

01/24 | Mai 2024 | 43. Jahrgang | 8,50 €

# convention INTERNATIONAL

DAS MAGAZIN FÜR VERANSTALTUNGSPLANER



**Kapstadt** | VDVO | Katalonien | Female Leaders  
IMEX | Malta | Tunesien | MeetingsForward

# EINE STADT, DIE VIelfALT LEBT



**NACHHALTIG** prämiert



**HISTORISCH** einzigartig

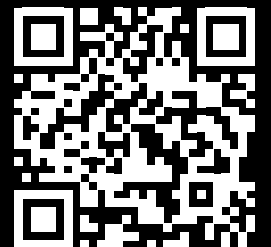


**SPORTLICH** begeistert

- ... für Heidelberger
- ... für nationale und internationale Gäste
- ... für Kongressbesucher
- ... für die Kultur

## EIN HEIDELBERG FÜR ALLE!

Ihr Kontakt zur  
Heidelberger Kultur- und  
Kongressgesellschaft mbH



[www.heidelberg-congress.com](http://www.heidelberg-congress.com)



*Für unsere aktuelle Ausgabe waren wir wieder recht viel unterwegs. Wir begleiteten gleich zwei MICE Trophys: eine nach Kolumbien und eine weitere ins südliche Afrika, genauer gesagt nach Kapstadt. Darüber hinaus konnten wir uns ein weiteres Mal von den Möglichkeiten auf Malta, zweifelsohne eine Vorzeige-MICE-Destination, überzeugen. Der kleine Inselstaat stemmt jährlich die SiGMA-Konferenz mit mehr als 20.000 Teilnehmern. Chapeau! Genau das war auch für uns der Grund, in den Flieger zu steigen und uns auf der iGaming-Messe umzuschauen. Doch nicht nur unsere Reisen in interessante Destinationen sind – wie immer – Thema in unserem Heft. So beschäftigt sich Matthias Schultze in seiner aktuellen Kolumne mit dem Thema KI und den Möglichkeiten in der MICE-Branche. Colja Dams stellt die Frage, wie digital das eigene Event-Marketing ist. Weitere Themen der Branche bespielen wir ebenfalls: Seit einigen Jahren wartet Heidelberg auf die Fertigstellung des neuen Conference Centers. Im April war es nun endlich so weit, das Heidelberg Conference Center feierte seine Eröffnung. Natürlich waren wir vor Ort und haben uns das neue MICE-Juwel der Stadt genauer angeschaut. Und was selbstverständlich nicht fehlen darf: die IMEX! Im Interview mit Carina Bauer, CEO IMEX Group, erfuhren wir mehr über das diesjährige Leitthema und was wir von der IMEX erwarten können. Seien wir gespannt! Wir freuen uns darauf, Sie und euch auf der IMEX zu treffen und genauso freuen wir uns auf viele konstruktive und schöne Gespräche. Bis dahin!*

*Anna-Lena Gras*

**DOLCE**  
HOTELS AND RESORTS®  
BY WYNDHAM  
BAD NAUHEIM

*Tagen. Feiern. Natur. Historie.*

**Ihre Event-Location  
in der  
Rhein-Main-Region**



**Einmaliges Tagungshotel  
mit historischen und  
modernen Räumlichkeiten**

**2.750 m<sup>2</sup>  
Veranstaltungsfläche  
für bis zu 700 Personen  
zzgl. Außenflächen**

**Kreatives Teambuilding  
und abwechslungsreiche  
Rahmenprogramme**



**Kontaktieren Sie uns**

06032 303 682

conference@dolcebadnauheim.com

www.dolcebadnauheim.com

Elvis-Presley-Platz 1  
61231 Bad Nauheim

# Inhalt

Mai 2024



[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)



[@convention.international](https://www.instagram.com/convention.international)



6

Kapstadt ist die Kulisse für die erste MICE Trophy in 2024. Authentische Erlebnisse und hervorragende MICE-Möglichkeiten stehen im Mittelpunkt.

- 6 Kapstadt**  
Die MICE Trophy in der Mother City
- 14 VDVO**  
BEFuture 2024 auf der IMEX: Innovation, Interaktion und Inspiration
- 16 Colja M. Dams**  
VOK DAMS Digitalisierungsindex: Wie digital ist Ihr Event-Marketing?
- 18 Katalonien**  
Von den Pyrenäen an die Costa Brava
- 24 Female Leaders**  
Anita Paic, Leitung B2B Management & Vienna Convention Bureau
- 28 IMEX**  
**28 Interview**  
Carina Bauer, CEO IMEX Group
- 30 Tanja Knecht:** Nachhaltige Eventplanung im Fokus: Die Zukunft der Veranstaltungsbranche ist grün und sozial
- 32 MICE Impact Academy**  
Impact in allen Facetten
- 36 Malta**  
Zwischen Historie und iGaming, betting & sport

Bei den Female Leaders stand uns dieses Mal Anita Paic, Leitung B2B Management & Vienna Convention Bureau, Rede und Antwort.



24



36

Malta kann so ziemlich alles. Das zeigte sich auch zur SIGMA Konferenz im November. Foto: Mitch Camilleri



50

Das Congress Center Heidelberg ist offiziell eröffnet. Foto: Hans Rodewald CreativK.de



44

Warum Emotionen wichtig für die MICE-Branche sind. Foto: Kahn Events

39 **Impressum**

40 **Hotels**

Posthotel Achenkirch

42 **Interview**

Navigieren durch Event-Stürme:  
Das muss das Boot abkönnen

44 **Branche**

Emotionen sorgen für tiefere Kundenbindung und eine langfristige Wirkung von Events

46 **Tunesien**

Mit neuem Schwung in den MICE-Wettbewerb

50 **Heidelberg Congress Center**

Ein Juwel in rotem Sandstein

53 **MeetingsForward**

KI und die Zukunft von Business Events



53

„MeetingsForward“:  
Die Kolumne von Matthias Schultze,  
Managing Director des GCB German  
Convention Bureau e.V.

# MICE Trophy Kapstadt: Zurück nach Südafrika |

von Anna-Lena Gras



**Im Februar ging es mit der MICE Trophy bereits zum zweiten Mal nach Südafrika. Bei dieser Reise stand jedoch Kapstadt im Fokus. Die Ethiopian Airlines (ET) brachte uns von Frankfurt via Addis Abeba in die Mother City. Generell ist die ET mit dem Weg über Addis Abeba eine gute Option für alle Ziele in Afrika. Die Stopps in Addis sind gut getimed und der Bole International Airport präsentiert sich seit der Erweiterung um das Terminal 2 im Jahr 2003 als moderner Flughafen mit einer Kapazität von bis zu 7 Millionen Fluggästen jährlich.**



**DURCH DIE LAGE** Südafrikas auf dem Globus ergibt sich auch direkt eines der besten Argumente für eine MICE-Reise, startend in der DACH-Region. Denn maximal eine Stunde Zeitverschiebung besteht zwischen dem etwa 10.000 km entfernten Land und Deutschland, Österreich und der Schweiz. Bei einem Nachtflug verliert man so beispielsweise auch keine Zeit für die Anreise. So kann es je nach gewählter Flugverbindung direkt am Morgen mit dem Programm in Südafrika losgehen.

Für diese Ausgabe der MICE Trophy machten wir uns mit 15 MICE-Planern und fünf Partnern, darunter Vertreter des Namibia Tourism Board, der IMEX, Pro-Colombia, Center Parcs und Aviareps, auf den Weg.

In Kapstadt angekommen, bestiegen wir nach der unkomplizierten Einreise den Bus und wurden von Mirjam Maier und Kerstin Bahn Müller von Amazing Africa, unserer DMC vor Ort, in Empfang genommen. Amazing Africa ist einer der besten Partner für alle Programme im südlichen Afrika. Das Team deckt fast alle Destinationen der Region ab, darunter auch Madagaskar, Ruanda, Malawi oder Botswana, um nur einige zu nennen. Aber auch für Mauritius und die Seychellen ist Amazing Africa der richtige Ansprechpartner.

### Etwas außerhalb

Vom Flughafen kommend begaben wir uns zunächst ins Arabella Hotel, Golf & Spa. Das Fünf-Sterne-Haus liegt etwas außerhalb und gehört zur Gruppe der Southern Sun Hotels, übrigens unserem exklusiven Hotelpartner in und um Kap-

stadt herum. Nach der Ankunft stand erst einmal die obligatorische Site-Inspection auf dem Plan, bevor wir unsere Zimmer – jeweils eines der insgesamt 145 Zimmer und Suiten des Hauses – bezogen. Modern und lichtdurchflutet präsentieren sich alle Zimmer, überzeugen aber gleichzeitig mit dem typisch südafrikanischen Stil und einem Ausblick auf den Golfplatz und die umliegende Landschaft.

Für Veranstaltungen entfallen die größten Kapazitäten auf das Kogelberg Centre mit seinen 453 m<sup>2</sup>. Der mit bodentiefen Fenstern versehene Saal lässt sich bis zu drei Mal teilen und bietet so eine große Flexibilität. Hinzu kommen die Räumlichkeiten im Business Centre. Die insgesamt fünf Boardrooms eignen sich für Meetings zwischen sechs und 18 Personen. Abgerundet wird das Raumangebot um das Orca Conference Centre, das sich im Gegensatz zu den anderen Räumen nicht direkt im Hotel, sondern unmittelbar daneben befindet und über einen separaten Eingang zugänglich ist.

Nach einer kurzen Pause trafen wir uns – zu dem in Südafrika zum guten Ton gehörenden Sundowner – in der Bar im Lobby-Bereich des Arabella. Durch die Bauweise der Lobby mit ihren umlaufend bodentiefen Fenstern ist das südafrikanische Naturschauspiel von nahezu allen Bereichen aus zu sehen, nicht nur von der Bar aus.

Beim anschließenden Dinner im Hotelrestaurant hatten wir dann die Möglichkeit, uns über die ersten Erlebnisse vor Ort auszutauschen und den Abend entspannt ausklingen zu lassen.

### The Challenge is on!

Am nächsten Morgen stand nach dem Checkout das Challenge-Briefing an. Ort für die MICE Trophy Challenge war das nahe gelegene Elgin Valley. Es ist bekannt für seine hervorragende Küche, gute Weine und die sanfte Landschaft.

Bevor es jedoch in Richtung des Elgin Valley ging, teilten wir uns erst einmal in die Teams auf. Den jeweiligen Teamlead übernahmen die Destinationsvertreter Marc Claydon (Namibia), Jewgeni Patrouchev (Kolumbien), Ibo Degirmenci (Center Parcs) sowie Kerstin Bahn Müller und Mirjam Meier von Amazing Africa. Organisiert wurde die Amazing Race von Canyon Bugler von Tri Active.

Nach dem ausführlichen Briefing bestiegen wir also unsere Jeeps und starteten alle in verschiedene Richtungen, um die uns übertragenen Aufgaben zu lösen, die gestellten Fragen zu beantworten und unsere Challenges zu absolvieren. Auf diese Art und Weise hatten wir die Chance, nahezu die ganze Region kennenzulernen. Zwar durften wir selbst nicht hinter Steuer, aber wir durften bzw. mussten die jeweils nächsten Ziele anhand der Aufgaben selbst herausfinden. Zur Sicherheit wissen die Fahrer zwar immer, wo es eigentlich hingehen soll, aber Hilfestellun-

---

**re.o.:** Weitläufig und ansprechend präsentiert sich das Arabella Golf & Spa ein Stück außerhalb Kapstadts. Foto: Amazing Africa

---

**li.:** Kapstadt bietet für die MICE-Branche nahezu unendliche Möglichkeiten. Foto: Armando Arnold. Petersen/shutterstock.com

---



Rahmen der Challenge. So mussten wir die verschiedenen Gin-Sorten erschmecken und zuordnen. Der L-Gin überzeugt nicht nur mit seinem cleveren Wortspiel zum Elgin Valley im Namen, sondern auch mit seinem Geschmack. Eine charmante Art, lokale Anbieter in den Fokus zu stellen.

Mit viel Flair überzeugte auch eine weitere Station: Everson's. Umgeben von unzähligen Apfelbäumen zeigt sich das Gebäude, in dem der Everson's Apple Cider nicht nur hergestellt wird, sondern auch direkt verköstigt werden kann. Und genau das taten wir, nachdem wir unsere Aufgabe gelöst hatten: Apfelbäume zählen. Gar nicht so einfach, da die Bäume in unterschiedlich langen Reihen gepflanzt sind und sich auf einem wirklich riesigen Grundstück verteilen. Insgesamt vier verschiedene Geschmacksrichtungen standen auf der langen Theke der Bar zur Verköstigung für uns bereit. Und nebenbei lernten wir einerseits mehr über die Herstellung von Cider und warum Everson's anders ist als die meisten Cider-Hersteller, andererseits konnten wir uns vor Ort davon überzeugen, dass sowohl die Bar als auch die Terrasse ein Stockwerk über uns hervorragend für Events bespielt werden können. Steigt man die Stufen zur Terrasse empor, eröffnet sich ein großartiger Ausblick, der begeistert. Fast endlos wirkt das Elgin Tal von hier aus. In jedem Fall eine Adresse, die man sich merken sollte.

Generell lassen sich natürlich ganz individuelle Stationen für das Amazing Race planen. Ähnlich individuell können die Aufgaben gestaltet werden. Neben den bereits erwähnten mussten wir beispielsweise Äpfel zu einem Turm stapeln, der dann 30 Sekunden stehen bleiben musste, oder aber in einem absolut charmanten Buchladen ein Buch finden und einzelne Sätze aus diesem Buch zusammenführen. Auf einem familiengeführten Weingut durften wir zudem den hervorragenden südafrikanischen Wein verköstigen, während es galt, ein Puzzle zusammenzusetzen. Alle diese Challenges stellen sich als

→ gen gab es für uns – bis auf den Chauffeur-Service selbst – tatsächlich nicht.

Eines der Ziele war beispielsweise der Elgin Railway Market. In einem ehemaligen Lagerhaus für Äpfel entstand hier eine spannende Steampunk-Art-déco-Markthalle mit verschiedenen Food-Outlets und Darbietungen von Kunsthandwerk. Ein bisschen wird man an einen Food-Court

erinnert, aber mit deutlich mehr Charme: lange Holztische in der Mitte und ringsherum die unterschiedlichen Händler mit lokalen Produkten und Speisen. Für uns bot der Railway Market, der am Wochenende übrigens per Dampfzug besucht werden kann, unter anderem die Möglichkeit, einen lokalen Gin zu verköstigen. Natürlich nicht ohne die passende Aufgabe im

**li.:** Das Amazing Race ist eine kurzweilige Möglichkeit, die Gegend in und um das Elgin Valley kennenzulernen sowie lokale Produkte und Anbieter zu entdecken. Jedes Team kann an verschiedenen Stationen entsprechende Aufgaben erledigen. Fotos: Amazing Africa





# Dieses Blatt landet nicht ohne Grund in deinen Händen

Wenn es sich nicht um eine wichtige  
Nachricht für dich handeln würde.

Egal, in welchem  
Bereich der globalen  
Meeting-, Incentive - und  
Eventbranche du arbeitest  
- die IMEX Frankfurt 2024  
wird dir und deinem  
Unternehmen gut tun.

**Das ist sicher.**

Los  
geht's

**IMEX**  
FRANKFURT 14.-16. MAI 2024

➔ **Registriere dich jetzt unter [imex-frankfurt.com](https://imex-frankfurt.com)**



→ großartige Möglichkeiten für Teambuilding dar und lassen sich aufgrund der Beschaffenheit der einzelnen Stationen auch hervorragend mit großen Gruppen realisieren.

Den Abschluss fand das Amazing Race im Restaurant Clüver, wo sich die Teams letztlich nach Erledigung aller Aufgaben zum Lunch trafen. Umgeben von den familieneigenen Weinbergen, wirkt das Restaurant Clüver wie ein Kleinod inmitten der Weinlandschaft. Ob im Restaurant oder auf der Terrasse diniert werden soll, bleibt jedem selbst überlassen. Beide Bereiche sind ausgesprochen gemütlich und laden zum Verweilen ein – was wir tatsächlich auch länger als geplant tun mussten, da der Pass zurück nach Kapstadt kurzfristig gesperrt worden war. Bereits seit Ende des 19. Jahrhunderts ist der Betrieb vor Ort ansässig und in Familienbesitz. Durch diese lange Geschichte ist der lokale Bezug absolut verständlich und sinnvoll. Kombiniert mit Weinen von den eigenen Reben werden hier kulinarische

Erlebnisse kreiert, die man nicht verpassen sollte.

Nach der Wiederöffnung des Passes bestiegen wir dann wieder unsere Jeeps und starteten Richtung Kapstadt.

### Southern Sun die zweite

Zurück in Kapstadt, nimmt uns der Southern-Sun-Doppelpack in der Nähe der V&A Waterfront und des Cape Town International Conference Centre (CTICC) in Empfang. Das Southern Waterfront und das Southern Sun The Cullinan liegen direkt nebeneinander und sollten im Laufe unserer Zeit in Kapstadt noch beide zu unserem Home-away-from-home werden.

Doch wir begannen mit dem Waterfront. Mit 537 Zimmern und Suiten bietet das Fünf-Sterne-Haus viel Platz, auch für große Gruppen. Zwar verfügt das Waterfront selbst nur über Räumlichkeiten zwischen acht und 60 Teilnehmern, durch die Nähe zum CTICC aber nicht schlimm und auch nicht verwunderlich. Schließlich finden Planer hier buchstäblich jede

Raumgröße für jeden Zweck und jede Art der Veranstaltung.

Alle Zimmer sind hell und modern eingerichtet und bieten je nach Stockwerk einen besonderen Blick über Kapstadt. Teilweise sogar bis zum ikonischen Fußballstadion, das heute als DHL Stadium bekannt ist.

Nach einer kurzen Pause trafen wir uns wieder in der Lobby, um uns auf den Weg zum Dinner zu machen. Dieses wurde für uns am Pool des Cullinan serviert. An einer langen Tafel nahmen wir Platz, um moderne südafrikanische Küche zu genießen.

### Die Region um Kapstadt aus einer anderen Perspektive entdecken

Der nächste Morgen begann für uns relativ früh. Einerseits stand bereits der Checkout an, andererseits hatten wir ein kleines Highlight vor uns. Schon beim Verlassen der Lobby warteten historische Motorräder und Sidecars auf uns, die uns zu einigen der schönsten Plätze entlang der Küste bringen sollten. Auch dies ein wirklich tolles Erlebnis, das aufgrund der Vielzahl der Vehikel, die zur Verfügung stehen, auch für große Gruppen realisierbar ist. Wir nahmen entweder auf dem Sozius oder im Sidecar Platz und brausten los. Zuerst ging es nach Maidens Cove. Der beliebte Aussichtspunkt liegt im mondänen Camps Bay und sollte ausnahmslos auf jeder Agenda stehen. Denn die Kombination aus dem besonderen Licht, für das Kapstadt bekannt ist, und den Felsen, dem Strand und dem Meer macht diesen Ort schon fast ein bisschen magisch.

Nach einem kurzen Stopp ging es für uns weiter in Richtung Chapman's Peak Drive. Die neun Kilometer lange Küstenstraße bietet wirklich wunderschöne Ausblicke und schlängelt sich in 114 Kurven von Hout Bay nach Nordhoek. Diese Fahrt sollte man sich nicht entgehen lassen, auch wenn die Straße an sich mautpflichtig ist. Zielpunkt war für uns der nicht weniger bekannte Boulders Beach. Warum er das ist? Hier leben die berühmten

---

**h.o.:** Dass es nicht immer Pkw oder Bus sein muss, kann man im Rahmen einer Sidecar-Tour erleben. Und die Fahrt zum Chapman's Peak, die ohnehin schon beeindruckend ist, wird so zum anderen Erlebnis. Das erfuhren auch die MICE-Trophy-Teilnehmer.  
Fotos: Amazing Africa

---

afrikanischen Brillenpinguine. Um diese hautnah zu erleben, stiegen wir also von unseren Bikes ab und machten uns zu Fuß auf die letzten Meter. Die possierlichen Tierchen leben in Kolonien an den Stränden und sind fester Bestandteil der touristischen Highlights rund um Kapstadt.

### Ein etwas anderes Konzept bei Southern Sun

Von den Pinguinen ging es für uns auf direktem Weg zurück nach Kapstadt, genauer gesagt ins SunSquare Cape Town City Bowl. Das moderne Stadthotel richtet sich an die jüngere Generation, die Kapstadt erleben möchte. Daher ist das Interieur an moderne Design-Standards angepasst und wirkt eher clean, aber trotzdem gemütlich.

Für Konferenzen gibt es im hoteleigenen Konferenzzentrum fünf Räume, die Veranstaltungen für bis zu 140 Teilnehmer erlauben. Korrespondierend damit verfügt das Haus über 202 Zimmer und Suiten, die allesamt faszinierende Ausblicke auf die Highlights Kapstadts bieten – einige sogar mit direktem Blick auf den Tafelberg. Nach einer kleinen Tour durch das Haus nahmen wir den Aufzug direkt hoch auf den 14. Stock. Dort befindet sich die 14StoriesRooftop Bar. Auf der umlaufenden Terrasse können Gäste bei Snacks und Signature Cocktails den Ausblick genießen. Für uns, das gilt entsprechend für andere Planer, lässt sich die Terrasse mit Bar auch anders nutzen: Insbesondere Cocktail-Empfänge und Get-together sind hier oben genau richtig.

### Ein Muss: der Tafelberg

Es steht wohl außer Frage, dass der Tafelberg das ikonische Symbol für Kapstadt ist. Daher sollte ein Ausflug auf den mystischen Berg unbedingt eingeplant werden. Der einfachste Weg, den Berg zu erklimmen, ist zweifelsohne die Seilbahn. Um nicht endlos in der Schlange zu stehen, können sowohl Gruppen als auch einzelne Personen einen Schnellzugang kaufen. Dadurch kann nicht nur die Schlange umgangen, sondern auch die Gondel mit der gesamten Gruppe bestiegen werden. Eine Besonderheit der Gondel ist übrigens, dass sie sich während der Fahrt dreht. So sind die spektakulären Ausblicke auf Kapstadt für jeden Fahrgast gesichert.

Oben angekommen, erwartete uns eine kleine Überraschung. Denn wir wurden von einer Gruppe Tänzer und Sän-



Die Brillenpinguine am Boulder Beach sind ein beliebtes Ausflugsziel in der Nähe von Kapstadt.

ger in Empfang genommen, die uns mit typischen Klängen begleiteten und ihre Tanzkünste präsentierten. Nicht nur wir kamen in den Genuss der Vorstellung, da auch alle anderen Besucher auf dem Gipfel an der Darbietung teilhaben konnten. Nach einem Rundgang über die Aussichtsplattform stand für uns der Partner-Workshop auf dem Plan. Neben den Partnern Kolumbien, Center Parcs, Namibia und Amazing Africa hatten wir zudem das Glück, eine Vertreterin des ortsansässigen Convention Bureaus – kurz Wesgro – kennenzulernen, die uns noch einmal die verschiedenen Möglichkeiten rund um Kapstadt vorstellte.

### Mit dem Helikopter zum Dinner

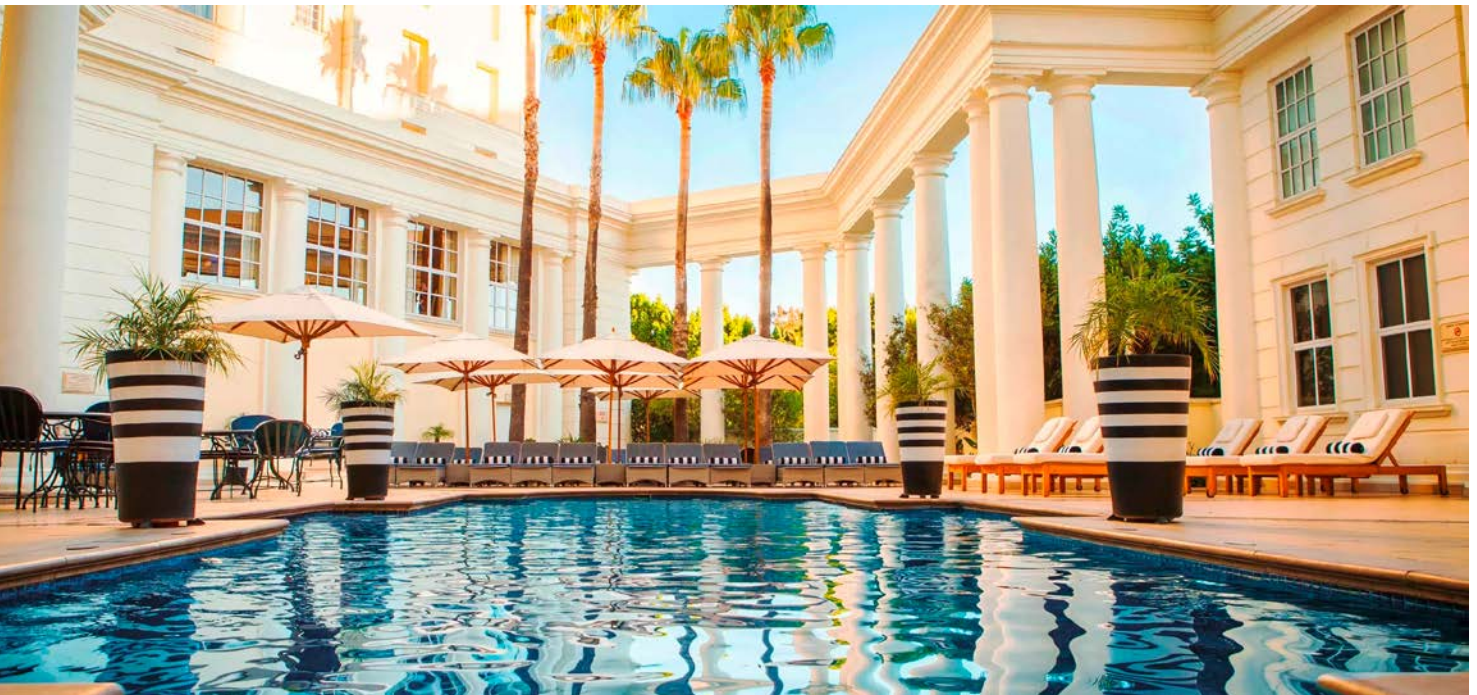
Am Abend sollte noch ein weiteres Highlight auf uns warten. Nicht nur das Dinner selbst – ein klassisches Braai –, bereits der Weg dorthin war etwas Besonderes. Das 12 Apostles Hotel ist eine der Top-Adressen in Kapstadt; es verfügt über einen Helikopter-Landeplatz und ist damit mehr als gut – auch im Rahmen einer sehr individuellen Planung – erreichbar. Es bietet sich geradezu an, mit einem der dortigen Anbieter von der Waterfront mit dem Helikopter anzureisen – und damit ein erstes Erlebnis zu schaffen. Der etwa 10-minütige Flug gibt noch einmal ganz andere Ansichten auf Kapstadt frei; gerade zum Sonnenuntergang bietet sich eine tolle Möglichkeit, mit diesem Flug zu begeistern. Durch die kurze Flugzeit ist es außerdem auch möglich, personenstarke Gruppen hin und her zu shutteln.

Das 12 Apostles liegt am Anfang des Chapmans Peak Drive und ist daher auch nicht nur per Helikopter erreichbar. Das Boutique Hotel verfügt über insgesamt 70 Zimmer und Suiten sowie zwei Restaurants und eine Bar. Wir allerdings waren in keiner dieser Locations untergebracht: Auf uns wartete das eigens für das Braai erbaute weitere Restaurant mitten im Garten des 12 Apostles. Ein Braai ist übrigens typisch für die südafrikanischen Staaten und ist im Grunde genommen eine afrikanische Variante des Grillens. In dem für bis zu 32 Personen ausgelegten Restaurant genossen wir also sowohl die gegrillten Speisen als auch den Ausblick auf den namensgebenden Berg des Hauses und den Ozean.

Zurück zu unserem Hotel – für die nächsten zwei Nächte übrigens –, dem Cullinan, ging es dann wieder mit dem Bus und nicht per Helikopter.

### Fast schon royales Ambiente

Schon von außen zeigt das Southern Sun The Cullinan, welchen Anspruch es verkörpert. Meterhohe Säulen rahmen den Eingang und die fast ebenso hohen Sprossenfenster und Türen unterstreichen diesen mondänen Eindruck. Ähnlich geht es auch im Inneren zu: Eine enorme Deckenhöhe und Marmorsäulen bestimmen das Bild, abgerundet durch stilvolle Möbel und Accessoires. Die Lobby ist der



→ zentrale Punkt des Hauses; von hier aus gelangt man in alle anderen Bereiche des Hotels. Auch die insgesamt 394 Zimmer und Suiten sind über mehrere Aufzüge von der Lobby aus erreichbar. Passend zum eher traditionellen Interieur-Design im ganzen Haus präsentieren sich ebenso die Zimmer, die selbst in der kleinsten Kategorie mit ausreichend Platz punkten.

Auch das Cullinan bietet interne Konferenzmöglichkeiten, genauer gesagt neun flexible Räume und Eventspaces, die mit bis zu 155 Personen bespielt werden können.

### Die andere Seite

Der nächste Morgen stand für uns unter einem etwas anderen Zeichen. Denn wir statteten der HOPE Foundation einen Besuch ab. HOPE Cape Town ist eine Stiftung, die es sich zum Ziel gesetzt hat, die Lebensqualität von Kindern, Jugendlichen und Familien, die mit HIV infiziert sind und sich mit sozialen Herausforderungen und den damit verbundenen Schwierigkeiten konfrontiert sehen, zu verbessern. Dies geschieht im eigens errichteten Zentrum: Hier können alle Menschen aus dem umliegenden Township

Hilfe erhalten und sich zeitgleich bilden und weiterbilden.

Wir wurden von Pfarrer Stefan Hippeler in Empfang genommen. Bereits seit 1999 arbeitet er an unterstützenden Maßnahmen für die Betreuung HIV-positiver Kinder. Er erzählte uns eindrücklich, mit welchen Problemen und Widrigkeiten sowohl seine Mitarbeiter als auch Menschen, die HOPE besuchen, zu kämpfen haben. Der Campus bildet eine wichtige Anlaufstelle und bietet Sicherheit für alle, die hier lernen wollen. Unterstützt wird das gemeinnützige Projekt durch private Spenden. Für uns war es ein wirklich guter Kontrast zu den anderen Dingen, die wir auf der Reise erleben durften. Nicht immer ist die Welt bunt, und genau aus diesem Grund ist es wichtig, derartige Projekte in die jeweiligen Programme einzubauen. Denn die Probleme sind schlicht und ergreifend vorhanden. Warum also nicht darauf aufmerksam machen und so vielleicht etwas mehr Hilfe generieren?



o.: Das Southern Sun The Cullinan ist eine der Top-Adressen in Kapstadt. Die Mischung aus gediegenem Ambiente und hervorragendem Service macht die Grande Dame von Kapstadt aus. Fotos: Southern Sun Hotels

u.: Ein Picknick in den Gärten von Boschendal können wir nur empfehlen. Entspannter lässt sich beispielsweise eine Mittagspause kaum gestalten. Foto: Amazing Africa

## Zurück zum Thema Wein

Für den restlichen Tag stand ein etwas vergnüglicheres Programm auf dem Plan. Wir steuerten das Boschendal Wine Estate an. Zunächst wartete eine Weinprobe auf uns, die uns die Weine des renommierten Weinguts näherbrachte. Zu jedem Wein hörten wir eine kleine Geschichte, während wir im Anschluss degustierten. Doch mit der Weinprobe sollte es das noch nicht gewesen sein.

Denn hinter dem Boschendal Rhone Estate, einem für Veranstaltungen beispielbaren und separaten Gebäude, versteckt sich auf diesem Anwesen ein großer Garten, der geradezu für Veranstaltungen prädestiniert ist. Sei es für den lockeren Cocktail-Empfang, das Barbecue oder ein ungezwungenes Picknick – zu dem wir geladen wurden. Absolutes Highlight neben der hervorragenden Stimmung und Inszenierung: unser kleines Privat-Konzert. Wir hatten das Glück, dass der Sänger von Watershed höchstpersönlich auf seiner Gitarre für uns spielte. Bekannt wurde die südafrikanische Band weltweit

im Jahre 2002. Wohl fast jedem ist der Titel *Indigo Girl* ein Begriff. Und natürlich fehlte auch dieser nicht im musikalischen Repertoire an diesem Tag.

Im Anschluss sollten wir noch ein weiteres Weingut besuchen: Zorgvliet. Ein ebenfalls sehr schönes Weingut, das sich für Tastings oder auch andere Veranstaltungen anbietet. Hier finden sich allerdings – auf dem großen Areal – auch Unterkunftsoptionen. So könnten kleine Gruppen auch vor Ort übernachten.

Im Anschluss an unseren Exkurs durch die Weine des Zorgvliet Wine Estates machten wir uns auf den Rückweg nach Kapstadt.

Dort hatten wir dann am Abend die Möglichkeit, eine Option für authentisches Catering in Kapstadt mit Kaapse Geschichte rund um Kapstadt zu erleben. Ein entspannter letzter Abend für uns in Kapstadt.

## Der frühe Vogel

Der nächste Morgen brach für fast alle Teilnehmer und Partner recht früh an.

Denn es gab die Möglichkeit, den Lions Head zu besteigen. Eine recht anstrengende Wanderung, die nur mit Guides unternommen werden sollte. Für das frühe Aufstehen wurden wir allerdings mit unfassbar schönen Ausblicken über Kapstadt belohnt.

Nach einer kurzen Pause zum Frischmachen und/oder Frühstückens ging es dann für die ganze Gruppe an die V&A Waterfront, wo schon unser Boot auf uns wartete. Auf einer exklusiven Fahrt entlang der Küste konnten wir noch einmal neue Eindrücke von Kapstadt erhaschen. Diese Ausfahrten sind natürlich in puncto Zeitrahmen und Personenanzahl individuell planbar, sollten aber in keinem Programm fehlen.

Nach der Tour stand noch ein letzter Lunch auf dem Programm, bevor es in Richtung Flughafen ging. Der Rückflug erfolgte wieder mit Ethiopian Airlines. Doch dieses Mal stiegen wir in Addis Abeba nicht direkt wieder in den Flieger. Denn es stand ein Stop-Over-Programm in Äthiopien an.

# Ein Stop-over in Addis

**WER MIT ETHIOPIAN AIRLINES** unterwegs ist, wird in jedem Fall am Bole International Airport umsteigen müssen. Wenn man sich allerdings schon einmal aus dem Flugzeug bewegt, bietet es sich an, direkt etwas länger vor Ort zu bleiben und sich die Hauptstadt Äthiopiens genauer anzusehen. Ein direkter Partner der Airline ist der eigene Anbieter ET Holidays, der über Hotels im und am Flughafen verfügt. Für die Einreise nach Äthiopien ist übrigens ein Visum erforderlich, das Dank der Visa-On-Arrival-Option relativ unproblematisch zu erhalten ist.

Auch wir entschieden uns für einen kurzen Stop-Over von etwas weniger als 24 Stunden. Daher ging es nach der Einreise für uns in das außerhalb des Flughafengeländes gelegene Skylight Hotel. Für Transit-Gäste gibt es nämlich auch eines unmittelbar im Flughafen. Das Fünf-Sterne-Haus überzeugt auf ganzer Linie und bietet mit seinen 1024 Zimmern und Suiten genügend Platz für jede Gruppengröße.

Am nächsten Morgen hatten wir dann die Möglichkeit ein kleines Incentive-Programm in Addis zu erleben. Von einer



Kaffee-Zeremonie über typisches Essen bis hin zur landestypischen Gastlichkeit konnten wir alles noch einmal im Zeitraffer selbst erleben, bis es schließlich nach

einem Dinner im Hotel zurück zum Flughafen und damit zurück nach Frankfurt ging. (ag)

Foto: Eric Isselee / shutterstock.com

Verband der Veranstaltungsorganisatoren e.V.

# BEFuture 2024 auf der IMEX: Innovation, Interaktion und Inspiration

**Das BEFuture-Projekt eröffnet auf der IMEX 2024 in Frankfurt neue Perspektiven für Eventplaner und Dienstleister der Veranstaltungswirtschaft. Ziel ist es, die Branche mit wegweisenden Werkzeugen und Ressourcen zu bereichern und auf die Herausforderungen der Zukunft vorzubereiten.**

**IM FOKUS DES** Projektes steht die Darstellung der Veranstaltungswirtschaft und seiner Keyplayer, die Identifikation und Präsentation von neuen Ideen, Best Practices und zukünftigen Geschäftsmodellen sowie die Entwicklung eines innovativen Talentförderungsprogramms. Darüber hinaus können in Deutschland bis zu 15 innovative Geschäftsmodelle und Ideen mit bis zu 30.000 Euro gefördert werden. Damit positioniert sich BEFuture als Accelerator für Wachstum und Innovation.

## Die BEFuture-Initiative: Ein neues Kapitel für die Eventwelt

Mit einer Förderung von insgesamt 4 Millionen Euro durch die Europäische Union setzt das BEFuture-Projekt damit neue Maßstäbe in der Veranstaltungswirtschaft. Ziel ist es, durch innovative und nachhaltige Ansätze die ökologischen, ökonomischen und sozialen Auswirkungen von Veranstaltungen zu verbessern und die Veranstaltungswirtschaft auf europäischer Ebene zu stärken.

## Projektpartner – ein Netzwerk, das inspiriert

Die Zusammenarbeit mit renommierten Organisationen und Institutionen verleiht dem BEFuture-Projekt eine beeindruckende Fachkompetenz:

### Destination-Management-Organisationen:

- Catalan Tourist Board
- Catalunya Convention Bureau
- Visit Flanders Convention Bureau

### Unterstützungsorganisationen für Unternehmen:

- B.Link Barcelona Strategic Projects
- Linkeus (Provence Alpes Côte d'Azur CVB)

### Universitäten und Ausbildungseinrichtungen:

- NHL Stenden University of Applied Sciences (EFTI)
- University Milano Bicocca

### Kommunikationsagentur:

- Tipik Communication Agency



## BEFuture goes IMEX 2024!

Die BEFuture Sessions, die in der Impact Zone in Halle 9 der IMEX stattfinden, bieten die Gelegenheit, Teil des BEFuture-Projekts zu werden. Die Sessions zielen darauf ab, die Zukunftsfähigkeit eines jeden Einzelnen zu stärken und Einblicke ins Projekt zu geben:

### Dienstag, 14. Mai – „Futurise: Mastering Tomorrow's Uncertainties“ (13:00 - 14:00 Uhr)

Unter der Leitung von Gemmeke de Jongh, Visit Flanders Convention Bureau, diskutieren Experten wie Angeles Moreno von AIM Group, Jelle Demanet von Howest, Marta Gomes von ICCA und Marta Rojas von B.Link Barcelona Strategic Projects über die Anpassung der Geschäftsmodelle an zukünftige Herausforderungen. Diese Session bietet Einblicke in die Zukunft der Eventbranche und zeigt auf, wie führende Köpfe diese Herausforderungen angehen und innovative Lösungsansätze entwickeln.

### Mittwoch, 15. Mai – „Unleashed 2035: Sparking Innovation in Business Events“ (14:00 - 15:00 Uhr)

Moderation: Frans Scheepens, Leiter des Creative Think Tank Brainfuel, und Doreen Biskup, stellvertretende Vorsitzende des VDVO. Diese interaktive Session fördert die Entwicklung von innovativen Konzepten durch Teilnehmer aus verschiedenen Organisationen, die sich den Herausforderungen und Chancen der

Zukunft stellen. Die Diskussion wird sich darauf konzentrieren, wie die Veranstaltungsbranche durch Innovation weiterentwickelt werden kann.

### Donnerstag, 16. Mai – „Innovate & Accelerate: Best Practice Pitch & Deep Dive“ (12:00 - 14:00 Uhr)

Moderation: Amber Herrewijn von der NHL Stenden University of Applied Sciences (EFTI) und Francesco Bianchi von der University Milano Bicocca. Diese Session zeigt Best Practice Cases in interaktiven Pitches, die im Anschluss in den Deep Dives diskutiert werden können.

Anmeldungen zur Imex sind unter <https://imex-frankfurt.com> möglich.

## Warum BEFuture?

BEFuture ist mehr als nur ein Projekt; es verkörpert eine Vision, die darauf abzielt, Europa als globalen Maßstab für Innovation, Technologie und Nachhaltigkeit im Bereich der Eventorganisation zu positionieren. Mit der Unterstützung von über 80 innovativen Projekten, die jeweils mit Budgets zwischen 20.000 und 30.000 Euro gefördert werden, spielt BEFuture eine entscheidende Rolle dabei, neue Standards zu setzen und die Veranstaltungswirtschaft grundlegend zu transformieren.

## Der VDVO & BEFuture

Als aktiver Partner in diesem Projekt bringt der VDVO seine Expertise und sein Netzwerk ein, um die Ziele von BEFuture zu unterstützen und voranzutreiben. Als einer der führenden Branchenverbände ermöglicht der VDVO durch sein Engagement, dass die Veranstaltungswirtschaft direkt von den Innovationen und dem Wissensaustausch profitieren kann.

# Tagen kann so schön sein

Top-Lagen, inspirierendes Design und gelebte Nachhaltigkeit: Bei Leonardo Hotels werden Meetings zum Statement



**KEIN BUSINESS** ohne persönliche Begegnung: Tagungen und Meetings sind unverzichtbar im Geschäftsleben – aller digitaler Möglichkeiten zum Trotz. Mit über 100 Hotels in zehn Ländern und an die 50 Destinationen ist Leonardo Hotels Central Europe überall dort, wo Business stattfindet – und Menschen sich treffen, um zu tagen, zu konferieren und Erfolge zu feiern. Insgesamt über 17.000 Zimmer und mehr als 400 technisch top ausgestattete Meetingräume stehen Planern europaweit zur Verfügung, mehr als 32.000 Quadratmeter Meetingfläche warten darauf, bespielt zu werden.

## Beste Lagen, maßgeschneiderte Locations

Das Portfolio ist so vielfältig wie hochklassig: Leonardo Hotels steht für großzügige Flagship-Häuser in bester Citylage, ist präsent an großen Flughäfen und

Drehkreuzen oder Tür an Tür zu internationalen Konferenzzentren und Messen. Mit seinen fünf Hotelmarken Leonardo Hotels, Leonardo Royal Hotels, Leonardo Boutique Hotels, NYX Hotels by Leonardo Hotels und Leonardo Limited Edition bietet Leonardo Hotels die ganze Bandbreite moderner Tagungsumgebungen: von stylish-elegant bis jung und wild, puristisch gestaltet oder voller aufregender Designs. Akteure finden stets das passende Umfeld für ihr Event – ob Start-up oder DAX-Unternehmen.

## Ökologischer Ansatz, engagierte Teams

Dabei steht der Nachhaltigkeitsgedanke stets im Fokus: Leonardo Hotels hat eine umfassende ESG-Strategie. Der ökologische Ansatz reicht dabei von der Energieversorgung bis zur Küche: Leonardo Hotels hat ein nachhaltiges Food-Konzept für Tagungsgäste entwickelt – mit frischen,

vitalisierenden Speisen, einem breiten vegetarischen und veganen Angebot und Powerpausen gegen energetische Tiefs. Die Zutaten kommen, wo immer möglich, von regionalen Erzeugern, rund ein Drittel aller Leonardo Hotels kooperiert mit der Initiative ‚Too good to go‘ gegen Lebensmittelverschwendung.

Was immer sich Kundinnen und Kunden wünschen: Die Teams von Leonardo Hotels schnüren individuelle Pakete, die punktgenau abgestimmt sind auf die besonderen Anforderungen jedes Events. Es gibt feste Ansprechpartner vor Ort, die beraten und begleiten. Und es gibt schnelle, störungsfreie Abläufe: Veranstalter bekommen innerhalb von 24 Stunden ein Angebot. Tagen kann so schön sein.

**Alle Infos unter:** [www.leonardo-hotels.de/meetings](http://www.leonardo-hotels.de/meetings)

Fotos: Leonardo Hotels Central Europe



Gastbeitrag Colja Dams, CEO, VOK DAMS Events & Live-Marketing

# VOK DAMS Digitalisierungsindex: Wie digital ist Ihr Event-Marketing? | von Colja M. Dams

**Wir bei VOK DAMS sind davon überzeugt, dass Entwicklungen wie das Metaverse, Artificial Intelligence, Brand Experience Hubs und Data-Driven Marketing Automation die Welt der Markenkommunikation für immer verändern werden.**



**WENN WIR** innehalten und uns vergegenwärtigen, welche umgreifenden Veränderungen – die in manchen Unternehmen und Behörden bisher für undenkbar gehalten worden waren – wir in den letzten beiden Jahren erlebt haben, können wir eine Ahnung davon bekommen, wie umfangreich die Veränderungen sein werden, die vor uns liegen. Und wie tiefgreifend sie das Event- und Live-Marketing, wie wir es jetzt kennen, verändern werden.

## Wissen, wo man steht

Wann, wenn nicht jetzt, ist nun die Zeit gekommen, dass Unternehmen aktiv und systematisch die Weiterentwicklungen ihrer Digitalisierungskompetenzen vorantreiben? Zu wissen, wo genau man aktuell steht, um die nächsten Schritte in den Blick nehmen zu können, das ist genau das, was wir mit unserem VOK DAMS Digitalisierungsindex ermöglichen.

Gerade für uns Marketing- und Eventexpert:innen ist wichtig: Die Digitalisierung ermöglicht ganz neue Formen von Kundenerlebnissen, bei denen die Grenzen zwischen realem und virtuellem

Erleben verschmelzen. Und so werden digitale Technologien zu immer wichtigeren Bestandteilen im Event-Marketing. Sie ermöglichen es, gemeinsame Erlebnisse mit individuellen Inhalten zu schaffen. Daher ist es also gerade für uns relevant, hier nicht nur genauer hinzuschauen, sondern die Chancen und Möglichkeiten frühzeitig auszuloten und den eigenen Status sowie Weiterentwicklungspotenziale genau zu bestimmen.

Der erste Schritt dafür ist eine kritische und ehrliche Bestandsaufnahme des Status quo. Eine Bestandsaufnahme, die dazu beitragen kann, verschiedenste Aspekte genau in den Blick zu nehmen und umfänglich zu hinterfragen und so zu analysieren, wo weitere Entwicklungspotenziale bisher übersehen wurden und welche Entwicklungsfelder als Nächstes anstehen. Denn die digitale Reife entscheidet heute und morgen über den Unternehmenserfolg.

## Der VOK DAMS Digitalisierungsindex

Mit dem VOK DAMS Digitalisierungsindex (kurz Digi-Index) ermöglichen wir

Unternehmen weltweit, ihren aktuellen digitalen Reifegrad im Event- und Live-Marketing kostenlos selbst einzuschätzen.

Anhand klar definierter Dimensionen können Unternehmen präzise ermitteln, in welchem Maße sie bei der Digitalisierung des Event- und Live-Marketings fortgeschritten sind. Unternehmen erhalten einen objektiven und kritischen Überblick über ihren aktuellen Status und ihre individuellen Entwicklungspotenziale.

Der Digi-Index zeigt in insgesamt acht Dimensionen Fähigkeiten auf, die bei der Digitalisierung eine besondere Rolle spielen. Der Schwerpunkt liegt nicht nur auf digitalen Tools und Prozessdigitalisierung. Wir bei VOK DAMS sind davon überzeugt, dass es auf dem Weg zur Digitalisierung des Event- und Live-Marketings nicht mehr ausreichend ist, sich ausschließlich auf technologische Aspekte der Digitalisierung zu konzentrieren. Neben Technologie spielen zum Beispiel auch Faktoren wie Culture & Skills, Creation & Content oder agiles Eventmanagement eine entscheidende Rolle. Es geht darum, ein digitales Mindset zu fördern, das im Eventmanage-



ment zur gängigen Praxis wird. Erst dann können wir ein Event- und Live-Marketing gestalten, das den Anforderungen der Zielgruppen von heute und morgen gerecht wird.

Die Zuordnung der Unternehmen zu einem bestimmten Reifegrad erfolgt auf Basis ihrer Leistung in diesen acht verschiedenen Dimensionen. Bei der Reifegradzuordnung erstreckt sich die Bandbreite über fünf Reifegradstufen von „Digital Explorers“, die ihre ersten Schritte im digitalen Event-Marketing unternehmen, bis zu „Digital Masters“, die ihren Zielgruppen bereits ein ganzheitliches Erleb-

nis über die gesamte Customer Journey bieten.

Bei VOK DAMS sind uns noch keine Unternehmen begegnet, die in allen Dimensionen den Reifegrad eines „Digital Master“ erreicht haben. Wir sind uns jedoch sicher, dass die Entwicklung in diese Richtung gehen wird – und zwar schnell. Mit dem Digitalisierungsindex können Unternehmen genau bestimmen, an welchen Stellschrauben sie drehen müssen, um Events und Live-Marketing heute und morgen noch fesselnder und beeindruckender gestalten zu können.

Möchten Sie erfahren, wo Ihr Event-

und Live-Marketing aktuell steht? Die Digitalisierung im Event- und Live-Marketing ist ein facettenreiches Thema. Mit dem VOK DAMS Digi-Index können Sie Ihren digitalen Status in nur 30 Minuten bestimmen. Katja Reinhardt, Head of Relationship Management, stellt Ihnen gerne unseren kostenlosen Digi-Index zur Verfügung: [info@vokdams.de](mailto:info@vokdams.de).

Und hier geht es direkt zum VOK DAMS Digi-Index:



## DIE FÜNF REIFEGRADSTUFEN IM ÜBERBLICK:



Colja Dams, CEO VOK DAMS Events & Live-Marketing. Fotos und Abbildung: VOK DAMS



## Von den Pyrenäen an die Costa Brava | von Anna-Lena Gras

**Für viele ist Katalonien gerade in der MICE-Branche gleichzusetzen mit Barcelona. Nicht unbedingt verwunderlich, da die Hauptstadt der Region im Nordosten Spaniens über eine hervorragende und vielfältige Infrastruktur für die Branche verfügt. In der lebendigen Metropole lässt sich von der personenstarken Konferenz über kleine Meetings bis hin zum Incentive alles mit den starken Partnern vor Ort organisieren. Schnell verlieren einige aufgrund der vielen Möglichkeiten in der großen Stadt mit internationalem Flughafen den Rest der Region aus den Augen.**

**SOWOHL DAS BERGMASSIV** der Pyrenäen als auch die Strände der Costa Brava liegen in dem mehr als 32.000 km<sup>2</sup> großen autonomen Katalonien. Eine riesige Spielwiese also, die es für die MICE-Branche – insbesondere die Automotive-Sparte und Sport-Events – zu entdecken gilt.

Wer nach einer Adresse in der Nähe des Flughafens El Prat sucht, aber nicht zwangsläufig im Umfeld von Barcelona bleiben möchte, sollte sich Món Sant Benet einmal genauer ansehen. Etwa 30 Minuten Fahrt sind es bis in die ganz eigene

Welt in Bages. Ein ehemaliges Kloster, ein modernistisches Haus, ein Vier-Sterne-Superior-Hotel und ausgezeichnete Restaurants finden sich auf dem großzügigen Areal. Durch diese Vielfalt ergeben sich gleichzeitig enorme Möglichkeiten für Planer: Vom Meeting im alten Gemäuer des Klosters oder aber im modernen Konferenzbereich des Hotels über eine Pkw-Präsentation in den um- und ausgebauten Scheunen bis hin zum Dinner unter freiem Himmel vor den Mauern des Klosters als Kulisse – all das ist umsetzbar

und nur ein kleiner Teil der Möglichkeiten vor Ort.

Den Mittelpunkt des Ensembles bildet das Hotel mit seinen 87 Zimmern. Schon die kleinste Kategorie verfügt über einen kleinen Balkon oder eine Terrasse mit Blick auf den großzügigen Hotelgarten. Um die Natur in den Mittelpunkt zu stellen, sind die Zimmer zwar geschmackvoll und modern eingerichtet, lenken im Design aber nicht von der Aussicht ab. So soll den Gästen ein großes Maß an Entspannung ermöglicht werden. Ebenso in



dieses Konzept fügen sich die drei Restaurants ein, die sich ganz nach Belieben in jede Veranstaltung einplanen lassen. Das Hauptrestaurant bietet außerdem die Möglichkeit einer geteilten Nutzung, zunächst als Konferenzraum und anschließend als Räumlichkeit für Dinner oder Empfang.

### Klein, aber fein

Schon der Weg nach Puigcerdá, einer Kleinstadt in der Provinz Girona, kann bei Automotive-Veranstaltungen als Highlight eingebaut werden. Vom Flughafen Barcelona dauert die Fahrt etwas unter 2 Stunden, führt durch Nationalparks und schlängelt sich auf gut ausgebauten Nationalstraßen auf bis zu 1.200 m Höhe. Puigcerdá selbst ist bekannt für seine Wintersportmöglichkeiten und präsentiert sich als charmantes Städtchen. Aufgrund der Nähe zu den Bergen lassen sich unproblematisch spannende Testfahrten durchführen, auch Fahrzeug-Präsentatio-

nen sind hier realisierbar – beeindruckendes Panorama inklusive.

Ein starker Hotelpartner in Puigcerdá ist die Villa Paulita. Das Vier-Sterne-Superior-Haus liegt nur einen Katzensprung von der belebten Innenstadt entfernt und bietet für kleine Gruppen eine hervorragende Ausgangsbasis. Mit 38 Zimmern und einer korrespondierenden Meetingraumgröße von 40 lässt sich der ehemalige Familiensitz auch hervorragend exklusiv bespielen.

Eingebettet in den Park Schierbeck mit seinem künstlich angelegten See liegt das ehemalige Herrenhaus und bietet aus den meisten Zimmern einen beeindruckenden Ausblick auf die Umgebung.

Durch die Architektur des Gebäudes ist insbesondere das Haupthaus etwas verwinkelt, aber das macht letztlich auch den Charme aus. Ebenfalls zum Ensemble des Hauses gehört das in einem separaten Gebäude verortete Restaurant Schierbeck. Hier lässt es sich auch mit Gruppen dinie-

Neben Barcelona bietet Katalonien noch zahlreiche weitere Möglichkeiten für MICE-Planer. Girona sollte auch in jedem Fall in Betracht gezogen werden.

Foto: BAHDANOVICH ALENA /shutterstock.com

ren und katalanische Speisen und Weine genießen.

Wer sich in Puigcerdá befindet, sollte sich nicht die Chance nehmen lassen, das Städtchen genauer zu erkunden. Von der Legende der „Alten vom See“ über eine der bedeutendsten Pferdemeissen Europas bis zum gotischen Glockenturm, der als Einziges von der ehemaligen Kirche erhalten geblieben ist, gibt es viel zu entdecken.

### Hoch hinaus

Segel- und Kleinflugzeuge verkehren im Aeródrom Cerdanya seit 1971. Der kleine Flugplatz ist allerdings nicht nur eine Anlaufstelle für Piloten oder solche, die es werden wollen. Denn im Hauptgebäude ist außerdem das Restaurant Mooma untergebracht, das für Einheimische und Besucher gleichermaßen ein Anziehungspunkt ist. Mit Blick auf die Berge und das Flugfeld kann hier Platz genommen und entweder à la Carte oder auch für größere Gruppen im Menü diniert werden. Sogar Busreisen steuern das Restaurant regelmäßig an, wodurch das engagierte Team auch im Umgang mit großen Gruppen sehr routiniert ist.

Modern, aber auch urig und mit riesigen Fensterfronten, optisch durchbrochen durch Steinwände, präsentiert sich das Innere des Mooma – eine äußerst angenehme Atmosphäre sowohl zum Lunch als auch zum Dinner. Am einfachsten lässt sich ein Besuch im Mooma auf dem



Puigcerdá ist ein beschauliches Städtchen am Rand der Pyrenäen. Durch die Umgebung sind hier Automotive-Events genau richtig. Foto: Villa Paulita



→ Weg von Puigcerdá nach Joanetes einbauen, wo zudem ein weiteres Hotel wartet, das Planer auf dem Zettel haben sollten.

### Ein Farmhaus aus dem 18. Jahrhundert

1757 wurden die Mauern des heutigen Hotel Vall de Bas errichtet und trotzen seither Wind und Wetter in dem kleinen Dorf Joanetes. Durch die Familie Morera erfuhr das alte Gemäuer, ursprünglich ein Farmhaus, vor einiger Zeit eine neue Widmung. Ergänzt um einen Anbau, der sich nahtlos an das Farmhaus anschließt, präsentiert sich das heutige Vier-Sterne-Haus als hervorragende Adresse für Planer. Einerseits punktet das Hotel mit seiner Abgeschlossenheit, andererseits mit den hervorragenden Eventmöglichkeiten. Denn neben den Inhouse-Konferenz- und Eventflächen – dazu später mehr – zählt zur Morera Group auch das Les Brides Eventcenter. Durch die Zusammenarbeit mit Royalverd, einem Hersteller für Fußballrasen, entstand nur etwa fünf Minuten vom Hotel entfernt ein einzigartiges Venue, das durch den Bezug zum Fußball zwar auch als voll ausgestattetes Trainingscenter für die Top-Fußballmannschaften in der Saisonvorbereitung dient. Durch die schiere Größe ist es aber ebenso als Event- und Konferenz-Location nutzbar. Und dass das Team richtige Großevents stemmen kann, zeigt es jedes Jahr mit dem Valliva Festival. Mehrere Tausend Menschen feiern auf dem Grün der Anlage, verschiedene Bühnen und Cateringstände verteilen sich auf dem Gelände. Jedoch wirken kleinere Gruppen vor Ort ebenfalls nicht



verloren. Sie können beispielsweise zwischen einem langen Konferenztisch oder parlamentarischer Bestuhlung mit Leinwand und Beamer auf der überdachten Terrasse wählen oder sich, ganz klassisch, im Konferenzraum für etwa 80 Personen im ersten Stock zusammenfinden. Durch die Nutzung als Trainingsfläche für den Profi-Sport verfügt Les Brides außerdem über eine vollständig ausgestattete Küche, Umkleidekabinen inklusive Sanitäranlagen und verschiedenste Trainingsgeräte, die bei Bedarf genutzt oder auf der Lagerfläche verstaut werden können.

Wer doch eher den traditionelleren Rahmen vorzieht, findet im Vall de Bas genau die richtigen Möglichkeiten. Mit 36 Zimmern ist hier die exklusive Nutzung recht leicht möglich und sowohl das Bauernhaus als auch der Neubau sind beispielbar. Doch auch bei nicht exklusiver Buchung können die öffentlichen Bereiche des Hauses für Veranstaltungen eingeplant werden. Wer ganz ungestört sein möchte, kann sich in die Konferenzräume zurückziehen. Hier finden bis zu 64 Personen Platz.

### Aus den Bergen ans Meer

Wer sich aus der Region um Olot auf den Weg ans Meer macht, findet schon auf ebendiesem ein weiteres Highlight: Mitten durch die Berglandschaft führen die Straßen bis nach Cadaques, einem der Orte, die man in Katalonien unbedingt gesehen haben muss. Der ehemalige Fischerort liegt an den südlichen Ausläufern des Cap de Creus und fällt daher teilweise sehr steil zum Meer hin ab. Doch bevor man sich auf in das Dorf macht, sollte ein Abstecher in die Martín Faixó Winery eingeplant werden. Etwas oberhalb von Cadaques und inmitten des Parc Natural de Cap de Creus liegt dieses familiengeführte Weingut. Im Jahr 2000 fiel die

Entscheidung, die alten Weinberge und Reben, die sich seit ewigen Zeiten im Besitz der Familie befinden, wiederzubeleben und eigenen Wein herzustellen. Bereits vier Jahre später konnte die erste Ernte eingefahren werden und nach weiteren drei Jahren gingen die ersten Flaschen über die Verkaufstheke. Den Mittelpunkt des sich auf 16 Hektar erstreckenden Weinguts bildet die Villa Perfit. Hier befinden sich nicht nur die

Verkaufsräume, die Produktion und der Weinkeller selbst, sondern zudem einige liebevoll gestaltete Hotelzimmer. Das aus Stein gebaute Anwesen aus dem 14. Jahrhundert bietet einladende Außenflächen, die sich hervorragend für Events bespielen lassen. Aber auch das großzügige Innere der Villa Perfit ist prädestiniert für Veranstaltungen. Im regulären Betrieb finden hier Weinverkostungen statt. Ob individuell, exklusiv oder personenstark, spielt dabei keine Rolle. Vor den bodentiefen Fenstern mit Blick auf die Reben werden die hauseigenen Weine degustiert und die Geschichte der Familie und des Weins in der Region erklärt.

Teil dieser Geschichte sind mittlerweile auch zwei Restaurants der Familie Faixó in Cadaques, die sich wunderbar mit einem Besuch auf dem Weingut verbinden lassen. Während das Can Rafa hauptsächlich Fisch und Meeresfrüchte auf der Karte bietet – und das bereits seit 1982 –, ist die Enoteca MF eher als Gastrobar zu verstehen, die sich zwar auch auf regionale Rezepte und Zutaten konzentriert, diese aber modern interpretiert. Außerdem sind die verschiedenen Gerichte als Tapas konzipiert und können daher hervorragend miteinander geteilt werden. Beiden Restaurants gemein sind die angebotenen Weine, die selbstverständlich aus dem eigenen Weingut stammen.

### Auf den Spuren Dalís

Wiederum etwas weiter im Hinterland

---

**li.o.:** Das Dalí-Museum in Figueres ist ein absolutes Muss im Programm, kann allerdings auch für Veranstaltungen bespielt werden. Foto: CI

---

**re.o.:** Das Mas Solà bietet alles, was das Planer-Herz begehrt – vom kleinen Meeting über die Konferenz bis zum stimmungsvollen Event. Foto: Mas Solà

---

gelegenen befindet sich die Stadt Figueres, die zwar an sich immer einen Besuch wert, vor allem aber für ihren Bezug zu Salvador Dalí bekannt ist. Hier befindet sich das Dalí-Museum, das der Künstler selbst auf den Ruinen des alten Stadttheaters errichten ließ. Die besondere Beziehung zwischen der Stadt und dem Maler liegt in seiner Kindheit, da dort seine Bilder zum ersten Mal ausgestellt wurden. Zudem ließ sich Dalí unter einer der Glaskuppeln des Museums bestatten. Ein geführter Rundgang durch das Museum, das Arbeiten aus all seinen Schaffensphasen ausstellt, ist schon fast Pflicht, wenn man sich in der Gegend befindet.

### Das beste Hähnchen mit Languste

1935 begann Honorat Gotanegra i Marcó sein eigenes Hotel direkt an der Strandpromenade in Roses aufzubauen. Nachdem er viele Jahre in der ganzen Welt den Hotellerieberuf erlernt hatte, brachte er seine Erfahrungen anschließend ein, um das bis dato in Familienhand befindliche Hotel Spa Terraza zu dem zu machen, was es bis heute ist: modern, weltoffen und in kulinarischer Hinsicht auf die lokalen Spezialitäten ausgerichtet. Zu Honorats Zeiten war das Hähnchen mit Languste die Spezialität des Hauses und weit über die Grenzen der Stadt hinaus bekannt. Heute stehen zwar andere Gerichte auf der Speisekarte, dennoch ist die Liebe zur Kulinarik immer noch deutlich zu spüren und ein wichtiger Teil des Hotelkonzepts. Zwei Anlaufstellen gibt es im Terraza Spa. Einmal das BIM'S – Tapas & Cocktailbar – das mit mediterranen Kleinigkeiten, basierend auf saisonalen und lokalen Zutaten, überzeugt. Das Hauptrestaurant Norat steht unter der Führung von Antoni Gotanegra, dem Enkel des Gründers. Er führt die Tradition des Großvaters fort und setzt auch im Norat auf die einheimische Küche.

Wer nicht nur für ein Incentive im Terraza Spa eincheckt, kann auf eine Vielzahl an Konferenzräumen in unterschiedlichen Größen zurückgreifen, die korrespondierend zur Bettenanzahl des Hauses bespielbar sind. Auch hier zieht sich die insgesamt moderne Anmutung

**li. + re.u. :** Im Hotel Val de Bas finden Planer sowohl eine hervorragende Unterkunft als auch ein voll ausgestattetes Eventzentrum nur einen Katzensprung vom Hotel entfernt. Im Les Brides sind nahezu alle Formate und Größen umsetzbar. Fotos: Hotel Vall de Bas

durch und überzeugt mit Helligkeit und dem notwendigen Equipment für die erfolgreiche Tagung.

Der stetige Ausbau des Vier-Sterne-Hauses in erster Linie am Strand führte zu den heutigen insgesamt 81 Zimmern und Suiten, von denen 65 über Meerblick verfügen, die aber allesamt in hellen Farben eingerichtet sind, um möglichst viel Ruhe auszustrahlen und den Gast willkommen zu heißen.

### Unbedingt einplanen

Eine der Städte, die man in Katalonien besucht haben muss, ist Girona. Kaum eine Stadt bietet so viel Flair auf so wenig Raum. Ob als Rahmenprogramm oder Standort für die Veranstaltung, spielt dabei kaum eine Rolle. Der autofreie Stadtkern mit zahlreichen Geschäften, Restaurants und kleinen Hotels lädt zum Verweilen zwischen Meetings ein. Wer genügend Zeit findet, sollte unbedingt eine Stadtführung ins Programm einbauen. Auf kleinstem Raum, innerhalb der Stadtmauern von Força Vella, finden sich sowohl jüdische als auch römische und maurische Reminiszenzen. Die sogenannte Vier-Flüsse-Stadt ist also in jedem Fall ein Muss, wenn man sich in der Region in und um Girona befindet.

Wer sich für die Option Rahmenprogramm entscheidet, sollte sich das Hotel Mas Solà merken. Das Vier-Sterne-Haus bietet nahezu eine Komplettlösung für die MICE-Branche inklusive hauseigenem Sport-Club, der neben Tennisplätzen und einem Fußballplatz auch die Möglichkeit von Bike-Touren offeriert.

Das Hotel selbst verfügt mit knapp unter 80 Zimmern über eine gute Größe, um auch eine exklusive Nutzung des

Hauses mit Gruppen zu ermöglichen. Die Zimmer selbst verfügen über eine sehr angenehme Größe und sind im Design eher zurückhaltend. Lediglich das Bett bildet einen Farbtupfer und unterstreicht damit die entspannende Atmosphäre. Der Gedanke an Entspannung, Recreation und effektive Arbeitsumgebung zieht sich durch das gesamte Areal. Die Konferenzräume, mit Kapazitäten zwischen 20 und 400 Personen, sind vielseitig ausgestattet. Alle verfügen selbstverständlich über die neueste Tagungstechnik und können ganz nach Bedarf bestuhlt werden. Ein kleiner Unterschied findet sich im Greenhouse Room, der sich zwischen Hotel und Sportclub mitten im Grünen befindet. Ringsum verglast und mit einer maximalen Deckenhöhe von 5,6 m lässt der Sala Invernadero, wie er auf Spanisch heißt, ausreichend Spielraum für extravagantes Eventdesign.

### Dinieren im Farmhaus

Kulinarische Anlaufstellen finden Planer sowohl direkt im Hotel als auch in einer weiteren besonderen Location. Denn ein ehemaliges Farmhaus aus dem 16. Jahrhundert beherbergt das zweite Restaurant des Hotelkomplexes. Bedingt durch die Gebäudestruktur gibt es einen großen Saal sowie mehrere kleinere Räume im Erdgeschoss und in der ersten Etage. Dadurch können auch kleinere Gruppen einen eher privaten Rahmen für Lunches und Dinner realisieren. Ob durch alte Steinmauern oder Deckenbalken, jeder Raum hat seinen einzigartigen Charme, der durch die regionalen Kreationen aus der Küche abgerundet wird.



# Exhibition World Bahrain: Mehr als nur ein Veranstaltungsort



**DAS KÖNIGREICH BAHRAIN** liegt im Herzen der Welt - wo Osten auf den Westen trifft - und hat sich seit Jahrtausenden als zentraler Handelsknotenpunkt bewährt. Dieser Inselstaat mit seiner glanzvollen Geschichte als Treffpunkt für globale Händler und Zentrum des kostbaren Perlenhandels ist aufgrund seiner günstigen Lage und seiner natürlichen Reichtümer nach wie vor ein Magnet für unzählige Besucher. Im Laufe der Jahrhunderte hat der Charme Bahrains unzählige Reisende und Entdecker angezogen, die alle zu einem reichen Mosaik kultureller und religiöser Vielfalt beigetragen haben. Dieses dauerhafte Erbe der Interaktion und Integration hat eine Gesellschaft entstehen lassen, die von tiefem Respekt, Vielfalt und unerschütterlicher Akzeptanz geprägt ist und eine Gemeinschaft hervorgebracht hat, die von authentischer arabischer Gastfreundschaft durchdrungen ist.

## Tor zu einem 2,1 Billionen Dollar Markt

Bahrain ist ein lebendiger Zugang zum 2,1-Billionen-Dollar-Handelsmarkt des Golfkooperationsrates (GCC), der sich durch niedrige Eintrittsbarrieren und einen unvergleichlichen Marktzugang zu den aufstrebenden Volkswirtschaften des Golfes auszeichnet. Die fortschrittliche Regierung des Königreichs arbeitet Hand in Hand mit Unternehmen, um durch gesetzgeberische Innovationen ein förderliches Umfeld zu schaffen und Bahrain als einladenden Standort für wachsende Unternehmen zu positionieren.

Die fortschrittliche Transport- und Logistikinfrastruktur des Landes, die durch den preisgekrönten Bahrain International Airport verankert ist, erleichtert globale Verbindungen zu 61 Zielen und unterstützt eine Passagierkapazität von 14 Millionen jährlich. Dank der vereinfachten Visaprozesse bietet Bahrain einer Vielzahl von

Menschen aus aller Welt eine nahtlose Einreise und festigt damit seinen Status als bevorzugtes Ziel für Geschäfts- und Urlaubsreisen.

## Eine Drehscheibe für MICE-Reisende

Abgesehen von seinen kommerziellen Auszeichnungen lockt Bahrain MICE-Reisende mit einer Mischung aus luxuriösen Unterkünften, historischen Stätten und malerischen Stränden, die eine umfassende kulturelle Reise versprechen. Diese harmonische Verschmelzung von Geschäftssinn und Freizeitvergnügen macht Bahrain zu einem beispielhaften MICE-Reiseziel.

## Eine Erfolgsgeschichte von MICE-Meilensteinen

Inmitten dieser dynamischen Kulisse entwickelt sich Exhibition World Bahrain (EWB) zum neuesten Veranstaltungsort und -zentrum im Nahen Osten, das alle erdenklichen Arten von Veranstaltungen an-

bietet. Darunter Konferenzen, Ausstellungen, Kongresse, große Hochzeiten, Galas und Bankette, Tagungen, Live-Entertainment und Konzerte sowie Firmenveranstaltungen, um nur einige zu nennen. Das EWB, das von den renommierten World Travel Awards zum weltweit führenden neuen Ausstellungs- und Kongresszentrum für das Jahr 2023 gekürt wurde, besticht durch seine Nähe zu Luxusresorts und -hotels - mehr als 18.500 Zimmer im Umkreis von 30 Minuten - und durch seine Attraktivität. Allein in ihrem ersten Jahr zog die EWB über 800.000 Besucher zu 186 Veranstaltungen an, wobei die internationale Beteiligung bei über 62 % lag.

### Hochmoderne Einrichtungen

Die EWB verfügt über 105.000 m<sup>2</sup> vielseitig nutzbare Hallenfläche, darunter zehn Ausstellungshallen und umfangreiche Serviceeinrichtungen. Damit setzt sie einen neuen Standard für die Ausrichtung von Veranstaltungen. Die Grand Hall ist der Inbegriff von Flexibilität und bietet Platz für bis zu 4.000 Gäste für eine Reihe von Veranstaltungen, unterstützt durch modernste Dienstleistungen, um ein unvergleichliches Erlebnis zu gewährleisten.

### EWB in Zahlen

- Belegte Gesamtfläche: 309.000 Quadratmeter
- Vermietbare Innenfläche: 105.000 Quadratmeter
- Bestuhlung Grand Hall: 4.000 Sitzplätze
- Parkplätze: 1.455 (mit zusätzlichen 2.800 Überlaufplätzen)
- Tagungsräume: 94
- Ausstellungshallen: 10
- Und mehr, einschließlich eines atemberaubenden Foyers für Vorveranstaltungen, Hochzeitssuiten, Künstlerräume, F&B-Geschäfte und VIP-Lounges.

### Kulinarische Exzellenz

Bei der EWB trifft kulinarische Kunstfertigkeit auf die Großartigkeit von MICE-Veranstaltungen. In der größten Großküche Bahrains kreieren die erfahrenen Küchenchefs maßgeschneiderte Menüs, die lokale Aromen mit internationaler Küche verbinden und täglich bis zu 10.000 Gäste bewirten können.

### Innovative, maßgeschneiderte Dienstleistungen

EWB bietet unvergleichliche Branding-Möglichkeiten, ausgefeilte Technologie



und umfassende Support-Services, die sicherstellen, dass jede Veranstaltung einen bleibenden Eindruck hinterlässt. Der Veranstaltungsort wird von einem Team geleitet, das sich voll und ganz für einen reibungslosen Ablauf für Kunden und Besucher einsetzt und durch umfassende Maßnahmen für ein sicheres und angenehmes Erlebnis sorgt.

### Ein Programm mit Anreiz-/Subventionsfonds

EWB hat vor kurzem ein vom Tourismusministerium und der Bahrain Tourism and Exhibitions Authority unterstütztes Anreiz-/Subventionsfondsprogramm eingeführt, das verschiedene Unterstützungsstufen und Vorteile bietet, um große mehr-

jährige internationale Veranstaltungen und Verbandskongresse anzuziehen.

### Nachhaltige Praktiken

EWB hat sich der Nachhaltigkeit verschrieben und integriert umweltfreundliche Initiativen in alle Betriebsabläufe. Von Solarenergie und Abfallmanagement bis hin zu nachhaltigen Baumaterialien, was das große Engagement für den Umweltschutz unterstreicht.

Die Vision von Exhibition World Bahrain ist klar: eine unvergleichliche Plattform für Geschäft, Innovation und kulturellen Austausch zu bieten und damit neue Maßstäbe in der globalen MICE-Industrie zu setzen.

Fotos: Exhibition World Bahrain

# „Ziel muss es sein, Chancengleichheit über alle Berufssparten hinweg zu erreichen“

**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 Anita Paic, Leitung B2B Management & Vienna Convention Bureau im WienTourismus.**



Foto: Martina Siebenhandl

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

Als Leiterin der Abteilung „B2B Management“ im WienTourismus, zu der auch das Vienna Convention Bureau gehört, bin ich für die internationale Positionierung Wiens als Reise- und Meetingdestination im B2B-Segment verantwortlich. Vor dieser spannenden Aufgabe hatte ich mehrere leitende Positionen innerhalb der Wiener Visitor Economy sowie der internationalen Tourismusbranche inne – unter anderem in der FMTG Falkensteiner Michaeler Tourism Group, den Sacher Hotels sowie Marriott International, aber auch bei den Vereinigten Bühnen Wien. Parallel dazu war und ist mir kontinuierliche Weiterbildung wichtig. So habe ich etwa den Executive Master of Business Administration an der Wirtschaftsuniversität Wien und ein Masterstudium für Wirtschafts- und Organisationspsychologie an der Donau-Universität Krems absolviert.

Ich freue mich sehr, mit meiner Erfahrung und Vernetzung in der Wiener und internationalen Visitor Economy – und gemeinsam mit meinem B2B Management Team – die erfolgreiche Positionierung Wiens weiter auszubauen.

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

Die Meetingbranche ist international, dynamisch und unglaublich vielfältig. Sie verbindet Menschen und ist Innovationstreiber. Das allein empfinde ich als spannend – dazu kommt die Bandbreite an Themen, zu denen Wissensaustausch stattfindet, und Entwicklungen, wie die zunehmende Bedeutung von Sinn stiftenden Veranstaltungen durch Legacy-Projekte. Es ist eine Branche, in der interdisziplinäre Zusammenarbeit und Kreativität gefragt sind und man stetig weiterlernt.

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

In der Meetingbranche gibt es die gleichen Herausforderungen für Frauen wie in zahlreichen anderen Bereichen. Themen wie Gender-Pay-Gap, Unterrepräsentation in Führungspositionen oder die Vereinbarkeit von Beruf und Familie – besonders durch unregelmäßigere Arbeitszeiten – sind nicht einzelnen Branchen zuzuordnen. Ziel muss es sein, Chancengleichheit über alle Berufssparten hinweg zu erreichen.

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

Zu Beginn meiner Laufbahn war ich häufig nicht nur die Jüngste in der Runde, sondern zumeist auch die einzige Frau. Das hat – zumindest anfangs – hin und wieder einzelne Personen verwundert, sich jedoch auch immer sehr schnell wieder gelegt. Ich habe es stets so gesehen: Man kann als Quotenfrau in Termine reingehen, wichtig ist es, wie man rausgeht!

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

Mein Ansatz ist transformationale Führung. Ich setze auf offene, transparente Kommunikation, die Vertrauen schafft.

Mir ist es wichtig die Weiterentwicklung aller Team-Mitglieder gezielt zu fördern, aber auch zu fordern. Das stärkt das Team und ermöglicht Empowerment. Dabei achte ich auf eine klare Vision und gemeinsame Zielorientierung. Ich stelle gerne die Warum-Frage und lege Wert auf lösungsorientiertes Denken und eine allgemeine „Can-Do“-Mentalität. Die Balance zwischen selbstständiger Tätigkeit und der Arbeit im Team gibt Freiräume für Eigeninitiative und konstruktive Zusammenarbeit. Mein Fokus liegt hierbei auf dem Outcome von Leistung, nicht auf dem Output.

Wir haben das Privileg, Wien, eine unglaublich schöne und zudem die lebenswerteste Stadt der Welt, international zu vermarkten. Das ist ein großartiges Gefühl, das sich auch im täglichen Tun bemerkbar machen soll.

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

Hört auf euren Instinkt und geht mutig voran! In den Worten von Norman Vincent Peale: „Shoot for the moon. Even if you miss, you'll land among the stars.“

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

Ich hatte das Glück und Privileg, dass ich über meinen bisherigen Lebensweg hinweg zahlreichen großartigen Menschen begegnet bin. Menschen, die mich gefördert, aber auch gefordert – und somit zu meiner Entwicklung beigetragen haben.

Ein besonderes Geschenk ist, dass ich eine wunderbare Familie habe. Meine Eltern haben mir so unglaublich viel mitgegeben und ermöglicht, wofür ich meinen Dank gar nicht genug zum Ausdruck bringen kann.

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

Ich bin grundsätzlich vorsichtig mit Geschlechter-Klischees. Denn über Generationen und Kulturen hinweg verschwim-



men und verändern sich Stereotypen laufend. Aus meiner Erfahrung sind Frauen allerdings tendenziell empathischer und resilienter. Sie legen häufig mehr Wert darauf, unterschiedliche Aspekte in Diskussionen einzubringen und dabei auch die emotionale Ebene zu inkludieren.

Dennoch: Für mich besteht ein gutes Team aus unterschiedlichen Playern, die unterschiedliche Kompetenzen und Perspektiven einbringen. Schließlich gilt es in einer zunehmend von Komplexität geprägten Welt die Chance zu nutzen, voneinander zu lernen und sich gegenseitig zu inspirieren.

**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?**

Wir haben heute ein wesentlich größeres Bewusstsein für das Thema Geschlechter(un)gleichheit als noch vor einigen Jahren. Der demografische Wandel hat einen gewissen „Sense of Urgency“ geschaffen. Dabei gibt es, wie so oft, Licht und Schatten: Einerseits hat der technologische Wandel viele neue Möglichkeiten

geschaffen, andererseits bestehen nach wie vor in vielen Bereichen strukturelle Barrieren.

Wir gehen in die richtige Richtung, sind aber noch lange nicht am Ziel. Dabei ist es vielen mutigen Frauen UND Männern zu verdanken, dass dieses Thema vorangetrieben wird, um Ungleichheit zu reduzieren und in (hoffentlich) naher Zukunft zu eliminieren.

**Was wünschen Sie sich für die Zukunft?**

Mein Wunsch ist es, Menschen durch Reisen zu verbinden – und dass es uns gelingt, dies nachhaltig zu tun. Reisen eröffnet neue Perspektiven und ist eine Er rungenschaft, die es zu halten gilt, muss aber ökologisch, ökonomisch und sozial nachhaltig stattfinden können. Zu diesem Zweck möchte ich Wien gemeinsam mit meinem Team und unseren Stakeholdern und Partnern weiterentwickeln und auf der internationalen Landkarte noch besser positionieren.

**Was macht Wien so besonders für die MICE-Branche und wo setzen Sie den Fokus in Ihrer neuen Rolle?**

Wien ist in vielerlei Hinsicht einzigartig. Die Stadt steht für Internationalität, Weltoffenheit und Vielfalt. Wir punkten mit ausgezeichneter Meeting-Infrastruktur, kurzen Wegen, hoher Qualität und Professionalität der Servicedienstleister sowie einem herausragenden Kulturan gebot. Die gute Zusammenarbeit der gesamten Visitor Economy hat dazu geführt, dass nicht nur Wiens Städtetourismus, sondern auch die Meetingbranche international als Benchmark, Qualitätsmaßstab und Wirtschaftsmotor gilt.

Diese Bereiche im Team des WienTourismus mitprägen zu dürfen ist eine spannende und erfüllende Aufgabe, auf die ich mich sehr freue. Nach vielen Jahren innerhalb der Wiener Tourismuswirtschaft stecke ich voll Tatendrang, meine Erfahrung auch auf überbetrieblicher Destinationsebene einzusetzen. Dabei liegt mein Fokus auf der Weiterentwicklung der Positionierung Wiens und dem Ausbau und der Schärfung von Kooperationen. Ihre Bedeutung nimmt in der immer komplexer werdenden Welt stetig zu.

Anzeige

**HOFBURG**  
VIENNA

WHERE HISTORY  
IS MADE.

INTERNATIONAL  
CONGRESS AND  
EVENT CENTRE

EUROPE'S  
FIRST ADDRESS

[www.hofburg.com](http://www.hofburg.com)

DoubleTree by Hilton Berlin Ku'damm:

# Trendy, sexy, cool – für Events mit echtem Cityfeeling!



**EIN ORT**, der Coziness ausstrahlt und Coolness an jeder Ecke versprüht: das DoubleTree by Hilton Berlin Ku'damm hat sich seit einem halben Jahr als der „Place to be“ nicht nur bei Hotelgästen etabliert, auch Veranstaltungsplaner entdecken das neue „Wow“ der Berliner Hotelszene immer mehr für sich.

## Was es besonders macht?

Das ganze Haus mit seinen 420 Zimmern und Suiten ist eine Ode an das vibrierende Stadtleben, die pulsierende Kultur Berlins und den angrenzenden Park, der sich auch in der Kunst an den Wänden widerspiegelt. Bereits beim Betreten spürt man Großzügigkeit und Individualität. Herzliche Mitarbeitende an der Rezeption, moderne F&B-Roboter an der trendigen Bar, lässige Messebesucher vor der optischen Feuerquelle in der Lobby, die wie eine kuratierte Cocktail-Lounge wirkt – all das ist sofort präsent und vermittelt ein chilliges Ambiente – genauso wie das Restaurant mit neu eröffneter Terrasse, das für eine einzigartige Esskultur mit saisonalen und qualitativ hochwertigen Bioprodukten steht. Viel Platz, hohe Decken, weitläufige Bereiche – hier will man jedes kleinste Detail auf eigene Faust erkunden – was die New Yorker Designschwesterin Virserius bei ihrem Lifestyle-Ansatz mit viel Nachhaltigkeit und Naturfarben auch bezwecken.

## MICE mit Finesse

Auch in der gesamten ersten Konferenzzeit werden die Sinne vom frischen Style

angeregt. Bevor man zum Konferenzraum rauscht, zieht das Open Foyer in seinen Bann – mit Panorama- und Parkblick. Bei nachhaltigen Kaffeepausen mit handgemachten Bio-Snacks und Leckereien der hauseigenen Patisserie kann der kreative Austausch in kleineren Gruppen vertieft werden. Das Open Foyer hat sich aber auch als die ideale Location für Ausstellungen und Networking-Events mit DJ-Einlagen bewährt. Exquisite Galadinner beispielsweise für Konsulate sind ebenfalls gut nachgefragt. Hierfür musste das Equipment mit hochwertigem Mobiliar und fahrbaren Banketts sogar aufgestockt werden.

Die Konferenzfläche des DoubleTree by Hilton Berlin Ku'damm ist so groß wie zwei Basketballfelder – größtenteils mit Tageslicht durchflutet und mit zehn flexibel gestaltbaren Veranstaltungsräumen für bis zu 500 Personen. Das Veranstaltungsteam arbeitet wie ein eingespieltes Basketballteam: teamorientiert, effektiv, flexibel und zuverlässig.

## Noch mehr Persönlichkeit

Kundenevents mit einer noch persönlicheren Note – dafür sind die Boardrooms, aber auch „The Private“ im exklusiven Restaurant-Bereich perfekt. Hochwertige Produktpräsentationen, Schmuck-Showrooms oder private Kunst-Sessions – den Ideen sind keine Grenzen gesetzt. Und das Catering-Team kreiert auch hier die vielfältigsten Variationen – sogar auf Wunsch ein komplett vegetarisches A la carte-Menü – immer auf Bio-Basis.

## Top-Anbindung mit Ku'damm um die Ecke

Das DoubleTree by Hilton Berlin Ku'damm liegt nur 100 Meter vom Kurfürstendamm entfernt, mitten im Herzen von Geschichte, Kultur und Shopping. Das KaDeWe, die Kaiser-Wilhelm-Gedächtnis-Kirche, das Kranzler-Eck, der Zoologische Garten oder das trendige Bikini-Haus sind quasi um die Ecke. Weitere Sehenswürdigkeiten sind auch leicht per öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar – die U-Bahn-Stationen Wittenbergplatz, Augsburger Straße und Kurfürstendamm sind ganz nah. Ebenso die Messe Berlin, nur 15 Autominuten entfernt.

## Besonderer Tipp zur Fußball-EM

Das DoubleTree by Hilton Berlin Ku'damm befindet sich auch unweit des Olympiastadions und bietet die perfekte Unterkunft für Sportveranstaltungen wie die Fußball EM 2024, wo sechs Spiele ausgetragen werden, darunter das Finale am 14. Juli 2024. Hier können Gäste direkt in die Action eintauchen, anschließend im kuppelartigen Fitnessbereich des Hotels mit zwei Saunen oder in den gemütlichen Zimmern relaxen.

Weitere Infos zum DoubleTree by Hilton Berlin Ku'damm und den MICE-Angeboten unter [events@doubletreeberlinkudamm.com](mailto:events@doubletreeberlinkudamm.com) oder telefonisch unter +49 (0)30 2127-720. [www.doubletree-by-hilton-berlin-kudamm.de](http://www.doubletree-by-hilton-berlin-kudamm.de)

Fotos: vision photos

# Namibia. Where Incentives meet Adventure!

Foto: Gianluigi Sosio

*Der Blick schweift bis zum Horizont, das Licht taucht die Landschaft in immer neue Farben, die Seele atmet auf. Eine Reise nach Namibia ist unvergesslich.*

Und das Land der Kontraste bietet wirklich für jeden etwas: Grandiose Landschaften, eine faszinierende Tierwelt, zahlreiche Outdoor-Aktivitäten, luxuriöse Lodges oder Hotels und diese einzigartige Mischung aus afrikanischen und europäischen Einflüssen. Mit 300 Sonnentagen ist es eine echte Ganzjahresdestination und einfach

und sicher zu bereisen. Nach einem komfortablen Flug erwacht man ohne Jetlag in einer völlig anderen Welt. Spannend, fremdartig und vertraut zugleich.

Das Namibia Tourismus Board steht Ihnen für Fragen rund um die Destination Namibia zur Verfügung.



Namibia Tourism Board  
Kaiserstr. 77  
60329 Frankfurt M.  
info@namibia-tourism.com

[www.visitnamibia.com.na](http://www.visitnamibia.com.na)



# Interview Carina Bauer CEO IMEX Group



**Carina, Ihr habt „Impact“ als Fokusthema für die nächsten beiden Jahre für beide IMEX Messen – die IMEX Frankfurt und die IMEX America gewählt – kannst Du uns bitte erläutern, warum „Impact“?**

In „Impact“, dem IMEX Talking Point für 2024, stecken sowohl I'M als auch ACT. Für mich bedeutet dieses Wortspiel, dass wir alle – jeder von uns – aktiv werden und etwas beitragen können – und auch sollten. Jeder von uns – sei dies ein Unternehmen oder eine einzelne Person – kann einen positiven Veränderungsbeitrag leisten.

Seit wir unsere jährliches Fokusthema eingeführt haben, das als strategische Klammer durch unsere Messen führt, richten wir unsere Kommunikationsstrategie sowie unsere Inhalte – vor allem unser messebegleitendes Aus- und Weiterbildungsprogramm – daran aus und verstehen uns als Plattform für Dialog und Austausch unserer Branche.

Vorherige Talking Points umfassten Legacy, Imagination, Nature und Human Nature. In diesem Jahr, nachdem wir so viele Veränderungen in der globalen Veranstaltungsbranche miterlebt und auch innerhalb der IMEX als Unternehmen so viele Veränderungen eingeleitet haben, deuteten alle Anzeichen darauf hin, dass

Impact die richtige Wahl für unseren Talking Point 2024 und auch für das Jahr 2025 ist.

**Was bedeutet für Dich persönlich Impact?**

Die IMEX befindet sich in einer einzigartigen Position in der globalen Veranstaltungsbranche. Wir veranstalten zwar „nur“ zwei Fachmessen im Jahr – die IMEX Frankfurt und die IMEX America – aber aufgrund der globalen Marktbedeutung dieser Messen, der Sichtbarkeit und Erfahrung unseres Teams sowie unserer tiefen Beziehungen zur Branche werden wir oft anders behandelt. Das bedeutet, dass die Menschen von uns erwarten, zu führen, eine Stimme zu haben und die besten Interessen aller Beteiligten zu vertreten. Ich habe gelernt, diese Verantwortung nicht

leicht zu nehmen, sondern sie als außergewöhnliche Gelegenheit anzunehmen, einen größeren positiven Einfluss auf die Welt zu nehmen.

Dies wurde für mich und viele andere Unternehmensinhaber und Führungskräfte ganz besonders während der Pandemie bedeutsam. Wir, als Veranstalter der IMEX Messen, mussten gleich drei Messen stornieren – zweimal die IMEX Frankfurt und einmal die IMEX in Las Vegas. Hätte mir dies vor der Pandemie jemand gesagt, hätte ich es für unvorstellbar gehalten!

Diese Erfahrungen waren reich an schmerzhaften Lektionen und haben uns verändert. Gleichzeitig konnten aber auch neue Dinge entstehen, aus diesem Vakuum heraus. Ich persönlich habe diese Zeit genutzt, um Aspekte des Unternehmens zu ändern, im Wissen, dass dies unsere Messen und unsere Kunden in der Zukunft positiv beeinflussen würde.

Für mich beinhaltet Impact den inneren wie den äußeren Prozess – und dies in verschiedenen Komponenten:

**1. Inner Impact: Weiterlernen und Wachsen – arbeite zuerst an dir selbst**

Man ist nie zu alt zum Lernen. Als Führungskraft weiß ich, dass die Gesund-

heit meines Unternehmens von meinem eigenen Wachstum und meiner Gesundheit abhängt. Das bedeutet, dass ich mich mit Experten umgeben muss, seien es Kollegen, Autoren, Coaches, Podcaster oder Menschen aus einer Mastermind-Gruppe. Einige derjenigen, die in den letzten Jahren einen positiven Einfluss darauf hatten, wie ich das Unternehmen führe, sind: Aga Bajer, die die CultureBrained Community leitet, Jon Barnes – ein Organisationsberater, und natürlich das außergewöhnliche IMEX-Team.

In Bezug auf die Gesundheit ist mein Job anspruchsvoll, aber ich weiß aus Erfahrung, dass ich umso glücklicher, stärker und weniger müde bin und meine Entscheidungen besser treffe, je fitter und aktiver ich bin. Es ist kein Zufall, dass die gängige Praxis von CEOs der Fortune 500 darin besteht, 4-5 mal pro Woche zu trainieren bzw. Sport zu treiben.

**2. Unsere lokale Gemeinschaft feiern und lokale Unternehmen unterstützen**

Ich bin unglaublich stolz auf meine Wurzeln in Brighton (UK), aber der internationale Erfolg der IMEX ist in meiner Heimatstadt so etwas wie ein gut gehütetes Geheimnis. Dadurch, dass unser Fokus auf dem internationalen Geschäft weltweit liegt und unsere beiden Messen außerhalb des Vereinten Königreichs stattfinden überrascht dies nicht. Dennoch war und ist es uns stets wichtig, eine dauerhaft positive Wirkung auf unsere lokale Gemeinschaft zu erzielen, unseren Anteil beizutragen – und daran haben wir hart gearbeitet. Wir legen Wert, und dies wurde durch die Pandemie noch weiter beschleunigt, auf produktive und sinnstiftende Verbindungen zu lokalen Unternehmen und unterstützen laufend wohlthätige Organisationen. Zudem nutzen wir unsere Kontakte für Wertschöpfung in unserer Region. Angefangen mit der Lobbyarbeit bei MPI, um die EMEC nach Brighton zu holen, über den Einkauf bei lokalen Lieferanten bis hin zur Unterstützung der vielen Obdachlosenorganisationen der Stadt. Unser Selbstverständnis ist es, etwas zurück zu geben, eine positive lokale Wirkung zu erzielen. Dieser Mechanismus greift auch in unseren Gastgeberstädten Las Vegas und Frankfurt. Auch hier haben wir unser „Giving Back“ – unser „Legacy

Programm“ - entwickelt, welches Organisationen vor Ort einbindet bzw. diese von uns unterstützt werden.

### 3. ökologische Nachhaltigkeit

Seit unser PR-Berater Chris Martins uns 2001 (!) sagte, dass sich die IMEX für „grüne Meetings“ einsetzen sollte, haben wir uns konsequent dafür stark gemacht, die Umweltauswirkungen unserer Messen zu reduzieren. Anfangs haben wir dies ziemlich leise gemacht, beharrlich an Veränderungen gearbeitet und Partner dazu gedrängt, kleine, aber umsetzbare Verbesserungen vorzunehmen. Wir haben gelernt. Sie haben gelernt. Und wir haben weiter gefragt.

Jetzt, 20 Jahre später, haben wir einen strategischen, fundierten und auch selbstbewussten Ansatz, unterstützt von ausgezeichneten Lieferanten und Partnern, die ihrerseits Teams mit bestens geschulten Mitarbeitern und Ressourcen zur Verfügung haben, die verstehen, was möglich ist und warum dies so wichtig ist. In diesem Jahr werden wir beispielsweise den 10-Punkte-Rahmen von „Better Stands“ implementieren, um die Nachhaltigkeit der Stände bei unseren Messen zu bewerten und zu verbessern. In der heutigen Zeit gibt es keine Entschuldigung mehr dafür, einen Stand zu planen, der gebaut und danach verbrannt wird. Das Gleiche gilt für Einwegplastik. Wir alle wissen es besser, und wir müssen es besser machen! Deshalb strebt die IMEX auch an, bis 2030

Netto-Null zu sein. Leicht gesagt ... die große Herausforderung der wir uns nun stellen ist, dieses Ziel auch tatsächlich zu erreichen – und dafür geben wir alles!

### 4. Freundlichkeit, Verbindlichkeit und Mitgefühl

Wenn es etwas gibt, was ich wirklich nicht mag, ist es Vorheucheln von Werten und Tugendhaftigkeit ohne Basis und Rückhalt. Gerade in unternehmerischen Kontexten und Strukturen gibt es davon leider viele negative Beispiele.

Aber echte Werte und echte Akte der Freundlichkeit und Großzügigkeit sollten gefeiert und gefördert werden! Die Welt braucht sie! Es fasziniert mich, dass es dazu auch umfangreiche wissenschaftliche Forschungen gibt, die nachweisen, dass Mitgefühl und Gutes tun positiven Auswirkungen hat – und zwar auf uns als Individuen und auch kollektiv auf uns als Gesellschaft. Hierzu mein Lese-Tipp des Greater Good Magazins, das vom Greater Good Science Center (GGSC) der University of California, Berkeley herausgegeben wird: Read 5 Ways Giving is Good for You ([https://greatergood.berkeley.edu/article/item/5\\_ways\\_giving\\_is\\_good\\_for\\_you/](https://greatergood.berkeley.edu/article/item/5_ways_giving_is_good_for_you/))

### 5. Impact ist vor allen Dingen eines: Action!

Letztendlich geht es bei der Erzielung einer Wirkung immer auch darum, Maßnahmen zu ergreifen – das Wort erinnert uns daran, dass Wirkung nicht ohne Handlung stattfinden kann. Absicht ist das eine - aber tatsächlich in die Handlung zu kommen, das andere.

Egal, ob wir uns dazu entschließen, eine kleine persönliche Angewohnheit zu ändern, wie z. B. nicht ausreichend zu schlafen, regelmäßig zu essen oder sich bei der Arbeit nicht zu äußern, wie es uns wirklich geht oder ob unsere Entscheidung eine größere Wirkung hat, wie z. B. die Entwicklung eines sinnstiftenden Herzensprojektes oder die Gründung eines gemeinwohlorientierten Unternehmens – ich möchte unsere Branche ermutigen, das Jahr 2024 zu Eurem Jahr mit größeren, besseren und positiveren Auswirkungen zu machen!

Wenn nicht jetzt wann dann?

Für die diesjährige IMEX Frankfurt haben wir eine Menge an innovativen, inspirierenden und impact-orientierten Impact-Formaten geplant, darunter unseren neuen „Impact Track“ innerhalb unseres Aus- und Weiterbildungsprogrammes, viele inspirierende Vorträge sowie die „Impact Zone“, bei der wir Stakeholder unserer Branche zusammenbringen, um gemeinsam Impact zu gestalten und Ideen auszutauschen. Unsere Besucher und Aussteller können sich auf spannende Impulse, Best Practices und Referenten freuen. Außerdem haben wir ein neues Impact Punktesystem zu unserem „Innovation in Sustainability“ Award hinzugefügt.

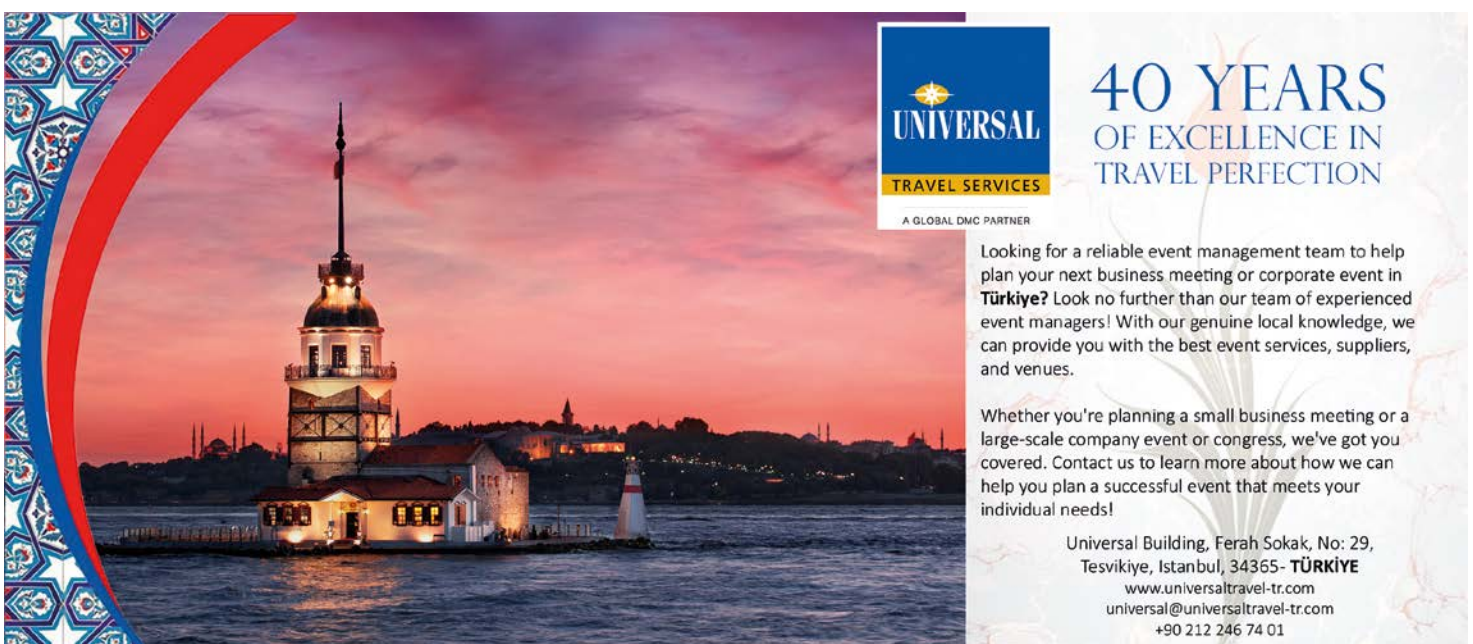
Let's go!

**Hier geht's zur Registrierung zur IMEX:**

**<https://imex-frankfurt.com/register>**

Foto: IMEX

Anzeige



**UNIVERSAL**  
TRAVEL SERVICES  
A GLOBAL DMC PARTNER

**40 YEARS**  
OF EXCELLENCE IN  
TRAVEL PERFECTION

Looking for a reliable event management team to help plan your next business meeting or corporate event in **Türkiye**? Look no further than our team of experienced event managers! With our genuine local knowledge, we can provide you with the best event services, suppliers, and venues.

Whether you're planning a small business meeting or a large-scale company event or congress, we've got you covered. Contact us to learn more about how we can help you plan a successful event that meets your individual needs!

Universal Building, Ferah Sokak, No: 29,  
Teskviye, Istanbul, 34365- **TÜRKIYE**  
[www.universaltravel-tr.com](http://www.universaltravel-tr.com)  
[universal@universaltravel-tr.com](mailto:universal@universaltravel-tr.com)  
+90 212 246 74 01

Gastbeitrag Tanja Knecht, Brand Ambassador IMEX Group, Founder MICE Impact

# Nachhaltige Eventplanung im Fokus: Die Zukunft der Veranstaltungsbranche ist grün und sozial | von Tanja Knecht

**Die Art und Weise, wie Events geplant und durchgeführt werden, hat sich in den letzten Jahren stark verändert. In einer Zeit, in der Umweltschutz und Nachhaltigkeit immer wichtiger werden, wird auch die Veranstaltungsbranche zunehmend darauf ausgerichtet. Die Implementierung nachhaltiger Praktiken in die Eventplanung ist nicht nur ein Trend, sondern eine Notwendigkeit, um den ökologischen Fußabdruck zu reduzieren und eine positive soziale Wirkung zu erzielen.**



**NACHHALTIGKEIT IN DER** Eventplanung bedeutet, ökologische, soziale und ökonomische Auswirkungen zu berücksichtigen und Maßnahmen zu ergreifen, um diese zu minimieren. Dieser Ansatz erfordert ein Umdenken in der gesamten Veranstaltungsbranche, von der Auswahl der Location bis hin zur Entsorgung von Abfällen.

Das künftige Ziel muss es sein, nicht nur negative Auswirkungen zu minimieren, sondern eine positive Wirkung durch unsere Veranstaltungen zu erzielen. Idealerweise durch klimaneutrale Meetings, Incentivereisen, Teambuildings und Seminare, die gleichzeitig einen positiven Fußabdruck hinterlassen und bleibende Mehrwerte leisten – bei den Mitarbeitern wie auch in der Destination bzw. im Zielgebiet.

War es früher oft nur das Ziel, eine spektakuläre Veranstaltung zu organisieren - ohne Rücksicht auf die Umwelt oder die soziale Verantwortung zu nehmen - er-

kennen heute immer mehr Unternehmen und Organisationen die Notwendigkeit, nachhaltige Praktiken in ihre Events zu integrieren. Damit steigt auch der Druck aus dem Markt auf die Leistungsträger und die gesamte Wertschöpfungskette der Veranstaltungen wird transparenter in Bezug auf nachhaltige Faktoren.

## Schlüsselaspekte nachhaltiger Eventplanung

Nachhaltige Eventplanung umfasst eine Vielzahl von Aspekten, die von der Auswahl umweltfreundlicher Materialien bis hin zur Förderung der sozialen Integration reichen. Hier sind einige Schlüsselaspekte:

1. **Auswahl der Location:** Die Wahl einer nachhaltigen Location, die beispielsweise über erneuerbare Energien verfügt oder leicht mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen ist, ist ein wichtiger Schritt.

2. **Energieeffizienz:** Die Reduzierung des Energieverbrauchs während des Events durch die Verwendung energieeffizienter Beleuchtung, Heiz- und Kühlsysteme sowie die Nutzung erneuerbarer Energien trägt zur Nachhaltigkeit bei.

3. **Abfallmanagement:** Die Minimierung von Abfall und die Förderung des Recyclings sind entscheidend. Die Verwendung von wiederverwendbaren oder biologisch abbaubaren Materialien für Dekorationen, Verpackungen und Einwegprodukte ist eine Möglichkeit, Abfall zu reduzieren.

4. **Transport:** Die Förderung umweltfreundlicher Transportmittel wie öffentlicher Verkehrsmittel, Fahrgemeinschaften oder Elektrofahrzeuge reduziert die CO<sub>2</sub>-Emissionen im Zusammenhang mit dem Event. Im Idealfall wird eine Destination gewählt, die einfach und nachhaltig erreichbar ist. Sofern geflo-

gen werden muss (Mittel- / Ferndestination) sollte dies kompensiert werden – auch hier ist die Auswahl der Anbieter bzw. Projekte entscheidend.

5. **Soziale Verantwortung:** Die Integration von sozialen Initiativen und gemeinnützigen Projekten in das Event kann dazu beitragen, positive soziale nachhaltige Auswirkungen zu erzielen. Dabei geht es darum, Incentive-Programme, Teambuildings oder Events mit sinnstiftenden Maßnahmen zu verknüpfen und einerseits positive Wirkung auf die Teilnehmer wie auch die Destination, in der die Veranstaltung stattfindet, zu erzielen. Dadurch werden soziale, ökologische oder impact-orientierte Einrichtungen vor Ort unterstützt und profitieren konkret von Unterstützung, Bekanntheit, Wissenstransfer bzw. Fundraising.

6. **Catering:** Die Auswahl der Speisen und Getränke bietet einen großen Hebel in Richtung Nachhaltigkeit. Ideal sind regionale Anbieter und Bezugsquellen, Bio bzw. nachhaltige Qualität. Der Verzicht auf Fleisch leistet einen erheblichen positiven Effekt – mittlerweile ist die Auswahl und Kreativität an fleischlosen Gerichten so weit entwickelt wie nie zuvor. Der Verzicht auf Wegwerf- bzw. Plastikbesteck ist dabei selbstverständlich.

### Herausforderungen und Chancen

Die Umstellung auf nachhaltige Eventplanung birgt sowohl Herausforderungen als auch Chancen für Veranstaltungsplaner und -organisatoren. Eine der größten Herausforderungen besteht darin, die Kostenseite im Blick zu behalten, da nachhaltige Praktiken möglicherweise mit höheren Anfangsinvestitionen verbunden sind. Allerdings hat sich hier in den letzten Jahren eine Menge getan und nachhaltigere Events müssen mittlerweile nicht mehr teurer sein!

Gleichzeitig bieten nachhaltige Events große Chancen, das Markenimage zu verbessern, die Teilnehmerbindung zu stärken und auch neue Zielgruppen anzusprechen. So kann Nachhaltigkeit in den zum eigenen Unternehmen, den Werten und dem Ziel der Veranstaltung passenden Ausgestaltung auch proaktiv in die Vermarktung der Veranstaltung integriert werden. Und die Tatsache, dass jeder Teilnehmer und jede Teilnehmerin etwas zum großen Ziel Nachhaltigkeit beiträgt stärkt

das positive „Wir-Gefühl“.

Gerade in der aktuellen Diskussion rund um die Gewinnung neuer Mitarbeiter und der Mitarbeitermotivation erfahren sinnstiftende Komponenten einen immer höheren Stellenwert. Hier bietet sich eine Chance, Mitarbeiter in die Planung und Durchführung der nachhaltig ausgerichteten Veranstaltungen zu integrieren sowie auch in die Gestaltung an nachhaltigen Programmideen und die Auswahl an Organisationen und Projekten, die unterstützt werden können.

### Zukunftsausblick

Die Zukunft der Eventplanung liegt zweifellos in der Nachhaltigkeit. Durch die kontinuierliche Weiterentwicklung von umweltfreundlichen Technologien und Praktiken sowie das wachsende Bewusstsein der Öffentlichkeit für Umweltfragen wird die Nachfrage nach nachhaltigen Events weiter steigen. Klimaneutralität ist jetzt bereits eines der Top Agenda-Themen der meisten Anbieter und Destinationen. Erste große Event-Agenturen lassen sich ihrerseits bereits zertifizieren. Auf Unternehmensseite werden in Pitches zunehmend nachhaltige Faktoren abgefragt

und Agenturen und Supplier müssen nachweisen und offenlegen, wie die Veranstaltung nachhaltig organisiert wird. Waren es bis vor kurzer Zeit vor allem Konzerne und große Unternehmen, die die beschaffungsseitig auf Nachhaltigkeit fokussieren, rücken nun zunehmend mittelständische und auch kleine Unternehmen nach.

Dieser Blick auf die Lieferkette wird sich weiterhin schärfen und jeder Marktteilnehmer – Planer wie Anbieter – muss sich mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinandersetzen, um zukunftsfähig zu bleiben. Insgesamt ist die Implementierung nachhaltiger Praktiken in die Eventplanung ein wichtiger Schritt, um die Auswirkungen von Veranstaltungen auf die Umwelt zu minimieren und einen positiven Beitrag zur Gesellschaft zu leisten. Es liegt an uns allen, diese Veränderung voranzutreiben und eine nachhaltige Zukunft für die Eventbranche zu gestalten.

Das Schöne dabei: Nachhaltigkeit in allen Facetten soll und darf Spaß machen, Kreativität und Innovation entfachen und damit Sinn stiften! Und: jeder kann etwas beitragen und jeder Schritt zählt!

Foto: Privat

**Sustainability**  
**What's in and what's out?**

**INs** (thumbs up icon)

- Impact driven events
- Collaborative advantage
- Low impact menus:  
Plant forward  
Locally sourced
- Measurement
- Transparency
- Kindness
- Conscious travel
- Regeneration
- Inclusive event design

**OUTs** (thumbs down icon)

- Unnecessary waste:  
Build and burn booths  
Single-use plastic
- Useless giveaways
- Silos
- Greenwashing
- Uninspiring catering:  
Same old vegetarian/vegan options  
Food miles  
Ultra processed food
- Accessibility as an afterthought
- Events without a purpose

**imex** Join the conversation at IMEX [imexevents.com](https://www.imexevents.com)

14. bis 16. Mai 2024

# Impact in allen Facetten: Die IMPACT-Formate auf der IMEX Frankfurt



**IMPACT LAUTET DAS** Fokusthema der IMEX für die Jahre 2023 und 2024. Die Idee dahinter: die globale Meeting-Branche zu inspirieren, zu vernetzen und weiterzubilden, mehr positiven Impact zu generieren - auf Seiten der Planer wie auch auf Seiten der Supplier.

## Wie findet sich das Fokusthema „Impact“ auf der IMEX wieder?

Das komplette Aus- und Weiterbildungsprogramm wurde nochmals weiterentwickelt und um neue Formate rund um aktuelle – und künftige – Herausforderungen ergänzt. Nachhaltigkeit in allen Facetten bleibt dabei eines der Kernthemen. Eine weitere große Herausforderung ist der Nachwuchs- und Fachkräftemangel. Hierfür wird es auf der IMEX gleich zwei Initiativen geben – das „Young Stars Programm“, ein Weiterbildungs- und Netzwerkprogramm für NachwuchsplanerInnen aus Agenturen und Unternehmen aus dem deutschsprachigen Markt und das „First Timers Programm“, das für Besucher, die das erste mal die IMEX besuchen, konzipiert ist. Den wichtigen Themen „Mental Health“ und „Selbstfürsorge“ wird auf vielfältige Art und Weise mit verschiedenen Formaten Raum gegeben. Ein besonderer Fokus wird sein, wie wir als Branche durch unsere Programme und Veranstaltungen eine positive anhaltende Wirkung auf die Gastgeberdestination auswirken können – sei es durch Aus- und Weiterbildung, gemeinsames Gestalten, Wissenstransfer oder Fundraising.

Die IMEX möchte mit ihrem Fokusthema „Impact“ alle Stakeholder - Besucher, Hosted Buyer und Aussteller - unterstützen, nachhaltigere, sinnstiftende Programme zu entwickeln, die einen bleibenden Mehrwert haben. Die Idee ist es, Antworten auf die großen – und gemeinsamen - Herausforderungen zu liefern, Menschen zu vernetzen, Beispiele zu geben, zu inspirieren und Impulse zu geben für eigene Ideen, Co-Creation und Kreativität.

Foto: IMEX



## Die IMEX Impact Formate im Überblick:

Anmeldung zur IMEX:

<https://imex-frankfurt.com/register>

### Impact Track:

Education Sessions – mit einer Vielzahl an Vorträgen und Panels, die Impact aus verschiedenen Perspektiven beleuchten an allen drei Messtagen

### Tough Talks –

hier wollen wir auch Themen ansprechen, die normalerweise nicht öffentlich diskutiert werden wie beispielsweise die Menopause und Auswirkungen auf das persönliche Wohlbefinden

### Impact Zone –

ein neuer Co-Creation und Workshop Bereich in Halle 9

### Impact Panels –

wir bringen Stakeholder in den Austausch und diskutieren aktuelle Herausforderungen, Lösungen und Best Practices

### Impact Keynotes –

am Dienstag und Mittwoch die inspirieren, Perspektiven erweitern und Veränderungsimpulse geben

### YOUNG STARS –

ein neues Format für den Branchennachwuchs

### MICE Impact Academy –

exklusives Format für VeranstaltungsplanerInnen am Montag, den 13. Mai 2024 mit ko-kreativen Workshops und Best Practices für nachhaltige und sinnstiftende Veranstaltungen – Anmeldung zur MICE Impact Academy hier: [www.mice-impact.com](http://www.mice-impact.com)

Das exclusive Co-Creation und Education Format für EventplanerInnen

## Die MICE Impact Academy – Montag, 13. Mai 2024

**Nach dem großen Erfolg im letzten Jahr findet die MICE Impact Academy in diesem Jahr bereits zum zweiten mal statt.**



**EIN INSPIRIERENDES UND** ko-kreatives Edu-Programm am Montagnachmittag, 13. Mai 2024 (Vortag der IMEX), mit tiefgehenden Workshops, spannenden Best Practices und viel Co-Creation, maßgeschneidert auf die ganz spezifischen Bedürfnisse der nachhaltigen, impact-orientierten und sinnstiftenden Eventplanung.

Die TeilnehmerInnen dürfen sich auf Themen wie die SDGs (Sustainable Development Goals) und IDGs (Inner Development Goals) freuen, erfahren wie sie ihr ganz persönliches positives Zukunftsbild gestalten können und ihre Perspektiven in einer LEGO SERIOUS PLAY® Impact Session auf kreative Art und Weise erweitern. Miteinander und voneinander lernen ... heißt die Devise!

Die MICE Impact Academy ist eingebunden in eine neue, innovative MICE Impact Hosted Buyer Experience mit einem Rahmenprogramm rund um das Thema "Impact", Side-Events und inspirierenden IMEX-Sessions, bei der gleichzeitig noch genügend Zeit für eigene Termine besteht.

Zur Anmeldung geht's hier: <https://mice-impact.com>

### Programm & Speaker MICE Impact Academy

**Dr. Michaela Hölz, CEO Hoelz Consulting**

*Zukunft gestalten: IDGs und ganzheitliche Nachhaltigkeit in der MICE-Branche*

In diesem einstündigen Workshop gibt es einen „short deep dive“ hinein in das Thema der Inneren Entwicklungsziele (IDGs) und weitere nachhaltige Praktiken

**Karin Ruppert, Organisationsberaterin und Vorstandsvorsitzende She Means Community e.V. und Carsten Fuchs, Geschäftsführer Fuchs von Morgen**  
*Zukunft wird aus Mut gemacht!*

Mehr positiven Impact bei der Veranstaltungsplanung und im Kundenkontakt durch die Zukunftsbild-Methode

**Matthias Renner, Inhaber Brickolution®**

*Mit Kreativität zu mehr Nachhaltigkeit!*

wie die Methode LEGO SERIOUS PLAY® die Planung und Umsetzung nachhaltiger Veranstaltungen transformieren kann

**Sabine Böbling, Inhaberin sb2 Concepts**

*Die SDGS (Sustainable Development Goals) in der Eventplanung!*

Warum die 17 Nachhaltigkeitsziele Orientierung und perfekte Basis für die nachhaltige Eventplanung sind



Das Kongresszentrum befindet sich im Herzen von Davos.

# Inspirierende Alpenmetropole

**Die Bergidylle der Bündner Berge und die urbane Infrastruktur machen Davos zu einem Juwel als Kongressort, mit dem Weltwirtschaftsforum als Aushängeschild. Davos richtet jährlich über 100 Kongresse und Veranstaltungen aus.**

Auf der Suche nach Inspiration kann es eine gute Idee sein, sich an einen höhergelegenen Ort zu begeben, wo die Aussicht klar und ungetrübt ist. Der auf 1'500 Metern über dem Meer gelegene Kongressort Davos eignet sich hierfür ideal. Das Alltagsrauschen bleibt im Tal zurück. Spätestens mit dem Szenenwechsel vom Sitzungszimmer in die Berge wird deutlich: Es könnte kaum einen besseren Ort für neue Inspiration für Innovation und Pioniergeist geben. Umgeben von Alpenweiden, Bergseen, verschneiten Wäldern und Bergketten ist

die Alpenmetropole als Kongressort seit 50 Jahren inspirierender Nährboden für neue Ideen.

## Von Conan Doyle bis Albert Einstein

Davos hat schon vor Jahrzehnten sein Potenzial entdeckt, das über jenes einer Feriendestination hinausgeht. Ob als Kurort, Hochburg des Wintersports, Kongress- oder Forschungsplatz – in den vielen Kapiteln seiner Geschichte diente Davos seit dem 19. Jahrhundert immer wieder als Quelle der Inspiration. Schriftsteller, wie

Thomas Mann und der Sherlock-Holmes-Erfinder Arthur Conan Doyle, oder Maler, wie Ernst Ludwig Kirchner, waren hier zu Gast. 1923 organisierten Davoser Ärzte den ersten internationalen Kongress, 1925 folgte das physikalisch-meteorologische Observatorium und 1928 eröffnete Albert Einstein die ersten «Davoser Hochschulkurse». Ihr innovativer Geist ist bis heute spürbar. Während des Jahrestreffens des Weltwirtschaftsforums WEF diskutieren Staatschefs und Wirtschaftsgrößen jedes Jahr die wichtigsten Fragen der Gesellschaft. Möglich ist dies durch ein erweitertes Kongresszentrum, ausreichende Bettenkapazitäten und eine Vielzahl spezialisierter Seminarhotels. Entlang der Hauptachse von Davos liegen das Kongresszentrum sowie die meisten Unterkünfte und Seminarhotels.



Der Eingang «Promenade» ist einer der drei Eingänge zum Kongresszentrum.

## Tagen auf hohem Niveau

Davos ist nicht nur ein Kongressort mit hervorragendem Ausblick, sondern besticht auch durch «Swissness at its Best» und gut ausgebaute städtische Infrastruktur. Darüber hinaus finden sich hier Lösungen für jedes Tagungsbedürfnis. Das klimaneutrale Kongresszentrum, 15 Seminarhotels und das Unterkunftsangebot mit ca. 6'000 Betten, von einfachen Zimmern bis zur Penthouse-Suite, bilden die Grundlage dafür. 100 Kongresse und Veranstaltungen mit rund 25'000 Teilnehmenden: So lautet die Jahresbilanz von Davos Congress als Teil der Tourismusorganisation. Davos Congress organisiert neben Grosskongressen auch Tagungen, Polit-Sessionen, Workshops, Fort- und Weiterbildungskurse,

Ausstellungen sowie gesellschaftliche Events. Im Kongresszentrum Davos stehen dafür insgesamt 12'000 Quadratmeter in 34 unterschiedlichen Räumen für bis zu 5'000 Personen bereit. Das modernste Kongresszentrum der Alpen kann diese Räumlichkeiten dank variabler Kombinationsmöglichkeiten individuell für jede Tagung ausrichten – von 20 bis insgesamt 1'800 Personen.

### Erstes klimaneutrales Kongresszentrum der Schweiz

Davos will mit dem Nachhaltigkeitsprojekt «Davos 2030» der erste klimaneutrale Tourismusort in der Schweiz werden. Das Davoser Kongresszentrum ist seit Juni 2020 das erste klimaneutrale Kongresszentrum in der Schweiz. Die Emissionen werden in einem Klimaschutzprojekt der Schweizer Stiftung «myclimate» kompensiert. Davos geht noch einen Schritt weiter und bietet allen Veranstaltenden die Möglichkeit, mittels Emissionsrechner sämtliche Event-Emissionen inklusive Übernachtung und Verpflegung zu berechnen sowie zu kompensieren. Das Kongresszentrum setzt auf eine Solaranlage auf dem Dach zur Energieproduktion, die derzeit zu Spitzenzeiten bis zu 175 Kilowatt produziert. Ein Ausbau auf bis zu 340 Kilowatt findet derzeit statt. Lokale Produzenten mit saisonalen Produkten stehen ganz oben auf der Liste der Lieferanten. Das Kongresszentrum ist dabei nur ein Puzzleteil eines grossen Ganzen – auf dem Weg zum ersten klimaneutralen Ferienort der Schweiz im Jahr 2030.

### Mehr Naturnähe geht nicht

Zwischen den Tagungsterminen locken Natur und Sehenswürdigkeiten in der direkten Umgebung: zum Beispiel auf dem 700 Kilometer langen Wanderwegnetz, auf ebenso langen Bike-Trails, im Iglu-Dorf Davos Klosters auf 2'620 m.ü. M., bei einer Fackelwanderung mit Fondue-Essen, bei einer Kutschenfahrt, beim Eisstockschiessen, beim Tandem-Paragliding, bei einer Bier-Degustation in einer der schönsten Brauereien Europas oder bei einer Führung durch das Kirchner Museum. Und schon allein durch die Lage, umringt von hohen Berggipfeln, eröffnen sich nach einer Tagung oder einem Kongress in Davos neue Blickwinkel.

Im Winter stehen über 175 Kilometer Langlaufloipen bereit, die sich durch Davos und Klosters schlängeln. Ausserdem gibt



*Moderne Breakout-Räume bieten die besten Voraussetzungen für gelungene Seminare.*

es unterschiedlichste Schneeschuh-Trails sowie sechs Skigebiete zu entdecken, mit 300 Kilometern schneesicherer Piste und 57 Transportanlagen.

### Wo sich Entscheidungsträger treffen

Das Jahrestreffen des «World Economic Forum» (WEF) mit rund 3'000 internationalen Grössen aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Gesellschaft ist das Aushängeschild von Davos. Wirtschaftsführer und Politiker treffen sich während den fünf Tagen nahezu im Halbstundentakt. Die einzigartige Atmosphäre während des Annual Meetings ermöglicht es immer wieder, Entscheidungsträger und Wirtschaftslenker zusammenzubringen, um Lösungen zu finden, die andernorts undenkbar gewesen wären. Das WEF trägt diesen «Spirit of Davos» hinaus in die ganze Welt.

### Tagungen jeder Art und Grösse

Grosskongresse sollten nicht darüber hinwegtäuschen, wie breit aufgestellt Davos Klosters ist. Kleinere Seminare, Events und Workshops sind genauso gut möglich: Insgesamt 15 Hotels haben sich darauf spezialisiert, Seminare zu organisieren und durchzuführen. Das Angebot umfasst Vier- und Fünfsternehotels mit modern ausgestatteten Räumen sowie Zimmern. So ist es auch kleineren Teams möglich, an ihren neuen Ideen sowie Netzwerken an den Orten zu arbeiten, wo sich Jahr für

Jahr anlässlich des Weltwirtschaftsforums Denker und Leader treffen. Das Convention Bureau Davos hilft Veranstaltenden dabei, die passende Location zu finden.

### Im rollenden Sitzungszimmer

Die Fahrt mit der Rhätischen Bahn durch das Prättigauer-Tal führt durch dichte Wälder, vorbei an malerischen Dörfern und hohen Bergen – der Blick aus dem Zugabteil ist zu jeder Jahreszeit ein besonderes Erlebnis. Mit dem Spatenstich im Jahre 1888 verwirklichten Bündner Bahnpioniere ihre Idee einer Gebirgsbahn für die Strecke von Landquart nach Davos. 1890 führen die ersten Dampfzüge auf diesen Gleisen – nur einige Jahrzehnte nachdem die erste Zugstrecke der Schweiz überhaupt eröffnet wurde.

Vielleicht beflügelt dieser Innovationsgeist auch Ihre Besprechung. Im Sitzungs- und Innovations-Bahnwagen mit Meeting-Ausstattung kommt neuer Schwung in Ihre Tagung und Ihre kreativen Ideen kommen in Fahrt. Der InnoTren bietet maximal 15 Personen Platz, und zwar in jenem Abteil, das einst für den weltberühmten Glacier Express unterwegs war. Heute ist der umgebaute Panoramawagen ein Sitzungszimmer auf Schienen. Dabei haben Gäste die Wahl zwischen der klassischen, mit Sitzungstisch bestuhnten Variante oder der lockeren Variante, die beispielsweise mit Barhockern und kreativen Freiräumen ausgestattet ist. Das nötige Equipment, wie WLAN sowie Moderations- und Kreativkoffer, ist an Bord.

Der Eingang «Promenade» ist einer der drei Eingänge zum Kongresszentrum. Das Kongresszentrum befindet sich im Herzen von Davos. Der grösste Saal «Davos» bietet Kapazität für bis zu 1'800 Personen. Moderne Breakout-Räume bieten die besten Voraussetzungen für gelungene Seminare.



*Der grösste Saal «Davos» bietet Kapazität für bis zu 1'800 Personen.*

### Kontakt:

#### DAVOS CONGRESS

Talstrasse 49a • CH-7270 Davos Platz  
Tel. +41 81 415 21 60

[davoscongress.ch](http://davoscongress.ch) • [info@davoscongress.ch](mailto:info@davoscongress.ch)



## Zwischen Historie und iGaming, betting & esports |

von Anna-Lena Gras

Malta zeichnet sich aus durch den spannenden Kontrast zwischen historischen Bauwerken und flexiblen Event-Möglichkeiten. Ein gutes Beispiel für die harmonische Mischung ist die SIGMA.

Foto: javarman/shutterstock.com

**Malta ist bekannt für seine faszinierende Geschichte, die milden Temperaturen und die hervorragende Infrastruktur. Die Mischung aus ebendiesen Elementen findet man fast nirgendwo auf der Welt ein zweites Mal. Vor allem nicht auf so kleinem Raum. Schließlich ist Malta – gemeint ist in diesem Fall die Hauptinsel des Archipels – gerade einmal 246 km<sup>2</sup> groß. Von den Tempelrittern bis hin zum Zweiten Weltkrieg nahm die Inselgruppe, bedingt durch die geografische Lage, eine wichtige Rolle im historischen Geschehen ein.**

**GLÜCKLICHERWEISE SIND** einige der Bau- und Bollwerke aus dieser Zeit bis heute erhalten und können zusätzlich für die und von der MICE-Branche genutzt werden. Dass Malta aber deutlich mehr als Geschichte und historische Gemäuer bietet und dazu auch noch enorm flexibel in puncto Anforderungen ist, zeigte sich bei der SIGMA. Die Weltleitmesse für iGaming, betting & esports findet alljährlich im November statt und hat im letzten Jahr eine kleine Transformation durchlebt. Denn der Erfolg der SIGMA hatte dazu geführt, dass die vorherige Location – das Malta Fairs and Convention Centre – nicht mehr über genügend Kapazität verfügte. Daher begann die Suche nach

einer neuen, möglichst flexiblen Location. Fündig wurde der Veranstalter in der Schiffswerft Mediterranean Maritime Hub (MHH) in Marsa.

Auf über 32.000 m<sup>2</sup> konnten sich die SIGMA-Veranstalter im neuen Venue ausbreiten. Dreh- und Angelpunkt sind hier die entkernten Industriehallen, die mit mehr als 20.000 m<sup>2</sup> punkten. Im Übrigen ein spannender Kontrast: Industrielatmosphäre gepaart mit hochmodernen Messeständen und innovativer Technik der iGaming-Branche. Schon auf den ersten Blick wird deutlich, dass diese Kombination hervorragend zusammenpasst. Hinzu kommen die Außenflächen sowie die Liegeplätze für Yachten. Somit können einige Aussteller ihre exklusiven Events



oder Ausstellungen auf vor Anker liegenden Yachten realisieren. Im November des letzten Jahres folgten dem Ruf des SIGMA Europe Summit neben den Ausstellern mehr als 25.000 Teilnehmer an den drei Veranstaltungstagen, die zahlreichen hochkarätigen Paneldiskussionen und Keynote-Vorträgen auf zwei Bühnen lauschen konnten und bei gleich drei Preisverleihungen in unterschiedlichen Kategorien entweder selbst jubeln oder sich über die innovativen Entwicklungen der Branche informieren konnten.

Dass der kleine Inselstaat diese Großveranstaltungen ohne Probleme „wuppen“

kann, beeindruckt. Schon einige große Städte würden vor der Flut an Teilnehmern in die Knie gehen. Insbesondere aber aufgrund der enormen Hoteldichte und der hervorragenden Infrastruktur der Insel wurde die sogenannte Malta Week zum Erfolg. Und der Tenor ist eindeutig: Teilnehmer, Aussteller und Veranstalter freuen sich schon auf die nächste Edition im November dieses Jahres.

### Zahlreiche Möglichkeiten

Neben der Werft bietet der Inselstaat noch zahlreiche weitere Möglichkeiten für Konferenzen, Events und Meetings.

Ob modernes oder historisches Ambiente, entscheidet dabei vollends die persönliche Präferenz.

Eine der modernen Möglichkeiten bietet das AX Odyssey Hotel, das erst im letzten Jahr vollständig renoviert wurde und etwas abseits vom Trubel in St. Julians, Valettas touristischem Hotspot, eine ganzheitliche Lösung bietet.

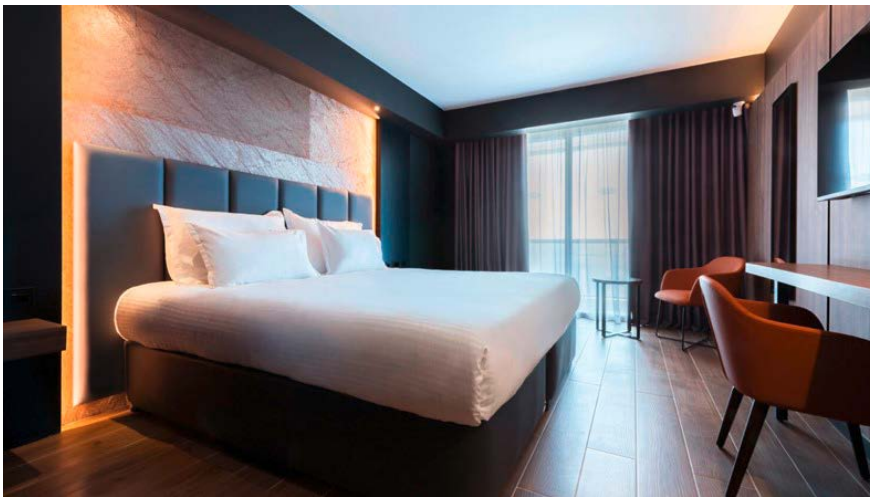
Das AX Odyssey in Qawra besteht nicht nur aus dem eigentlichen Hotelkomplex, sondern verfügt auch über verschiedene kulinarische Outlets und umfassende Konferenzmöglichkeiten. Aber erst einmal zu den Inhouse-Möglichkeiten. Insgesamt 600 Zimmer finden sich unter dem Dach des Vier-Sterne-Hauses, das dank seiner intelligenten Bauweise aber nicht an einen klassischen Hotelbunker erinnert. Die Zimmer sind allesamt sehr gemütlich und modern eingerichtet und beginnen bei einer Größe von 20 m<sup>2</sup> Wohnfläche.

Für Konferenzen stehen gleich zwei Konferenzzentren zur Verfügung: eines direkt im Hotel, das andere auf der gegenüberliegenden Straßenseite und direkt am Wasser. Generell lassen sich die Outlets im Hotel hervorragend mit den gegenüberliegenden kombinieren und erlauben eine enorme Flexibilität für das jeweilige Event-Setup.

Angefangen mit dem Saal Poseidon (350 pax.), der sich direkt an die Lobby anschließt: Von der klassischen Konferenz bis hin zur Ausstellung ist hier alles möglich. Das großzügige Foyer kann für Pausen oder als weitere Ausstellungsfläche genutzt werden. Von hier aus führt der Weg in die höher gelegenen, kleineren Räume, die sowohl für kleinere Konferenzen oder als Breakouts zur großen Tagung genutzt werden können. Erreichbar sind die drei ebenfalls nach Göttern benannten Säle über eine Treppe oder mit dem Aufzug.

Auf der anderen Straßenseite werden die MICE-Möglichkeiten des AX Odyssey komplettiert. Die Luzzu Conference Hall ist in sich teilbar und ermöglicht bei vollständiger Nutzung bis zu 450 Personen bei einem Empfang, bei einer Konferenz

**re.:** Die SIGMA, kurz für The Summit of iGaming in Malta, hat sich seit 2014 zu einem globalen Phänomen entwickelt, mit acht Konferenzen weltweit, wertvollen Charity-Events und Projekten und der Einbindung von Emerging Technologies bei den Konferenzen. Fotos: Robert Cruchieri



Schick und modern präsentieren sich die Zimmer des AX Odyssey seit der vollständigen Renovierung des Vier-Sterne-Hauses.

Foto: AX Odyssey

→ bis zu 300 Teilnehmer. Unschlagbar ist hier der Ausblick, der durch die Positionierung in erster Linie am Wasser den Blick auf das Mittelmeer freigibt. Natürlich besteht die Option, die bodentiefen Fenster bei Bedarf mittels Jalousien abzudunkeln.

### Kulinarisch äußerst vielseitig

In puncto Kulinarik ist das AX Odyssey ähnlich flexibel wie im Konferenzbereich. Neben der Trattoria Riccardo, dem Cheeky Monkey Gastropub Qawra und dem

Luzza, die sich alle ebenfalls auf der gegenüberliegenden Straßenseite befinden, finden sich im Hotel selbst insgesamt drei weitere Anlaufstellen. Das Deck & Keel ist das größte Hotelrestaurant, das sich aufgrund seiner gut abtrennbaren Bereiche auch für Gruppen eignet.

### Die größten Kapazitäten im Mittelmeerraum

Wer ähnliche Möglichkeiten sucht, aber lieber nach St. Julians möchte, ist im Intercontinental richtig aufgehoben. Das Fünf-Sterne-Haus bietet enorme Kapazitäten und zählt nicht umsonst zu einer der Top-MICE-Adressen auf der Insel. 24 Konferenz- und Meetingräume finden sich unter dem knapp unter 500 Zimmer fassenden Dach des Hauses, die sich fast alle autark vom Hotelbetrieb bespielen lassen. Für große Gruppen gibt es zudem einen eigenen Eingang. Insgesamt 6.000 m<sup>2</sup> warten darauf, für jede Art von Veranstaltung genutzt zu werden. Mit dem InterContinental Arena Conference Centre verfügt das Hotel außerdem über eine der größten Indoor-Venues im mediterranen Raum. Die Maximalkapazität liegt bei 1.700 Teilnehmern in Theaterbestuhlung. Generell können Veranstaltungen zwischen neun und 2.000 Personen ohne Schwierigkeiten realisiert werden.

### Ein Ausflug nach Mdina

Wer seinen Teilnehmern etwas Besonderes bieten möchte, sollte unbedingt eine Tour nach Mdina in das Programm inte-

grieren. Die in der Bronzezeit das erste Mal besiedelte ehemalige Hauptstadt Malτας versprüht unfassbaren Charme. Dem ein oder anderen mag das Main Gate, das von Antonio Manoel de Vilhena, einem Großmeister des Malteserordens, erbaut wurde, bekannt vorkommen. Schließlich bot es die Kulisse für die weltweit gefeierte Serie „Game of Thrones“. Durchschreitet man das monumentale Denkmal, ist es fast wie eine kleine Zeitreise. Lediglich etwa 240 Personen wohnen heute in Mdina und auch nur diese dürfen die Stadt befahren. Daher gibt es kaum Verkehr in den engen und beschaulichen Gassen. Noch etwas interessanter ist ein Abstecher in den Abendstunden. Dann ist die Stadt generell etwas leerer und der besondere historische Charme kommt noch mehr zur Geltung.

### Die heutige Hauptstadt

Bereits im 16. Jahrhundert wurde der Grundstein für Valletta gelegt. Und, keine Überraschung, auch hier hatte der Malteserorden seine Finger im Spiel. Jean de la Valette, ein weiterer Großmeister des Ordens, ließ einen italienischen Festungsbaumeister den Stadtplan erstellen. So erhielt Valletta seine einzigartigen Festungsmauern und gilt als eine der sichersten Städte in Europa. Selbst Bombenangriffen im Zweiten Weltkrieg hielt das Bollwerk stand. Noch heute sind die imposanten Mauern ebenso wie der Malteserorden ein markantes Aushängeschild für die Stadt. Daher bietet sich im Rahmenprogramm eine historische Führung nicht nur an, sondern ist eigentlich Pflicht, wenn man sich vor Ort befindet.

Aber eben nicht nur für einen Rundgang eignet sich Valletta. Zahlreiche unterschiedlichste Venues, Hotels und andere MICE-Möglichkeiten finden Planer vor Ort. Ein Beispiel für ein Hotel, das direkt am Eingang zur Stadt liegt, ist das The Phoenicia.

Seit mehr als 75 Jahren empfängt das Fünf-Sterne-Haus seine Gäste und blickt somit auf eine lange Tradition zurück. Kurz nach dem Zweiten Weltkrieg öffnete das Phoenicia erstmals seine Türen und ist seitdem eine Ikone in der Hotellerie



Mdina besticht mit seinem historischen Charme und sollte in jedem Fall auf der Agenda stehen.

Foto: Georgios Tsihliis/shutterstock.com

Maltas. Das mondäne Ambiente innen wie außen lässt kaum Wünsche offen und auch für Planer hält das 136 Zimmer zählende Haus einige Optionen bereit: sei es der 300 Personen fassende Ballsaal, der Maryanski Porch (200 pax.), die Green Lounges, die miteinander kombiniert auf 236 m<sup>2</sup> kommen, der für Boardmeetings geeignete Knights' Room (16 pax.) oder aber der etwa 3 ha große Garten. Alle Flächen sind für verschiedenste Events ausgelegt und können je nach Design und Setup bespielt werden. Hinzu kommen die verschiedenen kulinarischen Anlaufstellen, wie zum Beispiel die Poolbar, die schon mehrfach die perfekte Kulisse für Corporate-Veranstaltungen war. Besonderes Highlight: Die Stadtmauer Vallettas ragt direkt hinter dem Hotelgelände empor und kann damit auch als Projektionsfläche für Logos oder Ähnliches genutzt werden.

### Historisch und modern unter einem Dach

Zwar stammt das ursprüngliche Gebäude des Valletta Campus, der landläufig eher als Old University Building bekannt ist, aus dem 16. Jahrhundert, im Inneren ist über die Jahrhunderte allerdings ein spannender Mix aus modernen und historischen Räumlichkeiten entstanden. So gibt es einige Säle, in denen die alten Gebäudemauern nicht verputzt sind, sondern extra freigelegt wurden, um den Kontrast sichtbar zu machen. Diese „Kleinigkeiten“ sind es, die den Räumen einen enormen Charme verleihen. Auf drei Etagen verteilen sich die insgesamt 16 Räume, die sich aufgrund der Größe für alles zwischen Boardmeeting und großer Konferenz mit bis zu 200 Personen eignen. Ebenfalls nutzbar sind die Korridore, die



je nach Etage 200 beziehungsweise 350 Personen bei einem Stehempfang erlauben. Aufgrund der eigentlichen Funktion als Universitätsräumlichkeiten verfügen alle Säle über die entsprechende Präsentationstechnik und können zusätzlich mit Flipcharts ausgestattet werden.

### Mitten in der Altstadt

Eine weitere Adresse für kleinere Gruppen, die Planer auf dem Zettel haben sollten, ist das The Embassy. 81 Zimmer zählt das Boutique Hotel nur unweit vom quirligen Treiben der maltesischen Hauptstadt. Klassisch, modern und schick sind die Worte, die einem direkt in den Kopf kommen, wenn man die Lobby oder die anderen Räume betritt. Ein kleines Highlight ist der überdachte und lichtdurchflutete Innenhof, der an eine Mischung aus Bibliothek und Bar erinnert und nebenbei auch als Letztere fungiert. Für Veranstaltungen steht einerseits die

Direkt am Rande der Altstadt liegt das The Phoenicia Malta – Ausblick inklusive. Foto: The Phoenicia

Ambassador Suite (75 pax.) als klassischer Konferenzraum im Hotel bereit, andererseits gibt es insgesamt sechs Kinosäle mit 16 bis 90 Sitzplätzen. Aufgrund der Ausstattung eignen sich diese hervorragend für Präsentationen, Workshops oder Produktlaunches.

### Ausblick erwünscht?

Mit dem Rooftop Restaurant & Lounge verfügt das The Embassy noch über ein weiteres schlagkräftiges Argument im MICE-Portfolio: Die Dachterrasse des Hauses bietet Ausblick sowohl über Valletta als auch über das Meer und verleiht so jedem Dinner oder Empfang von vornherein einen besonderen Rahmen. Sogar exklusive Buchungen sind bei entsprechender Planung möglich.

## IMPRESSUM

Convention International | Mai 2024

Verlag:  
HWG Verlag  
Wiedbachstr. 50  
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],  
Hans Rodewald [hr], Edith Lier [el]

Anzeigen:  
Stefan Zwingers, Dieter Meyer

Korrektur:  
Kirsten Skacel, Lektorat Rotstift

Layout/DTP:  
Caroline Minor

Titelfoto:  
Jacob Lund/shutterstock.com

Druck:  
WIRmachenDRUCK GmbH  
Mühlbachstraße 7  
71522 Backnang

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

Nächste Ausgabe:  
November 2024

Druckauflage:  
10.000

Es gelten die Anzeigenpreise in den Mediadaten vom 01.01.2024. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos wird keine Gewähr übernommen. Für namentlich gekennzeichnete Fremdbeiträge übernimmt der Verlag keine Haftung.

# Mehr als 100 Jahre Hotelgeschichte in Achenkirch

**Bereits 1918 übernahm Familie Reiter das heutige Posthotel Achenkirch. Damals allerdings als Posthalterei mit Gaststube. Daher nicht mehr mit dem zu vergleichen, was Gäste und Planer heute vorfinden: Um die 150 Zimmer und Suiten, eine großzügige Wellness-Landschaft, ergänzt um einen Landwirtschaftsbetrieb und eine Lipizzanerzucht.**



**INTERESSANT FÜR PLANER** ist zusätzlich die über die Jahre gewachsene Struktur des Fünf-Sterne-Hauses. Denn anstatt eines großen Gebäudes sind die Zimmer auf mehrere Häuser verteilt, die sich theoretisch auch einzeln exklusiv bespielen lassen. So können Gruppen, wenn gewünscht,

wertige, raffinierte Kreationen. Wer es noch etwas exklusiver haben möchte, kann sich im TCM-Restaurant Tenzo basierend auf der Fünf-Elemente-Lehre der traditionellen chinesischen Medizin kulinarisch verwöhnen lassen.

unter sich bleiben. Ähnlich verhält es sich auch im Restaurant. Durch die Unterteilung in insgesamt acht Stuben unterschiedlicher Größe, können Planer auch hier ein exklusives Event oder Dinner realisieren. Unterstrichen wird das räumliche Portfolio von den hohen Ansprüchen des Küchenchefs. Mit Produkten aus der eigenen Landwirtschaft kredenzt das Küchenteam hoch-

## Raum für Kreativität

Auch wenn die beiden Tagungsräume mit einer Kapazität von 12 beziehungsweise 24 Personen – beide Räume können auch miteinander verbunden werden – keine riesigen Konferenzen zulassen, punkten sie mit ihrer Atmosphäre und dem etwas anderen Konzept. So ist es beispielsweise möglich, die Möbel zu einem Kreis zusammenzuschieben, der wiederum im Inneren bequeme Sofas entstehen lässt, während außen herum Konferenzstühle an der umlaufenden Tischplatte platziert werden können.

## Moderner Alpen-Charme

Generell lässt sich dieses Thema als kontinuierlicher Design-Aspekt im ganzen Haus finden. So auch in den Zimmern und Suiten. Allesamt sind modern, hell und ansprechend gestaltet, aber überall findet sich konsequent der Bezug zur Region. So ist die Kombination aus natürlichen Materialien wie Holz und modernen Akzenten völlig harmonisch und verleiht absolute Wohlfühl-Atmosphäre.

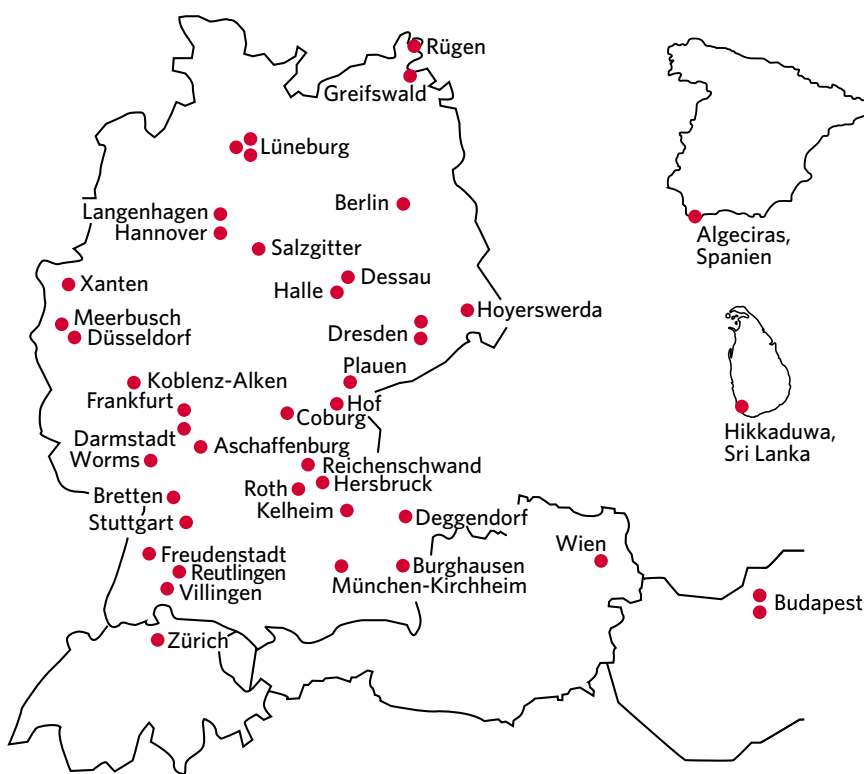
Fotos: Posthotel Achenkirch



# DORMERO Hotels

*Wir sind da, wo du uns brauchst!*

Tagungen, Meetings, Businessreise, Städtetrip, Wellness- oder Strandurlaub – wir haben das perfekte Hotel am richtigen Standort.



\* Nicht an allen Standorten  
Not at all locations

\*\* Erhältlich an der Rezeption  
Available at reception



**DORMERO** | Hotels

[www.dormero.de](http://www.dormero.de)

Sichern Sie sich hier immer **10% Direktbucherrabatt!**



### Stefan Kruecken,

geboren 1975, ist ein renommierter Reporter und der Gründer des Ankerherz Verlags. Er ist Autor mehrerer SPIEGEL-Bestseller, darunter „Sturmwarnung“ und „Unverkäuflich!“, und hat als Reporter weltweit aus mehr als 80 Ländern berichtet. Kruecken studierte Politische Wissenschaften, Germanistik und Anglistik in Köln und schloss sein Studium mit einem Magister Artium (M.A.) ab. Bereits in jungen Jahren begann er seine Karriere im Journalismus und arbeitete unter anderem als Polizeireporter für den Kölner Stadt-Anzeiger. Ein Stipendium der renommierten Alfred F. Burns Fellowship ermöglichte ihm wichtige Erfahrungen als Polizeireporter bei der „Chicago Tribune“ unter der Leitung des Pulitzer-Preisträgers Bill Recktenwald. Mit 25 Jahren wechselte Kruecken zum Magazin „max“ und berichtete als Reporter aus Kriegs- und Krisengebieten. Als freier Reporter schrieb er für namhafte Publikationen wie den „Spiegel“, den „Stern“, die „Welt am Sonntag“, den „Tagesspiegel“ und die Schweizer Blick-Gruppe, bevor er Chefreporter des Magazins GQ wurde. Seine Reportagen führten ihn um die ganze Welt, von Grönland bis nach Kap Hoorn, von Uganda bis Rio. Im Jahr 2007 gründete Kruecken gemeinsam mit seiner Frau Julia den Ankerherz Verlag. Der Verlag publizierte mit einem anspruchsvollen Programm insgesamt sechs SPIEGEL-Bestseller und bietet neben Büchern auch Mode, Accessoires und Reisen an, unter anderem nach Island, Finnland und England. Der Sender Radio Ankerherz ist weltweit im Stream zu empfangen und verzeichnet seit seiner Gründung eine kontinuierlich wachsende Reichweite. In den Sozialen Medien folgen Ankerherz mehr als 400.000 Menschen, hauptsächlich auf Facebook und Instagram

Foto: Ankerherz Verlag

Von Bernd Fritzes, Vorstandsvorsitzender Verband der Veranstaltungsorganisatoren e. V. (VDVO) und Geschäftsführer MICE DESK

## Navigieren durch Event-Stürme: Das muss das Boot abkönnen

**SEIT GERÄUMER ZEIT** kreuzt der Ankerherz Verlag regelmäßig meinen Weg – und das ist kaum ein Wunder, denn privat trennen mich nur ein paar Schritte vom lebendigen Treiben dieses Verlags. Direkt neben unserer kleinen Postannahmestelle in Hollenstedt liegt das charmante „Kaufhaus am Meer“. Dort werfe ich hin und wieder einen neugierigen Blick durch das Schaufenster des Ankerherz-Shops, der nicht nur mit Büchern lockt, sondern auch mit einer vielfältigen Auswahl an maritimen Gegenständen, Kleidung und Accessoires.

Doch meine Begegnungen beschränken sich nicht nur auf gelegentliche Schaufensterbummel. Im Umfeld der Eventmanager und Hoteliers, mit denen ich täglich zu tun habe, ist Ankerherz inzwischen ebenfalls ein Gesprächsthema. Sei es durch die impulsgebende Kooperation zwischen einem Hotel und Ankerherz, die spontan zum Kernthema einer Session auf dem HSMA MICE Camp avancierte, oder das perfekt ausgewählte Geburtstagsgeschenk unserer Verbands-Geschäftsstellenleiterin an mich – stets sind es die Geschichten von Ankerherz, die immer wieder auftauchen. Nicht zu vergessen die Anfragen von Hoteliers, die darauf brennen, mit dem kreativen Team von Ankerherz ein maßgeschneidertes Storytelling für ihre Häuser zu entwickeln.

Vor diesem Hintergrund war es nur eine Frage der Zeit, bis ich eine Kollaboration zwischen dem River Loft Hotel in Brunsbüttel und Ankerherz auf den Weg bringen durfte. Ein Impuls auf Basis des aktuellen Buches „Das muss das Boot abkönnen“ vom Bestsellerautor und Verlagschef Stefan Kruecken mündet nun in die gemeinsame Planung einer spannenden Veranstaltung für Veranstaltungsplaner aus Agenturen und Unternehmen. In diesem Kontext bot sich mir die Gelegenheit, ein ausführliches Interview mit Stefan Kruecken zu führen.

**Bernd Fritzes: Stefan, wie kam es zur Gründung von Ankerherz, und nach welchen Kriterien wählst du die Geschichten aus, die ihr veröffentlicht?**

Stefan Kruecken: Die Idee zu Ankerherz kam mir in Hamburg an einem Tag, als die Zeitungen voller nichtssagender Geschichten waren. Ich fragte mich, wer heutzutage noch zeitlose, romantische und abenteuerliche Geschichten erzählt. Meine Suche führte mich zu einem alten Kapitän, der im perfekten Sturm auf dem Nordatlantik war. Diese Geschichte wurde als „Der Sturm“ mit George Clooney und Mark Wahlberg verfilmt. Dies inspirierte uns, ein Buch zu machen, und daraus entstand der Verlag. Ich suche bis heute Geschichten nach diesen drei Kriterien aus: zeitlose, romantische Abenteuer. Idealerweise geben sie den Lesern auch etwas für ihr Leben mit, sodass sie nicht nur unterhalten werden, sondern auch Inspiration und Anregung für das eigene Leben finden. Wenn diese Verbindung gelingt, ist das Buch oft erfolgreich.

**Bernd Fritzes: In deinem Buch „Das muss das Boot abkönnen“ bietest du tiefe Einblicke in die Welt der Seefahrt. Welche Lektion ist dir am wichtigsten?**

Stefan Kruecken: Die Geschichte des Fischtrawler-Kapitän von Staa aus Cuxhaven gefällt mir am besten. Er befand sich in einer sehr schwierigen Situation mit einem Feuer an Bord während eines Sturms. Die Crew wurde evakuiert, aber er weigerte sich, das Schiff zu verlassen, zog einen Überlebensanzug an und blieb, um für sein Schiff zu kämpfen. Er wollte sein Schiff nicht aufgeben und blieb, bis das Feuer unter Kontrolle war. Diese Resilienz beeindruckt mich sehr. Ähnlich verhält es sich mit einer anderen Geschichte über einen dänischen Kapitän, der während eines Sturms mit einem Ruderdefekt sein Schiff nicht aufgeben wollte, trotz der Tatsache, dass das Schiff kenterte und die Lage aussichtslos schien. Auch er blieb an Bord und kämpfte. Diese Geschichten von unerschütterlichem Kampfgeist und der Weigerung aufzugeben, inspirieren mich besonders.

**Bernd Fritzges: Wie beeinflussen die im Buch beschriebenen Erfahrungen deine persönliche und berufliche Einstellung, gerade im Umgang mit Krisen?**

Stefan Kruecken: Wir alle durchleben Stürme, sei es durch persönliche oder globale Krisen wie die Pandemie oder politische Unsicherheiten. In meinem Buch habe ich die Essenz aus hunderten Stunden Interviews mit Kapitänen und meine eigenen Erfahrungen als Kriegsreporter zusammengetragen. Ein wichtiger Gedanke, den ich oft von einem alten Fischer hörte, war, dass die wichtigsten Dinge im Leben deine Familie und Gesundheit sind; alles andere kannst du irgendwie regeln. Dieser Gedanke gab mir Kraft, besonders während der Corona-Zeit. Die Vorbereitung auf Stürme, das Führen in Krisenzeiten und das Bewahren von Ruhe sind zentrale Fähigkeiten, die ich aus diesen Geschichten gezogen habe und die mir persönlich sehr geholfen haben.

**Bernd Fritzges: Jetzt habe ich die große Freude, gemeinsam mit deiner Unterstützung an einem Event-Projekt im Juni im River Loft Hotel teilhaben zu können. Was ist deine Rolle in der bevorstehenden Veranstaltung und was möchtest du den Teilnehmern vermitteln?**

Stefan Kruecken: Ich werde über den Umgang mit Stürmen sprechen und darüber, was wir von alten Kapitänen über Resilienz und Krisenmanagement lernen können. Die Hauptbotschaft wird sein, Mut statt Wut zu zeigen und einen optimistischen Blick in die Zukunft zu wagen. Ich möchte den Teilnehmern Mut machen und sie inspirieren, selbst in schwierigen

Zeiten optimistisch und handlungsfähig zu bleiben.

**Bernd Fritzges: Welche spezifischen Learnings könnten Vertreter der Meeting- und Eventbranche aus deinen Erfahrungen mitnehmen?**

Stefan Kruecken: Um im Bild zu bleiben mit einem Schiff, das sich in einem Sturm befindet: Die MICE-Branche ist diejenige, die als erste Corona gespürt hat und als letzte noch stark davon betroffen war. Das bedeutet, dass die Branche jetzt lernen muss, wie Widerstandsfähigkeit und Transformation schnell gelingen können. Es ist eine Zeit der Wahrheit, denn wahrscheinlich keine andere Branche ist so betroffen. Und immer dann, wenn eine Krise eintritt, zeigt sich, wer wirklich vorbereitet ist. Ein Satz in meinem Buch lautet: Schönwettersegeln kann jeder. Wer ein guter Kapitän oder Steuermann ist, zeigt sich, wenn es mal knallt, der Wind von vorne kommt und die Wellen hochschlagen. Deswegen glaube ich, dass das Thema unserer Veranstaltung – wie wir das Schiff in den Hafen kriegen und was wir dafür benötigen – sehr gut zu der aktuellen Situation passt. Welche Eigenschaften sind nötig? Was müssen wir alles an Qualitäten mitbringen? Wie müssen wir das Schiff womöglich umbauen? Um im Bild zu bleiben: Setzen wir mal andere Segel – die Sturmsegel.

**Bernd Fritzges: Zurück zum Steuermann Stefan Kruecken. Was können wir in Zukunft von Ankerherz erwarten?**

Stefan Kruecken: Ankerherz wird weiterhin starke, inspirierende Geschichten er-

zählen, sei es durch Bücher, Mode, Reisen oder Events. Jedes Buch baut eine eigene kleine Welt um sich auf, die wir durch verschiedene Medien und Formate erweitern. Storytelling bleibt unser Kern, und wir planen, dieses in allen unseren Aktivitäten modern und erlebbar zu machen.

**Bernd Fritzges: Zu guter Letzt: Gibt es eine persönliche Geschichte aus deinem Leben, die besonders prägend war oder die vielleicht in einem zukünftigen Buch verarbeitet wird?**

Stefan Kruecken: Die prägendste Zeit war sicherlich meine Arbeit als Polizeireporter für die Chicago Tribune, in der Nachtschicht während eines gewalttätigen Sommers mit Bandenkriegen. Das war eine sehr lehrreiche, zugleich aber brutale Zeit, in der ich extrem viel von meinem damaligen Chef, William Recktenwald, lernte. Diese Erfahrungen haben mich nicht mehr losgelassen und haben mich tief geprägt. Auch die zahlreichen Reisen und Reportagen aus über 80 Ländern haben mich beruflich und persönlich stark beeinflusst. Diese Erlebnisse bilden oft die Basis für die Geschichten, die wir bei Ankerherz erzählen.

**Bernd Fritzges: Vielen Dank für das aufschlussreiche Gespräch, Stefan.**

**TIPP:** MICE-Profis, die Stefan Kruecken und die Veranstaltungsmöglichkeiten im River Loft Hotel in Brunsbüttel am 20.06./21.06.2024 live erleben möchte, können sich unter [www.micedesk.de/riverloft](http://www.micedesk.de/riverloft) akkreditieren.

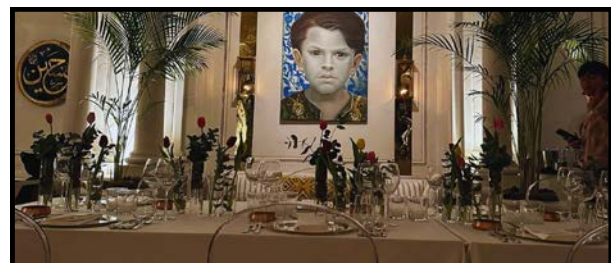
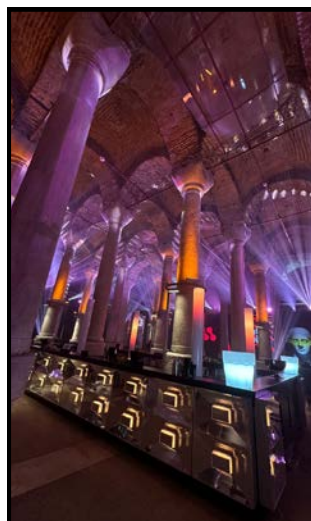
Anzeige

## DISCOVER ISTANBUL'S CHARM WITH CONCEPT TEAM FINE CATERINGS & EVENTS



CONCEPT TEAM  
FINE CATERINGS  
&  
EVENT VENUE FINDER

[www.conceptteam.org](http://www.conceptteam.org)  
[info@conceptteam.org](mailto:info@conceptteam.org)  
+90 212 270 64 54



We specialize in unforgettable events tailored to your needs.

Let us guide you through Istanbul's rich history, vibrant culture, and exquisite cuisine in secret Venues.

Contact us to plan your next event in this captivating city

# Emotionen sorgen für tiefere Kundenbindung und eine langfristige Wirkung von Events | von Nadja Kahn



Fotos: Kahn Events

**JEDER EVENTPLANER** und jede Eventplanerin arbeitet bewusst oder unbewusst mit Emotionen, um bei Veranstaltungen besondere Erlebnisse zu kreieren. Aber das weite Feld der Emotionen bietet weit mehr Potenzial für wirklich gelungene und nachhaltig erfolgreiche Events: Bewusst eingesetzte Emotionen können die Kundenbindung und langfristige Wirkung von Events deutlich steigern. Deswegen lohnt es sich, tiefer und auch theoretischer in dieses Thema einzusteigen.

## Gute Events lassen den Gast einen ganz persönlichen Change-Prozess durchlaufen

Veranstaltungen sind eine Form der Kommunikation, mit deren Hilfe Botschaften bei den Gästen platziert und Reaktionen bei ihnen hervorgerufen werden sollen. Damit spielen Events eine besonders wichtige Rolle in der Kundenkommunikation. Denn anders als beispielsweise bei einem Newsletter geht es nicht nur darum, Informationen zu übermitteln. Veranstaltungen sollen den Gast dazu bringen, etwas Bestimmtes zu fühlen und zu erleben, und das soll idealerweise dazu führen, dass er zum Beispiel nachhaltig seine Beziehung zu dem einladenden Unternehmen stabilisiert oder sogar verändert.

Die zentrale Frage für Eventplaner:innen lautet deshalb: Was benötigt

der geladene Gast, damit diese Transformation gelingt? Transformation ist das bestimmende Stichwort: Bei einem gut gemachten Event durchläuft der Gast einen kompletten persönlichen Change-Prozess! Das klingt jetzt aufwendig – ist es auch! Aber keine Sorge, es ist machbar, mit Präzision. Und es lohnt sich!

## Wir Menschen verfügen über sieben Basis-Emotionen

Um diesen Gedanken zu erläutern, muss ich ein bisschen den theoretischen Hintergrund erklären und das Konzept von Emotionen verdeutlichen. Es gibt sieben Basis-Emotionen, die seit den 70er-Jahren erforscht werden und die mittlerweile global anerkannt sind. Diese Emotionen sind direkt mit unseren menschlichen Bedürfnissen wie Sicherheit, Gemeinschaft, Unabhängigkeit, Verbundenheit und Wirksamkeit verbunden. Jede dieser Emotionen verfolgt damit ein bestimmtes Ziel und unterstützt uns damit in unseren Vorhaben, sorgt für unseren ganz persönlichen Erfolg. Insofern hat jede Emotion ihre individuelle Berechtigung

## Der erste emotionale Schritt: Loslassen

Nun möchte ich erläutern, durch welche Emotionen Gastgeber:innen ihre Gäste am besten führen sollten, um diesen Change-Prozess in Gang zu setzen. Die erste Emo-

tion, die zum Einsatz kommt, ist die Emotion des Loslassens. Damit der Gast also wirklich ankommt und sich auf das Event einlässt, muss er zunächst seinen Alltag und alles, was ihn gerade noch beschäftigt hat, loslassen.

Das gelingt, wenn das Ankommen direkt zu einem überraschenden Wohlfühlen wird. Es klingt fast banal – aber gute Wegweiser zum Veranstaltungsort, Wohlfühlambiente, Personal, das ein Gefühl des Willkommenseins ausstrahlt, bei der Garderobe und der ersten Orientierung hilft, ist das A und O. Selbstverständlich, oder? Ich kann aus eigener Erfahrung sagen: Nichts ist selbstverständlich. Vielmehr fehlen oft Wegweiser oder ich werde beispielsweise gefragt, wie meine (vor allem in letzter Zeit oft strapaziöse) Anreise war. Diese Frage wirft mich jedes Mal um Stunden zurück und ich möchte zumindest leise Zweifel anmelden, dass mein Gegenüber wirklich an meinen langen Schilderungen zu Verspätungen, Streiks oder Staus interessiert ist. Ein „Wie schön, dass Sie hier sind!“ oder „Wir freuen uns auf Zeit mit Ihnen!“ lässt mich den Alltag und auch den möglichen Ärger während der Anreise schon eher vergessen und ich beginne viel leichter loszulassen.

Erst durch den Prozess des Loslassens gekoppelt mit der Vorfreude sind die Gäste nun offen für etwas Neues!

## Entwicklung und Wachstum zulassen mit Erstaunen

Nun ist die Emotion des Erstaunens an der Reihe. Das Gefühl des Erstaunens entsteht, wenn wir uns neuen Gedanken, Menschen und Möglichkeiten öffnen. Erstaunen ist die Emotion der Visionäre – sie macht sich dann breit, wenn einen eine Idee wirklich begeistert. Echtes Erstaunen fühlt sich nach einem Moment an, der größer ist als man selbst.

Mit Erstaunen öffnen wir die Herzen, entkräften Skepsis, Nörgelei und Kritik. Wahres Erstaunen lässt sich kreieren, indem man Gästen einer Veranstaltung etwas wirklich Neues, Überraschendes und Unerwartetes bietet. Wir nennen diese Emotion die „Kinderaugen“-Emotion. Es ist erreicht, wenn bei den Teilnehmern ein ehrlich empfundenes „WOW“ entsteht.

Und das Tolle: Dann hat Nörgelei keinen Raum mehr!

### Jetzt folgt der emotionale Sicherheits-Check

Mithilfe des Erstaunens haben wir die Menschen quasi emotional geöffnet. Und jetzt benötigen die Teilnehmer die Chance, das Erlebte ganz genau in Augenschein zu nehmen. Die positive Stimmung des Erstaunens lässt sich dann aufrechterhalten, wenn die Teilnehmer interessante Details entdecken und versuchen, dahinterzukommen, wie alles gemacht, organisiert ist.

Diese nun aktive Emotion verfolgt das Ziel, einen Überblick zu bekommen. Die Teilnehmer sind höchst aufmerksam damit beschäftigt, alles wahrzunehmen. Die erhöhte Aufmerksamkeit hilft uns, in Hochgeschwindigkeit die Umgebung zu sichten und die Situation zu erfassen. Die Gäste schauen nun nach der zunächst entfachten Euphorie genau hin, hinterfragen und analysieren. So hält die Begeisterung für die neuen Ideen, wenn sie gut gemacht sind, deutlich länger an.

### Mach es zu deinem Projekt – mit emotionaler Klarheit

Nun folgt der vollautomatische interne, emotionale Qualitäts-Check. Es ist ein Moment der Klarheit – und der Bewertung. Es ist wie ein Ausatmen, ein Kalibrieren und ein Moment der Suche nach einem inneren Statement. Dafür ist es jetzt wichtig, Raum zu geben. Idealerweise im Gespräch mit anderen Teilnehmenden. Dafür aktivieren wir die Emotion der Klarheit. Sie bedient unser Grundbedürfnis nach Struktur, Abstimmung und Beurteilung.

Mit der Klarheit lassen sich die Gäste jetzt auf die Veranstaltung vollends ein. Mit dieser Emotion fordern wir für uns selbst Klarheit ein und positionieren uns selbstbewusst nach unserer Überzeugung und nach unseren Werten. Und das kann sehr ansteckend sein. Sie verhindert, dass wir uns „vor irgendeinen Karren spannen lassen“, wir haben uns nämlich unsere eigene Meinung gebildet.

In Change-Prozessen ist diese Phase der Klarheit deshalb essenziell, weil sie darüber entscheidet, ob jemand die geplanten Veränderungen wirklich als „seine“ akzeptiert, sich praktisch einkauft. Auf



diese Weise wird der Prozess zu „seinem Projekt“, seiner Veranstaltung und seinem positiven Erlebnis.

### Die Emotion der Dynamik – Wirksamkeit in Reinkultur

Wenn jetzt für die Gäste wenig passiert und die Dinge auf sich warten lassen, kann die Stimmung kippen. Alle haben sich auf das Event eingelassen und die Erwartung ist jetzt hoch. Die Emotion der Dynamik benötigt und erwartet Action. Jetzt wird es Zeit, die gemachten Versprechen wirklich einzulösen. Diese Emotion ist die Umsetzungsenergie, sie bewegt körperlich. Jetzt einem Vortrag nach dem anderen zuzuhören wäre nur dann gut, wenn diese Vorträge wirklich innerlich bewegen. Langeweile ist jetzt Gift.

Menschen in dieser Emotion wollen Teil von dem sein, was sich jetzt bietet. Passivität ist nicht angesagt. Involvement, Infotainment – all das sind Möglichkeiten, das Bedürfnis nach Dynamik zu stillen. Diese Bewegungsenergie ist ansteckend und springt schnell von einem zum anderen über. Sie sollte deshalb auf jeden Fall jetzt eingesetzt werden und mobilisiert die Menschen, am besten alle gemeinsam!

### Die Emotion der Gesundheit

Die größte Hürde, die es bei Events zu nehmen gilt, ist, die sogenannte Mecker-Emotion in Schach zu halten. Sie erfüllt unser Bedürfnis nach Gesundheit und das bedeutet einerseits körperliche Gesundheit (hier also Hunger, Raumtemperatur, Geruch etc.), aber auch geistige Gesundheit. Wenn das Programm die Gäste überfordert, das Programm ethische oder moralische Werte verletzt, die Länge des Programms überzogen wird – dann tritt sie mit Macht auf und lässt uns meckern.

Doch wo ist das richtige Maß zwischen

Machen, Erleben und Genießen? Die Aufmerksamkeit der Eventmanager:innen ist hier extrem gefragt.

### Ankommen mit Freude

Wenn es gelingt, die „Mecker-Emotion“ in Schach zu halten, dann folgt der Moment der Freude. Und Freude steht hier nicht für Spaß. Freude steht hier für Verbundenheit mit dem Event, mit der Gemeinschaft und Harmonie für sich selbst. Es breitet sich ein warmes und wohliges Gefühl aus.

Alle Gefahren, mögliche Stolpersteine und Zweifel wurden analysiert und aus dem Weg geräumt – jetzt kommt die Zeit des Genießens! Freude erfüllt uns mit einem Gefühl der Gemeinschaft, der Verbundenheit mit anderen Menschen. Wir kommen emotional an und fühlen uns mit der neuen Situation pudelwohl. Mit diesem Gefühl entlassen wir die Gäste am Ende der Veranstaltung – und diese Emotion wird noch sehr lange nachhallen und uns ermöglichen, uns an die Veranstaltung nachhaltig zu erinnern.

Wenn Gastgeber und Eventplaner es schaffen, ihre Gäste durch diesen Prozess zu führen, wird die Beziehung zwischen Gastgebern und Gästen deutlich gestärkt, und der positive Eindruck des Events, der sonst im Alltag rasch verfliegt, wirkt langfristiger.

Mehr zum Thema Emotionen finden Interessierte in dem Buch „Denken wir noch oder fühlen wir schon?“, das ich gemeinsam mit Christoph Theile verfasst habe. Gerade ist es übrigens auch als Hörbuch erschienen – von uns eingelesen!

#### Kontakt:

KahnEvents GmbH  
Nadja Kahn  
Wandsbeker Chaussee 212/214  
22089 Hamburg  
Telefon: 040-88882730  
info@kahnevents.de

#### Pressekontakt:

HICKORY TREE  
Agentur für Marketing und Kommunikation  
Stefanie Karkheck  
Obere Lindenstraße 12  
21521 Wohltorf  
Telefon: 0171-2126829  
stefanie@hickorytree.de



## Mit neuem Schwung in den MICE-Wettbewerb | von Hans Rodewald

Mohamed Moez Belhassine, Minister für Tourismus in Tunesien, und Wiem Radhouane, Präsidentin des Tunisia Convention Bureaus TCB, im Gespräch mit Adnen Helali vom Kulturzentrum Djebel Semmama beim Tunisia Mice Day in Hammamet.  
Fotos: Hans Rodewald CreativK.de

**Tunesien möchte sich künftig noch intensiver im internationalen MICE-Wettbewerb um Messen, Kongresse, Tagungen und Incentives engagieren. Die Voraussetzungen für ein erfolgreiches MICE-Geschäftsmodell sind optimal: Das nordafrikanische Land direkt am Mittelmeer mit einer großartigen Historie bietet eine äußerst abwechslungsreiche Natur, eine sehr gut ausgebaute Infrastruktur, spannende Stätten und Relikte aus der Zeit des punischen Karthago, sehr viel Kultur und faszinierende Locations. Und das alles nur zwei bis drei Flugstunden von Mitteleuropa entfernt.**

**KÜNFTIG SOLL DER** eher anspruchsvollere Geschäftsreisende weiter in den Fokus rücken. „Geschäftsreisende aus Deutschland, Österreich und der Schweiz gehören für unsere MICE-Aktivitäten zu den Kern-Zielgruppen“, berichtet Lotfi Mansour, Exekutivdirektor des nur wenige Monate alten Tunisia Convention Bureaus TCB. In diesem Jahr will man wieder an der IMEX in Frankfurt teilnehmen.

Um die intensivierten Aktivitäten vorzubereiten, veranstaltete das TCB im November 2023 den Tunisia MICE Day. Zahlreiche Aussteller nutzten die Gelegenheit, um im Tunisia MICE Market auf die Vorzüge ihrer Angebote und ihre künftigen Optionen hin-

zuweisen. Im Rahmen einer Gala-Nacht verlieh das TCB die Tunisia MICE Awards 2023 in den drei Kategorien „Bestes MICE Hotel“, „Beste MICE Destination Management Company DMC“ und „Sonderpreise der Jury“ (Ergebnisse im Kasten).

Der Minister für Tourismus, Mohamed Moez Belhassine, eröffnete den Tunisia Mice Day in Hammamet gemeinsam mit der TCB-Präsidentin Wiem Radhouane. Dabei betonte der Minister die Priorität des MICE-Sektors in der nationalen Strategie zur Tourismusentwicklung bis 2035. Der Konferenz- und Geschäftstourismus spiele eine wichtige Rolle. Er biete die Gelegenheit, Tunesien auf der touristischen Weltkarte neu zu positionieren.

# Tunisia MICE Market | von Hans Rodewald

## Djerba

Das Odyssée Resort Zarzis befindet sich in Zarzis, rund 60 Kilometer südlich des Flughafens der Halbinsel Djerba, direkt am Mittelmeerstrand. Es besticht durch seine orientalische Architektur mit organischen Formen. Der traumhafte Palmenhain am Pool sorgt für das Oasenfeeling. Rund 350 Zimmer, acht kleinere Konferenzräume für 30 bis 70 Personen und ein teilbarer Plenarsaal für 600 Personen lassen keine Event-Wünsche offen. Hier sind Tagungen mit echtem Sahara-Feeling möglich. Ausflüge in die Wüste sorgen für Abwechslung.

Knapp 20 Kilometer östlich des Flughafens Djerba, ebenfalls direkt am Meer, liegt das Hotel Radisson Blu Djerba. In den Ballsaal „Djerba“ passen 300 Personen. Sechs kleinere Konferenzräume ergänzen die Meetingoptionen. Fast 300 Zimmer und Suiten bieten Platz für Übernachtungen. Beim MICE Award 2023 erreichte das Hotel den ersten Platz für das beste Preis-Leistungs-Verhältnis.

## Hammamet

Das „Hotel de Charme The Sindbad“ im bekannten Küstenort Hammamet baut ein neues Konferenzzentrum. Schon heute eignet sich das Ressort am Meer für Veranstaltungen bis 70 Personen. Das Fünfsterne-Haus ist vor allem bei Golfspielern seit Jahrzehnten beliebt. Immobilien und Gartenanlagen sind in einem sehr gepflegten Zustand und vermitteln eine idyllische Atmosphäre.

15 Autominuten südlich liegt das opulent ausgestattete Medina Convention Center im Stadtteil Yasmine Hammamet. Yasmine entstand vor rund 30 Jahren auf einer Fläche von etwa 277 Hektar. Zahlreiche Vier- und Fünfsterne-Hotels sowie ein Vergnügungspark und ein Yachthafen direkt neben dem vielfältig nutzbarem Kongresszentrum bieten Eventteilnehmern Abwechslung und Unterhaltung.

Der Tunisia MICE Day fand in Hammamet im „Complexe Azur“ statt. Für kleinere Events stehen Räumlichkeiten im „Hotel Royal Azur“ zur Verfügung. Knapp 80 Juniorsuiten sowie 116 Doppelzimmer und 36 Strandbungalows bieten Platz für die Teilnehmer. Größere Veranstaltungen

nutzen das benachbarte „Hotel Sol Azur Beach Congress“. Hier fand die Gala-Nacht des TCB statt, bei der der MICE Award 2023 verliehen wurde.

## Tunis

Wer Events näher am internationalen Flughafen Tunis Carthage durchführen möchte, findet in der Hauptstadt Tunis ein vielfältiges Repertoire an ausgezeichneten Hotels und Kongressstätten. Das Laico Hotel Tunis beispielsweise, zwischen dem Kulturzentrum „Cité de la Culture“ und dem Kongresszentrum „Palais de Congrès“, liegt sehr günstig und verfügt über exzellente Tagungsräume. Die knapp sieben Kilometer zum Flughafen legt man in weniger als 15 Minuten zurück. Der Hauptbahnhof ist nur etwa zwei Kilometer entfernt.

Mit dem „OYA Ballroom“ verfügt das Laico Hotel Tunis über den größten Ballsaal der Stadt. In Theaterbestuhlung passen etwa 1700 Personen in den 32 mal 36 Meter großen Saal. Der Saal Carthage bietet Platz für 350 Personen, der Saal Saalambo für 150 Menschen. Zehn kleinere Konferenzräume mit 45 bis 68 Quadratmetern Fläche eignen sich für kleinere Diskussionsrunden. Teilnehmer kommen in den mehr als 300 Hotelzimmern unter.

Beim Tunisia MICE Award 2023 wurde das Laico Hotel Tunis als bestes MICE-Stadthotel gekürt.

## Korbous am Golf von Tunis

Auf der anderen, östlichen Seite des Golf von Tunis empfängt das „Royal Tulip Korbous Bay“ seine Gäste. Das traumhaft



schöne Hotel direkt am Meer eröffnete im Juli 2022. Rings um das Hotel sorgen die Hänge des Korbous-Waldes für Ruhe und Entspannung. Westlich des Hotels befindet sich der rund 30 Kilometer breite Golf von Tunis.

Die Zufahrt erfolgt über eine Straße, die bei Bedarf kontrolliert werden kann. Die Location eignet sich mithin hervorragend für vertrauliche Gespräche und Verhandlungen unter Ausschluss der Öffentlichkeit.

**re.o.:** Der Strand am „Hotel de Charme The Sindbad“ im bekannten Küstenort Hammamet lädt zu ausgiebigen Spaziergängen nach einem Konferenztag ein.

**re.u.:** Die opulente Lobby des „Royal Tulip Korbous Bay“ bietet Gelegenheiten zum Austausch am Rande einer Konferenz.



General Manager Nouredine Beyrakdar (l.) und der ehemalige Minister für Tourismus und Verkehr in Tunesien, Ahmed Smaoui, diskutieren am Pool des „Royal Tulip Korbous Bay“ Maßnahmen und Instrumente, um Tunesien als MICE-Destination noch beliebter zu machen.  
Fotos: Hans Rodewald  
CreativK.de

ber hinaus Nachhaltigkeitsaspekte. Alles in allem äußerst erfreulich.“

„Im Tourismus ist MICE ein sehr wichtiges Instrument“, erläutert der ehemalige Minister für Tourismus und Verkehr, Ahmed Smaoui, im persönlichen Gespräch. „Die Leute müssen sich treffen, um Geschäfte zu machen. Vor allem kleinere meetings werden immer wichtiger.“ Das Internet habe die Welt verändert. Persönliche Kontakte hätten abgenommen, direkte Beziehungen hätten gelitten. Daher gebe es nun einen großen Bedarf, Menschen mit gleichen Interessen zu treffen und sich mit ihnen auszutauschen. „Große Firmen wollen ihre Teams zusammenführen und Kunden treffen. Deswegen wird MICE immer wichtiger rund um das Mittelmeer.“

Für seine Heimat hat Smaoui dabei ein besonders großes Herz und rät, die MICE-Kapazitäten weiter zu erhöhen, mehr Fachleute auszubilden und die Kommunikation zu intensivieren. Daher freue sich der Ex-Minister und ehemalige CEO der Fluggesellschaft Tunis Air über die Teilnahme Tunesiens an internationalen Messen: „Tunesien ist eine Destination, die viel zu bieten hat an Kultur, Geschichte, Infrastruktur, Service und Kulinarik. Und Tunesien ist leicht zu entdecken.“ Schmunzelnd ergänzte er: „Wir müssen es den Leuten nur mitteilen.“

→ 120 Zimmer und Suiten sind vorhanden, davon 70 mit vollem und 23 mit partiellem Meerblick, die fantastische Perspektiven auf den Golf von Tunis bieten. Der Ballsaal bietet Platz für 300 Teilnehmer. Fünf Konferenzräume ergänzen das MICE-Angebot. Für die Zukunft wünscht sich General Manager Nouredine Beyrakdar einen direkten Schiffstransfer durch den Golf nach Tunis. Der Anleger in der künstlichen Bucht am Hotel sei bereits in der konkreten Planung.

### Fazit

Der Tunisia MICE Day TMD hat die relevanten Akteure zusammengeführt und das Engagement für den MICE Sektor

eindrucksvoll demonstriert, äußerte sich Lotfi Mansour abschließend äußerst zufrieden: „Wir haben das hohe MICE-Potenzial und seine Bedeutung für Tunesien erkannt und erfolgreich aufgezeigt. Die Sieger der MICE Awards sind ausgezeichnete Beispiele für höchste Professionalität und nachhaltige Einsatzfreude.“

„Von der Vielfalt der MICE-Angebote in allen Landesteilen Tunesiens war ich angenehm überrascht“, kommentierte Heike D. Schmitt, Inhaberin der hd...s Agentur für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Wiesbaden, den TMD. „Die Agenturen zeigten erfrischendes Engagement, hohe Kreativität und äußerste Professionalität. In vielen Programmen fanden sich darü-

## Tunisia MICE Awards 2023 – Die Sieger

Das Tunisia Convention Bureau TCB verlieh die Tunisia MICE Awards 2023 in drei Kategorien:

### Beste MICE-Hotels

#### Four Seasons Hotel Tunis

MICE-Hotels – Resorts 1. Platz

#### Radisson Blu Palace Resort Djerba

MICE-Hotels – Resorts 2. Platz

#### Laico Tunis Spa & Conference Center

Stadthotels

#### Four Seasons Hotel Tunis

MICE Infrastrukturqualität

#### La Badira Hammamet

Beherbergungsqualität

#### La Badira Hammamet

Bewirtung / Food & Beverages

#### Radisson Blu Palace Resort Djerba

Preis-Leistungs-Verhältnis

### Beste DMC

**Top Events** Beste DMC – 1. Platz

**Alice Events** Beste DMC – 2. Platz

**Imagine Events** Beste DMC – 3. Platz

**Alice Events** Beste Event DMC

**Imagine Events** Beste Kongress DMC

### Sonderpreise der Jury 2023

#### Iberostar Hotels & Resorts

Nachhaltigen MICE-Tourismus

#### Anantara Tozeur Resorts & Villas und Camp Abdelmoula

MICE-Sahara-Tourismus

#### Momento Destination & Events

MICE im Ausland

#### VIP Incoming

Pioniermarke MICE

#### Wassim Ben Larbi d'Express FM

Wirtschaftsjournalist für seine Unterstützung der MICE-Branche



# „Geschäfte macht man mit Menschen, nicht mit Unternehmen“

**Tanja Knecht, CEO MICE Impact sprach mit Michèle Kreuter, Business Development & Marketing Manager der Kreuter Eventtechnik GmbH über Familienbetriebe, Werte, Impact und sinnstiftendes Arbeiten. Kreuter Eventtechnik ist Technikpartner der MICE Impact Academy und der MICE Impact Lounge.**



**Was bedeutet Impact für Dich ganz persönlich? Und was bedeutet Dir Impact in Deinem Beruf?**

Impact im beruflichen Umfeld bedeutet für mich an allererster Stelle für all unsere Mitarbeiter:innen da zu sein und ein gute Arbeitsumgebung zu schaffen, in der sie gerne arbeiten, und für sie da zu sein.

Dann stellen wir uns natürlich als Betrieb immer wieder die Frage, welchen Beitrag wir leisten können, sowohl auf ökologischer als auch auf ökonomischer und sozialer Ebene. Wir engagieren uns besonders im Bereich der Bildung und pflegen beispielsweise einen guten Kontakt zu unserer alten Schule und begleiten dort die Veranstaltungstechnik AG mit Workshops und führen so junge Interessierte in die Welt der Veranstaltungstechnik und des Managements.

**Lass uns einmal über Werte im Job sprechen – was sind Deine wichtigsten Werte, in Deinem Beruf? Wie möchtest Du gerne arbeiten?**

Ehrlichkeit währt am längsten – so bin ich aufgewachsen und das erwarte ich

auch von meinem Umfeld. Ich übernehme gerne die Verantwortung, bin immer auf der Suche nach neuen, spannenden Herausforderungen, versuche mit Empathie und Leidenschaft zu führen und zeichne mich durch meine Willenskraft aus, da will der Kopf auch manchmal durch die Wand, aber alles immer mit einer kleinen Prise Charme.

Mir ist besonders wichtig, dass wir Spaß bei der Arbeit haben, das funktioniert natürlich nicht an allen 365 Tagen im Jahr, aber da unser Team aus echten Leidenschaftstälern besteht, ist es häufig gar nicht so schwer. Ehrlichkeit und Loyalität sind mir im Umgang von besonderer Bedeutung, jede:r soll sich artikulieren können und den Mut haben, für sich und Kolleg:innen einzustehen.

**Was möchtest Du anders machen als andere? Was soll Euer USP sein?**

Technik bekommt man bei allen Anbietern. Am Ende arbeiten alle mit ähnlichem Material, vielleicht in unterschiedlichen Qualitäten und Ausführungen. Für uns ist es daher wichtig, den Men-

schen in den Vordergrund zu stellen, und zwar auf Kundenseite und bei uns im Unternehmen. Wir sind ein kleines, familiäres Team – da ist jeder ein Individualist mit ganz eigenen Kompetenzen, Erfahrungen, Schwerpunkten und eigenen USPs. Genau die wollen wir einsetzen.

Jemand sagte mir mal so schön „Geschäfte macht man mit Menschen, nicht mit Unternehmen“ und daran glaube ich ganz fest. Wir stehen hinter all unseren Individualist:innen. Sie sind unser Aushängeschild – sie machen uns zu dem, was wir sind – sie sind Kreuter Eventtechnik. Wir wollen bedarfsgerecht hochwertige Technik liefern, dazu ist die richtige und ehrliche Beratung besonders wichtig. Das Versprechen, welches wir geben, ist, dass wir nie aufhören zu hinterfragen. Denn Technik muss nicht nur funktionieren, sie darf kreativ sein!

**Wenn Du einen Wunsch für unsere Branche frei hättest – welcher wäre dies?**

Wenn ich Menschen erzählt habe, welchen beruflichen Weg ich einschlage, wurde ich oftmals belächelt. Sätze wie „Mit deinem Abitur könntest du doch auch Medizin studieren!“ waren nicht selten. Doch warum sollte ich etwas studieren, was mich überhaupt nicht so fasziniert?!

Manchmal habe ich das Gefühl, unserer gesamten Branche geht es so. Der sechstgrößte Wirtschaftszweig in Deutschland ist nicht sichtbar genug, laut genug, stark genug. Wir verstecken uns hinter unseren einzelnen Posten und arbeiten, anders als bei einem Event, öffentlich nicht zusammen.

Ich würde mir wünschen, dass wir alle gemeinschaftlich eine Einheit bilden, dass wir zeigen, was in uns steckt, dass wir zeigen, wie bunt wir sind, dass vom Hausmeister bis zur Vorstandsvorsitzenden bei einer Veranstaltung alle im Team arbeiten können, dass wir eine gemeinsame Haltung entwickeln, dass wir alle anderen Wirtschaftszweige respektieren, aber auch wir respektiert werden wollen.

Foto: Tim Joshua Seibert

# Juwel in rotem Sandstein | von Hans Rodewald

**Heidelberg hat ein wunderschönes, neues Heidelberg Congress Center (HCC). Die intensive Planung hat sich gelohnt. Hinter der dezenten Fassade aus Natursandstein aus der Region verbirgt sich ein echtes Schmuckstück, das die Herzen zahlreicher Eventplaner höher schlagen lässt.**



Das große Glasportal rechts und der an den Neckar erinnernde Wellenschliff links bilden die Fassade des neuen Heidelberg Congress Center zum Europa-platz. An der rechten Seite befindet sich das zweite Glasportal. Fotos: Hans Rodewald CreativK.de

Nach vielen Jahren der Diskussion und Planung mit Bürger- und Expertenbeteiligung und einer vergleichsweise kurzen Bauzeit ist es nun vollendet. Bei einer fulminanten Eröffnungsgala am 19. April 2024 übergab Projektleiter Wahid Saberi den digitalen Schlüssel an Geschäftsführer Thomas-W. Sante. Im HCC kann Heidelberg endlich größere MICE-Events beheimaten.

Die Freude beginnt schon bei der Anreise. Das HCC ist nur rund 100 Meter vom neuen Ausgang Süd des Heidelberger Hauptbahnhofs entfernt. Die Strecke ist überdacht. Wer per Bus oder Pkw anreist, biegt von der Autobahn kommend einmal rechts und einmal links ab und ist sofort da. Im Parkhaus unter dem HCC sind 330

Pkw- und 388 Fahrrad-Stellplätze. 70 Pkws und 50 E-Bikes können elektrisch aufgeladen werden. Für den örtlichen Verkehr gibt es eine Straßenbahn-Haltestelle direkt am Eingang.

## Hoch, hell und freundlich

Das HCC verfügt über zwei einladende Glasportale. Somit finden zwei oder mehr Tagungen gleichzeitig Platz. „Im Grunde haben wir zwei Center in einem Gebäude“, erläutert Oliver Wolf von der Heidelberger Kultur- und Kongressgesellschaft. Wer durch das Portal schreitet, wird in einer hellen, hohen Halle empfangen. Die rund zwölf Meter hohe Glasfassade fängt das Tageslicht ein. Das Foyer bietet viel Raum für die geräumige Garderobe, das Catering und zusätzliche Stände.

Links geht es in den etwa 1500 Quadratmeter großen Saal 1. Die Decke ist fast 14 Meter hoch, mehrfach gewölbt und schräg. 14 mächtige Oberlichter, jeweils in Form einer Halbellipse, sorgen für Tageslicht.

Selbstverständlich lassen sich die Oberlichter schließen. Der Raum bietet Platz für rund 800 Personen parlamentarisch oder rund 1800 Personen in Theaterbestuhlung. Ein Saal in dieser Größe fehlte bislang in der Wissenschaftsstadt.

Hinter dem Saal 1 geht das Foyer sehr großzügig weiter. Hier sorgen zwei mächtige, dreieckige Oberlichter für reichlich Tageslicht. Ergänzend leuchten die sphärischen Deckenleuchten sehr hell und fließend warmweiß, neutral oder kaltweiß. Die Fläche ist ideal für das Catering und weitere Veranstaltungs- oder Ausstellungsstände.

Weiter rechts gelangt man zum zweiten Glasportal mit der zweiten Garderobe. Mittels Aufzug oder über die Treppe kommt man in das erste und zweite Obergeschoss. Im ersten OG befinden sich der rund 660 Quadratmeter große, teilbare Saal 2 mit Platz für 800 Personen, fünf teils teilbare Tagungsräume sowie drei große, offene Flächen. Jeder der Tagungsräume mit ei-

ner Fläche von 60 bis 230 Quadratmetern hat Fenster oder Oberlichter.

### Viele Knüller

Einziges Ausnahme bildet das integrierte TV-Studio ohne Tageslicht. Der Hintergrund ist variabel. Auf Veranstalterwunsch gibt es schwarzen Stoff, grünen Stoff oder eine riesige LED-Wand. Angrenzend befinden sich noch zwei Technikräume für Ton und Regie. Von hier lassen sich Veranstaltungen live streamen oder Videos produzieren.

Im zweiten Obergeschoss gibt es zwei Tagungsräume, davon einer teilbar, eine Cateringarea und eine weitere Besonderheit: Unter freiem Himmel können 60 Personen im rund 150 Quadratmeter großen Sky-Forum tagen oder einfach die frische Luft genießen.

Ein weiterer Knüller des HCC versteckt sich im Zwischengeschoss. „The Kitchen“ bietet drei getrennte Kochinseln sowie etwa 55 Plätze an der Theke ringsum. Auf einem großen Monitor können die Gäste verfolgen, was von den Kameras der Kochinseln aufgezeichnet wird. „The Kitchen“ könnte sich zu einem echten Zugpferd für das HCC entwickeln.

„Das Gebäude ist voller Überraschungen“ freut sich Projektleiter Wahid Saberi. Für die städtische Gesellschaft für Grund- und Hausbesitz GGH und die städtische Bau- und Servicegesellschaft BSH hat er den Neubau realisiert. Das ist gelungen. Anstelle simpler Kuben verwöhnt das HCC mit unterschiedlichen Formen und Schrägen. Lediglich die sphärischen LED-Deckenleuchten sind einheitlich, allerdings individuell für das HCC gestaltet und in der Farbtemperatur variabel.

Beheizt und gekühlt wird extern, so wie im kompletten Viertel „Bahnstadt“. Nach Aussage von Oberbürgermeister Prof. Dr. Eckart Würzner ist dieser Stadtteil weltweit die größte zusammenhängende Passivhausiedlung. Im HCC sorgt die Wärmerückgewinnung der Be- und Entlüftung für fast 90 Prozent Energieerhalt. Für die Unterstützung der Stromversorgung sind auf dem Dach 1100 Solarmodule installiert.

### Nachhaltig und erfolgreich

„Wir möchten wirklich nachhaltig sein“, erläutert Saberi und ergänzt: „Wir kalku-



lieren mit einer Nutzungsdauer von 100 Jahren.“ Nachhaltigkeit zeigt sich auch am Mobiliar. Dank einer speziellen Konstruktion lassen sich die massiven Stehtische einfach in der Höhe verstellen oder in Sitzbänke verwandeln. Je nach Anforderung wird das Mobiliar entsprechend umgebaut und positioniert. Weitere Stehtische lassen sich beliebig über die Flächen rollen. Darüber hinaus kann der Kunde seine Lichtfarben für die gemieteten Tagungsräume wählen.

Für die nachhaltige Planung erhielt das HCC bereits das Gold-Zertifikat der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen DGNB. Die moderne Ausrichtung ist neben der glänzenden Bauausführung sowie dem engagierten Team unter Leitung von Mathias Schiemer und Thomas-W. Sante sicher ein Grund für den Erfolg des HCC. „Für dieses Jahr sind wir fast ausgebucht“, verkündete Würzner bei der Eröffnungs-

gala. „Auch im Jahr 2025 sind nur noch wenige Termine frei“, ergänzte er stolz.

Wer das HCC besucht, wird den Stolz des Oberbürgermeisters verstehen. Seit dem Jahr 2015 ist Mathias Schiemer in Heidelberg für das Stadtmarketing verantwortlich. Seither hat er mit seinem Team das HCC in allen Facetten diskutiert und geplant. Das Ergebnis ist herausragend. Dezent von außen, ungemein wertvoll innen. Eben ein echtes Schmuckstück, nicht nur für Heidelberg und die Region.

---

**re.o.:** Das Foyer hinter dem Saal 1 kann wie alle Freiflächen flexibel genutzt werden. Sphärische LED-Deckenleuchten sorgen für die passende Lichtstimmung.

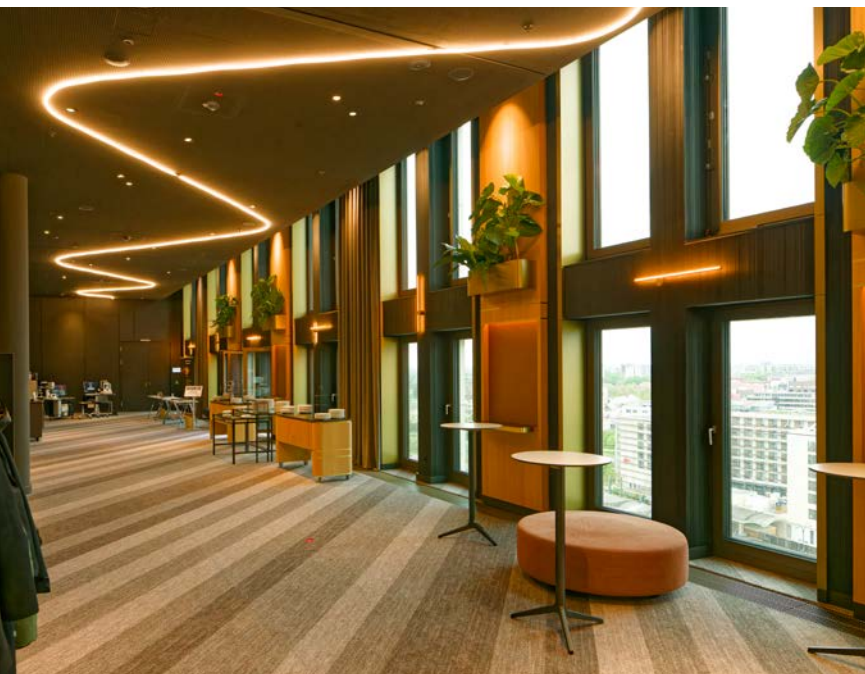
---

**re.u.:** Schöner kochen an drei Kochinseln, jeweils mit TV-Kamera ausgestattet. Die knapp 60 Gäste sitzen ringsum und verfolgen live und am Monitor das Geschehen.

---

# Tagen mit Weitblick über Heidelberg | von Hans Rodewald

**„Unser absolutes Highlight ist der Ballsaal in der elften Etage“, sagt Nadiya Bölek. Die stellvertretende Hoteldirektorin ist seit 28 Jahren in der Hotellerie und kennt sich aus. Man kann ihr nicht widersprechen: Das ATLANTIC Hotel mit 310 Zimmern, Tagungsräumen, Bar und Restaurant und der Ballsaal sind atemberaubend!**



Der Teppichboden im Foyer der Konferenzebene in der elften Etage sorgt für angenehme Ruhe und Wohlfühlambiente.



Das Restaurant in der 15. Etage kann ebenso wie die benachbarte Bar komplett gemietet werden. Fotos: Hans Rodewald CreativK.de

**ENDE MÄRZ 2024** wurde das ATLANTIC Hotel in Heidelberg's „Bahnstadt“ eröffnet. Wie das gesamte Viertel ist auch das Hotelgebäude mit seinen 15 Etagen als Passivhaus konstruiert. Hier wird Nachhaltigkeit gelebt. Das Haus befindet sich direkt am Ausgang Süd des Bahnhofs. Die Zimmer sind urgemütlich. Die beiden bodentiefer Fenster lassen sich komplett öffnen. Glasbrüstungen sichern die Gäste. Viel Holz, gemütliche Sessel und flauschige Kissen in den Zimmern und im Rooftop geben eher das Gefühl, man sei in einer romantischen Almhütte in Österreich.

Ebenso wohnlich sind die Tagungsräume. Nicht nur wegen der behaglichen Holzböden und der ansprechenden Optik. Vor allem die Akustik beeindruckt. „Wir haben die Raumakustik mit Experten optimiert“, verrät Ulrich Ponty, Marketing- und Verkaufsleiter der ATLANTIC-Hotels. Das Ergebnis lässt keine Wünsche offen. Hier kommt man in den Raum und möchte gar nicht mehr hinaus.

Ein teilbarer Tagungsraum für 140 Personen und ein Boardroom mit 14 Sitzplät-

zen stehen im Erdgeschoss zur Verfügung. Vor den Tagungsräumen kann eine eigene Cateringarea genutzt werden.

## Konferenzebene mit Ausblick

In der elften Etage befindet sich die Konferenzebene mit wunderschönem Ausblick. Diese Ebene und damit die Konferenzräume nutzen die Höhe von zwei Etagen und bieten damit viel Luft. Die dunkle Akustikdecke schluckt den Schall, die großen Fenster sorgen für reichlich Tageslicht. Selbstverständlich kann man die Räume komplett abdunkeln. Die Steuerung erfolgt über Touchscreens direkt im Raum.

Auf der einen Seite befindet sich ein Raum für 140 Personen in Theaterbestuhlung. Dieser lässt sich durch flexible Trennwände in vier einzelne Räume für jeweils 27 Personen oder für Zwischenlösungen aufteilen. Auf der anderen Seite der Etage bietet der Ballsaal 280 Personen Platz. Auch hier lässt sich der Raum mittels Trennwand in zwei Räume halbieren. Dazwischen bietet ein sehr großzügiges Foyer Raum für Cateringinseln und Ausstellungsstände.

## Urgemütliches Ambiente

Bemerkenswert ist das lauschige Ambiente. Wände und Decken sind mit einem dunklen Material bezogen. Sanfter Teppichboden reduziert den Trittschall auf null. Das führt auch hier zu einer äußerst angenehmen Akustik. Goldene Metallstreifen an den Wänden sorgen für optische Eleganz.

Dieses Design setzt sich fort. Über der Konferenzetage befindet sich das „Rooftop“ mit Restaurant, Bar, etlichen attraktiven Sitzcken und einem geräumigen Balkonstreifen. „Einige Gäste nehmen ihr Laptop und arbeiten mir großer Freude hier“, berichtet Bölek. „Der Blick in die Weite ist Yoga für die Augen“, ergänzt Saskia Klefenz. Sie ist seit 15 Jahren in der Branche und berät Eventplaner seit Januar 2023 im ATLANTIC Hotel. Mit großem Erfolg, wie sich zeigt. Die Konferenzräume sind gut gebucht, nur noch wenige Lücken sind frei.

Ebenso erfreuen sich Bar und Restaurant großer Beliebtheit. Kein Wunder, bietet sich von hier der Blick über Heidelberg und bis nach Speyer. Wer zu einer Tagung in das ATLANTIC Hotel Heidelberg einlädt, motiviert sicher viele Teilnehmer.



**WIE LÄSST SICH** mit Hilfe von Künstlicher Intelligenz (KI) die nächste Entwicklungsstufe der Eventlandschaft gestalten? Der differenzierte Blick auf diese Frage steht im Mittelpunkt eines neuen

## KI und die Zukunft von Business Events

Gemeinsam die nächste Entwicklungsstufe der Eventlandschaft gestalten

2023 statt. Kern des Whitepapers sind fünf prototypische KI-Anwendungsfälle für Business Events.

### Vom Pain Point zur Lösungsidee

Die jüngsten Entwicklungen im Bereich Künstlicher Intelligenz bringen uns immer näher an die Schwelle einer neuen Ära, in der Technologie und Daten die Art und Weise, wie wir Business Events planen, durchführen und erleben, grundlegend verändern. Was sich jetzt bereits abzeichnet ist, dass sich KI künftig zu einem unverzichtbaren Werkzeug für fast alle Aspekte der Eventplanung

Nachbereitung bzw. Vorbereitung des nächsten Events.

Hier setzte die Premieren-Veranstaltung des ebx.lab an: Wie lassen sich strategische Pain Points im Event Cycle mithilfe von KI lösen und so Prozessinnovationen vorantreiben? Die Teilnehmer\*innen identifizierten dazu in einem offenen, moderierten Prozess zunächst ihre wichtigsten Herausforderungen im Jetzt und Heute. Diese wurden anschließend strukturiert, priorisiert und in zwölf Challenges umgewandelt – von Themen wie ineffizienten Produktionsprozessen über unbefriedigende Customer Journeys



Whitepapers, dessen Inhalte wir im Rahmen eines neuen GCB-Veranstaltungsformats kollaborativ erarbeitet haben: Das „ebx.lab – Die strategische Innovationswerkstatt für neue Events, Brands und Experiences“ fand erstmals im Herbst

entwickeln wird. Gleichzeitig stehen Entscheidungsträger\*innen in Marketing-, Kommunikations- und Eventabteilungen derzeit vor vielfältigen Herausforderungen entlang des gesamten Event Cycles aus Planung, Umsetzung und

bis hin zu Herausforderungen im Recruiting neuer Mitarbeiter\*innen.

Die 30 Teilnehmer\*innen bildeten anschließend fünf Expert\*innen-Gruppen – und aus zwölf Challenges wurden

in einem spielerisch-kreativen Workshop insgesamt fünf prototypische Anwendungen für KI-gestützte Lösungen zur jeweiligen Challenge. Die Prototypen reichen von einem KI-Assistenten für personalisierte Eventerlebnisse über eine smarte Evaluationsplattform bis hin zu einem Agenda-Dashboard für Eventplaner\*innen. Alle Cases wurden einer fachlichen Bewertung durch die KI-Expert\*innen des Fraunhofer-Instituts für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO unterzogen und sind im Whitepaper in voller Länge nachzulesen.

### Die Zukunft mit KI in vier Thesen

Aus den Diskussionsergebnissen des ebx.lab kondensierten die Whitepaper-Autor\*innen unter Einsatz von GPT-4 (Open AI) zudem vier übergeordnete Thesen, in welchen Bereichen von Business Events KI besonders relevant und wirksam werden kann.

#### ➔ KI wird die Personalisierung bei Business Events revolutionieren

Teilnehmergewinnung und -engagement sowie die individuelle Relevanz und Wirksamkeit sind wiederkehrende Herausforderungen in der heutigen Eventlandschaft.

Fortgeschrittene KI-Anwendungen werden in der Lage sein, Event-Erlebnisse auf diespezifischen Interessen und Anforderungen der Teilnehmer\*innen abzustimmen – von der Ansprache bis zur Programmgestaltung.

#### ➔ KI wird Planungs- und Managementprozesse von Events optimieren

Durch den Einsatz von KI können zukünftig repetitive und zeitaufwändige Aufgaben im Event Cycle automatisiert werden. Das gibt Veranstalter und Planer\*innen mehr Raum für kreative und strategische Entscheidungen. Auch die Optimierung des on-site Eventmanagements kann KI unterstützen.

#### ➔ KI wird das Engagement und die Interaktion mit und unter Teilnehmer\*innen verstärken

Die kuratierte Vernetzung von Teilnehmer\*innen und fehlende innova-



tive Formate für Teilnehmerengagement sind regelmäßige Schwachstellen bei Events. Chatbots, virtuelle Assistenten oder andere KI-gesteuerte Tools können die Echtzeitkommunikation und -interaktion fördern. Auch mit Blick auf interaktive und immersive Sessions und Workshops kann KI wertvolle Beiträge leisten.

#### ➔ KI wird datengetriebene Erkenntnisse und prädiktive Analysen ermöglichen

Neue Algorithmen und umfangreiche Datenmodelle versorgen Veranstalter und Planer\*innen mit intelligenten, hochspezifischen Datenanalysen, die ihnen bei der Evaluierung vergangener Events, der Entwicklung zukünftiger Strategien und der Vorausschau helfen. Im Idealfall folgt daraus eine höhere Kundenzufriedenheit, ein besserer Return on Investment und ein nachhaltiger Impact.

Das GCB-Whitepaper „Künstliche Intelligenz und die Zukunft von Business Events“ kann unter diesem Link kostenfrei als PDF heruntergeladen werden: [www.ebxlab.de](http://www.ebxlab.de)

Foto und Abbildung: GCB

**ebx.lab** BY GCB ...  
Die strategische Innovationswerkstatt  
für neue Events, Brands und Experiences



#### 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: Patrick Kuschfeld

# EXPERIENCE THE MAGIC OF ISTANBUL IN OUR EXQUISITE HOTELS!

Get ready for an unforgettable stay  
filled with luxury and comfort.



HILTON ISTANBUL BOMONTI  
HOTEL & CONFERENCE CENTER



HILTON ISTANBUL BOSPHORUS



CONRAD ISTANBUL BOSPHORUS

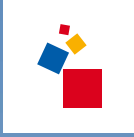


HILTON ISTANBUL BAKIRKOY



HAGIA SOFIA MANSIONS ISTANBUL,  
CURIO COLLECTION BY HILTON

**Hilton**



messe frankfurt

# Möglichmacher für Ihren Erfolg

## Mitten in Frankfurt

Smart Locations  
und Full Services

Treffen Sie uns  
auf der IMEX!

