberhalb des Elbufers befindet und einen fantastischen Panoramablick auf die Neustadt bietet.

Im Albertinum sind zwei Kunstmuseen beheimatet, das Skulpturenmuseum und die Galerie Neue Meister, welche die Besucher auf eine Reise von der Roman-

tik bis in die Gegenwart begleiten. Von außen wirkt es wie ein historisches Museum, hinter der sandsteinverkleideten Renaissance-Fassade verbirgt sich aber ein generalsaniertes Haus, das architektonisch überrascht. Wer den Lichthof betritt, möchte den Anblick am liebsten direkt festhalten. Die beeindruckende Halle, die mit einer stählernen Fachwerkkonstruktion überspannt ist, macht nicht nur optisch etwas her, sie kann auch multifunktional genutzt werden. Auf einer Fläche von 1.300 m<sup>2</sup> besteht hier außerhalb der Öffnungszeiten des Museums – montags ganztägig – die Möglichkeit, Events mit bis zu 1.000 Personen zu veranstalten. Vor allem der Lichthof ermöglicht Planern eine vielseitige und kreative Ideenumsetzung. Zur Anmietung stehen für kleinere Events die Galerie Neue Meister, die Skulpturensammlung und der Herrmann-Glöckner-Raum zur Verfügung. Als Ergänzung zum Event bietet sich eine private Führung durch die Museen der Staatlichen Kunstsammlungen Dresden an.

### Eine Residenz für Kunst und Wissenschaft

Zwischen Semperoper, Frauenkirche und Zwinger, nur wenige Gehminuten vom Albertinum entfernt, liegt das Residenzschloss. Im Jahr 1945 fast vollständig zerstört, erstrahlt es erst seit wenigen Jahren wieder in seiner vollen Pracht. Es gilt als Residenz der Kunst und Wissenschaft, in der heute fünf Museen der Staatlichen Kunstsammlungen Dresden beherbergt sind. Seit 2004 sind das Neue Grüne Gewölbe sowie das Historische Grüne Gewölbe wieder für die Öffentlichkeit zugänglich. 2010 folgte die Eröffnung der Türkischen Cammer und zuletzt der Einzug der Rüstkammer. Besucher kommen aus aller Welt, um sich die beeindruckenden Exponate anzusehen. Eine Vielzahl der Räumlichkeiten dient zugleich als Eventlocation. Dazu gehören unter anderem das historische und neue Grüne Gewölbe, der kleine überdachte Schlosshof, die Fürstengalerie wie auch die Rüstkammer und der Hausmannsturm. Die Kapazitäten reichen von 60 bis zu 400 Personen.

### Luxus und Tradition

Auf der gegenüberliegenden Straßenseite liegt das Fünf-Sterne-Luxushotel Taschenbergpalais Kempinski Dresden. Insgesamt 213 elegante Zimmer und Suiten beherbergt das historische Gebäude. Dazu kommen die preisgekrönte Karl

May Bar sowie zwei Restaurants, die für kulinarische Abwechslung sorgen. In den Wintermonaten ist die Eislaufbahn im Innenhof des Hotels ein beliebter Treffpunkt in Dresden.



Neben einem Spa- und Fitnessbereich besitzt das Taschenbergpalais neun Veranstaltungsräume. Sechs davon sind stilvolle Salons auf der Bel Etage. Hinzu kommen drei Business-Suiten sowie der multifunktionale Kurfürstensaal, der mit einer Kapazität für 500 Personen den größten Veranstaltungsraum des Hotels darstellt. Durch ihre besondere Atmosphäre und elegantes Flair besticht die Hauskapelle mit ihren 8 m hohen Decken. Sie ist ideal geeignet für Ausstellungen, Konzerte und Veranstaltungen mit bis zu 80 Gästen.

### Frischer Wind

243 komfortable sowie teils renovierte und neu eingerichtete Zimmer stehen im 800 m von der Dresdner Altstadt entfernten Vier-Sterne-Hotel Dorint zur Verfügung. Im Frühjahr 2020 wird zudem ein neues Fitness-Loft im Hotel eröffnen.

Die 14 klimatisierten Konferenz- und vier Banketträume sind zwischen 32 m<sup>2</sup> und 470 m<sup>2</sup> groß und mit modernster Technik ausgestattet – Veranstaltungen mit bis zu 300 Personen können hier problemlos durchgeführt werden. All diese



**li.o.:** Der Zwinger in Dresden gehört zu den bekanntesten Barockbauwerken Deutschlands und ist neben der Frauenkirche das beliebteste Ziel der Dresdenbesucher. Foto: DaLiu/Shutterstock.com

**li.u.:** Die alten Backsteinmauern im Festsaal des Kurländer Palais verkörpern perfekt den historischen Charme des Gebäudes. Foto: Kurländer Palais

**re.:** Der Innenhof des Taschenbergpalais Kempinski Dresden ist im Sommer ein beliebter Ort für Events. Im Winter wird hier die Eislaufbahn errichtet. Foto: Kempinski Hotels

← Räume befinden sich auf einer eigenen Konferenztage, sind flexibel miteinander kombinierbar und verfügen über Tageslicht sowie Internetzugang. Hinzu kommen eine Ausstellungsfläche und vielseitige Möglichkeiten für Teambuildings, Betriebsausflüge oder Firmenjubiläen.

### Mittendrin statt nur dabei

Die perfekte Altstadtlage und damit kurze Fußwege zu den berühmtesten Sehenswürdigkeiten der Stadt bietet das Hilton



Dresden. Zwischen Dresdner Frauenkirche und Elbufer befindet sich der Hotelkomplex mit ganzen 12 Restaurants und Bars ebenso wie 12 Veranstaltungsräumen. Nicht nur kulinarisch ist hier für jeden Geschmack etwas dabei, auch die MICE-Möglichkeiten sind vielfältig.

Durch das Foyer mit Blick auf den berühmten Fürstenzug gelangt man beispielsweise in den Ballsaal, der für Veranstaltungen mit bis zu 550 Personen ausgelegt ist. Zu den klassischen Konferenzräumen und der einzigen Executive Lounge Dresdens im Haupthaus kommen weitere Räumlichkeiten für extravagante Veranstaltungen im barocken Teil des Hotels hinzu, so auch der 247 m<sup>2</sup> große Salon Europa in der Sekundogenitur mit Blick auf das Elbtal. Ausladende Kronleuchter und neobarocke Verzierungen sorgen für pure Eleganz und ein geschichtsträchtiges Flair. Der für 120 Personen ausgelegte Raum verfügt weiterhin über einen Eingang auf der Brühlschen Terrasse, die zusätzlich bespielt werden kann.

### Felix im lebendigen Haus

Ein neues Konzept verfolgt das Felix im lebendigen Haus. Bekannt für seine Dachterrasse mit einmaligem Blick auf den Zwinger, können hier auch Apartments bewohnt werden. Die Felix Suiten mitten im Stadtzentrum sind in den Größen XS bis XXL verfügbar und lassen sich entweder für kurze oder lange Aufenthalte mieten. Das Felix im lebendigen Haus ist außerdem eine Eventlocation für Tagungen, Konferenzen,

Kick-off-Veranstaltungen, Firmenfeiern, Produktpräsentationen und Gala-Abende.

Das Wohlfühlambiente, ein fast grenzenloser Gestaltungsfreiraum und der direkte Blick auf den Zwinger sind beste Voraussetzungen für Eventplaner. Der circa 280 m<sup>2</sup> große Club kann nach Belieben variabel in sechs Räume zwischen 19 m<sup>2</sup> und 103 m<sup>2</sup> unterteilt werden. Es besteht außerdem die Möglichkeit, neben einzelnen Räumen das gesamte Haus – inklusive Restaurant und Dachterrasse – zu mieten.

### Wenn Architektur und Landschaft miteinander verschmelzen

Direkt neben dem Maritim Hotel Dresden mit 328 Zimmern liegt das terrassenförmig angelegte Internationale Congress Center Dresden (ICD). Es prägt mit seiner modernen Architektur ebenso das Stadtbild wie die anschließenden historischen Prachtbauten der Altstadt. Die Biegung der Elbe wurde architektonisch mit aufgegriffen und lässt so eine Harmonie zwischen Landschaft und Gebäude entstehen. Weitere Raffinessen wie die gläserne Außenfassade, das weit herausragende Vordach und die ansteigende Terrassenebene können vielseitig in Szene gesetzt werden.

Zu der Terrassenebene kommen noch drei weitere Ebenen hinzu, auf denen insgesamt bis zu 6.800 Besucher Platz finden. Der größte Saal fasst mit 1.165 m<sup>2</sup> knapp 1.300 Personen. Viele der Räum-



lichkeiten sind flexibel kombinierbar und können auf Wunsch angepasst werden. Des Weiteren verfügt das Haus über sechs kleinere Konferenzräume sowie neun Gruppenräume.

Das ICD gilt als eines der modernsten Kongresszentren Europas. Von der Freitreppe aus genießen die Gäste einen weitläufigen Blick auf das Panorama der Stadt. Ein unterirdischer Gang verbindet zudem das Maritim Hotel mit dem Kongresszentrum.

### Der schönste Canaletto-Blick von Dresden

Fast 20 Jahre gehörte das Bellevue Hotel zum Portfolio von Westin, seit Anfang des Jahres hat die niederländische Marke Bilderberg das Hotel übernommen und feiert damit ihren Markteintritt in Deutschland. Das Bellevue Hotel ist bekannt für seine imposante Aussicht auf die Dresdner Altstadt (Canaletto-Blick) und die Lage in den idyllischen Bellevuegärten. Nur ein kurzer Spaziergang über die Augustusbrücke trennt das Fünf-Sterne-Hotel von Sehenswürdigkeiten wie der Semperoper, dem Residenzschloss, der Frauen- und Hofkirche. Das Hotel verfügt über 340 renovierte moderne Zimmer und einen großzügigen Veranstaltungsbereich mit 22 Konferenzräumen für sechs bis 850 Personen. Hinzu kommen 20.000 m<sup>2</sup> Gartenfläche direkt am Haus, die ebenfalls für Outdoor-Events bespielt werden können. Dazu zählt auch der direkt an der Promenade gelegene Biergarten Elbsegler, der dank weißer Sonnensegel und Lounge-Möbel für ein maritimes Ambiente sorgt und damit die perfekte Eventlocation im Sommer darstellt. Hier kann mit insgesamt 130 Personen gefeiert werden. Der klassische Biergarten nebenan wartet mit einem Platzangebot für bis zu 66 Personen auf und ist die ideale Kulisse für ein leckeres BBQ unter alten Bäumen mit Canaletto-Blick. Wer nach einer luxuriösen Alternative sucht, für den kann das glasüberdachte Atrium interessant sein, das über einen direkten Zugang zur Canaletto-Terrasse verfügt. Das elegante Ambiente ist vor allem für besondere Anlässe mit bis zu 130 Gästen geeignet.

### Messe mit historischem Charme

Die Börse Dresden ist das Tagungszentrum der Messe Dresden und Ort des Wissensaustauschs und der Kommunikation. Hier trifft modernste Technik auf historischen Charme. Schon vor 100 Jahren wurde in dem ehemaligen Schlachthofareal Handel betrieben, heute ist das Gebäude komplett saniert und bietet viele verschiedene, barrierefreie Räumlichkeiten für Tagungen, Kongresse, Festlichkeiten und große Präsentationen mit bis zu 10.000 Teilnehmern. Ein hochmoderner Anbau verbindet die Börse Dresden mit der Messe Dresden ebenerdig. Anders als die Messehallen in anderen Städten präsentiert sich die Messe Dresden als historischer und denkmalgeschützter Veranstaltungsort. Trotz Hallen von teils 6,316 m<sup>2</sup> Größe fühlt man sich auf



dem Gelände nicht verloren. Die Messe besitzt mit der Halle 1, in der 12.000 Personen Platz finden, die größte Veranstaltungshalle Dresdens. Sie wird insbesondere für Kongresse, Messen, Konzerte und Shows genutzt, da sie unter anderem Akustikwände und -decken besitzt. Außerdem ist sie in vier Segmente unterteilbar und kann mit bis zu 40 Tonnen befahren werden. Hinzu kommen vier weitere Hallen, deren jeweilige Größe von 2.745 m<sup>2</sup> bis zu 4.224 m<sup>2</sup> reicht. Mit einem besonderen Flair besticht Halle 2 – hier trifft denkmalgeschützter Industriecharme auf modernes Messeambiente.

### The Next Level of Eventlocations

Gegenüber der Messe und neben dem Ostrapark befinden sich zwei innovative neue Eventlocations: der Ostra-Dome und die Ostra-Studios. Auf 20.000 m<sup>2</sup> Fläche ergeben sie die perfekte Symbiose aus Tagungs- und Eventlocation. Im Frühjahr 2020 soll die Outdoor-Eventlandschaft durch Grün- und Wasserflächen inklusive Open-Air- und Wasserbühnen ergänzt werden. Vom Event unter freiem Himmel mit Wassershow über Licht- und Laserinszenierungen bis hin zum Sommerfest in Lounge-Atmosphäre wird hier alles möglich sein. Der Ostra-Dome ist ein 1.500 m<sup>2</sup> großer, säulenloser Pavillon, der durch die flexible Bühne und hochmoderne Licht- und Tontechnik besonders für Konzerte, Shows, Sport-Events, Kundempfang und Galaveranstaltungen geeignet ist. Als Plenarsaal umfunktioniert, besitzt er eine Kapazität von 1.050 Plätzen.

Ein gläserner Gang, der einen direkten Zugang zum Außenbereich bietet, verbindet den Ostra-Dome mit den Ostra-Studios. Die ehemaligen Schlachthallen sind Anziehungspunkt für kreative Events geworden. Neben einer großen Bar verfügt der Gebäudekomplex über weitere interessante Räume im Industriestil. Diese können durch ein flexibles Trennwandsystem entweder für Workshop-Sessions, als Lounge- oder separater Catering-Bereich gestaltet werden.

### Wo einst Grafen residierten

Auf Schloss Wackerbarth haben früher Grafen residiert, heute vereint sich hier Europas erstes Erlebnisweingut mit traumhaften Eventlocations. In den malerischen Weinbergen von Radebeul gelegen, trifft eine moderne Manufaktur auf barocke Räumlichkeiten. Egal ob Führung durch die Weinkeller, Weinprobe oder das Genießen kulinarischer Köstlichkeiten und Feiern in beeindruckender Kulisse: Die Möglichkeiten auf Schloss Wackerbarth sind vielfältig.

Inmitten der Weinberge und oberhalb des Schlosses liegt dessen Wahrzeichen: das Belvedere. Auf 82 m<sup>2</sup> kann hier ein Stehempfang mit bis zu 50 Personen stattfinden. Von Wasserspielen und Sandsteinfiguren umgeben, ist dieser Ort besonders beliebt für Empfänge oder kleine Feiern.

Das herrschaftliche Schloss am Fuße der Weinberge verfügt über fünf weitere Räumlichkeiten für stilvolle Events. Das gemütliche Kaminzimmer im Obergeschoss für maximal 80 Personen lässt sich mit der angrenzenden, gediegenen Weinbibliothek und dem kleinen Sitzungszimmer für jeweils weitere 40 Personen verbinden.



Im Untergeschoss des Schlosses befindet sich der Gartensaal mit bodentiefen Fenstern und Zugang zur weitläufigen Terrasse. Stehempfang mit 80 Personen sind in dem 88 m<sup>2</sup> großen Raum problemlos möglich. Vergrößert werden kann die Fläche um den Grünen Salon, der genügend Platz für weitere 40 Personen bietet. Ebenfalls für Events anzumieten sind die Manufaktur, die Vinothek, das Gasthaus und die Weinkeller.

### Die Gläserne Manufaktur

Die in der Nähe des Hauptbahnhofs gelegene Gläserne Manufaktur von Volkswagen bietet nicht nur eine außergewöhnliche Architektur, auch die spannende e-Erlebniswelt wartet darauf, entdeckt zu werden. Dazu gehören zum einen die wechselnden Präsentationen von Stu-

dien und rein elektrisch angetriebenen Serienfahrzeugen von Volkswagen und zum anderen die Dauerausstellung des ID.Showcars, das 2020 als erstes Fahrzeug der Familie auf den Markt kommen wird.

Von der Fachtagung über eine Konferenz bis hin zum Workshop: Hier finden sich insgesamt fünf multifunktionale Eventflächen, die Veranstaltungen unterschiedlichster Art ermöglichen. Eine davon ist das gläserne Studio, das sich in 30 m Höhe befindet und über einen eindrucksvollen Rundumblick auf die Fertigung wie auch die Ausstellung verfügt. Hier ist eine maximale Bestuhlung für 70 Personen möglich.

Einen direkten Blick auf die Fertigung hat man auch von der Orangerie aus. Inklusive der Piazza kann sie mit 750 Personen bespielt werden. Für Vorträge oder kleinere Veranstaltungen bietet sich die Volkswagen Lounge für bis zu 150 Personen an.

Die Veranstaltung kann um einen Rundgang durch die Fertigung ergänzt werden – vor allem für Autoliebhaber ein echtes Highlight. Dabei können die Teilnehmer nicht nur hautnah erleben, wie die Elektrofahrzeuge Schritt für Schritt montiert werden, sondern auch die besondere Atmosphäre der Gläsernen Manufaktur spüren.

Während unserer Studienreise durch Dresden wurden wir von – als Graf und Gräfin von Brühl verkleideten – Stadtführern begleitet, die uns amüsante Einblicke in die Geheimnisse und Intrigen des barocken Dresdens gaben. Die Schauspieler der Eventagentur Barokkoko bieten Stadtführungen und Rundfahrten sowie Unterhaltungsprogramme in und um Dresden an.

---

**li.o.:** Der Salon Europa im historischen Teil des Hilton Hotels bietet neben einem direkten Zugang zur Brühlschen Terrasse auch einen fantastischen Ausblick auf das Elbtal. Foto: Hilton Hotels

---

**li.Mi.:** Das auffällig herausragende Vordach des internationalen Congress Center Dresden lässt sich hervorragend in Szene setzen. Foto: Maritim Hotel

---

**re.o.:** Die Hallen der Messe Dresden präsentieren sich als historischer Veranstaltungsort. Foto: Messe Dresden

---

**re.Mi.:** Das Belvedere ist das Wahrzeichen von Schloss Wackerbarth und kann für kleine Feiern oder Empfänge bespielt werden. Foto: Schloss Wackerbarth

---

## So war der Fit4Congress 2019 in Dresden – Kongress der Zukunft

Der Fit4Congress fand am 14. November erstmalig im neu eröffneten Löwensaal des Tresor Bürohauses inmitten der Dresdner Innenstadt statt. Das ehemalige Bankgebäude der Dresdner Bank wurde grundlegend saniert und zeigt sich heute im Gewand einer eindrucksvollen Eventlocation. Neben den neuen Veranstaltungsräumlichkeiten für bis zu 350 Personen hat die Sächsische Ärzteversorgung hier auch repräsentative Büros geschaffen.



Beim Fit4Congress 2019 standen der Mut zur Innovation, die nachhaltige Wissensvermittlung und das Teilnehmererlebnis im Fokus. Foto: Frank Grätz

**DIE JÄHRLICH** stattfindende Eventreihe, die zur Weiterbildung der Wissenschaft und Wirtschaft dient, richtet sich an Marketingverantwortliche, Wissenschaftler, Professoren und Mitarbeiter, die bereits erfolgreich Tagungen und Kongresse organisiert haben oder solche zukünftig planen wollen.

Im Löwensaal hielt Dr. Christina Buttler (Director Strategy & Innovation, MCI Deutschland) zur Eröffnung eine spannende Keynote zum Thema „Kongress der Zukunft – Mut zur Innovation wagen“. Sie sieht die Herausforderung vor allem darin, Kongresse so zu gestalten, dass sie den sich ändernden Bedürfnissen der Zielgruppen angepasst sind. Dazu zeigte sie auf, wie aktuelle Trends und die unterschiedlichen Anforderungen und Erwartungen der verschiedenen Generationen den Wandel beeinflussen. Veranstaltungen, die sich auch zukünftig auf die reine Wissensvermittlung stützen, werden ihrer Aussage nach sterben. Denn

es braucht den Mut, Neues zu wagen. Was jedoch trotz des digitalen Zeitalters, in dem wir leben, weiterhin wesentlich sein wird, ist der persönliche Kontakt.

Während sich die eine Gruppe in den anschließenden Workshops den Kongress der Zukunft am Beispiel eigener Veranstaltungen selbst gestalten konnte, hatte die andere Gruppe die Möglichkeit, entweder von den Ausstellern Einblicke in ihre jeweiligen Fachgebiete zu erhalten oder sich mittels diverser Speaker Wissens-Input zur Teilnehmer-Experience liefern zu lassen. Weitere Themen der Workshops waren unter anderem, wie wissenschaftliche Veranstaltungen partizipativer gestaltet, wie Jung und Alt durch Erfahrungsaustausch profitieren und wie Nachhaltigkeit und Rahmenprogramme bestmöglich auf das Event zugeschnitten werden können. Im Expert Camp stellte Sarah Skavron, die seit Dezember 2018 die Forschungsinitiative Future Meeting Space beim GCB German Convention Bu-

reau betreut, die Forschungsergebnisse aus diesem Projekt vor. Basierend darauf zeigte sie aktuelle und zukünftige Meeting-Szenarien, Erfolgsfaktoren und verschiedene Teilnehmertypen auf und erläuterte, wie sich methodische und technologische Elemente bei Events auf den jeweiligen Lernerfolg, die Wissensvermittlung und das Netzwerken auswirken.

Am Nachmittag ging es für die Teilnehmer auf eine Site-Inspection-Tour durch Dresden, wobei sie die neuen und innovativen Ostra-Studios und den Ostra-Dome kennenlernen durften.

Der Mut zur Innovation, die nachhaltige Wissensvermittlung und das Teilnehmererlebnis standen dabei den gesamten Tag über im Fokus. Die Teilnehmer durften neue Formate und Technologien kennenlernen und erfahren, wie diese miteinander einhergehen. Es wurde außerdem verraten, unter welchem Thema der Fit4Congress 2020 stehen wird: Es wird sich alles um Green Meetings drehen.



## Meet in Kyoto: Meetings & Events kommen Local Communities zugute

**Nachhaltige Veranstaltungsformate sind so gefragt wie nie. Kyoto liefert hierfür nicht nur die passenden Locations, sondern fördert auch örtliche Gemeinden – mit ihrem neuen “Traditional Handicraft Program” und dem “Kyoto Excursion Guide” ermöglicht die japanische MICE Metropole die Unterstützung lokaler Unternehmen.**

**MIT 12.000 JAHREN** Geschichte und 17 UNESCO Weltkulturerbestätten ist Kyoto seit langem ein beliebtes Ziel für Geschäftsreisende und Veranstaltungsplaner. Um den Meetings ein gewisses Etwas zu verleihen und dabei noch etwas Gutes zu tun, hat das Kyoto Convention & Visitors Bureau zwei Programme zusammengestellt, die den Organisatoren eine nachhaltige Alternative zu Goodie Bags & Co. bieten.

“Als einstige Hauptstadt ist Kyoto das kulturelle Herz Japans und damit der ideale Ort, um in die traditionelle Kultur



Nachhaltige Kongressstaschen statt Plastiktüten



Traditionell hergestellte Kunstwerke als wiederverwendbare Alternativen zu Blumen



Die Zusammenarbeit mit lokalen Gemeinden ermöglicht einen persönlichen Austausch mit den Einheimischen

des ehemaligen Kaiserstaates einzutauchen“, sagt Yoshiaki Matsui, stellvertretender Direktor der Sales- und Marketingabteilung im Convention Bureau, “Nach der Unterzeichnung des historischen Kyoto-Protokolls im Jahr 1997 haben wir uns als Stadt dazu verpflichtet, die Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen zu fördern. Unsere neuen Programme ermöglichen es den MICE Organisatoren und Teilnehmern einen Beitrag zum Umweltschutz zu leisten und gleichzeitig unsere Kultur hautnah zu erleben.”

Abfall reduzieren, Kosten senken und Veranstaltungen einen Hauch japanische Kultur verleihen – mit dem neuen “Traditional Handicraft Rental Program” können Veranstaltungsplaner handgefertigte Werbegeschenke, wie Schlüsselbänder, Passhüllen, Kongressstaschen und verschiedene Dekorationsartikel für das Event mieten. Für Meetings mit größeren Budgets können Schreibwaren und andere traditionell hergestellte Giveaways, wie Notizbücher, Fächer und Taschentücher bestellt und individuell gestaltet werden. Unternehmen haben die Möglichkeit sich bei Großbestellungen auch für einen Zuschuss des Convention Bureau zu qualifizieren.

Der neue Kyoto Excursion Guide bereichert jede Veranstaltung mit tiefen Einblicken in die japanische Kultur. Die im Guide aufgeführten Exkursionsprogramme sind in die Kategorien Teambuilding, Gemeinschaftsentwicklung, Kulturerlebnisse, traditionelle Handwerkskunst und Networ-

king unterteilt und sollen ebenfalls zur Erhaltung des kulturellen Erbes und der natürlichen Ressourcen Kyotos dienen. So können Teilnehmer beispielsweise bei einer Zen-Meditation in einem historischen buddhistischen Tempel teilnehmen oder in einer historischen Brauerei Sake verkosten. Andere Optionen reichen von der praktischen Unterstützung bei der nachhaltigen Herstellung von Esstäbchen bis hin zu Networkingevents mit führenden Unternehmen aus Kyoto.

“Die Exkursionsprogramme wurden auf die Bedürfnisse der Organisatoren zugeschnitten und unterstützen zugleich die lokalen Unternehmen, die diese anbieten“, erklärte Matsui.

“Ein Großteil der Einnahmen aus den Exkursionen werden für die Erhaltung der historischen Gebäude und Nationalparks, in denen die Touren stattfinden, verwendet. Zusätzlich stellt das Kyoto Convention & Visitors Bureau den Teilnehmern einen Convention Pass für ermäßigte Fahrten mit dem öffentlichen Nahverkehr zur Verfügung, um Emissionen zu reduzieren.



### KONTAKT:

Kyoto Convention & Visitors Bureau  
<https://meetkyoto.jp/en/>  
[kyoto@helloworld.jp](mailto:kyoto@helloworld.jp)

## Meeting & EventBarometer 2019/20 – Befragung gestartet



412 Millionen Teilnehmer\*innen nahmen im Jahr 2018 an insgesamt 2,89 Millionen Tagungen, Kongressen und Events in deutschen Veranstaltungsstätten teil.

Bundesweit haben Veranstaltungsplaner\*innen eine Auswahl unter knapp 7.500 Veranstaltungszentren, Tagungshotels oder Locations, um individuelle und unvergessliche Events zu realisieren. Zunehmend bieten auch außergewöhnliche Eventlocations wie einstige Industriebauten einen idealen Rahmen für kreative und innovative Formate. Die Schaffung der (technischen) Voraussetzungen für neue Szenarien – etwa hybride Veranstaltungen – spielten dabei in den letzten Jahren eine immer größere Rolle.

Welche Entwicklungen den deutschen Veranstaltungsmarkt im Einzelnen prägen, untersucht das jährlich durchgeführte Meeting- und EventBarometer. Bereits seit 2006 betrachtet die Studie als einzige in Deutschland das Volumen, die Struktur sowie Trends und Entwicklungen im gesamten Veranstaltungsmarkt. Neben den deutschen Anbieterbetrieben werden über 4.000 Veranstalter\*innen weltweit aus dem Corporate- und Nonprofit-Bereich sowie professionelle Kongress- und Eventagenturen befragt.

Das Meeting & EventBarometer wurde initiiert vom Europäischen Verband der Veranstaltungs-Centren e.V. (EVVC), dem GCB German Convention Bureau e.V. und der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. (DZT). Durchgeführt wird es vom Europäischen Institut für TagungsWirtschaft (EITW). Die neuen Ergebnisse werden im ersten Halbjahr 2020 im Rahmen einer Online-Pressekonferenz präsentiert und stehen im Anschluss zum Download zur Verfügung. Interessierte können sich unter [info@gcb.de](mailto:info@gcb.de) vormerken lassen.

**Anbieter\*innen und Veranstalter\*innen können an der Befragung noch bis Ende März teilnehmen und so die Studie unterstützen – wir freuen uns über Ihre Beteiligung!**

Anbieterbefragung: [www.gcb.de/ab20](http://www.gcb.de/ab20)

Veranstalterbefragung: [www.gcb.de/vab20](http://www.gcb.de/vab20)

## Italien - eine ideale MICE-Destination



Italien ist nicht nur eines der beliebtesten Urlaubs-länder, das eine Vielfalt an Urlaubsmöglichkeiten bietet, sondern auch eine ideale Destination für Meetings, Kongresse, Incentivereisen und Events. Die Apenninhalbinsel gehört zu den Top Ten Destinationen im MICE-Bereich und liegt an 5. Stelle im europäischen Ranking (Quelle ICCA 2018). 20 abwechslungsreiche Regionen, faszinierende Kunststädte, 8.000 Kilometer Küste, 55 UNESCO-Welterbestätten, 25 Nationalparks und eine der renommiertesten Küchen der Welt garantieren zusammen mit dem Knowhow der regionalen Convention Center und DMOs unvergessliche Veranstaltungen. Je nach Geschmack und Anlass sorgen außergewöhnliche Orte für besonderes Ambiente: antike Paläste, ehemalige Klöster, Weingüter oder avantgardistische Architektur, die Auswahl an Settings ist groß. Dank des milden Klimas können zudem viele Events und Empfänge unter freiem Himmel organisiert werden.

Wer ein unvergessliches Incentive plant und dabei aktiv werden will, kann z.B. ein sportliches Programm organisieren: auf dem Wasser bei einem exklusiven Segeltörn oder einer Tour durch die Berglandschaft des Apennins kommen die Teilnehmer sicher auf ihre Kosten. Das Kulturangebot ist ebenfalls riesig und reicht von antiken Kulturschätzen bis zu zeitgenössischen Kunstevents. Dass zu jedem Event auch ein gutes Essen gehört, versteht sich von selbst. Italiens Küche gehört zu den beliebtesten weltweit und überrascht immer wieder mit ihrer Vielfalt: jede Region ist stolz auf ihre lokalen Spezialitäten und Weine und viele Köche setzen auf eine Mischung aus traditioneller und innovativer Zubereitung. Auch die Unterkünfte lassen keine Wünsche offen: von charmanten Alpenchalets, über weitläufige alberghi diffusi mit historischem Ambiente, über beeindruckende Landsitze wie die Masserie bis zu trendigen Hotels mit jeglichem Komfort; die Palette ist breit gefächert und erlaubt je nach Gruppengröße eine entsprechende Auswahl.

Foto: Fabio Lamanna / iStock / via Getty Images

[www.italia.it](http://www.italia.it)

## Unbegrenzte Möglichkeiten für MICE in Spanien



Spanien gehört weltweit zu den führenden MICE-Destinationen. Dies wird seit Jahren von internationalen Umfragen bestätigt. So belegte das Land beim letzten ICCA Ranking 2018 die dritte Position. Madrid und Barcelona stehen in der Kategorie Städte auf Platz 3 und 4. Die Gründe dafür liegen einerseits noch immer an den guten klimatischen Bedingungen, die fast das ganze Jahr über Veranstaltungen im Freien erlauben. Andererseits aber spielen besonders die hervorragenden internationalen Fluganbindungen, eines der weltweit bestausgebauten Netze für Hochgeschwindigkeitszüge und ein riesiges Angebot an modernen 4- und 5-Sterne-Hotels mit exzellenter Infrastruktur für Events und Tagungen eine entscheidende Rolle. Für MICE Planer bietet Spanien eine perfekte Kombination aus Kultur, attraktiven Städten, Natur und exquisiter Gastronomie. 48 UNESCO Welterbestätten, einmalige Naturlandschaften - 27 % der Fläche Spaniens stehen unter Naturschutz -, wunderbare Strände zum Entspannen und eine exquisite Gastronomie, die sich in 299 Michelin-Sternen im Jahr 2020 widerspiegeln, lassen kaum Wünsche offen für die Durchführung einer attraktiven MICE-Veranstaltung. Neben Madrid und Barcelona positionieren sich inzwischen weitere spanische Destinationen erfolgreich im MICE-Segment. Beispiele hierfür sind die beiden baskischen Städte Bilbao und San Sebastián, die Mittelmeer-Metropolen Valencia und Málaga, Andalusiens Hauptstadt Sevilla, die Kanarischen Inseln - vor allem Gran Canaria und Tenerifa -, sowie die Baleareninseln Ibiza und Mallorca. Letztere bietet seit der Eröffnung des Kongresspalastes in Palma mit seinem speziellen Fokus auf Nachhaltigkeit inzwischen auch für größere Kongresse eine geeignete Infrastruktur. Vom großen Kongress im futuristischen Kongresspalast von Santa Cruz de Tenerife mit Blick aufs Meer bis zum kleinen Meeting in einem historischen Gebäude in einer der 15 spanischen Weltkulturerbestädte. Von Events in architektonischen Avantgarde-Venues, wie dem Zentrum Botín in Santander oder dem Niemeyer Zentrum in Avilés im Norden Spaniens bis zu Lava-Höhlen wie den beeindruckenden Jameos del Agua auf Lanzarote. Ob einzigartige historische Gebäudekomplexe, wie das kürzlich renovierte modernistische Hospital Sant Pau in Barcelona oder die futuristisch anmutende Stadt der Wissenschaften und Künste in Valencia. Bis hin zu gastronomischen Venues, wie moderne oder auch rustikale Bodegas der spanischen Weinregionen, den ländlichen Fincas wie La Organic in Málaga von Philipp Starck, dem Basque Culinary Center in San Sebastián oder dem Mas Marroc Events Center in Girona: Die Möglichkeiten in Spanien sind nahezu unbegrenzt!

Foto: Turespaña

## Frankreich – eine facettenreiche MICE-Destination



Als MICE Destination im Herzen Europas hat Frankreich unglaublich viele Facetten zu bieten – Kultur, Geschichte sowie kulinarische und landschaftliche Vielseitigkeit aber auch Innovation und Fortschritt. Eine Destination in der alles geboten wird was das (Meeting- und Eventplaner-) herz begehrt. Der Leitfaden von Atout France „Explore France“ greift den Esprit für 2020 perfekt auf. Auch im neuen Jahr gibt es in der Destination außergewöhnliche Neuigkeiten die entdeckt werden wollen. Nachdem Lyon letztes Jahr European Capital of Smart Tourism war ist Frankreich stolz, dieses Jahr Lille als World Design Capital ankündigen zu dürfen. Das ganze Jahr über gibt es Ausstellungen und Events zu entdecken, die wichtige aktuelle Thematiken aufgreifen. So wird unter anderem auf den Klimawandel hingewiesen, der zusammen mit dem Thema Nachhaltigkeit auch im MICE Bereich immer mehr zum Thema wird. Vom Norden weiter in den Süden Frankreichs geht es im März für Atout France auf den MICE PEAK in Cannes. Zwischen Filmstars und dem Flair der Côte d'Azur wird gemeinsam mit internationalen Partnern aus der MICE Branche genetworkt und ausgefallene Orte und Aktionen der südlichen Region Frankreichs in den Fokus gerückt. Auch im Bereich Venues bleibt Frankreich 2020 dynamisch. Neben trendigen Hotelöffnungen, die im Zeichen der Innovation und der Nachhaltigkeit, stehen, eröffnet 2020 außerdem das Exhibition and Convention Centre MEETT in Toulouse, sowie weitere Highlights für den MICE Bereich im Laufe des Jahres. In diesem Sinne: „Explore France“, die perfekte MICE Destination 2020.

Foto: Atout France / Robert Palomba

### Lille Design Capital:

<https://www.lilletourism.com/lille-metropole-2020-capitale-mondiale-du-design.html>

### MICE PEAK Cannes

<https://www.miceboard.com/event/micepeak/>

### MEETT Toulouse Kongresszentrum:

<https://www.meetings-toulouse.com/meett>



## Ein Palast auf der Palme | von Anna-Lena Gras

**Im Januar 2019 feierte das Emerald Palace in Dubai feierlich seine Eröffnung und hat sich bereits ein Jahr später als eine feste Größe innerhalb des dichten Hotelangebots in Dubai etabliert. Auf dem Außenring der berühmten Jumeirah Palm präsentiert sich das jüngste Haus der Kempinski-Gruppe am Persischen Golf als gelungene Kombination aus arabischer Pracht und europäischer Eleganz.**

**DAS MAG IM** ersten Moment etwas ungewöhnlich klingen, wird aber bei Betreten des Fünf-Sterne-Hauses schnell verständlich. Denn schon die Lobby vereint diese beiden Aspekte par excellence. Beispiel: die Marmorsäulen. Während die Säulen selbst aus rosafarbenem Marmor – übrigens italienischer Herkunft – gefertigt sind, wurden die kunstvoll gestalteten Kapitelle mit Blattgold verkleidet. Eine Mischung beider Welten bis ins kleinste Detail, wobei der europäische Einfluss überall spürbar ist. Schließlich soll das Emerald Palace an die glanzvollen Paläste

des 18. Jahrhunderts erinnern und Gästen eine unvergleichliche Erfahrung ermöglichen.

### **100.000 m<sup>2</sup>**

Auf dieser Fläche erstreckt sich das Emerald Palace und bietet durch die Lage auf dem Außenring der Palme Ausblick auf die imposante Skyline Dubais, den arabischen Golf und die Lagune der Palme. Einen schlechten Ausblick gibt es also wirklich nicht. Somit geben alle insgesamt 391 Zimmer, Suiten und Villen je nach Lage und Ausrichtung ebendiese Sicht frei.

### **Die Wahl fällt zwischen Gold und Platin**

Als zentrales Design-Thema wurde im Emerald Palace die Frage nach Gold oder Platin gewählt. Daran orientiert sich der Stil der einzelnen Zimmer und Suiten. Geschmackvoll wird auch hier mit arabischem Prunk und europäischer Eleganz gespielt. Ausladende Kronleuchter und stilvolles Interieur vermitteln Gästen den gewünschten Eindruck der Paläste vergangener Zeiten.

Während die kleinsten Zimmer bei 65 m<sup>2</sup> beginnen, gipfelt die Größe möglichen Wohnraums mit mehr als 1.000



m<sup>2</sup> in den Villas entlang des großzügigen Poolbereichs. Insgesamt 12 Villen säumen diese einladende Pool-Area. Unterschieden wird allerdings zwischen den Kategorien Royal und Imperial Villa. Der markanteste Unterschied besteht hier im privaten Strandzugang, eigenem Garten sowie

einem Privatpool auf Erdgeschoss-Niveau; das bieten die Imperial Villas. Bei den Royal Villas ist der Privatpool jeweils auf der Dachterrasse angelegt. Bei allen 12 Villen findet sich zudem ein eigener Whirlpool auf der Dachterrasse.

Innerhalb der Villen sind alle Etagen entweder über das geschwungene Treppenhaus oder den hauseigenen Aufzug erreichbar.

Beide Villen-Typen offerieren jeweils vier Schlafzimmer mit En-Suite-Bad, eine voll ausgestattete Küche und äußerst großzügige Wohnbereiche. Damit ist eine Nutzung durch Gruppen – sei es für Kreativ-Meetings oder Meetings mit hohem Anspruch an Privatsphäre – in jedem Fall denkbar.

#### **F&B: Wer etwas vermisst, ist eigentlich selbst schuld**

Auf dem riesigen Areal des Emerald Palace verteilen sich zahlreiche Outlets rund um das Thema Getränke und Speisen. Von der Sterneküche Alain Ducasse' über ein zwanglos mediterranes Restaurant bis hin zum urbanen Club ist alles vorhanden. Aber der Reihe nach. Im Hauptrestaurant des Emerald Palace, auf den Namen Le Jardin getauft, wird zu allen drei Mahlzeiten ein ausgewogenes Menü, sowohl à la carte als auch in Buffetform, kredenzt. Während das Le Jardin über eine großzügige

---

**li. o.:** Imposant erhebt sich das Kempinski Emerald Palace auf dem Außenring der Palm of Jumeirah.

---

**o.:** Auf dem Flügel in der Blüthner Hall spielt täglich eine Panisten. Fotos: Kempinski Hotels

---

**li. u.:** Das F&B-Konzept des Hauses umfasst von der klassischen Bar, über den hippen Nachtclub bis hin zu ganz unterschiedlich ausgerichteten Restaurants alles was man von einem solchen Hotel erwarten kann.

---

Terrasse verfügt, liegt das Villamoré direkt am Strand. Dieses Restaurant präsentiert sich als Adresse für Liebhaber der mediterranen ebenso wie der levantinischen Küche. Aufgrund der Lage verwundert es außerdem nicht, dass sich die meisten Sitzplätze auf der Terrasse finden. So sind es im Außenbereich 234, im Inneren „nur“ 62.

Japanische Köstlichkeiten werden im Matagi kredenzt. Seit seiner Eröffnung hat sich das Restaurant mit 111 Sitzplätzen bis heute zu einer der Top-Adressen Dubais entwickelt und ist in jedem Fall einen Besuch wert.

Das Menü des All'Onda wiederum hat die venezianische Küche zur Wurzel; traditionelle italienische Küche wird hier gekonnt um moderne Einflüsse ergänzt. Hinter diesem Konzept steckt der renommierte Koch Chris Jaekle, der die Speisekarte exklusiv für das All'Onda zusam-





← mengestellt hat. Das Restaurant liegt auf der obersten Etage des Emerald Palace und bietet zusätzlich zu 102 Sitzplätzen im Inneren weitere 226 Plätze auf der Terrasse – und dies mit einem hervorragenden Ausblick auf die Skyline Dubais.

Abgerundet wird das Angebot durch das Mix by Alain Ducasse. Der französische Spitzenkoch eröffnete im Emerald Palace sein erstes Restaurant in den Arabischen Emiraten, zugleich das größte seiner Restaurantgruppe. Die Terrasse (217 pax.) er-

öffnet den Blick auf das Meer und die Palm Jumeirah. Im Inneren (308 pax.) aber gibt es eine Besonderheit, die sich abseits des regulären Betriebs insbesondere für Planer anbietet: Unter der zentralen Kuppel des Restaurants befindet sich nämlich ein weiterer Tisch, der nur über einen speziellen Aufzug erreichbar ist. Absolute Privatsphäre ist also in jedem Fall garantiert.

Die Bars und Lounges des Hauses, an der Zahl drei, wurden an den strategisch wichtigsten Punkten platziert. Das Sablanc bildet mit seinem – an das nostalgische Ambiente der französischen Riviera der 1960er-Jahre angelehnten – Konzept die klassische Poolbar des Emerald Palace, zwischen Pool und Strand gelegen.

Während sich die Poolbar offensichtlich für den Tag eignet, ist das Skorpeus für abends prädestiniert. Das für 148 Personen ausgelegte Outlet ist als Nachtclub und auch als Lounge konzipiert und eig-

net sich dadurch hervorragend als Eventlocation nach einer Konferenz. Durch die passende Akustik und technische Raffinessen kann hier sogar Livemusik geboten werden.

Die Blüthner Hall, benannt nach dem Namensgeber der Julius-Blüthner-Pianofabrik in Leipzig, grenzt direkt an die Lobby und bietet den ganzen Tag Speisen und Getränke. Mittelpunkt der imposanten Halle ist das originale Blüthner-Piano, dessen Klänge die Halle ab nachmittags erfüllen.

### Mehr als 2.000 m<sup>2</sup> Konferenz- und Eventfläche

Ebenfalls an die Lobby angrenzend, dennoch aber durch einen etwas längeren Flur vom regulären Betrieb abgesetzt, liegt der Konferenzbereich des Emerald Palace. Insgesamt drei Konferenzräume sowie ein teilbarer Ballsaal zählen zum Port-

**h. o.:** Der Ballsaal verleiht jedem Event einen glanzvollen Rahmen. Fotos: Kempinski Hotels

**o.:** Etwas weniger opulent als die anderen Bereiche präsentieren sich die Boardrooms des Emerald Palace.

**u.:** Wer im Emerald Palace eincheckt kann sich auf einzigartiges Design und hochwertige Materialien freuen.



folio des Hauses. Letzterer verfügt über eine Maximalkapazität von 600 Personen bei Theaterbestuhlung und ist damit ebenfalls für größere Veranstaltungen hervorragend geeignet. Hinzu kommt das Ambiente des Grand Salon Maximilian: Wie das gesamte Hotel erinnert der Ballsaal an die Eleganz alter Paläste und besticht mit filigranen Goldverzierungen an Decke und Wänden. Ausladende Kronleuchter mit Swarovski-Kristallen sowie schwere Stoffvorhänge vor den bodentiefen Fenstern tun ein Übriges.

Etwas moderner präsentiert sich die audio- und visuelle Technologie des

Grand Salon Maximilian. Diese ist auf dem neuesten Stand und lässt kaum Wünsche offen, ganz egal ob es sich um die Inszenierung für ein Gala-Dinner, eine Produktpräsentation oder eine Konferenz handelt. Drei kleinere Tagungsräume mit Kapazitäten zwischen acht und 23 Personen sowie der Executive Boardroom (18 pax.) runden das Angebot unter dem Dach des Emerald Palace ab.

Weitere Möglichkeiten ergeben sich außerhalb des Gebäudes. Der Grand Lawn, der gesamte Außenbereich des Hauses – der sich rund um die Pool-Area erstreckt, bietet eine Maximalkapazität

von bis zu 2.800 Personen. Er lässt sich darüber hinaus in insgesamt vier einzeln bespielbare Flächen aufteilen. Die größte Fläche hier ist der sogenannte West Lawn mit 1.000 m<sup>2</sup>, der Platz für bis zu 1.200 Personen bietet; mit 836 m<sup>2</sup> folgt der East Lawn für bis zu 900 Personen. Bis zu 150 Personen finden auf dem Beach Front Lawn Platz, der Royal Lawn ermöglicht auf seinen 700 m<sup>2</sup> Events mit bis zu 550 Personen. Ein großer Pluspunkt bei der Nutzung des Grand Lawn ist die recht beständige Wetterlage in Dubai, durch die Events unter freiem Himmel ohne Probleme realisierbar sind.

## Where Sand and Snow meet



in Dubai gezeigt werden, abspielen lassen. Hinzu kommt die Möglichkeit für Produktpräsentationen. Zusätzlich zum Kinosaal gibt es eine Lounge, die sowohl über einen Dinner-Table als auch eine Bar verfügt und sich damit für ganzheitliche Veranstaltungen hervorragend eignet.

---

**li. o.:** Direkt an der Mall of the Emirates befindet sich das zweite Haus der Kempinski Gruppe in Dubai und präsentiert sich als klassisches Konferenzhotel im Zentrum des Emirats.

---

**u.:** Schlafen mit Blick auf Dubais Ski-Piste: Das ermöglichen die sogenannten Aspen Chalets.

---

**DAS EMERALD PALACE** ist aber nicht die einzige Adresse, die Kempinski in Dubai zu bieten hat. Direkt an der Mall of the Emirates befindet sich das zweite Haus der schweizerischen Hotelgruppe mit 392 Zimmern. Neben „normalen“ Zimmern und Suiten offeriert das Fünf-Sterne-Haus die sogenannten Aspen-Chalets. Diese folgen zwei vollkommen unterschiedlichen Design-Konzepten. Während die Aspen Beach Chalets eher an klassische Beach-Bungalows erinnern, vermitteln die Aspen Ski Chalets gemütliche Berghütten-Atmosphäre mit Kamin und Blick auf die Skipiste von Ski Dubai. Durch das rustikale, aber dennoch sehr stilvolle Interieur der Zimmer lässt sich hier schnell vergessen, dass man sich inmitten der Wüste befindet. In puncto Nachhaltigkeit ist das Konzept Skipiste in der Wüste mehr als fragwürdig, dennoch ist es ein einmaliges Erlebnis.

### Klassisches Konferenzhotel im Zentrum Dubais

Das Kempinski Mall of the Emirates präsentiert sich als klassisches Konferenz- und Businesshotel. Daher offeriert es einen großzügigen Konferenzbereich mit insgesamt 18 Sälen. Die Kapazitäten bewegen sich zwischen 18 und 300 Personen. Alle Konferenzräume verfügen über Tageslicht und erfüllen die heutigen Anforderungen an Technik und Service in vollem Umfang. Ebenfalls beispielbar ist die großzügige Poolterrasse, die sich auf gleicher Ebene mit dem Konferenzbereich befindet.

Ein absolutes Highlight ist das haus-eigene Kino. Hier können sich kleinere Gruppen in einen ganz privaten Rahmen zurückziehen. Durch den Anschluss an die VOX Cinemas können Planer alle Kinofilme, die zum jeweiligen Zeitpunkt



## Vorfreude auf die Expo 2020

Während sich Dubai auf die Ausrichtung der Expo 2020 vorbereitet, die am 20. Oktober beginnt, steigt in der ganzen Stadt die Vorfreude auf das Großereignis. Als offizielles Kongressbüro der Stadt freuen wir uns besonders über die Möglichkeit, Dubai als unvergleichliche Destination für Geschäftsveranstaltungen und als eine Stadt zu präsentieren, die in allen Bereichen Spitzenleistungen erbringt.



Der deutsche Pavillion auf der Expo 2020 in Dubai. Foto: Expo 2020

**DIE EXPO 2020** wird durch ihre Dimension die Eignung Dubais zur Durchführung von Großveranstaltungen unter Beweis stellen und die beeindruckende Infrastruktur der Stadt hervorheben. Darüber hinaus eröffnet sich eine unvergleichliche Chance für Veranstalter, die Besuche auf dem Expo 2020-Gelände integrieren können. So wird den Teilnehmern die Möglichkeit gegeben, die Themen- und Länderpavillons zu erkunden oder sogar ihre eigenen Veranstaltungen dort stattfinden zu lassen.

Wir erhoffen uns auch, dass die Expo 2020 Dubai als Wissenszentrum und als Ort, an dem sich Menschen aus aller Welt treffen, um innovative Ideen und Konzepte zu teilen, unterstreichen wird. Um auf lokales Wissen und Know-how zurückgreifen zu können, werden wir sämtliche Aspekte, die für Tagungsplaner wichtig sind, berücksichtigen.

Seit Dubai 2013 zur Gastgeberstadt der Expo 2020 ernannt wurde, haben wir uns auf verschiedene Weise mit der globalen Business-Event-Community in Verbin-

dung gesetzt, unter anderem durch die Präsentation auf Roadshows und Study Missions sowie auf großen Messen. Durch enge Zusammenarbeit mit den Organisatoren der Expo 2020 wurde sichergestellt, dass die Veranstalter alle Möglichkeiten kennen und nutzen können, die sich ihnen während der Expo bieten. Dazu gehört auch die Durchführung von Veranstaltungen oder die Einbindung in die Reisepläne. Durch die derzeitige Entwicklung der Infrastruktur, wird das neue Dubai Exhibition Centre, Bestand-



teil des alten Messegeländes bleiben. Dies ist eine aufregende neue Option für Veranstalter, Events nach Dubai zu bringen. Das übergreifende Expo 2020-Thema „Connecting Minds, Creating the Future“ und die Begleitthemen „Opportunity“, „Mobility“ und „Sustainability“ knüpfen ebenfalls nahtlos an die Botschaft an, die wir versuchen, der Community der Geschäftsveranstaltungen zu vermitteln. Nämlich, dass Dubai mehr als nur die für die Durchführung von Veranstaltungen notwendigen Anforderungen vorweist, sondern dass es auch ein lebendiges Wissens- und Innovationszentrum ist. Dieses eignet sich ideal für Verbände, Unternehmen und andere Organisationen, um Gruppen aus der ganzen Welt zusammenzubringen, sich inspirieren zu lassen und in einem lebendigen Umfeld zu lernen und sich zu vernetzen. In vielerlei Hinsicht spiegelt die Planung einer erfolgreichen Weltausstellung das wider, was wir im Verbandswesen sehen: Persönliche Treffen sind wichtig, und Geschäftsveranstaltungen bleiben relevant, solange sie inspirierend und ansprechend sind und den Teilnehmern und Besuchern einzigartige Angebote unterbreiten sowie einen Beitrag zum Erfolg leisten können. Wenn wir uns um Großveranstaltungen bewerben und mit den Organisatoren bei der Planung zusammenarbeiten, konzentrieren wir uns letztendlich immer auf das Erlebnis der Teilnehmer, um zu gewährleis-

ten, dass Dubai zu einem "Must Visit" unter den bisherigen Gastgeberstädten wird. Im Ergebnis übertrifft Dubai immer wieder die Erwartungen in Bezug auf die Teilnehmerzahlen. Wir sind überzeugt, dass die Organisatoren der Expo 2020 Dubai ein einzigartiges Event kreieren, das auf dem Vermächtnis früherer Expos aufbaut, aber gleichzeitig ein unvergessliches und inspirierendes Erlebnis mit sich bringt. Wie in vielen anderen Städten und in Berücksichtigung der sich ändernden Prioritäten der Veranstaltungsplaner haben wir einen verstärkten Fokus auf Nachhaltigkeit gelegt und auf Fortschritte in Bezug darauf in der gesamten Stadt geachtet. Angefangen mit der Installation von Solaranlagen am Dubai World Trade Centre – der größten Veranstaltungsfläche in der Region – über den geringeren Einsatz von Plastik bis hin zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen gab es eine Reihe von Initiativen, die das Thema Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt gestellt haben. Daher ist die Tatsache, dass Nachhaltigkeit neben Opportunity und

Mobility eines der drei Unterthemen der Expo 2020 Dubai ist, von entscheidender Bedeutung. Dies lenkt die Aufmerksamkeit noch weiter darauf, wie wir alle zusammen daran arbeiten können, den Planeten zu schützen. Die Organisatoren haben ihre Ambition klar formuliert, die Expo 2020 Dubai zu einer der nachhaltigsten Expos überhaupt zu machen. Dabei geht es nicht nur um die Ausrichtung einer nachhaltigen Veranstaltung, sondern auch darum, ein Vermächtnis nachhaltiger Infrastruktur und modernster Nachhaltigkeitsmaßnahmen zu hinterlassen. Durch Maßnahmen wie die Nutzung erneuerbarer Energieressourcen, die Reduzierung des Wasserverbrauchs und die Verwendung nachhaltiger Baumaterialien wird eine Botschaft über die Bedeutung der Nachhaltigkeit vermittelt. Diese findet in der ganzen Stadt, auch im Bereich der Geschäftsveranstaltungen, große Resonanz. Und in Verbindung mit Initiativen wie der Einführung der Einweg-Kunststofffreiheit der Flughäfen von Dubai Anfang Januar 2020 entsteht eine weitere Dynamik für die Nachhaltigkeit in der Stadt. Die Expo 2020 Dubai wird ein beispielloses Ereignis sein, das ein Vermächtnis hinterlässt – wir laden die Veranstaltungsbranche ein, sich uns anzuschließen, um Teil davon zu sein.



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

## IMPRESSUM

Convention International | Februar 2020

Verlag:  
SOFAP S.à.r.l.  
36, Rue de Luxembourg  
L-8077 Bertrange  
Tel.: +352 2631 3467

Redaktionsbüro Neuwied:  
Wiedbachstraße 50  
56567 Neuwied  
Tel.: +49 2631 9646-0  
Fax: +49 2631 9646-40  
www.convention-net.de

Herausgeber: Heinz-Dieter Gras

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

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

Anzeigen:  
Stephanie Müller

Korrektorat:  
Kirsten Skacel, Lektorat Rotstift

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

Titelfoto:  
Hilton Hotels

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

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

Nächste Ausgabe:  
Mai 2020

Kontrollierte Druckauflage:  
01. Quartal 2020: 12.500



Es gelten die Anzeigenpreise in den Mediadaten vom 01.01.2020. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos wird keine Gewähr übernommen. Für namentlich gekennzeichnete Fremdbeiträge übernimmt der Verlag keine Haftung.

# In der Smart City Wien entsteht die Stadt der Zukunft

**Schloss Schönbrunn, Donauinsel, Hofburg, Staatsoper und Prater: Das sind längst nicht alle Sehenswürdigkeiten, welche die österreichische Hauptstadt zu bieten hat. Neben einem vielfältigen Kulturangebot sorgt auch die hohe Umweltqualität für einen hervorragenden Lebensstandard in Wien.**



Die Initiative Smart City Wien hat sich einer positiven Entwicklung der Stadt verschrieben, legt Wert auf einen nachhaltigen Umgang mit Ressourcen und stellt die Menschen in den Mittelpunkt. Foto: cge2010/shutterstock.com

**KEIN WUNDER ALSO**, dass die Weltstadt der Musik 2019 zum zweiten Mal in Folge zur lebenswertesten Stadt der Welt gekürt wurde. Die Experten des „Economist“ verglichen dazu 30 Kriterien aus den Bereichen Infrastruktur, Kultur- und Bildungsangebote, Lebensstandard, Gesundheitsversorgung, Sicherheit und Umweltsituation von insgesamt 140 Metropolen. Erstmals flossen auch Folgen des Klimawandels in die Bewertung mit ein.

## Wien verzeichnet starkes MICE-Wachstum und setzt auf Green Meetings

Neben der lebenswertesten Stadt der Welt ist Wien eine der weltweit führenden Meetingdestinationen. Im Jahr 2018 verzeichnete man das bis dato stärkste Plus an Veranstaltungen und den damit

zusammenhängenden Hotelübernachtungen. Die Zahl der internationalen Kongresse stieg um ganze 25 Prozent.

Im Sinne der Nachhaltigkeit ist Wien Tourismus letztes Jahr dem Global Destination Sustainability Index (GDS) beigetreten. Der GDS ist ein Nachhaltigkeits-Benchmarking- und Verbesserungsprogramm für Meeting- und Eventdestinationen weltweit. Den Städten soll dabei geholfen werden, sich als nachhaltige Destination zu festigen und weiterzuentwickeln. Weiterhin werden neue Reiseziele inspiriert, sich dem GDS anzuschließen und zu einer nachhaltigeren Meeting- und Eventdestination zu werden.

Zudem wurde das Vienna Convention Bureau vom Ministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus wiederholt als Lizenznehmer für „Green Meetings und

Green Events“ zertifiziert. Dadurch ist die Stadt berechtigt, Tagungen in Wien mit dem Label „Green Meetings“ zu versehen. Seit Anfang 2020 sorgt Wien Tourismus außerdem dafür, dass sämtliche CO<sub>2</sub>-Emissionen von Flug-Dienstreisen über Climate Austria ausgeglichen werden.

## Ganz schön smart!

All das sind Gründe, warum die Stadt an der Donau im Hinblick auf Lebensqualität, Infrastruktur und Innovation zu den Spitzenreitern gehört. Mit der 2011 gestarteten Initiative Smart City setzt Wien aber noch einen drauf: Das Ziel des Konzepts ist es, eine chancenorientierte, intelligente und zukunftsfähige Stadt zu schaffen, bei der die ökologische wie auch die wirtschaftliche und soziale Leistungsfähigkeit verbessert und sichergestellt wird.

Heute schon werden 75 Prozent der weltweiten CO<sub>2</sub>-Emissionen durch die Verbrennung fossiler Energien in den Städten verursacht. Durch das immer größer werdende Städtewachstum wird es darum in Zukunft umso wichtiger sein, auf smarte Konzepte zu setzen, um die europäischen „Low carbon economy“-Ziele zu unterstützen und konsequent Ressourcen zu schonen.

Zusammengefasst ist die Smart City Wien eine langfristige Initiative, die sich einer positiven Entwicklung der Stadt und ihrer Lebensbereiche verschrieben hat. Das reicht vom nachhaltigen Umgang mit Ressourcen über die Senkung von Emissionen bis hin zu einer modernen Infrastruktur. Durch technische und soziale Innovationen sollen Lösungen für den steigenden Bedarf an Energie, bezahlbaren Wohnungen und belastbaren Verkehrskonzepten gefunden werden, ohne dass die Anwohner dabei auf Konsum oder Mobilität verzichten müssen. Das Konzept stellt die Menschen in den Mittelpunkt, vernetzt sie miteinander und macht so ein gemeinsames Handeln möglich.

### Die Seestadt Aspern

Ein Vorzeigeprojekt der Smart City Wien ist beispielsweise die Seestadt Aspern. Als eines der größten Städteentwicklungsgebiete Europas ist Aspern als Urban Lab Teil der Initiative und dient der Realisierung und Verknüpfung von intelligenten Ideen mit Technologien und Konzepten. Bis 2028 wird der Stadtteil im Nordosten Wiens weiterwachsen und viele neue Ansätze ausprobieren. Insgesamt sollen hier Wohnraum für 20.000 Menschen und fast ebenso viele Arbeitsplätze entstehen. Das Seeparkquartier ist quasi ein Testfeld für eine innovative Stadtentwicklung, das Augenmerk wird auf die Bewohnerinnen und Bewohner gelegt.

Die Seestadt Aspern ist perfekt an die Innenstadt von Wien angebunden (in weniger als 25 Minuten mit der U-Bahn zu erreichen) und vereint Urbanität mit Entschleunigung. Trotz des ständigen Wachstums der Stadt soll der Erfolg in den Bereichen Lebensqualität, Infrastruktur und Innovation durch das Projekt auch in Zukunft gesichert sein.

### HoHo Wien – das größte Holzhochhaus der Welt

In der Seestadt Aspern im 22. Wiener Gemeindebezirk Donaustadt entsteht



Die Seestadt Aspern im 22. Wiener Gemeindebezirk ist eines der größten Städteentwicklungsgebiete Europas.  
Foto: Elena Pominova/shutterstock.com

zurzeit auch das HoHo Wien – das größte Holzhochhaus der Welt. Im Sommer 2020 sollen hier auf 24 Stockwerken Wellness- und Beautyeinrichtungen sowie Büroräume und das Dormero Hotel HoHo Wien einziehen. Investor Günter Kerbler und Projektentwicklerin Caroline Palfy hatten die Vision, ein Vorzeigeprojekt für den Holzbau zu kreieren, und wollten zeigen, was mit Holz alles möglich ist. Bis zum ersten Spatenstich am 12. Oktober 2016 war es ein langer Weg: Denn mit Holz 80 m in die Höhe zu bauen stellt eine bautechnische Herausforderung dar.

Um Kriterien wie Brandschutz, Tragwerksplanung und effiziente Nutzbarkeit zu erfüllen, wurde das HoHo als Holzhybridbau errichtet. Dazu wurden Elemente aus Beton bei einem Holzbauteil von 75 Prozent verwendet. Holz ist als Baumaterial besonders interessant, da es ein sehr leichtes Material ist. So lassen sich bestehende Hochhäuser beispielsweise um weitere Stockwerke aus Holz erweitern.

### Dormero HoHo Wien

Als zunächst einziges Hotel der Seestadt darf sich das Dormero Hotel bezeichnen, das den Zuschlag für das HoHo erhalten hat. Die junge deutsche Hotelkette, die 2013 gegründet wurde und derzeit stark expandiert, will überholte Muster aufbrechen und das Leben so unterstützen, wie es heute gelebt wird. Innovation und Charakter stehen dabei im Mittelpunkt. So freut sich auch Dormero-Vorstand Marcus Maximilian Wöhrle, dass sie Günter Kerbler mit ihrer Vision von einem weltweiten

und lockeren Hotelkonzept schon im ersten Gespräch überzeugen konnten.

Das Hotel wird zu einem über 119 Zimmer in verschiedenen Kategorien und zum anderen über 24 Serviced Apartments für Kurzzeitmieter verfügen, die sich über die Etagen neun bis zweiundzwanzig erstrecken werden. Hier können die Gäste den Blick auf Wien und den grünen Stadtrand genießen und sich rundum wohlfühlen. Neben Seminarräumen im 15. Stockwerk wird auch das Restaurant im Erdgeschoss zum Hotel gehören. Mit Blick auf den See können hier Hausgäste wie auch externe Gäste in moderner Atmosphäre speisen. Mit dem Zuschlag für das Hotel HoHo Wien konnte der Einstieg von Dormero in Österreichs Hauptstadt nicht besser laufen. (mk)



In das größte Holzhochhaus der Welt (HoHo Wien) wird im Sommer 2020 unter anderem das Dormero Hotel einziehen. Foto: cetus Baudevelopment und Michael Baumgartner KiTO

## What? Workshop-Design? | von Christian Münch

Es ist schon etwas her, mindestens 20 Jahre, würde ich schätzen, da war die „Frontalbeschallung“ DAS Kommunikationsformat der Live-Kommunikation schlechthin. Wir als Organisatoren eines solchen Events haben uns nur selten für den Inhalt der Beschallung interessiert – wenn man uns nicht gerade zusätzlich mit dem „Aufhübschen“ der zugehörigen PowerPoint beauftragt hatte.



**EIN PAAR JAHRE** später galt es als nicht mehr zeitgemäß, die Veranstaltungsbesucher ausschließlich im Plenum mit Inhalten zu berieseln. Es entstanden sogenannte „Breakout-Sessions“ – im Grunde genommen gleichzeitig stattfindende „Frontalbeschallungen“ zu bestimmten Themen mit einer kleineren Anzahl an Teilnehmern. Als Eventmanager durften wir dann vor allem bei Gruppeneinteilung und Teilnehmerlogistik unterstützen, manchmal sogar bei der Recherche passender Gastredner für die BOS.

Mit der zunehmenden Emanzipation der Eventteilnehmer und dem damit einhergehenden Verlangen nach Mitbestimmung etablierte sich – neben Voting- und Interaktions-Tools – auch der „Workshop“ als neues Kommunikationsformat, das

sich von nun an zu Frontalbeschallung im Plenum und Frontalbeschallung im Rahmen von BOS gesellte. Die Kunden teilten nun zunehmend den geplanten Inhalt und den erwarteten Output der Workshops mit uns Agenturen. Im Gegenzug erwartete man von uns, geeignete vorhandene und normierte Workshop-Formate zu recherchieren und die Räume vor Ort mit der entsprechenden Möblierung und den Materialien auszustatten. Formate wie „World-Cafe“ oder „Fish-Bowl“ galten zu der Zeit als „latest shit“, wurden vielen Workshops übergestülpt und erlangten so Bekanntheit bei Eventbesuchern weltweit.

Doch die zu vermittelnden Inhalte wurden in

den letzten Jahren zunehmend spezialisierter und komplexer; gleichzeitig stieg die Erwartungshaltung der Teilnehmer (erfreulicherweise, wie ich finde) von der Mitbestimmung hin zur Mitgestaltung. Also reichte es in den meisten Fällen nicht mehr, auf etablierte und gelernte Formate zurückzugreifen und diese zu adaptieren, um nicht zu sagen zu „kannibalisieren“.

Heute erwarten Kunden ein für ihren Workshop individuell entwickeltes Format. Es muss mit maßgeschneiderter Dramaturgie, Mechanik und Didaktik gewährleisten, dass die Kommunikationsziele des Workshops erreicht werden und maximaler Output garantiert ist. Die Geburtsstunde einer völlig neuen Disziplin in der Live-Kommunikation: Das Workshop-Design.

### Kurzfristiger Hype oder erfolgreicher Trend?

Klingt nach kurzfristigem Hype? Zumindest nicht nach unseren Erfahrungen und Beobachtungen! Egal ob bei Eigen- oder Fremdveranstaltungen: Zunehmend halten Workshops Einzug in die Agenden der Veranstaltungen weltweit, machen Plenum und anderen Sessions Konkurrenz bei Akzeptanz und Beliebtheit der Teilnehmer, ja entwickeln sich für den ein oder anderen Gast sogar zum Highlight der Veranstaltungen.

Zurück bleiben Räume mit voll beschriebenen Wänden, Post-it-Kunst und liebevoll konstruierten Prototypen – vor allem aber unzählige neue Ideen, frische Perspektiven und unfassbar viel Potenzial. Teilweise – sehr zur Freude der Veranstalter – stellen wir sogar fest, dass die Workshop-Teilnehmer gar nicht aufhören wollen und weit nach offiziellem Veranstaltungsende in den Räumen zu finden sind, die Themen bearbeiten und Ideen festhalten. Wenn nicht ohnehin geplant und digital kanalisiert, bilden sich nicht selten noch auf der Veranstaltung Arbeitsgruppen, die dann im Nachgang des Events an den jeweiligen Problemstellungen weiterarbeiten.

### Wie funktioniert's?

Na, sind Sie neugierig geworden? Wollen auch Sie zukünftig auf Workshops setzen, um Herausforderungen zu bearbeiten? Externen Input und Impulse einzusammeln? Ihre Teilnehmer, Mitarbeiter, Kunden, Partner motivieren, nicht nur Content zu konsumieren, sondern auch zu produzieren (Stichwort: Prosument)? Haben Sie Lust darauf, bei der Entwicklung von Zukunftsideen neue Wege zu gehen? Dann werden Sie über kurz oder lang nicht drum herumkommen, Workshops zu entwickeln, zu designen – egal, ob Sie selbst Hand anlegen oder eine Agentur beauftragen.

Wer auch immer sich letztlich der Sache annimmt, sollte auf jeden Fall grundle-

gende Erfahrungen als ambitionierter und eifriger Workshop-Teilnehmer oder als Gestalter mitbringen, um ein gewisses Gespür für Workshop-Gestaltung zu garantieren: Welche Teilnehmerzahl, welches Timing ist für die Bearbeitung eines Themas ideal? Was sind potenzielle Fallstricke? Aus welchem Pool an Workshop-Materialien lässt sich schöpfen?

Beauftragt man uns als Agentur mit der Entwicklung eines Workshops, starten wir idealerweise mit einem fundierten, persönlichen Briefing (eigentlich ein eigener Mini-Workshop) mit dem Themenverantwortlichen (Einzelperson oder Team) auf Kundenseite. Dabei evaluieren wir zunächst die Ausgangslage: Was ist die Herausforderung? Auf welchem Wissensstand sind die Teilnehmer? Welche Informationsmaterialien können wir zur Verfügung stellen? Was sind „Pain Points“, die es dringend zu lösen gilt? An welchen Stellen ist externer Input oder Impulse von Fachfremden erforderlich? Dabei ist es häufig unvermeidbar, auch

einmal den Finger in die Wunde zu legen und vom Kunden „radical honesty“ zu verlangen.

Ist die Ausgangslage klar, definieren wir mit dem Workshop-Owner(n) den idealen Wunsch-Output: Ist es eine Wand mit Denkanstößen zu einem bestehenden Produkt, ein Ideation-Sheet voller Features, die ein Produkt oder einen Prozess besser machen, oder gar der Prototyp für ein neues Produkt? Groß denken ist in dieser Phase angebracht.

Ausgestattet mit all diesen Informationen, machen wir uns ans eigentliche Workshop-Design und starten dabei meist mit den logistischen Rahmenbe-

dingungen. Wenn nicht aufgrund von Agenda, Teilnehmerfluss etc. ohnehin vorgegeben, legen wir an dieser Stelle die ideale Teilnehmerzahl und die Dauer des Workshops fest. Mit diesen Parametern im Kopf geht es im nächsten Schritt an die Dramaturgie: Starten wir mit einem kurzen Impuls, um alle Teilnehmer inhaltlich abzuholen, oder konfrontieren wir sie



Anzeige

# HABEN SIE IHRE NÄCHSTE TAGUNGSPLANUNG AUF DEM RADAR?

4.–6. März 2020

itb.vdvo.de



**ITB**  
BERLIN

The Leading  
Travel Industry  
Think Tank  
**CONVENTION**

Offizieller Partnerland  
ITB Berlin 2020



Offizieller ITB MICE  
Partner 2020



Messe Berlin



direkt mit einer Aufgabenstellung? Wie viel Zeit reservieren wir für Ideenfindung und Ko-Kreation? An welcher Stelle und wie zeitintensiv fassen wir die Ergebnisse zusammen? Zeitgleich oder nachgelagert entsteht die Mechanik und Didaktik des Workshops: Einzelarbeit oder Teamwork? Autokratische oder vorgegebene Prozesse? Free-Flow oder chronologisches Arbeiten an einzelnen Stationen?

Eine wichtige Rolle spielt bei jedem Workshop die Methodik: Beschreiben die Teilnehmer Wände, bearbeiten sie spezielle Personas und Szenarien, oder bauen sie Prototypen aus Recycling-Materialien? Sind all diese Details fixiert und wir sind überzeugt, damit den gewünschten Output generieren zu können, präsentieren wir dem Kunden das Workshop-Konzept. Nach der Freigabe gehen wir in die Detailplanung, wie Raum- und Ausstattungplanung, Erstellung von Arbeitsmaterialien etc.

### Mein Lieblings-Workshop?

Mein Lieblings-Workshop? Puh. Schwere Frage. Eigentlich unmöglich zu beantworten. Es ist eher ein Event mit einer Vielzahl an großartigen, innovativen und einzigartigen Workshops. Für einen deutschen Automobilhersteller sollten wir insgesamt zwölf Workshops rund um die Mobilität der Zukunft konzipieren und ausplanen. Je 30 Personen, 90 Minuten Zeit und drei Durchläufe. Die Zielsetzung lag in allen Sessions ähnlich: Externer Input und neue Impulse waren unbedingt willkommen, neue Perspektiven für herausfordernde Aufgabenstellungen dringend gewünscht. Nicht zuletzt existierte



omnipräsent der Wunsch, ein virales Experten Netzwerk aufzubauen. Hier meine persönlichen Top 3:

→ AR, VR und MR und Mobilitätskontext: Welchen Content wollen wir in welcher Form im Fahrzeug genießen, wenn uns das Fahrzeug in ein paar Jahren autonom transportiert? Was begeistert uns und vereinfacht unser Leben? Was empfinden wir als ablenkend und störend?

Das Setup: Jeweils vier Personen nehmen auf Drehstühlen Platz, Fahrzeugsilhouetten als Bodenprints bieten Orientierung.

Methodik: Die Kleingruppe dreht die Stühle zur Mitte des Fahrzeugs hin (das Seating der Zukunft?) und schlüpft in die Rollen einzelner Personas (Eltern bringen die Kinder zum Sport, Geschäftsreisende lassen sich zum Flughafen fahren). Gemeinsam erarbeitet man, was das Auto in der jeweiligen Situation Gutes leisten könnte.

→ Wie wertvoll ist ein Datum: Ein modernes Fahrzeug sammelt sekundlich Unmengen an Daten. Lassen sich diese Daten nutzen? Lassen sich diese Daten ggf. sogar verkaufen? Wem würden diese Daten nutzen und was wären diese Käufer bereit, dafür zu bezahlen?

Das Setup: Im Zentrum des Workshops lässt sich ein „Datensammler-Fahrzeug“ live bei der Datengenerierung verfolgen. Erst meldet der Regensensor, dass es hagelt, dann die beiden linken Radaufhängungen, dass sie eben ein großes Schlagloch überfahren haben.

Methodik: Wieder versetzen sich

Kleingruppen in mögliche Interessensgruppen, in diesem Fall eine Straßenmeisterei oder einen Wetterdienst. Sie denken darüber nach, wie viel Euro der verifizierte Hinweis auf ein Schlagloch auf der A8 oder einen Hagelsturm am Tegernsee wert sein könnte.

→ Das Leben in Megacitys der Zukunft: eine Zeitreise, 10–20 Jahre in die Zukunft. Wie leben Menschen im Jahr 2035 in Peking, in Neu-Delhi, in New York zusammen? Wie bewegen sie sich? Welche Entfernungen legen sie täglich auf welche Weise zurück? Und was erleben sie dabei?

Das Setup: An großen Tafeln bearbeiten jeweils zehn Gäste eine der genannten Großstädte und versetzen sich gedanklich in die Zukunft und den Alltag der Menschen. Kartenmaterialien und Bewegungsinformationen helfen ihnen dabei.

Methodik: Ein riesengroßes Brainstorming unter zehn Teilnehmern, die sich noch nie zuvor gesehen haben. Ein Skribbler erfasst digital die zentralen Gedanken und manifestiert diese in einem Stadtbild der Zukunft.

Für den Fall, dass Sie das neugierig gemacht hat (alles andere würde mich wundern), lassen Sie uns gerne gemeinsam hirnieren, brainstormen oder einfach einen Workshop planen. Für mich persönlich gibt es nichts Produktiveres!

Alle Fotos: Planworx

## Gewinnspiel

Wir bei Planworx beraten zu Unternehmenswerten, zu Strategiekonzepten, füllen Change-Prozesse mit Leben und bringen Eventbühnen zum Beben. Wir sind der Impuls, deine Erlebnisse neu zu denken.

**Wie das geht? Erleben Sie es einfach selbst. Denn wir verschenken 3 Impuls-Workshops für Ihr nächstes Projekt.**

(Dauer: vier Std.) Schicken Sie uns dazu einfach eine Mail an [workshop@planworx.de](mailto:workshop@planworx.de) mit dem Betreff „Workshop-Geschenk“. Mit den Absendern der schnellsten zehn Rückmeldungen gehen wir kostenlos ins Ideen-Sparring. Wir freuen uns!

## BrandEx 2020 – 02 | Die Leidenschaft

Im Januar 2019 feierte das BrandEx Festival sein Debüt unter dem Motto „Die Begegnung“. Die zweite Ausgabe fand am 14.01.2020 in den Westfalenhallen Dortmund statt und hat sich „Die Leidenschaft“ zum Leitmotiv gemacht. Denn: „Um andere entzünden zu können, musst du selbst brennen ...“



Aus 149 Einreichungen wurden beim BrandEx Award 51 Gewinner aus den Bereichen Live-Marketing und Markenarchitektur gekürt. Foto: BrandEx | Oliver Wachenfeld | the Image Report

**LEIDENSCHAFT DRÜCKT** große Emotionen und Begeisterung aus. Das hilft, um aus gewöhnlichen Ereignissen Erlebnisse werden zu lassen. Die Fragen, die daher beim BrandEx gestellt wurden, waren unter anderem: Was steckt hinter dieser Leidenschaft und wie weckt man sie? Wo bekommt man sie? Und wie bewahrt man sie?

Initiiert wurde das International Festival of Brand Experience von BlachReport, dem FAMAB, der Messe Dortmund und dem Studieninstitut für Kommunikation. Ihr Ziel war es, gemeinsam ein nationales wie internationales Forum für die Eventbranche sowie deren Nachwuchs aus den Segmenten Messe, Architektur und Live-Kommunikation zu schaffen. Der Fokus lag vor allem auf dem Experiential Marketing der Zukunft, das von Anforderungen wie Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Wissenskultur und NextGen geprägt ist. Unter der Headline „Disruptive Brand Experience?“ wurden diese Themen von über 80 Sprechern auf neun Bühnen diskutiert und erlebbar gemacht. Neben der Mainstage und zwei Keynote Lounges gab es vier thematisch gestaltete Areas mit dazugehörigen Bühnen: Bedroom, Playground, Factory und Fresh Club.



Beim BrandEx 2020 lag der Fokus vor allem auf dem Experiential Marketing der Zukunft. Foto: BrandEx | Oliver Wachenfeld | the Image Report

### Sozial ist das neue Bio

Den Anfang auf der Mainstage machte Prof. Roland Lambrette mit seiner Keynote „Das Ende der Vollgasmentalität – und jetzt?“. Darin forderte er auf, nachhaltiger zu denken – weniger auf die Verpackung und mehr auf den Inhalt zu achten – und mit Leidenschaft Verantwortung zu übernehmen. Er ist überzeugt davon, dass verantwortungsvolle Kommunikation profitabel ist. Dazu gehört auch die kritische Auseinandersetzung mit den Botschaften, die man nach außen trägt.

In der Bedroom Area diskutierten unter anderem „Female Leaders“ der Branche, die sich vorab in einem halbstün-

digen Pecha-Kucha-Format vorstellten, warum nur wenige Frauen Führungspositionen besetzen. Dabei spielen ihrer Meinung nach immer noch die Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie das traditionelle Frauenbild eine Rolle. Frauen würden zwar oft gefördert, aber nicht befördert werden. Mit von der Partie war auch die Sängerin, Schauspielerin, Musicaldarstellerin und Fernsehmoderatorin Isabel Varell.

### Get shit done!

Innovative Formate und junge Ideen, wie das Speed-Dating auf der Toilette oder das Arbeitgeber-Herzblatt, sorgten für Begeisterung auf der Fresh Club-Bühne. Mit Standing Ovationen wurde der Vortrag von Cesy Leonard, Chefin des Planungsstabs des Zentrums für Politische Schönheit (ZPS), gefeiert. Sie gab Einblicke in die Planung einer Kunstaktion des ZPS, bei der die Aktionskünstler eine Nachbildung des Holocaust-Mahnmals im Nachbargarten von AfD-Politiker Bernd Höcke errichteten.

Punkte, die nach dem Event 2019 in der Kritik standen, wurden dieses Jahr optimiert. So wurde beispielsweise das Raumkonzept überarbeitet und die Hauptbühne von der Mitte der Halle an den Rand verlegt, wodurch im Zentrum ein Treffpunkt für die Teilnehmer entstand. Zudem wurden Areas und Programmpunkte reduziert und übersichtlicher gestaltet. Dank Silent-Event Kopfhörern konnte das gesamte Festival über verschiedene Channels in mehreren Sprachen verfolgt werden. Bei der Verleihung der BrandEx Awards am Abend wurden die besten Projekte des Jahres in den Bereichen Live-Marketing und Markenarchitektur mit Gold, Silber oder Bronze ausgezeichnet. Gebührend gefeiert werden konnte dann bei der anschließenden Aftershow-Party. (mk)

# Basel hat noch mehr zu bieten | von Anna-Lena Gras

**Bereits in unserer letzten Ausgabe haben wir einige MICE-Hotspots in Basel vorgestellt. Doch trotz der Kompaktheit der Stadt im Dreiländer-Eck gibt es noch weit mehr zu entdecken – nicht umsonst ist Basel einer der Big Player im schweizerischen MICE-Markt.**



**UND GERADE DANN**, wenn der Planer nach etwas sucht, das sich vielleicht abseits der typischen Pfade bewegt, wird er in Basel ganz sicher fündig. Natürlich sind Top-Adressen wie das Congress Center Basel, das Volkshaus ebenso wie die perfekt ausgestattete Tagungshotellerie in Basel per se Garant für eine gelungene Veranstaltung, aber manchmal braucht es eben etwas Außergewöhnliches. Im letzten Heft zeigten wir, dass Basel etwa mit der Sand-oase oder dem Brasilea sehr individuelle Venues zu bieten hat.

Ein weiteres Beispiel ist in jedem Fall das Pharmazie Museum. Die 1954 als uni-

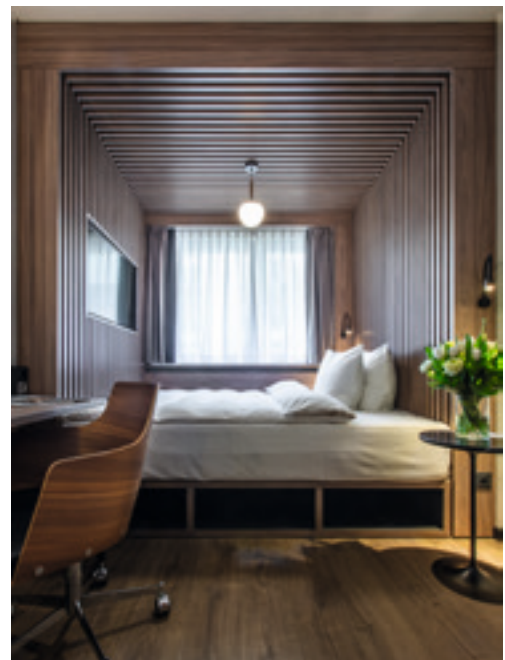
versitäre Studien- und Belegsammlung gegründete Einrichtung ist bis heute in ihrer ursprünglichen Form erhalten geblieben. So liegt eine Führung durch die Ausstellung, die diverse Heilmittel aus den letzten Jahrhunderten, historische Laboratorien und wiederaufgebaute, restaurierte Apotheken zeigt, auf der Hand. Auch für Nicht-Mediziner gestaltet sich ein solcher Streifzug durch die Geschichte der Pharmazie sicherlich interessant. Neben einer privaten Führung sind die Räumlichkeiten des Museums ebenfalls für Events bespielbar. Durch den begrenzten Platz in dem historischen Gebäude

sollten die jeweiligen Gruppen allerdings nicht zu groß sein. Neben einem Apéro, der in der historischen Apotheke im Erdgeschoss des Museums oder – bei gutem Wetter – im gemütlichen Innenhof stattfinden kann, lassen sich zusätzlich verschiedene Workshops organisieren.

## Urbanes Basel

Durch Banksy wurde Street Art in den letzten Jahren mehr als salonfähig. Er startete seinen Siegeszug in Bristol und weltweit folgten viele seinem Beispiel. Allerdings geht es dabei nicht um sinnlose Schmiereien auf Zügen oder Häuserwänden, die





häufig mit dem Begriff Street Art verbunden werden, sondern um Kunst. Genau dieser Kunstform hat sich das Artstübli in Basel verschrieben und die Urban Art – Basel City Touren ins Leben gerufen. Auf einer 1,5-stündigen Walking-Tour geht es quer durch Basel hin zu den Hotspots. Die kurzweilige Tour liefert neue Einblicke in die Kunstszene Basels und gibt den Teilnehmern interessante Informationen rund um diese noch junge Kunstrichtung. Dass sich Street-Art in Basel einen festen Platz in der Kunstszene und die Akzeptanz der Bürger gesichert hat, zeigt sich am Beispiel des einzigen Fünf-Sterne-Hauses der Stadt: dem Les Trois Rois. Denn das Traditionshaus arbeitet eng mit dem Artstübli zusammen und fördert den Austausch rund um das Thema Street-Art, getreu dem Hausmotto „Rich in history, young at heart“. So ist im Rahmen der Kooperation zusätzlich zu den geführten Touren durch Basel ein weiteres Projekt entstanden, nämlich das Bentley Project. Zwei Schulklassen durften sich in Begleitung des Schweizer Graffiti-Künstlers Thierry Furger und Philipp Brogli vom Artstübli unter professioneller Anleitung am hoteleigenen Bentley künstlerisch verwirklichen. Heute fährt die Hotellimousine in knalligen Farben und vollkommen „gesprayed“ durch Basel und bringt die Gäste des Les Trois Rois von A nach B.

### Frisch renoviert

Innerhalb von nur sechs Monaten – und das im laufenden Betrieb – hat sich das

Radisson Blu Basel vollständig verändert. In einer aufwendigen Renovierung wurden alle Bereiche des Hotels generalüberholt und präsentieren sich jetzt in einem deutlich moderneren, vor allem aber urbaneren Look und folgen damit dem neuen Design-Konzept, das bereits in den Häusern in Frankfurt und Köln Einzug gehalten hat. So wurden auch die insgesamt 206 Zimmer neu gestaltet und überzeugen heute mit gedeckten Farben und einem hochwertigen Material-Mix. Beispielsweise ist Holz auf Böden und an Wänden ein zentrales Thema. Durch die teils eigenwillige Architektur des Hauses fallen manche Zimmer nicht so groß aus wie andere. Für diese Zimmer wurden ganz besondere Designs geschaffen, um die teils fehlenden Quadratmeter durch innovative Lösungen und Gemütlichkeit wettzumachen.

Einen Komplettumbau erfuhr die Lobby, die jetzt einen harmonischen Übergang zu den anderen Bereichen des Hotels bietet. Von dort gelangen die Gäste zum einen zu den Zimmern und in die ebenfalls neu gestaltete Bar, zum anderen ist auch der Konferenzbereich des Hotels von der Lobby aus erreichbar. Die größte Neuerung hierbei ist die großzügige Pre-Function Area, die die unterschiedlichen Räume miteinander verbindet und dadurch bei jeder Veranstaltung genutzt werden kann. Im Zuge der Renovierung wurden alle der insgesamt acht Konferenzräume mit modernster Ton- und Lichttechnik sowie kostenfreiem W-LAN

ausgestattet. Ebenfalls für Planer interessant ist es, um die Kompensationsmaßnahmen zu wissen, die das Radisson Blu Basel anbietet. Diese werden nämlich durch die Hotelgruppe finanziert, sodass die Veranstaltung für Teilnehmer oder Organisationen ohne zusätzliche Kosten zu 100 Prozent klimaneutral gestaltet werden kann. Der Konferenzbereich erstreckt sich auf insgesamt 500 m<sup>2</sup> und ermöglicht Veranstaltungen mit bis zu 400 Teilnehmern. Bei einem Seminar reduziert sich die Personenanzahl etwa um die Hälfte.

### Restaurant-Tradition inmitten der Baseler Altstadt

Einen nur zehnmütigen Fußweg vom Hotel entfernt befindet sich eine weitere Adresse, die Planer auf der Agenda haben sollten: das Restaurant Löwenzorn. Das

**li.:** Das Flair einer Kleinstadt in Kombination mit dem einer Metropole. Basel überzeugt mit kurzen Wegen und international renommierten Locations. Foto: emperorcosar/Shutterstock.com

**Mitte:** Mit der vollständigen Renovierung des Hauses zog ein deutlich zeitgemäßeres Design in das Traditionshaus im Herzen Basels ein.

**re.:** Bedingt durch die Architektur des Hauses gleicht kaum ein Zimmer dem anderen. Aber selbst auf begrenztem Platz entstanden im Radisson Blu Basel mit kreativen Design-Ideen äußerst gemütliche Zimmer. Fotos: Radisson Hotel Group



in der Altstadt gelegene Traditionslokal – bereits seit 1874 nehmen die Baseler hier zum Essen Platz – besticht durch seine urige Atmosphäre im Inneren (80 Sitzplätze) und den gemütlichen Innenhof (200 Sitzplätze) mit zusätzlichem Barbetrieb. In beiden Bereichen stehen lokale Gerichte im Vordergrund, wenn auch mittlerweile verschiedene internationale Speisen den Weg auf die Karte gefunden haben. Darüber hinaus gibt es unter dem Dach des erstmals im 13. Jahrhundert erwähnten Gebäudes vier Säle, die sich für private ebenso wie anderweitige Anlässe buchen lassen. Lediglich die Entscheidung zwischen historischem und moderner Ambiente muss getroffen werden.

Die beiden historischen Säle stammen aus dem 16. beziehungsweise 18. Jahrhundert und wurden über die Zeit detailgetreu erhalten. Sowohl der Intarsienaal als auch der Zunftsaal verfügen über 50 m<sup>2</sup>, differieren allerdings aufgrund ihrer Architektur in der Maximalkapazität. Das Maximum im Zunftsaal liegt bei 50 Personen unbestuhlt, der Intarsienaal erlaubt bis zu 70 Personen.

In der gleichen Größe rangiert der Trommel- & Festsaal, der außerdem die Heimat der seit 1907 bestehenden Basler Mittwoch-Gesellschaft – einer der ältesten Fastnachtsgesellschaften der Stadt – ist. Die letzte und zudem größte Variante ist der Löwensaal. Auf 100 m<sup>2</sup> können bis zu 80 Personen gemeinsam dinieren.

### Von der Quarantänesiedlung zum Sport- & MICE-Hotspot

Die Anfänge des Areals rund um den heutigen St. Jakob-Park, übrigens das größte

Stadion der Schweiz, finden sich im Mittelalter, genau genommen in der Quarantänesiedlung St. Jakob an der Birs. Menschen, die an Hautinfektionen wie Lepra litten, fanden hier in dem im 13. Jahrhundert erstmals erwähnten sogenannten Siechenhaus eine Zuflucht. Zwar steht das Gebäude noch heute, der Stadtteil hat sich allerdings im Laufe der Zeit enorm gewandelt. Einerseits ist die Siedlung heute fester Bestandteil des Baseler Stadtgebietes, andererseits hat sich St. Jakob zum vielseitigen Viertel entwickelt, das sowohl über das größte Fußballstadion der Schweiz als auch die multifunktionalste Halle der Eidgenossenschaft verfügt. Entscheidender infrastruktureller Vorteil für Planer ist, dass alle MICE-relevanten Gebäude des Viertels fast nebeneinander liegen und zudem hervorragend über die öffentlichen Verkehrsmittel erreichbar sind. Die Heimspielstätte des Traditionsvereins FC Basel fasst bis zu 40.000 Personen. Die offensichtlichen Möglichkeiten bestehen im St. Jakob-Park natürlich in der Nutzung von Tribüne und Rasenfläche. Aufgrund der enormen Kapazitäten eignet sich diese Option allerdings nur für Großveranstaltungen. Wer aber nicht mit gleich mehreren tausend Teilnehmern plant, kann dennoch ein Stück FC Basel in die Eventdramaturgie einbauen. Denn abseits des Spielfeldes stehen auf allen Etagen des Stadions verschiedene Möglichkeiten für unterschiedlichste Gruppengrößen zur Verfügung. Vom stilvollen Dinner bis hin zur großen Konferenz ist eigentlich alles zu realisieren. Bei der Wahl der richtigen Location innerhalb des St. Jakob-Parks steht das interne Eventteam mit Rat und Tat zur

Seite. Gemeinsam mit dem Team können individuelle Anforderungen besprochen werden. Einzig der Catering-Partner ist festgeschrieben: auf sämtlichen Hospitalityflächen agiert Wassermann & Company als Exklusiv-Caterer. Menüs und einzelne Komponenten werden jedoch ganz nach Gusto des jeweiligen Kunden umgesetzt.

Nun werfen wir aber mal einen genaueren Blick auf die Eventflächen, die sich auf das Stadion verteilen. Los geht es auf der untersten Etage mit insgesamt vier Räumlichkeiten und damit der V-ZUG Lounge (210 m<sup>2</sup>), der Rotblau Bar|Bistro (224 m<sup>2</sup>), dem Media Center (160 m<sup>2</sup>) und der Captains Lounge (210 m<sup>2</sup>). Alle können, wie eigentlich sämtliche Bereiche des gesamten Stadions, individuell ausgestattet werden.

Auf der mittleren Etage des Stadions liegen die größten Eventflächen. Während der Heimspiele des FC Basel dient die Premium Lounge als klassische Hospitalitylounge, abseits des Spielbetriebs stehen die 1.700 m<sup>2</sup> aber für jede Art von Event bereit. Durch das flexible Raumsystem ist es möglich, entweder die gesamte Fläche oder eben nur bestimmte, ausgewählte Teile zu nutzen. Etwas privater können sich Planer auf dieser Etage im Donatoren-Raum (140 pax.) oder der Event-Box (40 pax.) austoben. Für Konferenzen stehen außerdem zwei weitere Räume mit je-

---

**li. & re. :** Bereits seit 1874 nehmen die Baseler im Restaurant Löwenzorn Platz. Im Laufe der Jahre hat sich das Traditionslokal deutlich gewandelt, auch wenn die historischen Säle noch heute für Veranstaltungen buchbar sind. Fotos: Restaurant Löwenzorn

---



weils 250 und 270 m<sup>2</sup> bereit. Im Gegensatz zu den anderen Räumen der Lounge orientieren sie sich mit der Fensterseite nicht hin zum Spielfeld, sondern mit Blick auf das Stadtviertel.

Abgerundet wird das Angebot des St. Jakob-Parks durch die Räumlichkeiten im dritten Stockwerk. Hier liegen vorrangig die kleineren Logen, die anlässlich der Fußballspiele und anderer Großevents im Stadion vermietet werden. Zusätzlich aber findet sich auf Höhe der oberen Ränge das Wardeck Box Pub – ein kleiner Geheimtipp für ungezwungene Events im besonderen Rahmen. Holzvertäfelte Wände, rot-weiß karierte Tischdecken und eine Holzbar bestimmen das Bild. Sogar Fondue-Abende können im Pub realisiert werden – selbstverständlich mit Blick auf den heiligen Rasen.

### Technisch auf dem neuesten Stand

Ein großer Vorteil für Planer, die sich für den St. Jakob-Park entscheiden, ist die bereits vorhandene Technik, auf die bei jeder Veranstaltung zurückgegriffen werden kann. Durch die regelmäßigen Sport-Events und Konzerte ist der gesamte Eventbereich mit hochmodernen Komponenten ausgestattet. So ist die Präsentationstechnik auf Full HD ausgelegt und es können bis zu 50 Displays individuell gesteuert werden. Seien es Konferenzinhalte, firmeneigenes Branding oder stimmungsvolle Videos, alles ist unproblematisch möglich.

### St. Jakobshalle: Perfekte Bedingungen für die Branche

1976 erstmals feierlich in Betrieb genommen, öffnete die St. Jakobshalle Ende 2018 nach einer dreijährigen Renovierungs-

phase erneut in glanzvollem Rahmen ihre Türen. Zwar nicht vollständig, aber doch insbesondere in puncto Design und technischer Ausstattung sehr stark verändert, präsentiert sich der mehrere Hallen umfassende Komplex. Herzstück und zugleich Mittelpunkt ist zweifelsohne die Arena der St. Jakobshalle, in der fast 13.000 Personen Platz finden. Die Arena eignet sich für verschiedenste Arten von Großveranstaltungen, sei es eine personenstarke Konferenz, ein Konzert oder aber ein Sport-Großereignis wie die Swiss Indoors, ein ATP-Tennisturnier. Ebenso bietet sie den passenden Rahmen für eine Oper. Die Wandelbarkeit der insgesamt 2.800 m<sup>2</sup> liegt auf der Hand. Durch die aufwendige Renovierung in den letzten Jahren wurden die Liefer- und Aufbauwege enorm vereinfacht. Durch die neuen Zu- und Ausfahrten der Halle können sogar Großaufbauten in deutlich kürzerer Zeit realisiert werden. Aber auch unter technischen Gesichtspunkten verkräftet die Arena jede Art von Veranstaltung. Das fachkundige Technik-Team kann für jede Anforderung die richtigen Gegebenheiten schaffen. Ein weiteres Team, das Planern mit Rat und Tat zur Seite steht, ist im Bereich Eventmanagement angesiedelt. Wichtig zu erwähnen ist in diesem Zusammenhang sicherlich, dass alle Services der St. Jakobshalle aus einer Hand geliefert werden: Für alles, vom Ticket über die Dekoration bis hin zum benötigten Bodenbelag, ist der jeweilige und für jedes Projekt bereitgestellte Projekt-Leiter der einzige und richtige Ansprechpartner. Dies gilt natürlich nicht nur für Veranstaltungen in der Arena. Die weiteren fünf Hallen, die sich auf dem Gelände

rings um die Arena verteilen, bieten den gleichen Service und sind in jeder erdenklichen Kombination sowohl einzeln als auch im Verbund bespielbar.

Die größten Kapazitäten entfallen dabei auf die Halle 2, die aufgrund ihrer Größe von 1.692 m<sup>2</sup> für bis zu 2.200 Personen ausgelegt ist. Vom Sportevent bis zur Konferenz ist hier ebenfalls alles möglich. Unter der 8,50 (!) m hohen Decke finden insbesondere größere Gala-Dinner und kleinere Generalversammlungen das richtige Ambiente.

Etwas kleiner präsentiert sich die Halle 3. Die knapp 1.000 m<sup>2</sup> große Halle ist vor allem durch ihre abfallende Tribüne hervorragend für Sportveranstaltungen geeignet, kann aber, sofern gewünscht, durch kleinere Umbauten zusätzlich auf andere Formate adaptiert werden.

Noch etwas kleiner, dafür aber mit einer riesigen Fensterfront ausgestattet ist die Halle 1. Bis zu 850 Personen fasst der Raum, der direkt an der Außenseite der St. Jakobshalle liegt und somit den Blick auf den großzügig gestalteten Außenbereich freigibt – dieser ist bei entsprechender Planung ebenfalls für Events bespielbar. Die letzte Option sind die Hallen 4 & 5, die allerdings meist nur in Kombination mit



**li.:** Heimspielstätte eines Traditionsvereins und hervorragende Special-Event-Location: Der St. Jakob-Park in Basel. Fotos: St. Jakob-Park

**re.:** Während der Fußball-Spiele feiern VIP's, Förderer und Freunde des Vereins den Fc Basel von den Hospitality-Flächen aus die Sportler an. Abseits davon ergeben sich zahlreiche Möglichkeiten für Planer.



← Großveranstaltungen genutzt werden. Sie finden sich im Erdgeschoss und sind miteinander verbunden. Beide verfügen über insgesamt 324 m<sup>2</sup> und generell die gleiche Infrastruktur. Verbunden werden alle Hallen durch das großzügige und lichtdurchflutete Foyer, das nicht nur als zusätzliche Eventfläche für Empfänge oder Pausen genutzt werden kann, sondern seit der Renovierung auch hervorragend für Produktpräsentationen geeignet ist.

### Authentischer Industrie-Look

Auf der Suche nach Veranstaltungsorten erfreuen sich bekanntermaßen stillgelegte Industriestandorte seit geraumer Zeit enormer Beliebtheit – sei es aufgrund des rauen Charmes oder einfach des Wunsches nach etwas Neuem, das noch nicht jeder gesehen hat. Viele versuchen auf den Zug Industrial-Look aufzuspringen. Etliche Gebäude ohne Geschichte oder Beziehung zur Industrie sind auf der Landkarte der Venues erschienen. Umso schöner ist es, zwischendurch auch wieder authentische Locations zu finden,

deren Mauern eine Geschichte erzählen und deren Räumlichkeiten nicht bis zur Unendlichkeit modernisiert wurden, nur um noch hipper zu wirken. Eine ebendieser Locations ist das Alte Kraftwerk Basel, dessen offizielles Baujahr auf 1895 datiert ist. Früher wurden in den Betriebshallen Generatoren und Transformatorenstationen gebaut und getestet. Dazu wurde unter anderem ein stationärer Faraday'scher Käfig sowie eine 40 Tonnen tragende Kranbahn installiert. Beides ist bis heute erhalten und noch immer Teil des Gebäudes. So ist beispielsweise der Faraday'sche Käfig mit seinen 250 m<sup>2</sup> als Eventlocation für eine Maximalkapazität von 100 Personen bespielbar. Bei größeren Veranstaltungen, die sich in der Haupthalle (700 pax.) realisieren lassen, kann der Raum allerdings auch für Buffetaufbauten oder Lounges genutzt werden. Darüber hinaus liegt im Erdgeschoss das 300 m<sup>2</sup> große Foyer, das sich im gleichen Stil wie die große Halle präsentiert. Je nach Veranstaltungsgröße können hier Sitzmöglichkeiten geschaffen oder Empfänge realisiert wer-

den. Im Obergeschoss stehen zwei weitere Räumlichkeiten zur Verfügung, die sich durch ihre eher geschlossene Architektur insbesondere für Konferenzen oder Seminare eignen. Während die Wicklerei 1 sich auf 450 m<sup>2</sup> erstreckt bietet die Wicklerei 2 noch 300 m<sup>2</sup>. Entsprechend den unterschiedlichen Größen rangieren die Kapazitäten zwischen 120 und 270 Personen. In den wärmeren Monaten des Jahres kann zudem der begrünte Innenhof genutzt werden.

Durch dieses Raumangebot präsentiert sich das Alte Kraftwerk als kompakte Adresse, die viel Spielraum für Inszenierungen lässt. Aufgrund der Nähe zum St. Jakob-Park ist zum einen die Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel sehr gut, darüber hinaus stehen am Stadion ebenso wie am Alten Kraftwerk selbst ausreichend Parkmöglichkeiten zur Verfügung.

### Nicht zu unterschätzen: Das Umland

Einen weiteren großen Vorteil Basels offenbart ein Blick in die nähere Umgebung. Denn nicht nur auf dem Stadtgebiet selbst



**li.o.:** Mit der Renovierung der St. Jakobshalle erhielt die ohnehin schon vielsietige Location lichtdurchflutete Eventflächen. Fotos: St. Jakobshalle

**Mi.o.:** Freier Blick auf die entscheidenden Momente: Ob Sport-Event oder Konferenz. Die Lounge bietet den direkten Blick auf das was wichtig ist.

**re.o.:** Die Flexibilität der St. Jakobshalle wird vor allem in den kleineren Hallen deutlich. Die flexiblen Stuhlreihen und Ränge lassen sich auf jede Veranstaltung passgenau arrangieren.

**li.u.:** Das alte Kraftwerk in Basel ist eine jener Locations, die mit authentischem und historischen Industrie-Charme überzeugen ohne dabei an den Annehmlichkeiten der heutigen Zeit zu sparen. Foto: Altes Kraftwerk

gibt es zahlreiche Möglichkeiten, auch das Umland von Basel lässt sich hervorragend in ein Event integrieren. So zum Beispiel in Riehen: Bekannt ist die Stadt mit ihren 20.000 Einwohnern vor allem für die Fondation Beyeler, ein Museum. Ernst und Hildy Beyeler gründeten 1982 die Stiftung Beyeler, die etwa 15 Jahre später zur Eröffnung des Museums führte. Die Sammlung des Museums ist beeindruckend. Nicht umsonst gilt die Fondation Beyeler als eines der beliebtesten Kunstmuseen der Schweiz. Werke von Cézanne, Chagall und Picasso sind ebenso vertreten wie solche von Warhol, Monet oder Pollock. Die Dauerausstellung, die sich den Sammlungswerken widmet, zeigt das Who's who der Kunstszene und wird durch die bereits früh begonnene Unterstützung zeitgenössischer und lokaler Maler abgerundet. Jedoch bietet sich das Museum nicht nur für die Gestaltung des Rahmenprogramms an. Denn die Fondation Beyeler selbst ebenso wie das umliegende riesige Areal inklusive Rasenflächen und Restaurant sind für Events und Veranstaltungen buchbar. Das Restaurant verfügt über zwei Räume mit Kapazitäten für jeweils 40 und 60 Personen, die sich zusätzlich in Kombination miteinander nutzen lassen. Eine weitere Option ist die großzügige Terrasse, die korrespondierend mit den Möglichkeiten im Inneren ebenfalls 100 Sitzplätze offeriert.

### Nur einen kurzen Spaziergang entfernt

In direkter Nachbarschaft zur Fondation Beyeler befindet sich seit über 100 Jahren ein Gasthaus. Ursprünglich als Tramstübli eröffnet, präsentiert sich der heutige Landgasthof Riehen als Hotel mit 20 Zimmern, zwei Restaurants und mehreren Veranstaltungsräumen, wobei sich die beiden Restaurants ebenfalls für Veranstaltungen nutzen lassen. Dadurch können Planer auf insgesamt acht Räume zurückgreifen, die bis auf den Großen Festsaal (380 pax.) in einer Größenordnung von 50 bis 80 Personen rangieren.

### Eher Campus als Hotel oder Konferenzzentrum

In Muttenz – unweit des St. Jakob-Parks – liegt das Coop Tagungszentrum. Einigen wird Coop als Namensgeber für Supermärkte ein Begriff sein, andere denken an Heimwerkerbedarfsgeschäfte oder Restaurants. In Muttenz hat sich das Groß- und Einzelhandelsunternehmen bereits vor 91 Jahren ein eigenes Tagungs- und

Weiterbildungsareal geschaffen. Die ursprüngliche Idee geht auf Bernhard Jäggi zurück. Der damalige Direktionspräsident des Verbands Schweizerischer Konsumvereine – so der Name vor der Umbenennung in Coop – gründete den Vorläufer für das heutige Tagungszentrum. Sein Ziel war es, nicht nur den Mitarbeitern des eigenen Betriebs die Möglichkeit zur fachlichen Aus- und Weiterbildung zu geben, er strebte die ganzheitliche Erziehung des Menschen im Sinne Pestalozzis und der genossenschaftlichen Pioniere von Rochedale an. Dies stand im Mittelpunkt seiner Interessen und gilt bis heute als die Richtlinie der Hausphilosophie, selbst wenn sich natürlich mit der Zeit einiges ge- und verändert hat. So wurden beispielsweise die Kapazitäten über die Jahre immer weiter ausgebaut und das Tagungszentrum generell breiter aufgestellt. Heute bietet das Coop Tagungszentrum ein Komplettangebot für die MICE-Branche und versteht sich nicht nur als reine Location, sondern vielmehr als Ort der Wissensvermittlung. Im Zentrum, und damit als Bindeglied zwischen den verschiedenen Bereichen des Campus fungierend, befindet sich ein großzügig angelegter Park mit verschiedenen Kunstwerken, der einerseits zum Verweilen in den Pausen einlädt und andererseits für die jeweilige Veranstaltung selbst genutzt werden kann. Die flächenmäßig größten Kapazitäten entfallen auf die sogenannte Aula. 200 m<sup>2</sup> säulenfreie Fläche stehen hier hinter den bodentiefen Fenstern mit Blick in den Park zur Verfügung. Der lichtdurchflutete Raum ist je nach Bestuhlungsvariante für bis zu 100 Personen ausgelegt und kann in Kombination mit dem vorgelagerten Foyer

Das Coop Tagungszentrum ist mehr Campus als Konferenzzentrum. Freie Flächen, lichtdurchflutete Räume und eine großzügige Terrasse lassen äußerst individuelle Event-Formate zu. Foto: Coop Tagungszentrum



Heimat der renommierten Künstler dieser Welt und architektonisches Highlight. Die Fondation Beyeler ist weitaus mehr als ein Museum. Davon können insbesondere Planer profitieren. Foto: Mark Niedermann

hervorragend für größere Veranstaltungen bespielt werden.

Der nächstgrößere Raum ist im selben Stil wie die Aula gehalten und bietet ebenfalls großzügige Fensterfronten mit Blick ins Grüne. Lediglich in der Größe variieren die beiden Räume ein wenig. So bietet der große Tagungsraum 130 m<sup>2</sup>, der zum Beispiel bei einem Konzert bis zu 117 Personen fassen kann. Die zusätzlichen zehn Tagungsräume (60 bis 80 m<sup>2</sup>) und zwölf Gruppenräume (30 m<sup>2</sup>) ermöglichen es Planern, Veranstaltungen mit Workshops oder Breakouts zu kombinieren.

Abgesehen von den hervorragenden Konferenzmöglichkeiten punktet der Wissenscampus Coop mit seinem kulinarischen Angebot. Das Restaurant Incontro ist durch separierbare Bereiche sowohl





Zurückgenommene Architektur, Industrial Design, State-of-the-art-Technik, ein ausgewogenes New-Work-Konzept und das engagierte Team von madebyhand sind eine mehr als gelungene Mischung im reformum. Foto: Dirk Wetzel

← auf große als auch kleine Gruppen ausgelegt und kann bei entsprechender Planung als exklusives Venue gemietet werden. Der letzte Baustein im Incontro ist die großzügige Terrasse, die mit Blick in den Garten zum Dinieren einlädt. Das Küchenteam wartet mit der vollen Bandbreite auf: Von Apéro über Buffet bis hin zum Mehr-Gänge-Menü kann alles kredenzt werden. Dabei achtet das Küchenteam außerdem nicht nur auf die Qualität der Produkte, sondern insbesondere auf deren soziale Verträglichkeit. So sind das Fairtrade-Siegel und die Arbeit mit regionalen Produkten – teils in Bio-Qualität – fester Bestandteil der kulinarischen Maxime.

Abgerundet wird das Angebot im Coop Tagungszentrum durch das Campus-eigene Hotel. Insgesamt gibt es 37 Zimmer auf gehobenem Drei-Sterne-Niveau. Viel Holz und natürliche Farben bestimmen das Bild in den Zimmern und verleihen ihnen einen wohnlichen Charakter, sodass sich Gäste auch bei längeren Aufenthalten wohlfühlen.

### Vorteil Dreiländer-Eck: Basel entdecken, in Deutschland meeten

Wer sich in einer Drei-Länder-Region aufhält, kann sich über die Vorteile dessen freuen. Im Fall Basels bedeutet das: Frankreich, Deutschland und die Schweiz

liegen direkt vor der Tür. Warum also nicht die Vorzüge der jeweiligen Region miteinander kombinieren?

Eine solche Option bietet das Reformum in Binzen. Ziemlich nah an der Grenze und verkehrsgünstig im Gewerbegebiet der Baden-Württembergischen Gemeinde gelegen präsentiert sich das Reformum als eine topmoderne Adresse in puncto Work-space und Meetingkultur. So gliedert sich das Gebäude in vier Bereiche auf: work, meet, perform und retreat. Sie sind sozusagen die Säulen des als Campus angelegten Ob- bzw. Projektes – Ausdruck eines neuen ganzheitlichen Bürokonzepts. Auf den Bereich work entfallen die verschiedenen Co-Working-Spaces, in die man sich monatlich oder stundenweise einmieten kann, retreat hingegen soll für den notwendigen Ausgleich während des Arbeitstages sorgen. Von mobilen Massagen über Yoga bis hin zur Rückenschule werden verschiedene Schulungen und Trainings angeboten, die das persönliche Wohlbefinden steigern sollen.

### perform

Für die MICE-Branche interessant wird es bei dem Punkt perform. Denn unter perform versteht man im Reformum den sowohl architektonischen als auch optischen Mittelpunkt des Campus: 280 m<sup>2</sup>

im Erdgeschoss und weitere 160 m<sup>2</sup> im Obergeschoss stehen für Planer bereit. Durch die offene Architektur verfügt die im Tagesbetrieb als Foyer fungierende Fläche über eine Deckenhöhe von acht Metern und lässt viel Raum für Inspiration, Ideen und Events. Dies wird durch das zurückgenommene Design – ein Mix aus Sicht-Beton, Echtholz-Parkett und gedeckten Farben bestimmt das Bild – noch unterstrichen. Hier können Events ohne störende Elemente im wahrsten Sinne des Wortes inszeniert werden.

### meet

Klassisch geht es unter dem Begriff meet weiter. Dahinter „versteckt“ sich ein in sich teilbarer Tagungsraum, der durch seine Flexibilität aber nicht nur für Tagungen und Schulungen geeignet ist, sondern ebenso für interaktive und partizipative Formate. Wie genau die insgesamt 235 m<sup>2</sup> bespielt werden, liegt also ganz in der Hand des jeweiligen Veranstalters. Eine Kombination aus mehreren Veranstaltungsformaten ist ohne Probleme möglich.

Während das Design wieder sehr zurückgenommen ist, wurde in puncto Technik aus dem Vollen geschöpft: Ton, Licht und IT sind nicht nur auf dem neuesten Stand, sondern werden zusätzlich den Ansprüchen an Innovativität und individuelle Inszenierungen gerecht.

Professionelle Unterstützung und entsprechendes Know-how zu den Möglichkeiten gibt es durch die – für sämtliche Räumlichkeiten verantwortliche – Agentur madebyhand. Das Team hilft nicht nur bei der Anmietung des reformum, sondern unterstützt darüber hinaus mit seiner Expertise bei Konzeption, Kreation und Durchführung des Events.

Dem Raum vorgelagert ist das lichtdurchflutete Foyer, das wiederum an weitere Eventflächen grenzt und den Zugang zu fünf Breakout-Räumen ermöglicht. Außerdem sind die Open Spaces im Co-Working-Bereich des reformums nutzbar. Aufgrund des ganzheitlichen Ansatzes auf dem insgesamt 1.500 m<sup>2</sup> großen Campus findet sich auch der kompetente und professionelle Catering-Partner inhouse: EMMA. Das ambitionierte Team kredenzt in der im Erdgeschoss gelegenen Tagesbar regionale, frische Küche und kreiert für Events und Veranstaltungen dem Anlass angepasste Menüs.



# #natureworks

Taktgeber, Diskussionsstoff und  
Triebfeder einer globalen Entwicklung:  
**Das IMEX Fokusthema 2020 und 2021  
ist NATUR.**

Für uns bedeutet Natur  
selbstverständlich Nachhaltigkeit und  
Verantwortung, aber auch Mensch und  
Interaktion, stetige Inspiration und  
Treiber von Innovation.

Lassen Sie uns in diesem Jahr  
gemeinsam unser Fokusthema mit  
Leben füllen und auf der IMEX die  
Weiterentwicklung der Event-Branche  
vorantreiben.

 **FRANKFURT**  
12.-14. MAI, 2020

 **NATUR**

Der Puls der globalen Meeting- und Eventcommunity

**Hier registrieren:**

[de.imex-frankfurt.com/register](https://de.imex-frankfurt.com/register)

## Mitten in Schwabing

**334 Zimmer und Suiten erwarten Gäste im Marriott Hotel München, das verkehrsgünstig in Schwabing, einem der Szeneviertel der bayerischen Metropole, liegt. Damit befindet es sich zusätzlich in unmittelbarer Umgebung zur Allianz Arena, der Heimspielstätte des Rekordmeisters FC Bayern München.**



Hervorragende Lage und große Kapazitäten: das Marriott Hotel München.

Räume als Breakout-Rooms zu einer größeren Veranstaltung im Ballsaal genutzt werden.

Der gesamte Konferenzbereich ist in dezenten Farben gehalten und lässt sich durch entsprechende Panels oder Lichtinstallationen sehr gut im jeweiligen Corporate Design branden. Durch die geschickte Anordnung der einzelnen Räume ist von der exklusiven Nutzung der gesamten Fläche bis hin zu parallel stattfindenden Veranstaltungen alles realisierbar.

Im regulären Betrieb fungiert das Fresh Fields als klassisches

**ALLERDINGS IST AUCH** das Münchner Zentrum nicht weit entfernt. Etwa 7 km trennen das Marriott vom Rathausplatz.

Die Zimmer des Fünf-Sterne-Hauses sind erst im letzten Jahr unter dem Motto „Stay traditionally modern“ vollständig renoviert worden und präsentieren sich heute in einem ansprechenden Mix aus modernen Elementen und solchen mit lokalem Bezug.

So sind beispielsweise die Wände in einem dezenten und modernen Weißton gehalten, während sich in einzelnen Akzenten das für Bayern typische Lodengrün findet oder an ausgesuchten Stellen – wie dem Kopf des Bettes oder der Kofferablage – hochwertige Ledermaterialien das Bild abrunden.

Generell vermitteln die Zimmer nach der Renovierung eine sehr wohnliche Atmosphäre und bieten den optimalen Raum für Entspannung auf einer Geschäftsreise oder nach der Konferenz. Die Zimmer sind je nach Bedarf mit Kingsize-Bed oder zwei Doppelbetten ausgestattet und beginnen bei einer Größe von 22 m<sup>2</sup> in der Kategorie Deluxe. Der meiste Raum steht in der sogenannten Loftsuite mit 66 m<sup>2</sup> zur Verfügung. Zwischen diesen beiden Eckzahlen bewegen sich die Größen der übrigen Zimmer, der Superior Zim-

mer (23–25 m<sup>2</sup>) und der Executive Zimmer (32 m<sup>2</sup>), sowie der Junior Suiten (42 m<sup>2</sup>) – mit oder ohne Terrasse – und der Schwabing Suite mit 58 m<sup>2</sup>.

### Gesamter Konferenzbereich auf einer Ebene

Im Stockwerk oberhalb der lichtdurchfluteten Lobby liegt der hoteleigene Konferenzbereich, der auf fast 900 m<sup>2</sup> verschiedenste Möglichkeiten für Planer eröffnet. Hier finden sich insgesamt zehn Veranstaltungsräume unterschiedlicher Größe, die sowohl in Kombination als auch einzeln hervorragend bespielt werden können. Die größten Kapazitäten entfallen auf den Ballsaal mit seinen 429 m<sup>2</sup>, der Platz für bis zu 520 Personen bietet und sich außerdem noch einmal – in bis zu vier kleinere Einheiten – teilen lässt. Damit wird eine hohe Flexibilität in puncto Raumnutzung gewährleistet.

Für noch mehr Flexibilität sorgen die neun weiteren Räume, die entlang des Foyers platziert sind. Hier reichen die Möglichkeiten vom Creative-Meeting-Space bis zum klassischen Boardroom. Allerdings können bei entsprechendem Bedarf auch alle neun

Frühstücksrestaurant des Marriott. Für Gruppen ergeben sich dadurch noch weitere Möglichkeiten. Schließt das Restaurant nach dem Frühstück seine Türen, können größere Gruppen hier beispielsweise lunchen oder auch dinieren. Ein weiterer Vorteil für Teilnehmer: Über die fast direkt vor der Tür endende Treppe lässt sich der Weg vom Konferenzraum ins Restaurant – eine Etage tiefer – gar nicht verfehlen. Ebenfalls in diesem Teil des Hauses befinden sich das Steakhouse grill93 sowie die Champions Sports Bar mit angeschlossenem Patio – alles selbstverständlich sowohl für Gruppen als auch für Geschäftsreisende gleichermaßen nutzbar. (ag)

Fotos: Marriott International



Die großzügige Treppe verbindet Lobby und Meetingbereich miteinander.



# DORMERO

## „BE DIFFERENT – BE SMART – STAY FANCY“

Ein Hotel, das Sie lieben, vergisst nicht, dass Sie auch geistig stimuliert werden wollen. Innovation ist daher unsere Leidenschaft. Ob kreativer Workshop, inspirierendes Seminar, konventionelle Tagung oder abgedrehte Party, alle Veranstaltungsräume bieten die perfekte Kulisse mit Wow-Faktor.

### MEET FANCY MIT DORMERO

- aktuell 30 Hotels und 13 im Bau
- 202 Veranstaltungsräume (von 8 bis 1.053 m<sup>2</sup>)
- Tagen Sie doch mal anders: königlich im Schlosshotel Reichenschwand, fürstlich im historischen Ballsaal in Dresden, direkt am Strand auf Rügen, in einer TV-Kulisse in Lüneburg, in einem Musical Theater in Stuttgart, oder im höchsten Hotelholzhochhaus in Wien.

### STAY FANCY

- Bleiben Sie in Verbindung: mit kostenfreiem WLAN im gesamten Hotel
- Erholung garantiert: in unseren Fitness- und Wellnessbereichen, selbstverständlich kostenfrei
- Die erfrischend andere SONDERBAR: um Ihren Tag stilvoll ausklingen zu lassen
- Die raffinierten Restaurantkonzepte: kulinarische Highlights von spanischen Tapas, über italienische Klassiker bis hin zu besten Ribs und Steaks



Unsere Conventioneams freuen sich auf Ihre Anfrage und garantieren Ihnen ein erfolgreiches Event.





**MENSCHEN TREFFEN** sich, um voneinander zu lernen, ihre Geschichten zu erzählen oder gemeinsam neue Ideen zu entwickeln. Das ist seit tausenden von Jahren so und wird sich auf absehbare Zeit nicht ändern. Doch die Art und Weise, wie Menschen zusammenkommen, hat sich gründlich gewandelt. Megatrends wie Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Globalisierung prägen unsere Gesellschaft und damit auch die Welt von Veranstaltungen. Doch wie lassen sich diese abstrakten Begriffe in Bezug auf ein Event tatsächlich „auf die Straße“ bringen? Der erste räumlich-verteilte Kongress BOCOM („Borderless Communication“) am 23. April 2020 lotet die Grenzen des derzeit Möglichen aus – denn nur mit praktischer Erprobung und entsprechenden Learnings lassen sich Veranstaltungen in Zukunft auf ein neues Level heben.



### Matthias Schultze

Managing Director GCB German Convention Bureau e.V.

Seit 2010 verantwortet Matthias Schultze beim GCB German Convention Bureau die nationale und internationale Positionierung und Vermarktung Deutschlands als führende Tagungs- und Kongressdestination. Ein besonderer Fokus liegt auf dem Ziel, Tagungen und Events als wichtige Plattformen für den Wissensaustausch fit für die Zukunft zu machen, z.B. durch den Innovationsverbund Future Meeting Space.

Foto: Michael Pasternack

## Prototyping für das Event von morgen

### Die digitale Transformation ist jetzt

Die digitale Transformation beginnt nicht „irgendwann“ – wir sind längst mittendrin. Die Arbeitswelt und die Art, wie wir kommunizieren, zusammenarbeiten und zusammenkommen, hat sich in den letzten Jahren massiv gewandelt. Die Älteren unter uns werden sich erinnern, wie vor noch gar nicht allzu langer Zeit die Zusammenarbeit mit Kolleg\*innen auf einem anderen Kontinent aussah: horrende Telefonrechnungen, wochenlang verzögerte Post, kaum direkte Gespräche. Heute können wir uns mit einem Klick mit unserem Gegenüber am anderen Ende der Welt verbinden und digital gemeinsam an Dokumenten arbeiten. Ein Ende dieses Wandels ist nicht in Sicht, denn „change is the new normal“! Viele kluge Köpfe entwickeln buchstäblich Myriaden neuer Tools und Ideen, die unsere Zusammenarbeit revolutionieren. BOCOM führt eine ganze Reihe dieser neuen Technologien zusammen und lässt Menschen aus ganz unterschiedlichen Bereichen ausprobieren, diskutieren und inspirieren. Ob Augmented und Virtual Reality, Remote Simultaneous Interpreting oder Conversational Interfaces – bei BOCOM sollen die Potenziale eines dezentralen Kongresses gemeinsam erlebt und diskutiert werden können.

### Nachhaltigkeit geht jede\*n an

Neben der Digitalisierung ist Nachhaltigkeit ein weiterer Megatrend, der in alle Lebensbereiche vordringt. Ökologisch, sozial und wirtschaftlich nachhaltig zu handeln betrifft jede\*n von uns im Kleinen, aber auch die Zukunft der Veranstaltungswelt insgesamt. Die Nachhaltigkeit eines Events kann mit der Nutzung von Mehrwegbechern oder der Anreise mit umweltschonenden Verkehrsmitteln beginnen, geht jedoch weit darüber hinaus: Vom Energiebedarf, dem CO<sub>2</sub>-Aufkommen, dem Bedarf an Wasser, Papier oder Arbeitskraft, dem Abfallmanagement oder dem Catering über die Teilnehmerzufriedenheit oder Effekte auf den Wissenstransfer bis hin zu den ökonomischen Aspekte einer Veranstaltung. In der Begleitforschung zu BOCOM werden all diese Aspekte wissenschaftlich analysiert und mit klassischen, rein analogen Veranstaltungsformaten verglichen. Ziel ist es, konkrete Handlungsempfehlungen zu gewinnen, wie die

Nachhaltigkeitsbilanz von Veranstaltungen optimiert werden kann.

### Geliebte Vielfalt

Veranstaltungen dienen schon immer der Völkerverständigung, sie erweitern Horizonte und setzen gesellschaftliche Impulse. Sie können Orte der Vielfalt sein, wo ethnische Herkunft, Alter, Geschlecht, Behinderung, Weltanschauung oder sexuelle Identität keine Rolle spielen. Dafür müssen sich Menschen jedoch wirklich begegnen – wir brauchen den „human touch“. Gleichzeitig stehen Unternehmen, Verbände und andere Akteure jedoch heute vor der großen Herausforderung, effizient und ressourcenschonend zu agieren und die Zusammenarbeit ihrer Mitarbeiter\*innen neu zu denken. Dieses Themenfeld adressiert BOCOM, indem Menschen am 23. April 2020 an dezentralen Konferenz-Orten rund um den Globus persönlich zusammentreffen und gleichzeitig mittels neuer Technologien mit räumlich weit entfernten Konferenzteilnehmer\*innen interagieren. Sprachbarrieren können durch digitale Dolmetscher-Tools minimiert werden. BOCOM will Menschen zusammenbringen, die sich sonst vielleicht nie begegnet wären – weil Barrieren wie Sprache, räumliche Distanz oder fehlende Ressourcen dies verhindert hätten.

### BOCOM auf einen Blick

Der zentrale Conference Hub von BOCOM am 23. April 2020 in Berlin ist mit dezentralen Locations in verschiedenen Metropolen der Welt vernetzt, darunter Washington, Wien oder Amsterdam. Auch die rein virtuelle Teilnahme über einen Live-Stream ist möglich. Inhaltlich dreht sich alles um die Schwerpunktthemen New Work und Kollaboration, Mensch-Maschine-Interaktion sowie Nachhaltigkeit. Weitere Informationen unter [www.bocom.online](http://www.bocom.online). Die Ursprünge von BOCOM gehen übrigens zurück auf das Innovationsnetzwerk "Future Meeting Space", das 2015 vom GCB und dem Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO gegründet wurde. Der räumlich verteilte Kongress wurde dabei als eines der Future Meeting-Szenarien identifiziert. Auf dieser Basis ist die Idee entstanden, gemeinsam mit vielen Partnern ein Testlabor für grenzenlose Kommunikation im digitalen Zeitalter zu realisieren.

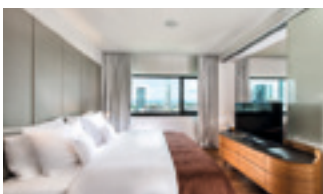
# SCANDIC HOTELS DIE GRÜNEN HOTEL-PIONIERE

Nachhaltigkeit hat in Schweden Tradition und ist nicht erst seit Greta Thunberg ein wichtiges Thema in der Gesellschaft. Kein Wunder, dass auch schwedische Unternehmen vorbildlich in Sachen Umweltschutz sind. Bei Scandic Hotels steht das Thema schon seit 1993 ganz oben auf der Agenda. Und heute überzeugt die Hotelkette mit einem einzigartigen Nachhaltigkeitskonzept, das zur Benchmark der Branche geworden ist.

Eine der ersten nachhaltigen Ideen von Scandic ist mittlerweile zum Standard in fast allen Hotels geworden: „Hang up your towel if you want to use it again.“ Basierend auf dieser **Erfolgsgeschichte** hat die Hotelkette ihr Nachhaltigkeitskonzept in allen Bereichen kontinuierlich weiterentwickelt und ausgebaut – auch beim **Better Meetings** Konzept für Tagungsgäste.

Dazu gehört ein verantwortungsvolles Energiemanagement und ein sorgsamer Umgang mit Ressourcen. **Ökostrom** fließt zu 100% in allen Häusern, Müll wird vom Gästezimmer bis in die Küche konsequent getrennt, Einzelverpackungen am Buffet gemieden, Kosmetika nur in nachfüllbaren Behältern angeboten.

Aber auch Ideen, an die man nicht sofort denken würde: Ein **haus-eigenes, gefiltertes Wasser**, das jedes Jahr nicht nur fast vier Millionen Flaschen spart, sondern auch 160 Tonnen CO<sub>2</sub>. Speisereste, die in RuBIO-Anlagen recycelt werden sowie eine Partnerschaft mit Too Good To Go für noch verwertbares Essen. Sogar die Zimmer der Scandic Hotels sind zu **90% recycelbar**.



Neben diesen nationalen Maßnahmen setzen die einzelnen Häuser auch eigene Ideen um und geben mit diesen der gesamten Kette Impulse. So leben zum Beispiel auf allen Scandic Hotels **Bienen auf dem Dach**. Sie produzieren einen hauseigenen Honig, der dann am **Frühstücksbuffet** angeboten wird. Keine Überraschung, dass letzteres zu **30% aus Bio-Produkten** besteht.

Und auch jetzt ist noch immer nicht Schluss mit der Nachhaltigkeit: Neben den ökologischen Aspekten, hat diese auch **soziale und ökonomische Auswirkungen**. Der Umgang mit den Mitarbeitern ist fair, die Unternehmensführung von Transparenz geprägt. Barrierefreiheit ist eine Selbstverständlichkeit in allen Häusern. Diversität gewünscht. **Denn bei Scandic ist einfach jeder willkommen.**

## NACHHALTIGE IMPULSE IM TAGUNGSBEREICH

Ein verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt sorgt für eine neue Dynamik bei Tagungen. Denn: **Better Meetings** sind nachhaltige Meetings. Mit ökozertifizierten Arbeitsmaterialien, FairTrade und biozertifiziertem Kaffee und Tee, energiereichen, gesunden Snacks, DB Veranstaltungstickets und sogar Emissionsberechnung pro Veranstaltung.

Die Scandic Meeting Advisor entwerfen dafür individuelle Meetingkonzepte.



**where business**  
*meets adventure*



**azerbaijan**

TAKE ANOTHER LOOK

[meetinazerbaijan.com](http://meetinazerbaijan.com)