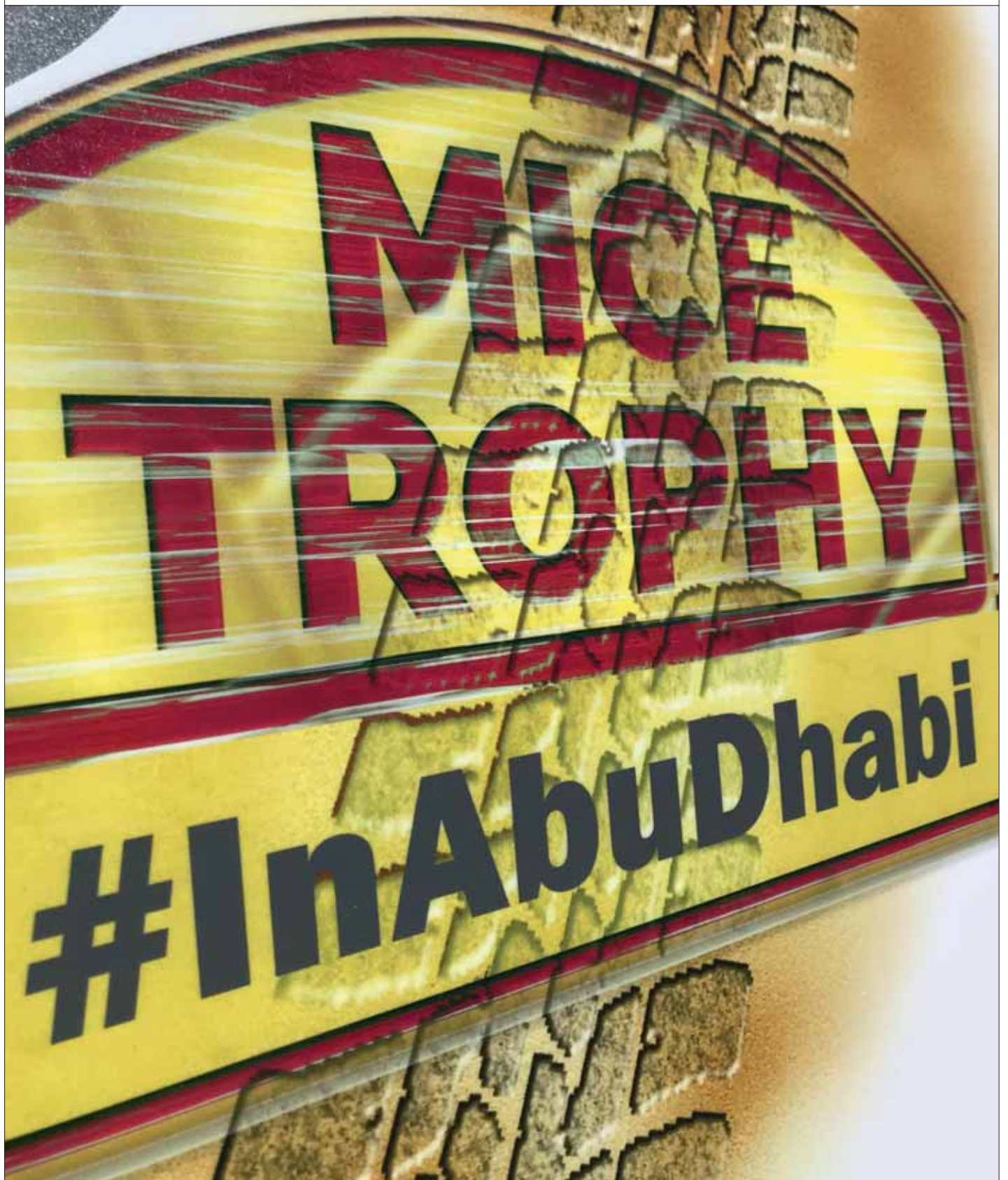


01/18 | März 2018 | 37. Jahrgang | 8,50€

# convention

INTERNATIONAL

DAS MAGAZIN FÜR VERANSTALTUNGSPLANER





**O** b Kongress, Event, Meeting oder Seminar, Weihnachtsfeier oder Bankett – das Tagungshotel

## Grand La Strada in Kassel bietet Großes!

- zentral in Deutschland – bestens erreichbar
- 10 Minuten zum ICE-Bahnhof Kassel Wilhelmshöhe
- 5 Minuten zur Autobahn und Stadtmitte
- 850 Parkplätze
- zentrale und ruhige Lage nahe dem „Staatspark Karlsaue“
- schickes Ambiente



**E** ines der größten privat geführten Tagungshotels ist zugleich Kassels vielseitigste Hotelwelt:

- 1.000 Betten in 484 modernen Zimmern, Suiten und Apartments (komplett renoviert in 2017)
- 40 Tagungsräume
- Exklusiver Kongress- und Event-Saal „Palazzo“ für bis zu 1.000 Personen mit neun Metern Deckenhöhe, geschwungenen Galerien und imposanten Freitreppen rechts und links der Bühne
- vier Restaurants und Bars
- täglich Livemusik in der Lobby
- Wellness-Spa mit Sauna, Pool und Fitness
- Bowlingcenter mit vier Bahnen und eigener Bowling-Bar



**Wir freuen uns auf Sie! Ihr Team vom Grand La Strada**

Raiffeisenstr. 10 · 34121 Kassel · Tel.: 05 61 / 2 09 00 · E-Mail: info@lastrada.de · www.lastrada.de



## Viele Köche verderben den Brei...

... so heißt es im Volksmund. Hier und da mag das zutreffen. Pauschalisieren sollte man allerdings nicht. Denn meist wird in diesem Zusammenhang vergessen, dass es manchmal durchaus von Vorteil sein kann, wenn ein Austausch verschiedener Meinungen, Sichtweisen und Expertisen stattfindet. Wenn eben mehrere Köche etwas beitragen.

Letztlich kann niemand auf jedem Gebiet ein Experte sein, und es wird in allen Bereichen immer jemanden geben, der mehr weiß, mehr erlebt hat oder mehr im Thema steckt. Und weil es sie gibt, diese Fachleute, nutzen wir ihr Wissen, um unseren Lesern den vielzitierten Mehrwert zu bieten. Daher lassen wir in dieser Ausgabe eine Reihe von Brancheninsidern zu Wort kommen, die es schlicht und ergreifend besser wissen. Schließlich ist Qualität unser Anspruch und nicht Selbstdarstellung um jeden Preis.

*Anna-Lena Gas*

Anzeige



## Tagen in neuen Dimensionen

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

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



# Inhalt

März 2018



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



@Convention\_Int.



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

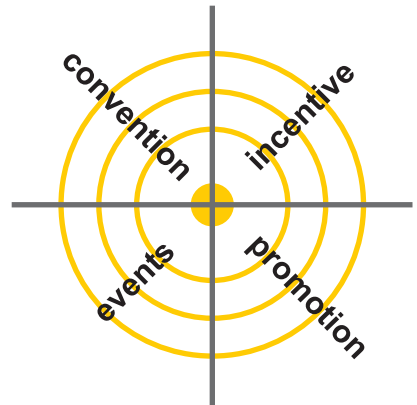


6

Von der unendlichen Weite der Rubh-al-khali über das pulsierende Stadtleben Abu Dhabis bis hin zum faszinierenden Lichtspiel in der Al-Ain-Oase: Das größte Emirat hat viel zu bieten.

- |  |  |  |
|--|--|--|
| <b>6 Abu Dhabi</b><br>Die MICE-Trophy geht in die zweite Runde | <b>28 Female Leaders</b><br>Carina Bauer im Interview                                      | <b>40 Dr. Michael Liebmann</b><br>Events der Zukunft: Was wird möglich sein, welche Technologien helfen? |
| <b>18 ITB Berlin</b><br>Viele Neuerungen                       | <b>30 Göran Göhring</b><br>Live- und Digital-Experiences: Warum es kein Entweder-oder gibt | <b>42 Meliá</b><br>Mitten im Zentrum Barcelonas  |
| <b>22 Colja M. Dams</b><br>Trends bleiben Trend                | <b>34 Davos</b><br>Absolute Spitze in Europa   | <b>44 IMEX</b><br>She Means Business am Edu Monday   |
| <b>26 Hotels</b><br>Die Dorint GmbH wächst wieder              | <b>37 Hard Rock Hotel Davos</b><br>Neu und anders  |  |

## ... und das Beste in der Mitte ...



## ... von Deutschland

# eventbuero.de

kassel • berlin • frankfurt • garmisch-partenkirchen

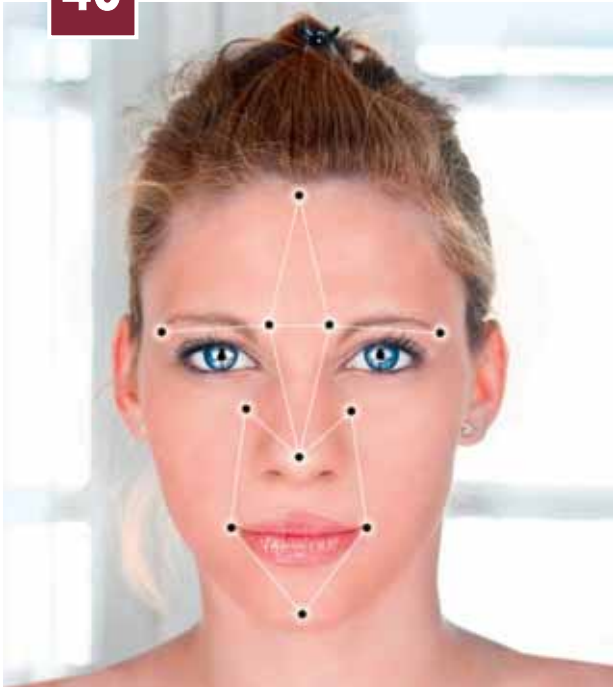
büro für eventmarketing  
Friedrich-Ebert-Str. 33  
34131 Kassel  
Tel. +49 (0)561- 50 61 24-70  
Mail: kontakt@eventbuero.de



### 28

In unserer Rubrik „Female Leaders“ stellen wir weibliche Führungskräfte der MICE-Branche vor. In dieser Ausgabe Carina Bauer, CEO IMEX Group.

### 40



Dr. Michael Liebmann über Möglichkeiten, um Events durch neue Technologien attraktiv zu gestalten.

- 50 Conventa**  
Eine Dekade für das ‚neue‘ Europa
- 52 Fachkräftemangel in der Sicherheitsbranche**  
Quantität statt Qualität
- 56 Bahrain**  
Interessant als MICE-Standort

- 58 Michael Haufe**  
Veranstaltungen für mehr Wir-Gefühl
- 64 Le Meridien**  
MICE-Möglichkeiten an der Côte d'Azur
- 72 Impressum**
- 74 Luppolds Lupe**  
Wiederholung ist die Mutter der Didaktik

# Fünf Tage Abu Dhabi – Die MICE-Trophy geht in die zweite Runde | von Anna-Lena Gras



Foto: Plakopp / Shutterstock

Nach der erfolgreichen ersten MICE-Trophy in Namibia ging es in der zweiten Edition nach Abu Dhabi. Und davon, dass das Wüstenemirat viel mehr zu bieten hat, als die meisten denken, konnten sich die Teilnehmer vor Ort überzeugen: die größte Sandwüste der Welt, mystische Oasen und die pulsierende Hauptstadt mit Formel-1-Rennstrecke, der größten Moschee der Vereinigten Arabischen Emirate und dem gerade eröffneten Louvre. All das sollte in den nächsten Tagen auf der Agenda stehen und uns letztendlich tief beeindruckt in den Flieger zurück nach Hause steigen lassen.



Fotos: DCT Abu Dhabi



Nach dem Nachtflug mit Etihad aus Frankfurt, Düsseldorf und München kommend, trafen wir uns am Flughafen Abu Dhabi. Die Gruppe aus teils bekannten – einige Teilnehmer waren schon in Namibia mit von der Partie –, teils neuen Gesichtern fand sich schnell zusammen, und ähnlich schnell stellte sich das MICE-Trophy-Gefühl ein.

Nach der Gepäckübergabe an unser „Kofferrfahrzeug“ sollten wir direkt unsere Jeeps übernehmen. Schließlich war erster Programmpunkt der MICE-Trophy #InAbuDhabi eine Self-Drive-Experience und die Desert-Trophy der erste Teil der Reise. Schnell und schon

ganz gespannt verteilten wir uns auf die fünf Destinationen-Jeeps, die von der für das Programm verantwortlichen DMC „Impact“ bereits im Vorfeld organisiert und am Flughafen bereitgestellt worden waren. Gruppenleader waren, wie schon in Namibia, die jeweiligen Vertreter der teilnehmenden Destinationen. Also führte das Team Abu Dhabi Frank Müllauer, bei Namibia übernahm Matthias Lemcke, Flandern folgte Alexandra Michalak in den Jeep, Jewgeni Patrouchev steuerte das Team Kolumbien und Xiaosha Tang trat für Singapur die Teamleitung an. Nach einer kurzen Einführung durch DMC-Chef Alberto Cavallo starteten wir unsere erste Etappe.

## Einsteigen und los geht's

Der erste Stopp der insgesamt etwa 700 km langen Self-Drive-Experience sollte der Jebel Hafeet sein. Schon auf dem Weg dorthin gab uns unser Guide Thomas die ersten Informationen über Land und Leute, via Funk und Walkie-Talkie. Jedoch wurde schnell klar, dass diese, ähnlich wie in Namibia, nicht ausschließlich zum Informationsaustausch genutzt werden würden. Verbaler Schlagabtausch sowohl zwischen den Gruppenleitern als auch innerhalb der Gruppen – schließlich war man sich ja teilweise schon bekannt – wäre hier wohl die passende Beschreibung. Allerdings schalteten sich die Trophy-Neulinge ebenfalls schnell in die Kommunikation ein, was letztlich direkt zu Beginn der Trophy für gute Stimmung sorgte.

Der Jebel Hafeet ist mit seinen 1.240 Metern einer der höchsten Punkte des Emirats und liegt etwa 30 km von der Oasenstadt Al Ain entfernt – unser Endziel für den heutigen Tag. Doch erst einmal ging es über die 11 km lange Bergstraße hinauf zum Mercure Grand. Auf der Aussichtsterrasse wurde uns das Frühstück serviert, das wir mit beeindruckendem Panoramablick über die endlose Weite der Wüste sowie die am Fuße der Berge gelegene Oase genießen konnten.

Frisch gestärkt, war unser nächstes Ziel das Sheikh Zayed Desert Learning Center. Als Teil des Al Ain Zoo versteht sich das Desert Learning Center als Museum ebenso wie Forschungszentrum in den Bereichen Wüstenleben und Umwelt. Auf sehr ansprechende Art wurden verschiedene Ausstellungen zusammengestellt, die das Leben in der Wüste beleuchten und Besuchern ein tieferes Verständnis für die Wüste und ihre unterschiedlichen Lebensformen und -weisen vermitteln. Aber nicht nur aufgrund der hervorragend aufbereiteten Ausstellungen muss man von diesem Gebäude beeindruckt sein. Denn sowohl in Bezug auf die Architektur als auch auf die Nachhaltigkeit überzeugt das Center auf ganzer Linie. So sind beispielsweise die Fenster nicht direkt der Sonneneinstrahlung ausgesetzt und ein Wasserbecken unterhalb des Erdspiegels sorgt für eine natürliche Kühlung. Nicht umsonst kann das 2013 eröffnete Desert Learning Center mit einer LEED-Platinum-Zertifizierung – übrigens die erste in den VAE – und fünf Perlen der ESTIDAMA aufwarten. MICE'ler, die sich in der Gegend um Al Ain befinden, sollten einen Besuch in jedem Fall einplanen.

## Das kulturelle Herz

In früheren Zeiten lag die Oasenstadt Al Ain auf einer der wichtigsten Karawanenrouten zwischen den VAE und dem Oman und ist heute eine der ältesten dauerhaft bewohnten Siedlungen der Welt. Kein Wunder also, dass Al Ain 2011 von der UNESCO in die Liste der Welterbestätten aufgenommen wurde. Die größte Stadt der VAE ohne eigenes Emirat ist äußerst weitläufig angelegt: Sie erstreckt sich über eine Grundfläche, die der von Paris entspricht,

und trägt aufgrund ihrer zahlreichen Grünflächen den Beinamen „Gartenstadt des arabischen Golfs“. In historischer Hinsicht gibt es in Al Ain viel zu entdecken, seien es die Steingräber in Hili oder das Al Jahili Fort mitten in Al Ain selbst. Letzteres bietet außerdem eine hervorragende Möglichkeit, in die Entstehung und Entwicklung der Vereinigten Arabischen Emirate einzutauchen. Eindrucksvolle Ausstellungen bieten Besuchern die Möglichkeit, hier anhand verschiedener Fotografien und anderer Exponate die Geschichte des Emirats zu entdecken und verstehen zu lernen.

## Geburtsort des Vaters der Nation

Scheich Zayid bin Sultan Al Nahyan – in seinem späteren Leben erster Präsident der VAE – wurde 1918 in Al Ain geboren. Zu dieser Zeit existierten die sieben Emirate noch völlig unabhängig voneinander und wurden von den jeweiligen Familien der Stammesfürsten regiert. Die Küste profitierte vom Fischfang und dem Perlen tauchen, im Landesinneren sicherten die Oasen das Leben der Beduinen. Erst mit Beginn der Ölförderung in den 1960er-Jahren und der East-of-Suez-Politik Großbritanniens, das bis zu diesem Zeitpunkt in der Region für Frieden und Sicherheit sorgte, wurden die Bestrebungen von Scheich Zayid bin Sultan Al Nahyan dahingehend, die Emirate zu vereinen, konkreter. Gemeinsam mit Scheich Raschid bin Sa'id Al Maktum, dem Herrscher Dubais, erarbeitete er die Verfassung der zukünftigen VAE und lud die Oberhäupter aus Adschman, Fudscheira, Scharidscha und Umm al-Qaiwain am 2. Dezember 1971 in den Stadtpalast von Scheich Raschid bin Sa'id Al Maktum. Noch am selben Tag gründeten sie die Vereinigten Arabischen Emirate und traten eine Woche später den Vereinten Nationen bei. Finaler Schritt dieses Prozesses war dann der Beitritt des letzten Emirats Ra's al-Chaima am 11. Februar 1972.

## Check-in im Al Ain Rotana

Die erste „Herberge“ für uns war das Al Ain Rotana. Das Fünfsternen-Haus liegt im Zentrum Al Ains und bietet daher die Möglichkeit einer sehr guten Kombination von historischem Rahmenprogramm und Konferenzmöglichkeiten. Großzügig angelegt finden Planer hier 242 Zimmer, Suiten und Chalets, die schon in der kleinsten Kategorie mit ordentlichen 37 qm punkten. Der Konferenzbereich erstreckt sich über einen eigenen Gebäudeteil und kann insofern vollständig unabhängig vom Hotelbetrieb bespielt werden. Durch die entsprechende Verbindung beziehungsweise Trennung der Räume finden Veranstaltungen zwischen 25 und 1.200 Personen den passenden Rahmen. Ähnlich flexibel gestalten sich die kulinarischen Möglichkeiten im Al Ain Rotana: Gleich sechs Restaurants verteilen sich auf das Areal. Wir nahmen sowohl zum Lunch als auch zum Dinner im international ausgerichteten „Zest“ Platz und mussten uns zwischen Hummus, Fatoush, Tabouleh und anderen Spezialitäten entscheiden.



Self-Drive-Experience, Wüste, Oase und arabische Kultur: Die zweite MICE-Trophy, diesmal #InAbuDhabi, begeisterte alle Teilnehmer. Foto: CI



## Zwei Extreme an einem Tag

← Der zweite Tag begann für uns alle ziemlich früh, denn unser Frühstück, übrigens von Rotana realisiert, erwartete uns in der Al-Ain-Oase. Die Oase empfing uns in der Morgensonne, und durch den noch leichten Nebel war die Atmosphäre wirklich einzigartig. Die Oase besteht aus vielen einzelnen Dattelpflanzungen, die bis

Stück für Stück empor. Im Anschluss an diese Lehrstunde zur Dattelernte sollte die nächste Challenge auf uns warten und wir selbst Hand anlegen. Denn wer Punkte sammeln wollte, der musste sich dem Aufstieg stellen. Und schnell merken wir, dass das Ernten von Datteln bei weitem nicht so einfach ist, wie es aussieht.

### Von der Oase in die Wüste

Nach dem Zwischenstopp in der Al-Ain-Oase hieß es wieder aufsitzen. Die längste Distanz der Trophy stand uns bevor. Zwischen Al Ain und dem Herzen des sogenannten „Empty Quarter“ liegen über 300 km Wegstrecke. Während der erste Teil der Strecke noch über befestigte Stra-



Die Al-Ain-Oase mit ihrem 3.000 Jahre alten Bewässerungssystem ist Teil des UNESCO-Weltkulturerbes. Foto: CI

heute bewirtschaftet werden. Berühmt ist die arabische Schrebergarten-Variante für ihr 3000 Jahre altes Falaj-Bewässerungssystem. Zahlreiche Kanäle ziehen sich durch die 1.200 ha große Anlage und leiten das Wasser in die unterschiedlichen Plantagen. Wie das Ernten der Dattel-Palmen funktioniert, sollten wir nach dem Frühstück lernen. Mit einem Local ging es zu diesem Zweck ein Stück weiter in die Oase hinein, bis hin zu einer recht hohen Dattelpalme. Hier zeigte er uns, wie Datteln – zum Teil noch heute – per Hand geerntet werden. Mithilfe eines Gurtes, der sowohl um die Palme selbst als auch um die Schultern gelegt wird, klettert er

Dennoch nahmen mehr als die Hälfte die Herausforderung an und verbesserten auf diese Weise das Punktekonto für ihr Team.

Übrigens findet sich schon hier ein Bezug zum erst kürzlich eröffneten Louvre Abu Dhabi, den wir selbstverständlich im weiteren Verlauf der MICE-Trophy noch sehen sollten. Denn das Licht, das durch die Blätter der Dattelpalmen fällt, war Inspiration für das schlagzeilenträchtige Dach des Louvre. Bezeichnet wird dieses Phänomen als „Rain of Light“. Und wer es schon einmal live gesehen hat, kann sich der Faszination dieses natürlichen Lichtspiels kaum entziehen.

ßen zurückgelegt wurde, galt es etwa eine Stunde vor der Ankunft am Ziel: aussteigen und Luft aus den Reifen lassen. Nur so lässt sich auf dem weichen Wüstensand der Rub-al-khali vorankommen. Nachdem die Jeeps, mit mehr oder weniger Hilfe durch die mitreisenden Guides, den richtigen Luftdruck erreicht und sich alle wieder in ihre Fahrzeuge gesetzt hatten, begann die Desert-Experience auf dem Weg zum Qasr Al Sarab Resort by Anantara. Doch bevor wir im Wüstenresort eincheckten, durften wir erst einmal die farbliche Vielfalt der größten durchgängigen Sandwüste der Welt erleben. Seien es Eisen- oder aber Salzablagerungen, die den Sand entweder



Das Wüstenresort Qasr al Sarab liegt mitten in der Rubh-al-khali und bietet aufgrund seiner Dimension zahlreiche Möglichkeiten auf höchstem Niveau. Foto: DCT Abu Dhabi





Endlose Weiten in der Rubh-al-khali. Foto: JH

in den verschiedensten Nuancen weißer oder roter Töne einfärben; das Farbspektrum ist beeindruckend. Aber auch die bis zu 300 Meter hohen Dünen, teilweise sehr steil wieder abfallend, verfehlen ihre Wirkung nicht.

Mit ein wenig Verspätung trafen wir dann im Qasr al Sarab Resort ein. Hinter einer Düne taucht das im Festungsstil erbaute Resort plötzlich auf; der Eindruck einer Fata Morgana entsteht. Das Resort erhebt sich nahezu majestätisch aus der umliegenden Wüstenlandschaft. Für uns ging es aus den Jeeps direkt zum Lunch, den wir inmitten des unfassbaren Wüstenpanoramas im Restaurant am Pool genossen.

Aus planerischer Sicht bietet das Fünf-Sterne-Haus mehrere Vorteile. Neben den mindestens 48 qm großen Zimmern, die sich auf das gesamte Resort verteilen, finden sich hier ein fast 400 qm großer Ballroom für bis zu 350 Personen sowie zwei kleinere Tagungsräume und ein Boardroom. Durch die Positionierung all dieser Räumlichkeiten in einem eigenen Gebäudeteil lassen sie sich sehr leicht in Kombination bespielen. Außerdem ist die Lage inmitten des Empty Quarter in zweierlei Hinsicht praktisch: Ent- und ansprechende Rahmenprogramme können quasi direkt vor der Tür organisiert werden, und die Einsamkeit erlaubt darüber hinaus die für hochkarätige Meetings notwendige Privatsphäre.

### Ein Dinner unter arabischem Sternenhimmel

Am Abend galt es für uns die zweite von insgesamt sieben kulinarischen Anlaufstellen des Resorts persönlich zu erleben. Das Falaj liegt ein kleines Stück vom Hotel entfernt, inmitten der umliegenden Sanddünen. Wer den Weg nicht zu Fuß zurücklegen möchte, kann auf einen der zahlreichen Golfcarts zurückgreifen, die das Hotel aufgrund seiner Weitläufigkeit für Gäste zur Verfügung stellt. Im typisch arabischen Ambiente empfängt das Falaj seine Gäste und legt den Fokus auf regional geprägte Küche. Unter wolkenfreiem und sternenklaarem Himmel ließen wir den Abend ausklingen.

### Jetzt wird es ernst

Am nächsten Morgen sollten wir die Möglichkeit bekommen, die Outdoor-Aktivitäten des Qasr al Sarab selbst zu testen. Und natürlich gab es auch hier eine Challenge. Wir begannen mit dem Bogenschießen. Nach einer kurzen Erklärung und einigen Pfeilen zum Einschießen wurde es dann ernst. Selbst wenn einige der Pfeile weit über das Ziel hinausschossen, fanden doch einige mehr ihr Ziel. So konnte sich den Tagessieg im Bogenschießen mit

großem Abstand Singapur sichern, nicht zuletzt dank der hervorragenden Leistung von Teamleaderin Xiaosha.

Die zweite Teil-Challenge: Brett nehmen, Düne hochklettern und möglichst galant auf dem Brett wieder herunterrutschen. So zumindest lautet die Theorie beim Sandboarden. Wir konnten uns zwischen zwei Varianten entscheiden: entweder während der Abfahrt das Brett wie einen Schlitten nutzen oder – für die Snowboard-Erprobten unter uns – eben auf dem Brett stehen. Punkte in dieser Challenge gab es nicht nur für die Höhe, von der aus der Teilnehmer startete, sondern auch für die Qualität in der Ausführung der Abfahrt.

Der letzte Punkt auf der Aktivitäten-Liste gestaltete sich dann etwas beschaulicher – zumindest ab dem Punkt, an dem das Kamel endlich stand. Denn das Aufstehen dieses Tieres, während man auf seinem Rücken sitzt, ist etwas gewöhnungsbedürftig. Doch dann ist es ein befremdliches, aber gleichzeitig besonderes und gemütliches Gefühl. Auf dem Rücken eines Kamels ab durch die Wüste. Nach diesem kleinen „Ausritt“ ging es dann für uns schon wieder weiter. Wir mussten uns von den Weiten der Rub-al-khali verab-



Bogenschießen war Teil der Desert-Challenge. Foto: CI

schieden und machten uns auf den Weg in Richtung Abu Dhabi Stadt. Mit Verlassen des Deserts stand aber auch der Gewinner der Trophy fest: Glückwunsch an Singapur!



Auf dem Rücken eines Kamels kann man sich recht komfortabel durch die größte durchgehende Sandwüste der Welt bewegen. Foto: CI



Planer freuen sich im Yas Viceroy über fast 500 Zimmer und vielfältige Eventspaces für bis zu 2.000 Personen, direkt am Yas Marina Circuit. Foto: DCT Abu Dhabi

## Kontrastprogramm auf Yas Island – Check-in, während Porsche testet

← Nach 200 km, auf denen wir uns Stück für Stück von der Wüstenlandschaft verabschieden mussten, nahm uns Yas Island in Empfang. Die natürliche Insel, die etwa 15 Minuten vom Stadtzentrum Abu Dhabis entfernt liegt, ist für ihren Entertainment-Faktor bekannt. Formel-1-Kurs, Themenparks und Malls bestimmen das Bild und ziehen Tag für Tag zahlreiche Touristen an. Vielleicht nicht unbedingt auf den ersten Blick MICE-tauglich, jedoch sollten wir uns im weiteren Verlauf von den durchaus vorhandenen MICE-Qualitäten auf Yas Island überzeugen können.

Unser Zwischenziel für die nächsten zwei Nächte war das Yas Viceroy, das direkt am Yas Marina Circuit liegt. Motorrennsport-Begeisterte kommen hier also in jedem Fall auf ihre Kosten. Aber auch andere Gäste und insbesondere jene aus dem MICE-Segment finden im Viceroy hervorragende Bedingungen vor. Fast 500 Zimmer befinden sich unter dem etwas futuristisch anmutenden Dach des Fünf-Sterne-Hauses. Für den geschäftlichen Aspekt des Aufenthalts gibt es zehn unterschiedliche Räumlichkeiten sowie den Palm Garden (2.000 pax.) für Outdoor-Veranstaltungen und das Marina Rooftop (350 pax.). Herzstück des auf beide Flügel des Hotels verteilten Konferenzbereichs ist der Al Manaar Ballroom, der sich auf

der Erdgeschoss-Ebene befindet und zusätzlich über ein großzügiges, lichtdurchflutetes Foyer sowie direkten Zugang zum Palm Garden verfügt. Die Gesamtfläche des Ballsaals erstreckt sich auf 5.425 qm und ist in drei Sektionen teilbar.

### Elf Restaurants lassen kaum kulinarische Langeweile aufkommen

Ob Restaurant oder Lounge, das Viceroy eröffnet Gästen in kulinarischer Hinsicht einen äußerst abwechslungsreichen Aufenthalt mit insgesamt elf Möglichkeiten, darunter beispielsweise ein italienisches, ein japanisches und ein indisches Restaurant. Da kann die Auswahl hin und wieder schwerfallen. Was allerdings in jedem Fall auf der To-do-Liste stehen sollte, ist die



Santander High Tea: der Cocktail aus der Teekanne

Skylite Rooftop Lounge. In ungezwungener Atmosphäre, teils überdacht, teils unter freiem Himmel, kann man hier den Tag Revue passieren lassen. Eine kleine Besonderheit sind die äußerst einfallreichen Signature-Cocktails, die allesamt einen Bezug zu den berühmtesten Formel-1-Rennstrecken haben. Einer davon ist beispielsweise der Santander High Tea, für den, wie der Name schon vermuten lässt, der Kurs in Silverstone Namensgeber war. Stilecht wird der Cocktail übrigens im edlen Tee-Service gereicht.

### Internationales Netzwerken Teil 1

Zeitgleich zur MICE-Trophy fand die ibtm arabia in Abu Dhabi statt – eine gute Möglichkeit, durch die Verbindung von ibtm und Trophy noch weitere Networking-Gelegenheiten zu schaffen. Glück für uns: Das Eröffnungsereignis fand in der Skylite Lounge des Yas Viceroy statt.

### Yas Island Trophy – die Insel kann eine Menge

Am nächsten Morgen sollten wir uns der nächsten Herausforderung stellen, denn nach der Desert-Trophy folgte nun die Yas-Island-Trophy. Insgesamt fünf Ziele auf der Insel mussten wir aufsuchen, um dort Aufgaben zu erfüllen – selbstverständlich alle relevant, um Punkte für das Team zu

sammeln. Pünktlich um 9 Uhr starteten wir in verschiedene Richtungen. Jedes Team hatte einen anderen Startpunkt, Endziel war für alle das Crowne Plaza.

Da ich zu Beginn das Team Flandern gewählt hatte, ging es für uns zuerst in die Yas Waterworld. Im ersten Wasserpark der Vereinigten Arabischen Emirate sollten wir den Bandit Bomber – eine Achterbahn – finden, mitfahren und ein Team-Foto ma-

### Last stop: Ferrari World.

Hier galt es gleich zwei Aufgaben zu bewältigen: Einmal die Kletterwand bezwingen und natürlich mit der schnellsten Achterbahn der Welt fahren: Der Formula Rossa. Mit bis zu 240 km/h rast die Formula Rossa die Schienen entlang und setzt Kräfte von bis zu 4,8G frei. Adrenalin pur! Team-Selfie und ab zum Crowne Plaza.

Nach und nach trudelten die Teams auf



Die MICE-Trophy war auch für die veranstaltenden Destinationen ein Erfolg: (v.l.n.r.) Xiaosha Tang (Singapur), Frank Müllauer (Abu Dhabi), Matthias Lemcke (Namibia), Jewgeni Patrouchev (Kolumbien) und Alexandra Michalak (Flandern) Fotos: CI

chen. So weit so gut, auf zur nächsten Station: die Yas Mall.

Hier mussten wir zuerst zum Informationsdesk im Eingangsbereich, um uns mit mehr oder minder absurden Accessoires – Zebra-Cowboy-Hüte, Federboa, Clownsperücke etc. – auszustatten und anschließend den Life Tree zu suchen, der sich irgendwo innerhalb der Yas Mall befindet. Dort angekommen, galt es ein möglichst kreatives Foto vom Team zu schießen. Auch das war selbstverständlich kein Problem für uns!

Wieder am Eingang eingetroffen, bekamen wir den Umschlag mit unserem dritten Ziel: der Golfplatz. Hier mussten wir uns einer Putting-Challenge stellen. Für Golf-Neulinge übrigens schwerer als gedacht, aber in jedem Fall sehr lustig. Noch schnell ein Team-Foto und weiter ging's.

Im Cipriani, einem Restaurant genau gegenüber dem Viceroy, wartete unsere nächste Challenge, bei der sich alles um Sushi drehte. Nach einer kurzen Einleitung hieß es also für uns: Sushi selber rollen. Die Aufgabe hatte jedoch einen besonderen Kniff. Denn unser Sushi musste nicht nur den strengen Blicken des Chefs standhalten; auch die Gestaltung der Tellerdekoration floss in die Bewertung mit ein. Nachdem wir unser selbstkreatives Sushi dann gegessen hatten, wartete bereits die letzte Station.

der Terrasse des Restaurants ein und jeder war gespannt, wer die Yas Trophy letztlich hatte für sich entscheiden können. Und wieder hieß der Gewinner Singapur!

### Ready, set, go ... oder der Asphalt wartet

Dass nicht nur Formel-1-Fahrer den Yas Marina Circuit befahren, wurde uns am Nachmittag klar. Denn auch wir sollten hautnah an der beeindruckenden Strecke sein und durften darüber hinaus persönlich einen Formel-3000-Wagen über die engen Kurven der Grand-Prix-Strecke lenken. Zumindest jeder, der das wollte. Wer sich nicht selbst hinter Steuer traute, konnte sich als Beifahrer im Yas Radical SST auf die Strecke begeben.

Seit 2009 ist der Yas Marina Circuit Teil der Rennsport-Welt und immer Austragungsort des Abschlussrennens der jeweiligen Formel-1-Saison. Selbst für ausgewiesene Profis gilt der Kurs in Abu Dhabi als Herausforderung, insbesondere wegen der sogenannten „hängenden Kurven“. Aber auch diese Tatsache hielt uns – oder zumindest einen Großteil von uns – nicht davon ab, selbst zu testen.

### Safety first

Da keiner von uns Erfahrung mit der Strecke – geschweige denn den Autos – hatte, wurden wir zunächst in einen kleinen Workshop-Raum geführt, der zu Rennzeiten als Loge genutzt werden kann. Hier

erfuhren wir, worauf zu achten ist und wie sich die Fahrt gestalten würde. Mit jedem Sheet der Präsentation, die uns die Strecke näherbrachte, stieg der Adrenalin-Pegel im Raum spürbar. Als es dann wieder hin-



High-Speed und Adrenalin auf dem Yas Marina Circuit. In Abu Dhabi nicht nur für Rennfahrer möglich.

unter an die Strecke ging, war die Aufregung offensichtlich. Die erste Gruppe von fünf Fahrern nahm nach einer weiteren Einführung durch die Profis Platz in den Rennwagen, um dann – endlich – selbst zu fahren. Ein Erlebnis, das wohl keiner der Teilnehmer so schnell wieder vergessen wird! Und selbst diejenigen, die „nur“ als Beifahrer im Yas Radical SST Platz nahmen, waren begeistert. Denn wenn ein Profi den Zweisitzer über den Parcours lenkt, bleiben Adrenalin und das entsprechende Glücksgefühl nicht aus.

### Adrenalin + Konferenz = Yas Marina Circuit

Im Übrigen eignet sich der Yas Marina Circuit nicht ausschließlich für Rahmenprogramme. Verschiedenste Venues offerieren eine breite Palette für Planer. Mit einer Kapazität von bis zu 1.200 Personen bietet das Yas Conference Center beispielsweise eine der größten Konferenz-Möglichkeiten in Abu Dhabi.

### Internationales Netzwerken Teil 2

Nach diesem aufregenden Tag wartete am Abend ein etwas entspannteres Programm auf uns. Wir sollten auf dem zweiten Abend-Event der ibtm arabia zu Gast sein, um weitere internationale Kontakte zu knüpfen. Bei fantastischem Essen und in entspannter Atmosphäre im Beach Rotana fand auch dieser Tag im Rahmen der All White Party ein würdiges Ende.

## One last day #InAbuDhabi ...

← Mit dem nächsten Morgen kam für uns schon der letzte Tag der MICE-Trophy. Doch auch dieser letzte Tag sollte uns noch einmal von der Vielseitigkeit Abu Dhabis überzeugen.

-besprochenen Projekte im Wüstenemirat ist der Louvre Abu Dhabi. Auf Saadiyat Island, einer der natürlichen Sandinseln Abu Dhabis, entstand der Louvre als zentraler Punkt des geplanten Kulturbezirks.

Verstrebungen des Daches ermöglichen ein Durchscheinen der Sonnenstrahlen. Ähnlich wie unter einem Palmendach entsteht auf diese Weise der sogenannte „Rain of light“, den wir bereits in der Al-Ain-



Definitiv einen Besuch wert: Die Sheikh-Zayed-Moschee ist die größte Moschee in den VAE und beeindruckt mit ihrer Architektur und Atmosphäre. Fotos: CI

Relativ früh hieß es für uns: ab in den Bus. Ziel war die Sheikh-Zayed-Moschee. Hier galt es allerdings im Vorfeld – insbesondere für die Frauen der Gruppe – ein paar Spielregeln zu beachten: Arme und Beine mussten ebenso wie die Haare bedeckt sein. Am einfachsten geht das natürlich mit den traditionellen Abayas, die uns vom Impact-Team zur Verfügung gestellt wurden.

### Unbeschreibliche Atmosphäre inklusive

Egal welche religiöse Ansicht man letztlich vertritt: Wer der Sheikh-Zayed-Moschee vorurteilsfrei gegenübertritt, wird von der Schönheit des Gebäudes fasziniert sein: dem lichtdurchfluteten Innenhof, dem mit Swarovski-Steinen besetzten Kronleuchter – übrigens einer der größten der Welt – und dem blitzend weißen Marmor. Über 40.000 Menschen finden gleichzeitig Platz – eine Dimension, die wir uns im Vorfeld kaum vorstellen konnten. Unterm Strich ist die „Grand Mosque“ ein Ort, den es zu besuchen, aber insbesondere zu genießen gilt. Denn entgegen der düsteren, drückenden Atmosphäre, die wir teilweise aus christlichen Gotteshäusern kennen, ist hier – gefühlt – alles etwas positiver.

### Nach dem Religions-Exkurs wartet Kunst(-geschichte)

Eines der zurzeit meistdiskutierten und

Erst im November 2017 öffnete der in enger Kooperation mit Frankreich geplante Kunsttempel seine Pforten. Unterteilt in 12 Kapitel, lässt sich die Menschheitsgeschichte an verschiedenen Skulpturen und Bildern nachempfinden.

Das absolute Highlight ist aber zweifelsfrei die große Plattform unterhalb der Kuppel. Die verschieden angeordneten



Erst kürzlich eröffnet: der Louvre Abu Dhabi

Oase im natürlichen Original erleben durften. Ein faszinierendes Schauspiel, sowohl in der Natur als auch im Louvre Abu Dhabi.

### Das Park Hyatt auf Saadiyat Island erwartet uns zum Lunch

Nur eine kurze Fahrt vom Louvre entfernt und direkt am naturgeschützten Strand auf Saadiyat Island liegt das Park Hyatt Abu Dhabi, unser letzter Lunch-Break der MICE-Trophy. Doch vorher ging es noch auf eine Site Inspection. Schließlich sind 11 flexible Säle und 306 Zimmer, Suiten und Villas eine gute Grundlage für mögliche Veranstaltungen, über die Planer Bescheid wissen sollten.

### Zurück in die Stadt

Für den letzten Teil der MICE-Trophy zog es uns wieder in die Stadt. Einchecken sollten wir im uns bereits bestens bekannten Beach Rotana. Das Flagship-Hotel der 1992 in Abu Dhabi gegründeten Hotelgruppe sollte für uns die letzte Unterkunft in Abu Dhabi sein. Neben dem klassischen Hotelbetrieb mit insgesamt 413 Zimmern und Suiten verfügt das Beach Rotana über einen separaten Trakt mit Apartments, die sich für Longterm-Stays hervorragend eignen. Zusätzlich bietet der Veranstaltungsbereich mit einer Kapazität zwischen 12 und 1.000 Personen genügend Spielraum für Veranstaltungen, Events und Meetings



Das Beach Rotana ist das Flaggschiff der arabischen Hotelkette Rotana. Foto: Rotana

verschiedenster Art. Nicht zu vergessen, der hauseigene Hotelstrand, den wir ja bereits am Abend zuvor erfolgreich auf seine Eventtauglichkeit getestet hatten.

### Hoch hinaus

Um den letzten Abend gebührend einzuläuten, trafen wir uns in der 62. Etage des Jumeirah at Etihad Towers. Dort befindet sich Ray's Bar, die für den ein oder anderen stimmungsvollen Cocktail hoch über den Dächern Abu Dhabis bekannt ist – ein absoluter Place-to-be. Für uns allerdings gab es an diesem Abend nur ein kurzweiliges, aber schönes Glas Wein – schließlich waren wir bereits auf der „Durchreise“ zum anschließenden Farewell-Dinner im Emirates Palace. Wieder unterwegs nach unten, konnten wir uns noch von den weiteren Möglichkeiten und Vorteilen des Jumeirah überzeugen. 382 Zimmer und Suiten, ein Ballsaal mit Platz für bis zu 1.400 Personen sowie 13 Besprechungsräume schlagen im Jumeirah at Etihad Towers zu Buche und lassen Planerherzen ob der vielfältigen Optionen höher schlagen.

### Last stop: Emirates Palace

Direkt gegenüber den fünf imposanten Etihad Towers liegt die Hotelikone Abu Dhabis: das Emirates Palace, mit 3 Millionen US-Dollar Baukosten eines der bis heute teuersten Hotelprojekte. Das Fünf-Sterne-Haus, das zwar im Eigentum der Herrscherfamilie Abu Dhabis steht, aber seit jeher von Kempinski betrieben wird, präsentiert sich in gewisser Weise als die Verkörperung von 1001 Nacht. Schon allein die Größe der Lobby ist mit der „normaler“ Hotels nicht vergleichbar. Marmor, Säulen, immense Deckenhöhen und Blattgoldverzierungen bestimmen das Bild.

302 Zimmer, 92 Suiten und die insgesamt acht Ruler-Suiten – die jedoch ausschließlich den Herrschern der Emirate vorbehalten sind – verteilen sich auf das 100 ha große Gelände. Wer sich

„Die Rotana Hotels & Resorts ist eine der führenden Hotelgruppen im Nahen und Mittleren Osten, mit dem Schwerpunkt auf den Vereinigten Arabischen Emiraten. Seit 25 Jahren verbinden Rotana Hotels arabische Gastlichkeit mit internationalem Komfort. Für das Jahr 2020 streben wir eine Expansion auf 100 Hotels an. Spektakuläre Neueröffnungen 2018 in Abu Dhabi werden das Fünf-Sterne-Hotel „Saadiyat Rotana Resort & Villas“ auf Saadiyat Island nahe dem Louvre Abu Dhabi und das Vier-Sterne-Hotel „Pearl Rotana Capital Centre“ nahe dem ADNEC.“

Christian Hoffmann

Key Account Manager Corporate & MICE Rotana



100 ha Grundstück, 302 Zimmer und 92 Suiten: das Emirates Palace. Foto: Kempinski

also vom Ost- in den Westflügel bewegen möchte, sollte ausreichend Zeit einplanen. Ähnliches gilt natürlich auch für Planer, die hier organisieren. Allerdings wiegt der Veranstaltungsbereich des Emirates Palace diesen kleinen „Nachteil“ in jedem Fall auf: Ein Auditorium (1.100 pax.), ein Ballsaal (2.400 pax.), 40 Konferenzräume, sechs Terrassen und 85 ha Gartenanlage können bespielt werden. Durch die Weitläufigkeit ist außerdem zu jeder Zeit die entsprechend benötigte Privatsphäre garantiert.

### Ein letztes Mal traditionelle Küche

Im „Mezlai“, einem der Restaurants des Emirates Palace, nahmen wir Platz, um den letzten Abend zu genießen und die letzten Tage Revue passieren zu lassen. Zusätzlich stand ja noch die letzte Siegerehrung aus. Neben dem Gesamtsieger – Team und Einzel – der diesjährigen MICE-Trophy gab es noch einige Einzeltitel, die von der gesamten Gruppe in anonymer Abstimmung vergeben wurden. Relativ einstimmig wurden Titel wie Gute-Laune-Bär, Wüstenwunder, Wüsten-Cheerleader, Steckenbleiber und Wüstenrebell verliehen und natürlich von den jeweiligen Gewinnern voller Stolz entgegengenommen.

### And the winner is ...

Auch wenn böse Zungen einen gewissen Heimvorteil unterstellen würden, konnte das Team Abu Dhabi um Frank Müllauer den Gesamtsieg „nach Hause“ holen. Aber ähnlich wie bei den Olympischen Spielen ist der Gedanke bei der MICE-Trophy schließlich: Dabei sein ist alles. Und dementsprechend freuten sich alle mit den Gewinnern, die zusätzlich zur Teilnahme-Urkunde eine Goldmedaille in Empfang nehmen durften.

### EY 29, EY 07 und EY 03 stehen zum Einsteigen bereit

Nach dem entspannten Abend im Emirates Palace galt es dann am nächsten Morgen recht früh zur Abreise bereit zu sein. Ein großer Vorteil für Gruppen aus Deutschland: Die Flüge nach Frankfurt, Düsseldorf und Köln heben alle in einem Zeitraum von nur 15 Minuten am Flughafen Abu Dhabi ab. Das macht komplizierte und organisationsintensive Transfers zu unterschiedlichen Zeiten von vornherein überflüssig. Für uns hieß es dann nach dem Check-in sowohl Abschied von Abu Dhabi als auch den anderen Teilnehmern zu nehmen.

### What next?

Natürlich sind die Planungen für die nächste MICE-Trophy schon in vollem Gange. Wohin genau es gehen wird und was erwartet werden darf, können wir an dieser Stelle leider noch nicht verraten. Aber eines steht schon jetzt fest: Es wird ganz sicher wieder eine einzigartige Erfahrung!

# Stimmen zur MICE-Trophy #InAbuDhabi



Die MICE-Trophy ist ein durchweg erfolgreiches Konzept; das hat sich nun bei der zweiten Edition wieder sehr deutlich gezeigt.

Im Rahmen dieses internationalen Programms erleben Entscheider aus der MICE-Branche eine Destination des Destinations Circle hautnah und können gleichzeitig neueste Trends und Angebote aus weiteren Destinationen kennenlernen: durch den täglichen, intensiven Austausch mit teilnehmenden Vertretern anderer Ziele und im Rahmen eines umfassenden und professionell aufgebauten Destinations-Seminars an einem der Programmtage.

Durch das Integrieren von Teamaktivitäten und die umgesetzte Idee eines Trophy-Charakters finden Teambuilding und intensives Netzwerken zwischen Anbietern und Nachfragern statt. Und dies nicht nur in Ansätzen, sondern im Rahmen eines echten MICE-Programms in einer Destination, stets untermauert vom Austausch von Erfahrungen und kreativen Ideen mit den Vertretern auch anderer Destinationen. Ein sehr positiver Effekt, der aus der kostbaren Zeit eines jeden MICE-Agenten und Firmenvertreters ein Maximum herausholt: hochwertige Inhalte und Destinationsschulungen.

Entstanden aus einem Konzept, das das Namibia Tourism Board als „MICE-Trophy Namibia“ entworfen hat und das nun von

Destination zu Destination zieht, konnte Abu Dhabi nun mit der „MICE-Trophy #InAbuDhabi“ wahrlich ein sehr gutes Ergebnis erzielen – so wie auch die teilnehmenden Partner-Destinationen.

Als Destinationen stehen wir zwar immer auch in einem gesunden Wettbewerb, aber nie in verbissener Konkurrenz. So nutzen wir gemeinsame Synergien, Kontakte und Best Practice – und stellen doch immer auch unsere USPs und unsere Individualität in das Spotlight. Ein idealer Mix für jeden MICE-Einkäufer.

Und da das Konzept auf dem Markt extrem positiv aufgenommen wurde und sich stets ein Kreis von ausgesprochen guten Agenturen und Corporates interessiert zeigt, haben sich bereits die nächsten Gastgeber-Destinationen gemeldet.

Die Reise geht also weiter. Und der Destinations Circle als Partner der MICE-Branche freut sich auf viele weitere Gelegenheiten, die Vorteile der vielen Destinationen zu präsentieren: auf dem nächsten „Summer Summit“, der kommenden „MICE-Trophy“ sowie online auf [www.destinationscircle.de](http://www.destinationscircle.de)

Das sage ich zur Namibia-Teilnahme:

Für das Namibia Tourism Board, Gastgeber der MICE-Trophy in 2016, kann ich sagen, dass ich als Teilnehmer-Destination der MICE-Trophy in Abu Dhabi großes Interesse an der MICE-Destination Namibia entfachen konnte. Durch das intensive Netzwerken und die sehr umfangreichen Präsentationsmöglichkeiten habe ich neue Kontakte knüpfen und bestehende Kontakte ausbauen können. Besonders positiv: Bereits erste Gruppenanfragen kann ich als direktes Ergebnis meiner Teilnahme verbuchen. Für mich hat die MICE-Trophy erneut absolut Qualität bewiesen, und dies ist in Zeiten von „ROI Measurements“ auch für ein Convention Bureau wichtig.

**Matthias Lemcke, Namibia Tourism Board**



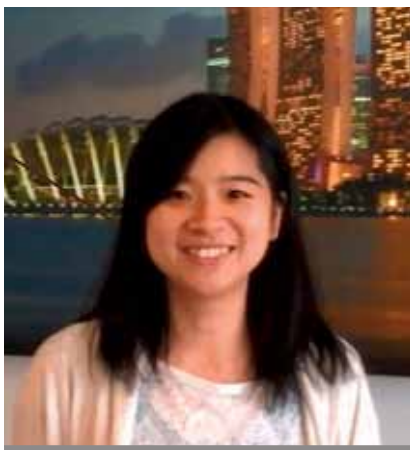
Die MICE-Trophy #InAbuDhabi war eine hervorragende Möglichkeit, die Vielseitigkeit der Destination Abu Dhabi zu präsentieren und damit die Teilnehmer positiv zu überraschen. Der Blick „hinter die Kulissen“ des Emirats fördert ein erweitertes, kompletteres Bild der Destination zutage und unser Claim „Abu Dhabi – Deine außergewöhnliche Geschichte“ konnte somit eindrucksvoll mit Inhalten gefüllt werden. Ergänzt durch die einfache und unkomplizierte Erreichbarkeit, das Förderprogramm „**Advantage Abu Dhabi**“ sowie das Ambassador-Programm „**Al Nukhba**“ des Abu Dhabi Convention Bureau, konnten hier viele Ideen und Argumente für die Destination präsentiert werden. Der Einblick in die historischen und natürlichen Highlights geben eine perfekte Ergänzung zum modernen und mondänen Erscheinungsbild der Metropolregion Abu Dhabi. Das Konzept, mehrere Destinationen in Workshops während der MICE-Trophy kennenzulernen, in Kombination mit der Möglichkeit, das internationale Netzwerk im Rahmen der ibtm Arabia zu erweitern, bot einen absoluten Mehrwert für die Teilnehmer und machte das Programm außerdem Compliance-konform. Die Begeisterung der Teilnehmer während und nach der Reise ist der Beweis, wie gut sowohl die Destination Abu Dhabi als auch das Konzept der MICE-Trophy bei deutschen Planern und Kunden gleichermaßen ankommt!

**Frank J. Müllauer, Department of Culture&Tourism Abu Dhabi**



Die MICE-Trophy ist eine einzigartige Plattform, um mit Eventplanern gemeinsame Erlebnisse zu schaffen und ihnen verschiedene Destinationen näher vorzustellen. Flanderns historische Veranstaltungsorte sowie die verschiedenen Incentive-Möglichkeiten in Brügge, Antwerpen, Gent und Limburg haben begeistert und während der MICE-Trophy für interessanten Gesprächsstoff gesorgt. Da Flandern nur einen Katzensprung von Deutschland entfernt ist, freue ich mich jetzt schon auf einen persönlichen Besuch der Eventplaner!

**Alexandra Michalak, VISITFLANDERS**



Ich freue mich sehr, bei der MICE-Trophy in Abu Dhabi gewesen zu sein. Es war toll, die MICE Planners kennenzulernen und mit ihnen am Ende sogar eine Freundschaft zu entwickeln. Die gemeinsame Fahrt durch die Wüste sowie die Destinationspräsentation haben mir eine gute Chance gegeben, Singapur den Teilnehmern näherzubringen und meine Leidenschaft für Singapur mit ihnen zu teilen!

**Xiaosha Tang, Singapore Tourism Board**



Die MICE-Trophy #InAbuDhabi war eine unvergessliche Erfahrung und gleichzeitig eine innovative Schulungs- & Networkingreise. Als deutsche Repräsentanz-Agentur von Impact DMC, die vor Ort das einzigartige Programm zusammengestellt hat, hat das Team von Tailor Made Consulting sich im Vorfeld der Reise um das komplette Teilnehmermanagement gekümmert und die Einladungsliste mit dem Abu Dhabi Convention Bureau zusammengestellt. Es ist nicht alltäglich, dass man während einer Inforeise nicht nur das Land selbst, sondern durch Destinations-Workshops und Netzwerken mit Vertretern anderer Conventions Bureaus & Tourism Boards zusätzliche Produktkenntnis erlangt. Abu Dhabi war für mich persönlich eine bisher unbekannt Destination, umso größer war die Neugier, Land und Leute gemeinsam mit Entscheidungsträgern aus der MICE-Branche sowie fünf Convention Bureaus zu entdecken – und das auf eine ganz besondere Art und Weise: am Steuer eines Geländewagens. Mit durchschnittlich 360 Sonnentagen im Jahr bietet Abu Dhabi eine ideale Plattform für außergewöhnliche Incentives & Meetings – und das alles zu einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis.

**Kathrin Engel, Tailor Made Consulting**



Schon am Frankfurter Flughafen gab es am Gate die ersten Witze beim Warten. Selten gibt es auf einer Inforeise eine so harmonische Gruppe, die auch eine Familie hätte sein können. MICE-Trophy #2 haben wir Abu Dhabi zu verdanken. Aus der ersten Runde in Namibia haben alle Teilnehmer sehr positive Erfahrungen mitgenommen, deshalb gab es ein paar Wiederholungstäter. Jeden Tag warteten auf die Teilnehmer neue Überraschungen, was für eine super Stimmung sorgte. Es ist kein „normaler“ Famtrip, und nicht umsonst heißt es Trophy. Manche Teilnehmer sind sogar an eigene Grenzen gegangen, um zum Beispiel entscheidende Punkte für das Team Kolumbien zu holen. Das Hostland hat sich von einer sehr professionellen Seite gezeigt und hat Organisations-, aber auch Improvisationstalent beweisen können. Das Wichtigste für die Partner der MICE-Trophy ist das Networking mit den Teilnehmern, um die eigene Destination zu präsentieren. Dieses Format erfüllt diese Aufgabe, denn sowohl bei den Ausflügen als auch abends beim Dinner haben die Teilnehmer sehr viel Information über die Destination Kolumbien aus erster Hand erhalten können. Die MICE-Trophy vereinte die sensationelle Erfahrung in Abu Dhabi und das kontinuierliche Netzwerken mit den Teilnehmern. Gerne können wir die in Kolumbien fortsetzen!

**Jewgeni Patrouchev, PROCOLOMBIA**

## Heike Mahmoud übernimmt Leitung des CCH



Foto: Messe Hamburg

**Heike Mahmoud** übernimmt zum 1. März 2018 die Leitung des CCH – Congress Center Hamburg. Als Chief Operating Officer CCH ist die 53-jährige Diplom-Kauffrau Mitglied der Geschäftsleitung der Hamburg Messe und Congress GmbH (HMC). Heike Mahmoud ist seit über 25 Jahren in der nationalen und globalen Meetings und Event Industrie aktiv. Ihre Karriere startete sie 1993 bei einem PCO. 1998 wechselte sie als Verkaufs- und Marketing-Managerin in Europas größten Hotel- und Congress Center-Komplex bevor sie ab 2001 als Director Conventions und Prokuristin bei visitBerlin das Berlin Convention Office (BCO) erfolgreich aufbaute und bis zu ihrem Wechsel nach Hamburg leitete. Heike Mahmoud zählt mit ihrer Erfahrung und ihrem internationalen Netzwerk zu den Top-Managerinnen der globalen Meetings Industrie. Sie folgt auf Edgar Hirt, der Ende 2017 in den Ruhestand gegangen ist. In Hamburg wird Heike Mahmoud mit ihrem Team zunächst die Vermarktung des derzeit wegen einer umfangreichen Revitalisierung geschlossenen CCH weiter vorantreiben. Nach der Wiederöffnung wird das Haus zu den modernsten Kongresszentren Europas gehören.

## Neue Geschäftsführung im Vila Vita Rosenpark



Foto: Vila Vita Marburg

Das Hotel Vila Vita Rosenpark in Marburg hat ab sofort eine neue Geschäftsführung. **Marcel Bruognolo**, kaufmännischer Direktor der Vila Vita Hotel & Touristik, löst den Geschäftsführer Simon Hunger in seiner Funktion als geschäftsführender Direktor des Hotel Rosenpark ab. Simon Hunger hat das Unternehmen bereits im Dezember des letzten Jahres auf eigenen Wunsch verlassen. Zuletzt war Bruognolo bei Hyatt, einem der weltweit größten Hotelketten, als Director Shared Services beschäftigt. Davor verantwortete er als Gebietsleiter den Bereich Finanzen für alle Hyatt Hotels in Dubai und war gleichzeitig als stellvertretender Hoteldirektor im Grand Hyatt Hotel Dubai beschäftigt. Seit August 2015 hält er die Posten als kaufmännischer Direktor der Vila Vita Hotel & Touristik und zusammen mit Michael Hamann die Geschäftsführung der Vila Vita Marburg. Durch seine langjährige Erfahrung wird er für eine konsequente Weiterentwicklung der Qualitätsausrichtung des Vila Vita Rosenpark, insbesondere nach der aufwendigen Renovierung, sorgen.

## Thomas Willms ist neuer CEO bei Steigenberger



Foto: Deutsche Hospitality

Der Aufsichtsrat der Steigenberger Hotels AG hat **Thomas Willms** zum Vorstandssprecher (CEO) der Hotelgesellschaft berufen. Willms, der seit Juni des vergangenen Jahres Chief Operating Officer der Steigenberger Hotels AG ist, übernimmt die neue Position mit sofortiger Wirkung. Er trägt im Vorstand weiterhin die Verantwortung für den operativen Betrieb aller drei Hotelmarken, Steigenberger Hotels and Resorts, Jaz in the City und IntercityHotel. Weiterhin fallen die Bereiche Strategie, Future Openings & Franchise, Unternehmenskommunikation, Sales & Marketing, E-Business, Revenue Management und Corporate Social Responsibility in seinen Zuständigkeitsbereich. Den Vorstand komplettiert wie bisher Matthias Heck als Chief Financial Officer und Arbeitsdirektor. Er verantwortet die Bereiche Finance and Accounting, Controlling and Reporting, Personal, Development, Asset Management, Construction, Interior Design & Engineering, IT, Einkauf, Recht und Revision.

## Neue Management-Struktur bei Leonardo



Daniel Roger. Foto: Hoffotografen



Yoram Biton. Foto: BMC Pivture Dominik Beckmann

Die Leonardo Hotels verstärken ihr Management-Team und strukturieren es neu: **Daniel Roger**, bisher Managing Director der Leonardo Hotels Europe, wurde mit Wirkung zum 01. Januar 2018 zum Managing Director Fattal Hotels Europe & UK ernannt. **Yoram Biton** hat zum selben Zeitpunkt die Position als Managing Director Central Europe übernommen. Er war zuvor als Cluster General Manager für die Leonardo Hotels in Süddeutschland, der Schweiz und Großbritannien verantwortlich. „Mit der neuen Struktur ist unser Management-Team bestens für die künftigen Aufgaben gewappnet. Die Leonardo Hotels in Europa sind in den vergangenen Jahren stark gewachsen. Insbesondere die Übernahme von 36 Jurys Inn Hotels in Großbritannien und Irland Ende 2017 haben unserer Expansion einen enormen Schub gegeben“, sagt David Fattal, Inhaber der Fattal Hotelgruppe, zu der auch die Leonardo Hotels gehören. „Daniel Roger, ein Hotel-Manager mit jahrzehntelanger internationaler Erfahrung, wird mit erweiterter Verantwortung auch künftig an der Spitze unserer europäischen Division stehen. Mit Yoram Biton konnten wir zudem einer hochversierten, den Leonardo Hotels eng verbundenen Führungspersönlichkeit die Verantwortung für den wichtigen Markt Mitteleuropa übertragen.“



# SOUTH AFRICAN AIRWAYS MIT DEN EXPERTEN INS SÜDLICHE AFRIKA

Sie haben die Wahl: Ab Frankfurt oder München täglich nonstop und über Nacht zum Drehkreuz Johannesburg und von dort aus mit besten Anschlüssen zu Ihrem Incentive-Ziel, Kongress- oder Messetermin im Südlichen Afrika.

Buchung und Informationen zu Sondertarifen für MICE-Gruppen unter **Tel. 069 – 299803 76, [frasalessupport@flysaa.com](mailto:frasalessupport@flysaa.com)**

**SAWUBONA – WILLKOMMEN AN BORD!**



**SOUTH AFRICAN AIRWAYS**

A STAR ALLIANCE MEMBER 



# ITB Berlin: Messe und Kongress ab 7. März 2018

| von Hans Rodewald

**Die Internationale Tourismus Börse ITB findet vom 7. bis 11. März auf dem Messegelände Berlin ExpoCenter City in Berlin am Funkturm statt. Mittwoch bis Freitag ist die ITB Berlin ausschließlich für das Fachpublikum geöffnet. Parallel dazu veranstaltet die ITB den ITB Berlin Kongress vom 7. bis 10. März 2018.**



Dr. Christian Göke, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Berlin GmbH, freut sich auf zahlreiche Aussteller und Besucher der ITB Berlin 2018. Foto: Messe Berlin

**Die ITB Berlin** ist die führende Messe der weltweiten Reiseindustrie. Im letzten Jahr stellten mehr als 10.000 Aussteller aus 184 Ländern ihre Destinationen, Dienstleistungen und Angebote aus. Rund 169.000 Besucher, darunter 109.000 Fachbesucher, besuchten Messe und Kongress.

Sambia ist der Convention & Culture Partner der ITB Berlin 2018. Die World Tourism Cities Federation (WTCF) ist Co-Host des ITB Berlin Kongresses. Das Unternehmen Ctrip.com International, das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) sowie das Ministerium für Kultur und Tourismus der Republik Türkei sind Platin Sponsoren.

## Völkerverständigung, Overtourism und Digitalisierung

Zum Start des ITB Berlin Kongress beleuchtet Jane Jie Sun, Vorstandsvorsitzende der Ctrip.com International, das Thema „Tourismus: Gateway zu globalem Frieden und Wohlstand“. „Die Revolution des Reisens“ steht am Nachmittag auf dem Programm. Dabei geht es um autonome Elektro-Flugtaxi, Hyperloop-Hochgeschwindigkeitsröhren und vollautomatische Elektroshuttles. Technologie-Pioniere wie Dirk Ahlborn und Alexander Zosel zeigen ihre Entwicklungen und diskutieren kommerzielle Einsatzmöglichkeiten.

Mit dem Thema „Overtourism“ befasst sich der ITB Destination Day 1 am Mittwoch, dem 7. März. Eine Marktstudie der Deutschen Gesellschaft für Tourismuswissenschaft (DGT) und der Internationalen Vereinigung wissenschaftlicher Experten im Tourismus (AI-EST) zeigt den Status quo von Overtourism.

Der Bürgermeister von Dubrovnik, Mato Frankovi, ein Vertreter der Stadt Barcelona sowie Frans van der Avert, Geschäftsführer des Amsterdam Marketing, präsentieren anschließend ihre Erfolgsrezepte für Destinations-Verantwortliche.

Auf dem ITB Marketing & Distribution Day am Donnerstag, dem 8. März, diskutieren Fachleute Entwicklungen wie Sharing Economy und Big Data. Beim anschließenden „ITB CEO-Interview“ stellt sich der neue Expedia Vorstand Mark Okerstrom den Fragen der Teilnehmer.

Der ITB CSR Day am Freitag, dem 9. März, stellt innovative Konzepte und nachhaltig zukunftsorientierte Entwicklungen vor. Zahlreiche Sessions des ITB Berlin Kongresses werden im Internet live übertragen. Fachbesucher, Medienvertreter und Aussteller der ITB Berlin haben kostenfreien Zugang zum Fachkongress der Reisebranche.

## Treffpunkt der MICE-Experten

Machen Sie sich Gedanken über die zunehmende „Festivalisierung“ von Events? Interessiert Sie, wie Sie Veranstaltungen am besten evaluieren können? Suchen Sie neue Wege, heterogene Zielgruppen erfolgreich zu managen? Dann sind Sie beim ITB MICE Forum im ITB Berlin Kongress an der richtigen Stelle. Die MICE-Experten treffen sich am Donnerstag, dem 8. März 2018, in der Kongress Halle 7.1a im Saal New York 2. Start ist um 10:45

Uhr. Für den Austausch sind vier Stunden vorgesehen.

Zahlreiche Expertenbeiträge bereichern die Diskussion: Über interaktive Formate beispielsweise referiert Dr. Christina Buttler, Director Business Development Healthcare bei MCI Deutschland. Immer mehr Veranstaltungsplaner gehen neue Wege, die Teilnehmer in das Programm einzubinden. Aber nicht alle Teilnehmer sind darüber glücklich. Wer erfahren möchte, wie man sich dieser Herausforderungen am besten stellt, ist herzlich willkommen und sollte sich an der Diskussion beteiligen.

Bei der „Festivalisierung“ von Veranstaltungen geht es um die Wirkung von offenem Austausch und lockerer Atmosphäre auf das Veranstaltungsergebnis. Es steht in krassem Widerspruch zur klassischen Vorstellung einer monodirektionalen Wissensvermittlung alter Prägung.

Hans-Conrad Walter, Gründer von Causales, referiert über das Thema „Kultur“. Schwerpunktmäßig geht er dabei auf die Bedeutung von Emotionalität und Lebendigkeit ein. Das setzt selbstverständlich die aktive Mitgestaltung der Events durch Teilnehmer voraus.

Wie man den Erfolg von Events ohne großen Aufwand messbar macht, weiß Prof. Dr. Hans Rück, Dekan des Fachbereichs Touristik und Verkehrswesen an der Hochschule Worms. Derartige Messungen



Wenn Berlin ruft, kommt die Welt. Zur ITB Berlin treffen sich Experten aus der Reise- und MICE-Branche zum fachlichen Austausch. Foto: Messe Berlin



**CHIARADIA**  
EXHIBITIONS

*bring your brand to life*

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

Hommert 18, 6361 HN Vaesrade, die Nederlande

Tel. +31 46 711 1760 Fax. +31 46 442 3675 info@chiaradia.com www.chiaradia.com

stellen bislang die Ausnahme dar. Das liegt möglicherweise daran, dass das Instrumentarium nur wenigen MICE-Experten bekannt ist.

### Networking: Meet the MICE Minds

„Meet the MICE Minds“ heißt das Motto des Verbandes der Veranstaltungsorganisatoren e.V. (VDVO) für die Sonderfläche MICE Hub. Dort präsentieren sich Branchenexperten und Aussteller. Der MICE Hub befindet sich zwischen dem Fachbereich Business Travel und dem Plenum des MICE-Forums.

Die exklusive MICE Night feiert in diesem Jahr ihre Premiere. Die Messe Berlin und der VDVO laden in den International Club Berlin unweit der Messe ein. Hier können Branchenvertreter Kontakte knüpfen und die Themen des Tages intern diskutieren. Eine Registrierung zur MICE Night ist erforderlich.

### Luxus: „Loop“-Lounge @ ITB

Starkes Wachstum im Reisemarkt bietet das Luxussegment: Der Marktanteil hochpreisiger Reisen liegt aktuell bei ca. sieben Prozent. Die jährlichen Zuwachsraten sind allerdings zweistellig, wie aus dem ITB World Travel Trends Report 2017/2018 hervorgeht.

Luxusreisen boomen und Werte wie Selbstfindung, persönliche Erlebnisse,



Luxustourismus ist ein Markt mit hohen Wachstumsraten. In der neuen „Loop“-Lounge @ ITB stehen Luxusreisen im Fokus. Foto: Messe Berlin

Authentizität und Zeit rücken dabei in den Vordergrund. Zentraler Anlaufpunkt für alle Interessierten des Luxussegments ist die Halle 9. In der neuen „Loop“-Lounge @ ITB hat die ITB Berlin gemeinsam mit der Luxusmesse Loop erstmals eine Plattform für exklusive Aussteller geschaffen.

Am Puls der Luxus-Branche erläutern internationale Experten auf dem ITB Berlin Kongress, welche Bedürfnisse die Top

End-Reisenden haben. Auf dem ITB Future Day, am 7. März, stehen Themen wie „Touristen als Botschafter ihrer kulturellen Identität“ und „Verkehrssysteme der Zukunft“ wie Flugtaxi, Hyperloops und Überschall-Jets. Travelzoo liefert dazu Ergebnisse der exklusiven ITB-Marktstudie, wie Reisende aus Europa, Amerika, Asien und Australien die neuen Reiseformen beurteilen und wie hoch die Bereitschaft zur Nutzung ist.

Der neue Trend „Hidden Luxury“ steht beim ITB Marketing & Distribution Day am Donnerstag, dem 8. März, im Mittelpunkt. Insider lüften die Geheimnisse des „Hidden-Luxury-Phänomens“ und analysieren, wie sich das Luxusverständnis verschiebt.

### Neues Hospitality Tech Forum

Die Technologien der Zukunft stehen in der eTravel World auf dem Prüfstand. Die eTravel Stage und die eTravel Labs zeigen aktuelle Innovationen und deren Einfluss auf die Reiseindustrie. Zu finden sind die Marktplätze in den Hallen 6.1 sowie 7.1c.

Zukunftsthemen wie Online-Plattformen für Hotelbuchungen, Roboter, Künstliche Intelligenz, Curiosity Marketing, Blockchain, autonom fahrende Autos, Social Media und Spracherkennung werden ebenfalls ausgestellt und diskutiert. Das neue Hospitality Tech Forum legt besonderes Augenmerk auf Themen der Hospitality-Industrie. Eröffnet wird die eTravel World am 7. März 2018 um 10:30 Uhr auf der Bühne in Halle 6.1.

### Entwicklungen bei Geschäftsreisen

Im ITB Business Travel Forum am 8. März erfahren Besucher alles über die aktuellen Entwicklungen im Bereich der Geschäftsreisen. Digitalisierung und Globalisierung sorgen für immer kürzere Innovationszyklen. Das Business Travel Forum zeigt das künftige Reiseverhalten auf.

Spannung verspricht die geplante Reihe von Networking Lunches. Die Lunch-Events finden an allen drei Fachbesuchertagen jeweils zwischen 12 und 14 Uhr im Home of Business Travel by ITB & Verband Deutsches Reisemanagement e.V. VDR statt.

### Großes Finale am Sonntag

Nordische Klänge und exotische Tanzkunst bestimmen die Abschluss-Show der weltgrößten Reisemesse ITB. Die ITB Berlin und die weltweit tätige Kulturorganisation International Delphic Council (IDC) organisieren gemeinsam das „ITB Grand Finale“. Der Zugang erfolgt mit dem gültigen ITB-Ticket.

Start der Show mit Tänzerinnen und Tänzern vor allem aus Sambia, Malaysia und der Dominikanischen Republik ist um 15:30 Uhr. Die preisgekrönte Event- und Fernsehmoderatorin Mary Amiri führt durch das abwechslungsreiche Programm.

Musikalisch präsentiert sich Estland. Acht Künstlerinnen der Gruppe Naized spielen traditionelle estnische Volksmusik. Exotische Tänze bieten die Künstlerinnen und Künstler aus Sambia, dem aktuellen Culture & Convention Partner der ITB Berlin. Die dynamisch fließenden Bewe-



Wie im letzten Jahr moderiert Mary Amiri das große Finale der ITB 2018 in Berlin. Foto: Messe Berlin

gungen traditioneller Tänze spiegeln die vielfältigen Kulturen des afrikanischen Landes wider.

Fernweh weckt sicher auch der traditionelle Kecak Tanz aus Indonesien. Der Kecak Tanz ist weit über Bali hinaus bekannt. Die grazilen Fingerbewegungen sind unter anderem ein Ausdruck der hinduistischen Mythologie.

Der Shanty Chor Plauer See-Männer verabschiedet die Besucher musikalisch. Mecklenburg-Vorpommern, Partnerland der ITB Berlin 2018, setzt damit quasi einen maritimen Schlusspunkt.

### Online-Rabatt für Tageskarten und Dauerausweise

Im Online-Ticketshop (<https://www.itb-berlin.de/Besucher/Tickets/>) sind die Fachbesucher-Tickets vorab mit deutlichem Rabatt erhältlich. Das Fachbesucherticket beinhaltet den Eintritt zum ITB Berlin Kongress. Der Zugang zum CityCube Berlin und die Veranstaltungen im CityCube bleiben kostenfrei. Wegen erhöhter Sicherheitsvorkehrungen müssen sich Besucher ohne gültiges ITB Berlin Ticket am Eingang des CityCube Berlin registrieren.

# CCHANGE 2020



TREFFEN SIE  
UNS AM  
STAND G100

## ERLEBEN SIE DAS NEUE CCH!

2020 wird in Hamburg das neue CCH als eines der flexibelsten und modernsten Kongress- und Veranstaltungszentren Europas eröffnet. Erleben Sie schon auf der IMEX diese neue Dimension: Vom 15. bis 17. Mai 2018 präsentieren wir Ihnen das neue CCH hautnah – faszinierend und multimedial. Besuchen Sie uns im Raum der unbegrenzten Möglichkeiten. Wir freuen uns auf Sie!



Ein Unternehmensbereich der Hamburg Messe und Congress GmbH • [das-neue-cch.de](http://das-neue-cch.de)

# Trends bleiben Trend | von Colja M. Dams



Colja M. Dams ist seit 1998 geschäftsführender Gesellschafter der VOK DAMS Agentur für Events und Live-Marketing, die sich seit Gründung im Jahr 1971 mit ihrem Leistungsangebot auf direkte, erlebnis- und ergebnisorientierte Marketing-Kommunikation spezialisiert hat. Der an der Universität Witten/Herdecke graduierte Diplom-Ökonom erkannte frühzeitig die Bedeutung der Internationalisierung der Branche sowie die Bedeutung der Nähe zu seinen Kunden und setzte daher auf vernetzte Strategien. Dank seines Engagements hat die Wuppertaler Eventagentur mittlerweile weitere innerdeutsche Standorte in Berlin, Hamburg, München, Frankfurt und Stuttgart sowie Niederlassungen in Brasilien, Frankreich, UK, Tschechien, Spanien, den USA, China und Dubai. Mit innovativen Ansätzen setzt er immer wieder neue Maßstäbe bei Events und Live-Marketing, die von VOK DAMS Strategic Solutions ständig am Puls der Zeit weiterentwickelt werden.

**Trends verdichten Maßnahmen**, die oft umgesetzt werden, und erlauben uns einen kurzen Blick in die Zukunft. Gerade im Marketing sprechen wir eher von kurzfristigen Trends, da die Ansprache von Konsumenten einem permanenten Wandel

unterliegt. Jede Marke versucht, immer neue Wege zu finden, um ganz nah an ihre Zielgruppe herankommen.

Bedingt durch die digitale Kommunikation sind Trends heute online-getrieben. Dies hat sich inzwischen auch in der

Eventbranche durchgesetzt. Werfen wir einen Blick auf die fünf Trends, die das Live-Marketing in Zukunft nachhaltig prägen werden.

## 1. Maschinen kommunizieren mit Menschen

Events und die ewige Wiederkehr der Künstlichen Intelligenz: Liest man die Fachpresse oder die Programme von Kongressen, hat man fast den Eindruck, die Branche habe jetzt endlich die Artificial Intelligence oder Künstliche Intelligenz für sich entdeckt.

Die ganze Diskussion um selbstfahrende Autos, Drohnen oder selbstlernende Algorithmen und digitale Ansprechpartner auf Smartphones erweckt den Eindruck, die Revolution stehe unmittelbar bevor.

### Wunsch oder Albtraum?

Besonders provokativ eine Aussage von Stephen Hawking: „Die Computer werden irgendwann in den kommenden hundert Jahren mit ihrer künstlichen Intelligenz den Menschen übertreffen.“

Ein Grund, um Angst zu bekommen? Wie immer sind Aussagen und Prognosen zur KI, da sie die Zukunft betreffen, zweckorientiert. Schließlich geht es hier um viel Geld, denn die Industrie der KI wie Virtual Reality (VR), Roboter und Chatbots floriert enorm. Und in der Tat sind auch schon einige beachtliche Erfolge erzielt worden. Denken wir nur an den Einsatz von Robotern in der Medizin und der Altenbetreuung.

### Von Robotern und Chatbots

Trotz aller Bedenken wird KI auch im Eventbereich eingesetzt, denn sie erleichtert uns die Arbeit. Algorithmen können blitzschnell Datenbanken durchforsten und entsprechende Informationen ausspucken – da wäre der Mensch hoffnungslos unterlegen. KI ermöglicht die Kommunikation von „Many-to-Many“, und das in Realtime. VR macht Dinge sichtbar, die sonst verborgen wären. Na, und für die Emotionalität auf Veranstaltungen ist natürlich auch was dabei. Ist es nicht süß, wenn der Roboter Pepper mich begrüßt und mein Alter sowie Geschlecht richtig schätzt?

Interaktive Spiele begeistern Besucher. Chatbots im Guestmanagement werden zunehmend attraktiver. Aber machen wir uns nichts vor: Roboter und Chatbots können nur das kommunizieren, was ihnen Programmierer vorher einprogrammiert haben.

**Der Mensch ist der limitierende Faktor**

Fazit: KI hat ihren Stellenwert im Eventbereich in Ergänzung und Kombination mit dem Live-Erlebnis. Hybride Events – also die Kombination von Live und webbasierten Kommunikations-Tools – sind heute State of the Art in der Branche.

Für die KI gilt also wie schon in der Vergangenheit: Nicht leugnen oder aufhalten, sondern sinnvoll einsetzen ist das Gebot der Stunde. Die Zukunft der Entwicklung von „menschlicher“ und künstlicher Intelligenz bleibt also spannend.



BASF Creator Space tour: modulares Setdesign für Workshops

**2. Programme interpretieren Gefühle**

**Biometrie oder die Identifizierung der Gefühlswelt**

Biometrische Erkennungsverfahren sind überall dort wichtig, wo die Identifizierung einer Person eine große Rolle spielt. Das bekannteste Verfahren ist sicher der Einsatz von automatisierten Fingerabdruck-Identifizierungssystemen (AFIS). Einloggen über den Daumenabdruck ist

allerdings schon eine ganze Zeit Standard bei Events. Beispiele sind personalisierte Dauerkarten, um eine Weitergabe an Dritte zu verhindern, oder andere Zugangsberechtigungen zu Events.

Ein besonders zukunftssträchtiges Verfahren ist die Gesichtserkennungs-Software zur Identifizierung von Teilnehmern. Diese ist allerdings emotional nicht ganz unbelastet, da die Diskussion um die Einführung des biometrischen Personalausweises noch nicht vergessen ist. Es gibt ein schönes Zitat von Thomas de Maizière (deutscher Bundesminister des Inneren): „Nicht alles, was technisch möglich ist, ist

auch rechtlich erlaubt. Doch was rechtlich erlaubt ist, sollte auch technisch möglich sein.“ Hier kann Gesichtserkennung in der Tat wertvolle Beiträge leisten.

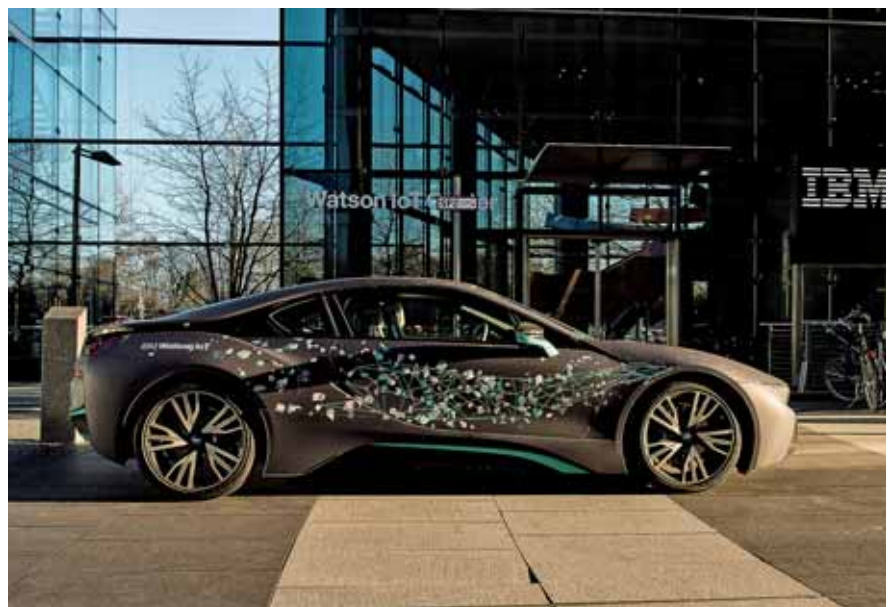
Doch so richtig interessant wird die Gesichtserkennung erst dann, wenn es gelingt, aus den biometrischen Daten Gefühle abzuleiten. Die gewonnenen Daten können die Evaluierung und die Konzeption oder Dramaturgie von Events extrem verändern.

Seit sich das Live-Marketing vor Jahren einen gleichberechtigten Platz neben anderen Kanälen in der Marketing-Kommunikation gesichert hat, kommt dem Thema

IBM Watson IoT: Ausstellungsvitrine im 20. Stockwerk



IBM Watson IoT: Spezialfahrzeug zum Abholen der Gäste





← der Evaluierung eine immer größere Bedeutung zu. Viele Modelle wurden entwickelt, um den ROI eines Events zu ermitteln – das bekannteste sicher vom ROI Event Institute. Wie viel genauer kann aber eine Auswertung sein, wenn ich die emotionale Zufriedenheit der Besucher messen kann außerhalb von Fragebogen oder anderen Feedback-Maßnahmen? Ein bekanntes Sprichwort sagt: „Der Körper lügt nicht.“ Und hier kommt die Gesichtserkennung ins Spiel.

### Millionen Gesichter aus 75 Ländern

Was bereits heute in der klassischen Werbung bei Testpersonen eingesetzt wird, ist für die Eventbranche gleich auf zweierlei Weise interessant. Zum einen, wie oben bereits erwähnt, als Evaluierungstool. Zum anderen kann es auf agile Weise ein direktes Feedback auf die verschiedenen Aktionen eines Events oder eines Messeauftritts geben. So habe ich die Möglichkeit, direkt zu reagieren und die Dramaturgie zu verändern. Spätestens die Auswertung nach dem Event wird in das Briefing der nächsten Veranstaltung einfließen.

## 3. Je individueller, desto besser

Programmatic Events ist die konsequente Anwendung von Programmatic Advertising auf das Live-Marketing. Programmativische Werbung ist ein Begriff aus dem Online-Marketing. Er bezeichnet den vollautomatischen und individualisierten Ein-

und Verkauf von Werbeflächen in Echtzeit. Dabei werden auf Basis der vorliegenden Nutzerdaten gezielt auf den Nutzer zugeschnittene Werbebanner gezeigt, wenn dieser eine Internetseite nutzt. Dieses Tool ist nur möglich durch die Verbindung mit Big Data. Je mehr Nutzerdaten ich gesammelt habe, umso genauer kann die Werbeansprache erfolgen. Da wir vor allem durch unser Surfverhalten im Web und durch unser Smartphone permanent Daten von uns offenbaren, ist Big Data kein Zukunftsszenario mehr.

### Das individualisierte Event

Was bedeutet Big Data für die Eventbranche? Das Zauberwort lautet Individualisierung. Wenn ich eine große Anzahl von Daten der einzelnen Teilnehmer besitze, kann ich jedem ein individualisiertes Event bieten.

Die Anwendungsgebiete im Rahmen einer Veranstaltung sind vielfältig. Das beginnt bereits beim Guestmanagement. Das Einladungsschreiben kann persönliche Ansprachen ermöglichen, die ich aus den gesammelten Daten ziehe. Auch das Seating kann so erfolgen, dass ich Besucher nebeneinander platziere, die eine kommunikative Atmosphäre sicherstellen. Bereits im Vorfeld kann ich bei der Gestaltung der Veranstaltung das inhaltliche Programm, die Künstlerperformance und das Catering noch individueller auf die Zielgruppe ausrichten. Derzeit ist es noch so, dass diese Faktoren über eine Abfrage eingeholt werden, wenn ich ein interaktives Guestmanagement nutze. Eine der Herausforderungen ist es hier, dass ich

oft nur eine geringe Rückläuferquote habe und so einige wenige das Programm für die anderen mitbestimmen. Bei Programmatic Events kenne ich die Daten aller Teilnehmer und bin so unabhängig vom Feedback der Teilnehmer.

## 4. Neue Eventformate

Der technische Fortschritt in der digitalen Kommunikation hat nicht nur zahlreiche neue Tools hervorgebracht, die auf Events eingesetzt werden, sondern vor allem auch Voraussetzungen für vollkommen neue Eventformate geschaffen.

### Online-Streaming-Event

Zunehmend werden Veranstaltungen speziell für das Online-Streaming produziert. Dies führt zu einer deutlichen Verschiebung der gefühlten Wertigkeit des Events. Die digitalen Teilnehmer sind nicht mehr Gäste „zweiter Klasse“, sondern die eigentlichen Adressaten. Der Reiz liegt natürlich darin, dass das potenzielle Publikum unbegrenzt ist. Es wird immer noch eine physische Zielgruppe als Filler geben, aber das Set-up (Kameras, Inhalte usw.) wird sich auf das Online-Erlebnis konzentrieren.

### Co-Creation

Dies ist ein extrem spannendes Format mit einem großen Zukunftspotenzial. Die Grundidee besteht darin, die Kommunikation während eines Live-Events mit einem Online-Kanal zu verbinden.





**o.fi.:** LEXUS Pressekonferenz IAA: Rendering Mixed Reality (Zusammenspiel Ausstellungsfahrzeug und virtuelle Einspielung)

**o.re.:** LEXUS Pressekonferenz IAA: Gäste mit Microsoft HoloLens VR-Brille am Messestand

Dabei kommt es darauf an, dass sich die live erarbeiteten Ergebnisse mit den Online-Ergebnissen verknüpfen und so im Sinne einer Crowd-Education synergetische Ergebnisse produzieren.

### Corporate Content Festival

Corporate Content Festival bringt als User-zentriertes Event das Internetverhalten vom Web in die Live-Kommunikation. Erste Ansätze werden bereits realisiert wie die me convention, Online Marketing Rockstars oder South by Southwest. Diese erfolgreichen neuen Veranstaltungsformen gaben wichtigen Input für die Entwicklung des Business-Formats Corporate Content Festival.

Beim Corporate Content Festival präsentiert eine Marke kuratierten Content in der Form eines Festivals, und zwar so, dass die Besucher das für sie jeweils beste Angebot selbst auswählen können. So, wie sie es auch schon bei digitalen Angeboten wie YouTube oder Netflix gewohnt sind. Das ermöglicht eine individuelle User Experience wie im Netz – aber angereichert durch den unersetzlichen Kick des Live-Momentums vor Ort. Und damit verbunden eine höhere Attraktivität für

die eigenen Social-Media-Kanäle. Inhalte werden emotionalisiert, cool statt steif, die Teilnehmer fühlen sich jung und wertgeschätzt.

## 5. Agil ist das neue Flexibel

Work-Life-Blend und der Wunsch nach immer kürzeren Arbeitszeiten führt zur Verdichtung der täglichen Projektarbeit. Damit die Motivation auf beiden Seiten – Kunde und Agentur – hoch bleibt oder gar gesteigert wird, muss die Arbeit im Team und in der Zusammenarbeit Spaß machen. Nur so können Qualität und Erfolg von Markenkommunikation weiterhin sichergestellt werden.

Mehr Verantwortung in den Teams ist das Gebot der Stunde. Das Agile Event Management ist die Adaption des agilen Projektmanagements, wie es im Digitalbereich genutzt wird, auf die Eventbranche. Mit dem Agile Event Management wird eine neue Arbeitsweise in Eventagenturen eingeläutet. Agile Event Management ist die Zukunft – und die hat ja bekanntlich schon begonnen.

Anzeige

Donnerstag, 5. April 2018

# IM STAGE ONE ZÜRICH-OERLIKON

CONFERENCE  
**ARENA**



THE PLATFORM FOR BUSINESS EVENTS

**Neu präsentiert sich die ConferenceArena als City-Boulevard mit drei Themenbereichen in lebendiger Umgebung:**

- » Technology Square
- » Networking Square
- » Experience Square

International.  
Interaktiv.  
Inspirierend.



Die Dorint GmbH wächst wieder:

## Eine neue Generation von Businesshotels mit ausgezeichnetem Veranstaltungsangebot



Die neue Generation Businesshotels: Das Dorint Hotel in Meißen. Alle Fotos: Honestis AG

**Diese Dorint Hotels** sind jedoch erst der Anfang der geplanten weiteren Expansion. Im kommenden Jahr wird die zweitälteste deutsche Hotelgesellschaft 60 Jahre alt. „Bis zum Ende des Jubiläumsjahres 2019 wollen wir 60 Betriebe im deutschsprachigen Raum unter der Marke Dorint führen, und zwar überwiegend klassische First-Class-Business-Hotels“, erläutert Karl-Heinz Pawlizki, CEO der Dorint GmbH die Ziele. „Bis 2020 werden wir dann wieder einer der führenden Anbieter von Tagungs- und Event-Hotels in Deutschland sein“.

### Kontrolliertes Wachstum

„Wachstum um jeden Preis wird es allerdings bei Dorint nicht mehr geben“, so Dirk Iserlohe, CEO der Muttergesellschaft Honestis AG, Köln. „Wir planen weiteres, allerdings kontrolliertes Wachstum, vorrangig mit Franchise- oder Pacht-Verträgen“. Die im Dorint-Portfolio befindlichen Fünfsterne-Häuser wie der Söl'ring-Hof Sylt, das Parkhotel Bremen, der Nassauer Hof Wiesbaden und das Maison Messmer Baden-Baden werden dann ab Mitte dieses Jahres als „HOMMAGE Luxury Collection neu positioniert“. Die Honestis AG wurde Ende 2016 vom Familienunternehmer Dirk Iserlohe neu gegründet und hält Beteiligungen an Hotelbetriebs- und Immobiliengesellschaften, zu denen auch die Dorint GmbH gehört.

Dirk Iserlohe war zuvor fast 15 Jahre mit der Sanierung der Hotelkette beschäftigt. „Die exogenen Faktoren wie 9/11, Sars und Irak-Krieg sowie endogene Faktoren, wie ein zu schnelles Wachstum der damaligen Dorint AG und hohe Verluste in den Anfangsjahren in den neuen Bundesländern, haben zu enormen Anstrengungen geführt die Marke Dorint und die damit verbundenen Arbeitsplätze zu erhalten. Wären notwendige Maßnahmen, wie die Trennung von Accor im Jahre 2007, die Auflösung des joint-ventures mit der InterContinental Gruppe in 2011, aber auch die Restrukturierung des Hotelfortfolios nicht erfolgreich gelungen, hätte dies wohl den größten Hotelimmobilien-Crash in Deutschland zur Folge gehabt. Ich bin froh und stolz, dass einerseits die Gäste der sympathischen blauen Marke treu geblieben sind und dass andererseits die Mitarbeiter, unsere #hotelhelden, stets loyal Ihren Einsatz gezeigt haben“, so Iserlohe. Ich freue mich daher sehr, dass ich mit Karl-Heinz Pawlizki und Jörg T. Böckeler international erfahrene Vorstände für die Führung der Dorint GmbH gewinnen konnte, die mich bei der weiteren Entwicklung der Hotelgesellschaft erfolgreich unterstützen“.

### Ausgezeichnete Hotels

Die drei neuen Hotels, das Dorint Hotel Oberursel (140 Zimmer und Suiten,

**Die Dorint Hotels in Frankfurt/Oberursel, Meißen und Magdeburg stehen für eine neue Generation von Businesshotels der bekannten deutschen Hotelmarke. Mit diesen attraktiven „First Class Hotels“ meldet sich Dorint nach einer erfolgreichen Sanierung mit insgesamt 41 Hotels & Resorts eindrucksvoll zurück.**

12 Veranstaltungsräume für bis zu 400 Gäste), das Dorint Parkhotel Meißen (118 Zimmer und Suiten, sechs Kongress- und Seminar-Räume für bis zu 200 Gäste) und das Dorint Herrenkrug Parkhotel Magdeburg (147 Hotelzimmer und Juniorsuiten und zehn Tagungsräume mit Kapazitäten für bis zu 900 Gäste) überzeugen mit modernster Ausstattung, kompetentem wie herzlichem Service sowie mit auf die Geschäftsreisenden und Tagungsveranstalter zugeschnittenen Standards.

Die Marke Dorint selbst steht seit nunmehr fast 60 Jahren für Qualität im Full-Service-Bereich und hat - trotz der Krisen - nicht gelitten, ganz im Gegenteil. „Von Gästen wurden den Dorint-Hotels in einer aktuellen Focus-Studie die höchsten Sympathie-Werte im Wettbewerb bescheinigt“, freut sich Dirk Iserlohe. Außerdem sind inzwischen rund 30 Dorint-Hotels vom Verband Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR) mit dem „Certified“-Gütesiegel für Conference- und Business-Hotels ausgezeichnet worden. (ag)



Dirk Iserlohe, CEO der Honestis AG, Köln

## Andermatt bekommt ein Radisson Blu

Für den Spätsommer 2018 ist die Eröffnung des Radisson Blu Andermatt geplant. Das Vier-Sterne-Haus soll über 180 Zimmer sowie weitere 90 Wohneinheiten in den benachbarten Gotthard Residences verfügen. Darüber hinaus gehören ein Restaurant, eine Bar, Konferenzmöglichkeiten und der Konzertsaal Ander-

matt Reuss mit 500 Sitzplätzen zum Angebot. Es wird fünf Meetingräume von 30 bis 143 m<sup>2</sup> Größe geben. Für Hotelgäste sind außerdem der Swimmingpool sowie die Wellnessanlage in den Gotthard Residence zugänglich.

## Jürg Schmid ist neuer Delegierter des Verwaltungsrats des The Living Circle

Der in 2017 neu gegründete Schweizer Verbund The Living Circle trumpft mit einem neuen Verwaltungsratsdelegierten auf. Jürg Schmid lenkt und prägt bereits seit 17 Jahren die Schweizer Hotellerie als ehemals Tourismus-Direktor bei Schweiz Tourismus. Mit seiner Persönlichkeit vereint er die Stärken und Werte der erlesenen Mitglieder des The Living Circle und läutet eine neue Ära des Luxuserlebnisses ein: Luxus als nachhaltiger, in sich geschlossener Kreis.

Schmid startete seine Karriere bei Hewlett Packard und Bank Vontobel, bevor er bei Oracle Corporation für das Sales and Marketing der Märkte Nord-, Zentral- und Osteuropa, der CIS-Staaten, des Mittleren und Nahen Ostens sowie Afrika verantwortlich zeichnete. Jürg Schmid's Passion gilt jedoch seit 2000 dem Tourismus und zwar in all seinen Facetten. Als Direktor von Schweiz Tourismus positionierte er bis 2017 die Schweiz rund um den Globus als Ferien-, Reise- und Kongressland. Heute ist er Mitinhaber der Mar-

keting- und Kommunikations-Agentur Schmid, Pelli & Partner AG, strategischer Partner der Full Service Agentur panta rhei pr GmbH und Mitglied diverser Verwaltungsräte. Jürg Schmid ist verheiratet und lebt mit seiner Frau und den drei Kindern in Zürich.

„Mitten im Reisfeld übernachten, durch die hoteleigenen Rebberge schlendern, Frischprodukte vom eigenen Bauernhof direkt auf den Tisch, über der Limmat dinieren – das ist echter Luxus, das ist der Living Circle. Eine Gruppe außerordentlicher Hotel- und Gastronomiebetriebe, die sich zu einem Premium-Gästerlebnis verpflichtet haben. Ich freue mich außerordentlich diese Gruppe mitgestalten zu dürfen.“ So beschreibt Jürg Schmid, der neue Delegierte des Verwaltungsrats des The Living Circle, den Verbund.

2017 schlossen die Besitzerfamilien Anda, Franz-Bührle und die IHAG Holding AG sechs ihrer Betriebe zu The Living Circle zusammen. Bei allen Betrieben stehen der enge Bezug zur Natur und Region sowie die herzliche Gastgeberqualität im Vordergrund.

## micelab:bodensee gewinnt Innovationspreis Bodensee17

Am 24. November vergab der Verband der Tourismuswirtschaft Bodensee e.V. erstmals den Tourismus-Innovationspreis „Bodensee17“. Mit der Offensive im Bereich Aus- und Weiterbildung von Fachkräften im Veranstaltungsbereich überzeugte das micelab:bodensee die hochkarätige Jury.

„Der Preis ist eine tolle Belohnung für die intensive Forschungsarbeit der vergangenen Jahre und bestätigt, dass wir mit dem micelab:bodensee auf dem richtigen Weg sind“, freut sich Gerhard Stübe, Sprecher des Netzwerks BodenseeMeeting. Das Netzwerk kümmert sich seit mehr als zwanzig Jahren um die Weiterentwicklung der Bodenseeregion als Tagungs- und Kongresslandschaft. Im Sommer 2016 lancierte es gemeinsam mit dem Netzwerk „der kongress tanzt“ das micelab:bodensee – die erste interaktive Weiterbildungsplattform für Veranstalter im deutschsprachigen Raum.

Den Tourismus-Innovationspreis Bodensee17 vergab der Verband der Tourismuswirtschaft Bodensee e.V. zum ersten Mal. Das

micelab:bodensee erhielt bei der Verleihung am 24. November in Konstanz die Auszeichnung in der Kategorie „Maßnahmen für Mitarbeiter“, die mit einem Preisgeld von 2.500 Euro dotiert war. Eine Jury aus Tourismusexperten prüfte insgesamt 26 eingereichte Projekte. Preise gab es in fünf Kategorien.

„Das Projekt hat die Weiterentwicklung der Mitarbeitenden im Fokus und soll die Professionalität im Kundenkontakt und die Freude am Job erhöhen. Hinsichtlich des Fachkräftemangels in der Tourismusbranche nimmt diese Weiterbildungsoffensive einen besonderen Stellenwert ein“, räumte Laudatorin und Jurymitglied Birgit Sauter-Paulitsch ein.

Das micelab:bodensee wird noch bis Ende 2018 durch das Interreg V-Programm Alpenrhein-Bodensee-Hochrhein mit Fördermitteln der Europäischen Union und der Schweiz unterstützt. Danach soll sich das Projekt komplett selbst tragen, so das Ziel der Initiatoren.

Anzeige

**H-Hotels.com**

**Jetzt in Kassel tagen und profitieren:**

- 9 teilweise kombinierbare Tagungsräume mit Tageslicht für bis zu 300 Personen
- 169 Hotelzimmer
- Veranstaltungsfäche von 48 bis 340 m<sup>2</sup>
- Direkte Anbindung an das Kongress Palais mit einer Gesamtfäche von über 6.000 m<sup>2</sup>

**ab 54,- € p. P.\***

**Jetzt anfragen: E-Mail: [tagung.kassel@h-hotels.com](mailto:tagung.kassel@h-hotels.com) | Tel.: +49 (0)561 7810-0**

\*Das Angebot gilt nur für Neubuchungen und ist nicht rückwirkend gültig. Buchung auf Anfrage und nach Verfügbarkeit bis zum 31.12.2018. Buchbar ab 10 Personen.

H4 Hotel Kassel | Baumbachstrasse 2 | D-34119 Kassel  
 Treff Residenz Hotel Tagungszentrum Kassel Betriebsgesellschaft mbH | Braunser Weg 12 | 34454 Bad Arolsen

**H4 Hotel**  
Kassel

# „Frauen besitzen oft ein höheres Maß an emotionaler Intelligenz und Empathie ...“

**Frauen in Führungspositionen sind ein heiß diskutiertes Thema. Für uns Grund genug, einige der „Female Leaders“ genauer vorzustellen. Für diese Ausgabe sprach CI mit Carina Bauer, CEO der IMEX Gruppe.**



**li.:** Als CEO der IMEX Group ist Carina Bauer eines der bekanntesten Gesichter der MICE-Branche. Privat lebt sie mit ihrem Mann und ihren zwei Kindern in Brighton.  
Foto: IMEX Group

**Frau Bauer, beschreiben Sie uns Ihre jetzige Position und den Weg, der Sie dorthin geführt hat.** Ich bin seit 2002 in der Meeting-, der Incentive-Reisen- und natürlich der Messebranche tätig, seit ich zum Familienunternehmen IMEX kam und Teil des IMEX Startteams für die erste IMEX in Frankfurt wurde (die 2003 stattfand). Dass ich so früh Teil des Ganzen wurde, war eine perfekte Basis, da ich so über die Jahre hinweg in alle Bereiche des Geschäfts involviert war. 2009 wurde ich, nachdem IMEX America ins Leben gerufen wurde, CEO der IMEX Group.

Vor 2002 arbeitete ich außerdem in unserem Familienunternehmen, das zu dieser Zeit eine kleine Coffee-Shop-Kette war und das wir 2001 verkauften.

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

Es gibt einige Gründe, warum ich das MICE-Geschäft mag. In erster Linie glaube ich, dass das Geschäft wirklich von Beziehungen lebt. Beziehungen und schließlich Freundschaften mit großartigen Menschen auf der ganzen Welt zu entwickeln, um Veränderungen und Innovationen in der Branche möglich zu machen, bedeutet wirklich Belohnung für mich.

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

Ich denke nicht, dass diese Grenzen wirklich genderspezifisch sind, glaube jedoch, dass sowohl Männer als auch Frauen in der Industrie großartige Beziehungen schließen und pflegen müssen, um Erfolg zu haben. Außerdem sollten sie sich im Hinblick auf die Events, die sie abhalten, gestalten oder unterstützen, darauf vorbereiten, strategisch und sorgfältig denken zu müssen, um sicherzustellen, dass ebendiese zielgerichtet sind und den Organisationszweck erfüllen. Ich denke das bringt persönlichen Erfolg und ist außerdem wichtig für eine dauerhaft gesunde Branche.

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

Anfang zwanzig kam ich in die Branche und hatte schnell eine Position mit Verantwortung. Ich hatte oft den Eindruck, dass ich bei Branchenevents für die Sekretärin oder eine Studentin gehalten wurde. Das passiert heutzutage weniger (teils, weil mein Gesicht besser bekannt ist, und teils, weil ich älter bin!), aber ich erinnere mich noch sehr gut, wie es sich angefühlt hat. Es hat mich gelehrt, mit Vermutungen in Bezug auf andere Menschen und mit stereotypischen Schlussfolgerungen vorsichtig zu sein. Ich versuche immer, jeden mit demselben Respekt zu behandeln, egal ob es sich um einen tatsächlichen oder angenommenen „Titel“ handelt.

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

Ich würde meinen Führungsstil als gemeinschaftlich und emotional intelligent beschreiben. Für mich ist es wichtig, dass ich Menschen Klarheit und eine Richtung geben kann, damit diese den Zusammenhang erfassen können, aber auch Handlungsspielraum und Freiheit, damit sie sich entwickeln und eigenständig das Ziel erreichen können. Ich bin kein Freund von Mikro-Management. Ich finde es besser, wenn Menschen ihr Bestes geben, und hoffentlich inspiriere ich sie dabei.

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

Ich glaube, dass ich immer von meinen Eltern inspiriert wurde, von denen ich viel gelernt habe. Insbesondere haben sie mich immer dazu ermuntert, „mein Bestes“ (eher als „das“ Beste) zu geben und damit zufrieden zu sein. Ich denke, dass mich dies zu einer recht pragmatischen Person gemacht hat. Außerdem haben sie mich immer ermutigt, von meinen Fehlern zu lernen, und das ist etwas, was ich jeden Tag tue und was sicherlich eine wichtige Fähigkeit in unserem Beruf darstellt – schlussendlich ist es das, was uns hilft, uns zu verbessern.

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

Genießt es! Nehmt euch die Zeit, Freundschaften und Beziehungen zu entwickeln. Habt keine Angst, wenn ihr etwas nicht versteht. Lernt von denen, die schon vorher da gewesen sind, und vor allem: Klemmt euch dahinter. Wartet nicht auf jemanden, der euch sagt, was ihr zu tun habt, sondern zeigt anderen in eurer Organisation (egal ob Boss oder Kollegen), dass ihr genug Interesse habt, die Dinge zu bemerken, die sich ändern müssen, und bereit für zusätzliche Arbeit seid, um diese herbeizuführen. Ihr werdet vielleicht nicht sofort belohnt werden, aber ihr werdet es schlussendlich – selbst wenn es das ist, was ihr aus euren Erfahrungen lernt. Zu guter Letzt: Werdet Mitglied in den Branchenverbänden und investiert eure Zeit. Ihr werdet einen unermesslichen Nutzen erhalten, und es wird euch helfen, eure Karriere voranzubringen – seid bloß geduldig und gebt dem Ganzen Zeit.

### Aus welchen Vorteilen, die Frauen zugesprochen werden und am Arbeitsplatz von Nutzen sind, sollten wir alle mehr machen?

Frauen besitzen oft ein höheres Maß an emotionaler Intelligenz und Empathie, und ich denke, dass dies einen großartigen Gewinn für jeden Arbeitsplatz darstellt.

### Warum reden wir immer noch über Geschlechterungleichheit bei der Arbeit? Und warum scheint dieses Thema jetzt eine so starke Kraft zu haben, vielleicht stärker als je zuvor?

Ich denke, diese Frage stellen sich viele Leute – warum sind diese Probleme so allgegenwärtig und hartnäckig und warum haben wir nach so vielen Jahren immer noch Geschlechterungleichheit? Vielleicht ist ein Grund derjenige, dass es so wenige Frauen in Führungspositionen gibt und folglich die Geschlechterungleichheit einfach für viele Branchen und Organisationen keine Priorität hat.

Warum jetzt? Alles hat seine Zeit! In der heutigen Welt, in der alles miteinan-

der verbunden und transparent ist, sind solche Ungleichheiten sofort sichtbar und die Leute können schnell aktiv werden. Wenn klar ist, dass die Probleme in den unterschiedlichsten Teilen und in allen Branchen der Welt dieselben sind, dann wird das Ausmaß des Problems gleich klarer – und dass es einer Änderung bedarf.

### Möchten Sie anderen etwas aus Ihrem Privatleben oder Ihrer Karriere mitgeben? Gibt es etwas Bestimmtes, was Sie der Geschäftswelt, Ihrer Familie, dem Unternehmen oder anderen Menschen hinterlassen oder mit dem Sie in Verbindung gebracht werden möchten?

Ich versuche nicht, die Welt zu verändern, ich denke jedoch, dass die Industrie dank IMEX ein wenig reicher, erfolgreicher und innovativer ist.

In meinem Privatleben versuche ich lediglich zwei Söhne zu guten Menschen zu erziehen, die glücklich sind und andere mit Respekt behandeln. Der Rest wird sich ergeben ...

Anzeige



## DESIGN CENTER LINZ & BERGSCHLÖßL | Mehr als eine Location

Lassen Sie sich inspirieren und begeistern. Gestalten Sie Ihren Kongress, Ihre Messe, Gala oder Produktpräsentation im Design Center Linz. Nutzen Sie die vielen Möglichkeiten der zeitlos modernen, eleganten und wandelbaren Location für Ihren Event. 10.000 m<sup>2</sup> säulenfreie Fläche und technische Expertise, im Zusammenspiel mit kreativen Köpfen, bleiben in Erinnerung.

Das Bergschlößl - in perfekter Kombination aus Barock und Moderne - lässt Tagungen und Feste, für bis zu 100 Personen, zu etwas Besonderem werden. Inmitten eines Parks, ein Ruhepol und Ort für exklusive Veranstaltungen.

**Ob BUSINESS oder PRIVAT - SEIEN SIE UNSER GAST!**

Live- und Digital-Experiences:

## Warum es kein Entweder-oder gibt | von Göran Göhring

**„Eine digitale Übersetzungsplattform dolmetscht in Echtzeit in die verschiedensten Sprachen. Ein Chatbot beantwortet wichtige Fragen der Event-Teilnehmer automatisiert. Und die Registrierung beim Event-Check-in erfolgt per Gesichtserkennung – was visionär klingt, ist zum Teil bereits Realität.“**

Göran Göhring ist geschäftsführender Partner der auf Live-Experience fokussierten Agentur STAGG & FRIENDS. Mit seinem fast 50-köpfigen Team kreiert er über 20 Jahre Corporate Events.



**Denn die Digitalisierung** hält Einzug in nahezu alle Lebenslagen und Bereiche – so auch in die Event- und Live-Experience-Branche. Mehr noch: Es stellt sich immer häufiger die Frage, ob die Digitalisierung die Live-Experience ablöst. Dabei ist eigentlich genau das Gegenteil der Fall. Denn beide Disziplinen können sich perfekt ergänzen und nahtlos ineinander übergehen – wenn sie passgenau aufeinander abgestimmt sind. Mit der Folge, dass für Konsumenten ein stringentes, nachhaltiges Erlebnis entsteht.

Für Live-Kommunikationsagenturen bedeutet diese andauernde Entwicklung, dass sie analoge wie digitale Ideen, Konzepte und Kreationen künftig strategisch in ihre Arbeit integrieren müssen. Allein schon deshalb, weil die digital geprägten Generationen Y und Z – sowie alle folgenden – bei Events oder Veranstaltungen digitale Schnittstellen schon beinahe voraussetzen. Um innovative Formate und Konzepte für diese Zielgruppe zu entwickeln, sollten Event- und Live-Kommunikationsagenturen gezielt in Kooperation mit Spezialisten unterschiedlicher Disziplinen eintreten. Denn heute gibt es kein Entweder-oder mehr.



fi.: wavebreakmedia/shutterstock.com | re.: Zapp2Photo/shutterstock.com

### Der Inhalt macht die Musik

Entscheidend für ein disziplinübergreifendes Erlebnis ist weniger die Art der Kanäle als vielmehr der Content. Er bestimmt das Maß an Kreativität in einem Gesamtkonzept und stärkt das Storytelling bei Event-Maßnahmen. Markenverantwortliche müssen verstehen, dass der strategische Einsatz digitaler Tools die kommunikative Schlagkraft eines Events ergänzt. Apps, Plattformen und Technologien verlängern, unterstützen und verstärken das Erlebnis – und erhöhen den Nutzen und Mehrwert einer Veranstaltung. So lassen sich die Inszenierungen der Kernbotschaften von Marke und Produkt auch über ein Event hinaus kommunizieren oder die Teilnehmer weiter vernetzen. Gleichzeitig sollten aber die reale Erfahrung und das ‚non-virtuelle‘ Miteinander nicht zu kurz kommen: ‚Digitales Fasten‘ im Rahmen eines Events kann nicht nur die Produktivität der Teilnehmer fördern, sondern lässt sie Erlebnisse auch ganz anders wahrnehmen. Dass beides sinnstiftend vereinbar ist, zeigt eine Trainingskampagne zur Einführung des SEAT Ibiza: Der Autobauer setzte zur Marken- und Produkt-Schulung seiner Sales- und After-Sales-Mitarbeiter, Geschäftskundenbetreuer und weiterer vertriebsrele-

vanter Zielgruppen nicht nur auf eine mehrtägige Live-Experience mit Testfahrten, Outdoor-Workshops und unterhaltsamen Shows, sondern nutzte bereits im Vorfeld innovative Trainingsformate und -medien. Dazu zählten etwa interaktive Tools, personalisierter, digitaler Content und ein Gamification-Ansatz. Das Ziel: die internationalen Teilnehmer dazu motivieren, sich online herauszufordern und in Challenges zu messen. Alle erlernten Inhalte und relevanten Ergebnisse wurden den Teilnehmern auch über das Event hinaus über ein Online-Trainingsportal zugänglich gemacht – und zwar maßgeschneidert auf den Einzelnen. Lernerfolge und ein zusätzlicher Vertriebspush sind so garantiert.

Auch bei strategisch konzipierten Managementkonferenzen oder -tagungen muss heute mehr passieren als eine ganztägige Frontbeschallung mit hunderten Power-Point-Charts: Digitale Kommunikationstools stellen den langfristigen Erfolg einer Konferenz sowie die weitere Kommunikation und Kaskadierung der Inhalte sicher. Gleichzeitig fördern ‚analoge‘ Networking-Sessions und Get-together das persönliche Miteinander. So wird aus einem Event eine komplette Kommunikationskette. Generell ist bei

allen Kommunikationsmaßnahmen der Dreiklang Klassik–Digital–Live zu spielen, unabhängig davon, welche Disziplin aktuell im Lead ist.

### Die Messbarkeit macht den Unterschied

Ein weiterer Vorteil der Verschmelzung von Live und Digital: Live-Kommunikation wird smart und messbar. Wirkung und Erfolg können anhand von interaktiven Wissenstests, direktem Feedback der Live-Experience, den Event-Units und abschließenden Surveys zur Veranstaltung analysiert und ausgewertet werden. Zudem sind so die gewonnenen Erfahrungswerte für die nächste Live-Experience nutzbar. Davon profitieren nicht nur die ausrichtenden Unternehmen, sondern insbesondere auch die Teilnehmer. Letztlich sind es sie und ihre veränderten Bedürfnisse, die immer stärker den Aufbau und die Ausrichtung von Event- und Live-Kommunikationskonzepten beeinflussen. Für Unternehmen entstehen so hervorragende Möglichkeiten, nachhaltige Live-Experiences zu schaffen – aber nur, wenn Digital- und Live-Elemente einen gemeinsamen Mehrwert generieren, ohne auf die jeweils andere Disziplin verzichten zu wollen.

# Designbodenbeläge für den anspruchsvollen Objektbereich

**Bodenbeläge, richtig ausgewählt, perfektionieren die Inneneinrichtung, die in ihrer Gesamtheit pures Lebensgefühl vermitteln und den Stil des Hauses unterstreichen soll.**



Überzeugendes Verlegebild: Designboden Sono Forest mit dem Dekor Forest Timberbridge.

Außergewöhnlich belastbar müssen sie sein und dabei den Einrichtungsstil in allen Bereichen des Hotels in exzellenter Weise ergänzen. Um diesen gestalterischen Anspruch zu realisieren, bedarf es einer umfangreichen Palette an Dekoren, die sämtliche Möglichkeiten zur Innenausstattung bereit hält.

Speziell für die Einrichtung stark beanspruchter Objektbereiche wurden die Sono Designböden entwickelt. Aufgrund ihrer hohen Beanspruchungskategorie sind sie die idealen Bodenbeläge für Foyer, Gästezimmer oder Lobby: von kühler Modernität in Restaurant oder Bar bis zum Wohlfühlambiente in Zimmern oder Sälen. Mit klassischen Holzdessins oder den trendigen Beton- und Steindekoren der Sono-Designböden lassen sich anspruchsvolle Gestaltungsideen realisieren. Die Dekore der NEO-prime-Designbodenkollektion sind



NEO prime Designboden mit dem Jugendstil-Dekor Flowstone.

als Ergänzung zu Sono die erste Wahl bei der Realisierung außergewöhnlicher Designprojekte. Als „Böden mit Geschichte“ sind diese Dekore historischen Vorbildern nachempfunden.

Sie empfehlen sich daher hervorragend für die Innenraumgestaltung von Gebäuden mit Tradition. Hinter den NEO-prime-

Dekoren stehen sozusagen ganze Fußboden-Biographien. Zahlreiche geschichtsträchtige oder auch designaffine Orte von der Antike bis zur Moderne lieferten die Inspirationen für diese extravagante Designkollektion der Marke NEO 2.0. Die Bodendekore schlagen einen Bogen aus der alten in die neue Welt. So wurden zum Beispiel antike Stein- und Holzböden alter europäischer Klöster, Fachwerkbauten und Burgen nachempfunden oder das pittoreske Fliesenmuster einer mondänen

Pariser Stadtvilla ausgewählt. Abgerundet wird die NEO-prime-Kollektion durch die schlichten, aber effektvollen Rautendekore in schwarz oder rot, die vom typischen Aussehen amerikanischer Diner oder Eingangshallen New Yorker Wohnhäuser beeinflusst sind. Fliesen mit Historie, Repliken antiker Steinplatten oder alter Holz-



böden – das zeichnet die Designbodenkollektion NEO 2.0 prime aus.

Die hier vorgestellten Designbodenbeläge sind mit Nutzungsklasse 33/AC5 für den anspruchsvollen Objektbereich konzipiert. Die Designbodenelemente reichen von der klassischen Dielendimension in 1290 mm Länge, über ein markantes 30/60-Fliesenformat, bis hin zur imposanten Schlossdiele mit den Abmessungen 1.800 x 203 mm. Umlaufende Fasen heben die authentischen Dekore in besonderem Maße hervor. Ein echtes Highlight für die Umwelt: Diese Designbodenbeläge tragen allesamt das Umweltzeichen „Der Blaue Engel“ für ein emissionsarmes Produkt aus emissionsarmer Produktion, denn die Böden sind absolut PVC- und schadstofffrei.

Sie enthalten weder Weichmacher noch sonstige Zusatzstoffe, die in die Raumluft

austreten könnten. Sowohl die Sono- als auch die Neo-prime-Designbodenbeläge basieren auf einem digital bedruckten



Modern und eindrucksvoll repräsentieren die großformatigen Holzdekore aus der Kollektion Sono Skyline, hier mit dem Dekor Harbour Dock, zeitgenössisches Wohnen und Leben. Das beeindruckende Dielenformat in 1.800 mm Länge ergibt ein elegantes Verlegebild und so eine ganz neue Raumwirkung.

Träger aus dem neuartigen Werkstoff Ceramin, zu dessen Herstellung ausschließ-

lich natürliche Mineralien bei niedrigen Temperaturen mit einem Polymer verbunden werden. Das Ergebnis ist ein halbstarreres Trägermaterial, das im industriellen Digitaldruck mit eindrucksvollen Dekoren versehen und abschließend durch die mehrschichtige Sealtec-Oberfläche versiegelt wird. So entstehen äußerst strapazierfähige natürliche Designböden von exzellenter Qualität, die in Haptik und Optik ihresgleichen suchen. Dank des megaloc-Schnellverlegesystems lassen sich die Designbodenelemente problemlos, schnell und einfach verlegen und überzeugen durch ihr perfektes Verlegebild.

Sprechen Sie mit Ihrem Innenausstatter und lassen Sie sich die beeindruckenden Dekore der Bodenbeläge Sono und NEO prime vorführen.



Ausstattung des Hotels Villa Vinum in Cochem / Mosel mit Ceramin-basierten Bodenbelägen.



**CLASSEN** GRUPPE

# Absolute Spitze in Europa | von Hans Rodewald

**„Ich kann mir keinen schöneren Konferenzstandort in Europa vorstellen“, schwärmt Markus Schiedeck, Head of Business Sales des Convention Bureau in Davos. Definitiv gibt es keine höhere Konferenzstadt: Mit 1.560 Meter über dem Meer ist Davos absolute Spitze in Europa.**



Bestens tagen kann man auf 1.560 Meter über dem Meer in Davos. Die Anreise erfolgt wahlweise im Auto, im Bus oder mit der Rhätischen Bahn durch die Alpen der Schweiz. Foto: Destination Davos Klosters/ Stefan Schlumpf

## Mit Markus Schiedeck durch Europas höchste Konferenzstadt

Bei Fragen der Organisation und Betreuung ist das Team des Kongresszentrums Davos ebenfalls Spitze. „Wir sind rund um die Uhr erreichbar“, sagt Schiedeck. „Wir versuchen, jedem zu helfen. Ein Nein gibt es bei mir nicht.“ Konferenzplaner profitieren davon. Auf Wunsch übernimmt der Kongressprofi mit seinem 25-köpfigen Team und doppelt so vielen freien Kräften das komplette Kongressmanagement mit Teilnehmer- bzw. Hotelmanagement, Gesellschaftsprogrammen und weiteren Er-



gänzungen und Erlebnissen für Kongresse und Tagungen. Zahlreiche Beherbergungsbetriebe sind fußläufig erreichbar, andere nur wenige Auto- oder Busminuten entfernt. „Jeder Eventplaner bekommt hier einen individuellen Ansprechpartner, mit dem er alle Details klären kann. Das spart viel Zeit und Mühen und macht Veranstaltungen einfach besser.“

Das Kongresszentrum Davos erfüllt die Normen ISO 9001 und ISO 14001. Managementabläufe und Umweltvorgaben werden in allen Details erfüllt. Jährlich rund 150 Kongresse und Konferenzen aus ganz unterschiedlichen Branchen gibt es in Davos. Die Zahl ließe sich noch ausbauen, meint Schiedeck. Vor genau 50 Jahren begann der Bau des Kongresszentrums mitten im Stadtkern. Schon vorher fanden zahlreiche Kongresse in Davos statt. Offensichtlich gibt es eine beeindruckende Zufriedenheit der Planer und Teilnehmer. „Einige Jahrestagungen sind das 50. Mal

Markus Schiedeck nimmt in seinem Büro die Buchungen für Tagungen und Kongresse in Davos entgegen. Foto: KreativK Hans Rodewald

hier. Die werden wir künftig individuell auszeichnen“, freut sich Schiedeck, der seit zwölf Jahren für den Vertrieb verantwortlich ist.

## Das Kongresszentrum Davos im Mittelpunkt

Im Jahr 1979 wurde das Kongresszentrum Davos um das Haus B und im Jahr 1989 um das Haus C erweitert. Im Jahr 2010 endete die letzte große Baumaßnahme. Das Haus lässt sich in toto für rund 5.000 Teilnehmer oder in beliebigen Teilen nutzen. Parallele Veranstaltungen sind möglich. Drei unterschiedliche Eingänge sorgen dafür, dass sich die Teilnehmer nicht kreuzen. Die Saalmieten sind vergleichsweise günstig. „Wer über uns mehr als 300 Zimmer in unseren Partner-Hotels bucht, erhält die Meetingräume gratis.“ Details dazu finden Planer unter [www.davos.ch/free](http://www.davos.ch/free).

Beeindruckend ist der Plenarsaal für maximal 2.000 Personen mit seiner neuen Wabendecke. Die Konstruktion misst rund 45 Meter in der Länge und wirkt durch die Wabenstruktur sehr locker und angenehm.

Teile des Plenarsaals können auf Wunsch abgetrennt werden. 34 zusätzliche Konferenzräume stehen in allen drei Teilen des Zentrums zur Verfügung. Die Toiletten mit integriertem und per Touchscreen gesteuertem Komfort-Bidet demonstrieren den allerneuesten Stand der Technik.

Die Teilnehmer übernachten in den rund 7.000 Zimmern rings um das Kongresszentrum herum oder in den Nachbarorten. „Insgesamt stehen in der Region rund 25.000 Betten zur Verfügung. Die Kongressstadt Davos erfüllt den Pharmakodex zu 100 Prozent“, zeigt sich Schiedeck zufrieden.

### Veranstaltungsräume für Seminare im Umfeld

Wer vom professionellen Service profitieren möchte, findet weitere attraktive Optionen, die gern vom Convention Bureau Davos vermittelt werden. 16 Seminarhotels stehen zur Verfügung, die sich alle auf die professionelle Organisation und Durchführung von Seminaren spezialisiert haben.

Veranstaltungsplaner erhalten über das Convention Bureau Davos eine unabhängige Beratung und Unterstützung bei der Suche nach der besten Location. „Binnen 24 Stunden beantworten wir jede Anfrage mit einem umfangreichen Infopakete. Es enthält alle Angebote, Buchungsoptionen, Kontaktdaten und sogar Gratis-Offerten“, beschreibt Schiedeck das Rundum-sorglos-Paket für Konferenzprofis. Im Convention Bureau Davos steht dann ein Mitarbeiter als dauerhafter Ansprechpartner bereit.

### Abwechslungsreiche Hotellandschaft

Am nördlichen Stadtrand, am Davoser See, befindet sich das InterContinental Davos mit 216 Zimmern. „Das Haus besticht optisch durch seine Form eines liegenden Fichtenzapfens und die goldige Hülle“, bemerkt Schiedeck.



Die markante Wabenstruktur an der Decke verleiht dem Plenarsaal im Kongresszentrum Davos mehr Leben. Auf Wunsch können auch nur Teile des Plenarsaals genutzt werden. Foto: Destination Davos Klosters

Deckenhohe und bodentiefe Fenster im Untergeschoss sorgen für viel Licht im Veranstaltungsbereich. Der Plenarsaal bietet Platz für 420 Personen. Auf Wunsch kann er gedrittelt werden. Auf der anderen Seite des Foyers befinden sich maximal sieben Boardrooms für jeweils 30 bis 60 Personen, die sich teilweise gemeinsam nutzen lassen.

Ein absoluter Höhepunkt des Hauses ist das „Studio Grigio“ in der 10. Etage. In der zweiten Wochenhälfte offeriert das Haus hier ein besonderes Fine-Dining-Konzept. Es gibt kein À-la-carte-Menü, sondern ein Tasting Menu, bei dem der Koch entscheidet, was auf den Tisch kommt. „Dieses Konzept wird von den Gästen geliebt“, ist Tobias Kinder, Sales Coordinator im InterContinental Davos, begeistert. Für die Wochenenden empfiehlt er dringend die Reservierung eines Tisches.

Die traumhafte Location steht Veranstaltungsplanern auf Wunsch exklusiv zur Verfügung. Studio Grigio verfügt über eine große Loggia mit einem wundervollen Blick auf Davos. 53 Personen finden Platz für das Fine Dining, bis zu 170 Teilnehmer sind bei Empfängen möglich.

### Flexibel im Interesse der Kunden

Unweit des Kongresszentrums Davos befindet sich das Steigenberger Grandhotel Belvédère mit 126 Zimmern und Suiten. Der ehemalige Kursaal in der ersten Etage des 1875 als Kurhotel eröffneten Hauses wird heute für Events und Konferenzen genutzt. Er begeistert durch seine markante Holzvertäfelung. Vier weitere Konferenzräume stehen zur Verfügung.

„Herausragend ist die Leidenschaft des Teams um das Wohl der Gäste“, weiß Schiedeck. „Die persönliche Betreuung steht bei uns absolut im Vordergrund“, bestätigt Hoteldirektorin Tina Heide. Dabei springe jeder Mitarbeiter flexibel für den anderen ein. Dieser ‚Team Spirit‘ sei ein Grund für die geringe Mitarbeiterfluktuation. Heide ist seit sechs Jahren im Hotel tätig und übernahm im Juni 2017 die Gesamtverantwortung als General Manager.

Auf Wunsch und nach Absprache werden jederzeit Sonderveranstaltungen, Konferenzen und Exklusivöffnungen realisiert. „Wir handhaben das sehr flexibel und immer im Interesse der Gäste“, sagt Heide. Beispielsweise wurde ein Konferenzraum eine Stunde vor der Pressekonferenz noch frisch gestrichen, weil der Pressereferentin



Der Raum Duncan im Steigenberger Grandhotel Belvédère hatte früher weiße Wände. Auf Kundenwunsch wurde die Farbe kurzfristig geändert. Foto: Steigenberger Grandhotel Belvédère



Die Räume Turmalm, Adular und Quarz gemeinsam bieten Platz für 160 Teilnehmer. Foto: InterContinental Davos



Wer erinnert sich hier nicht an die Erzählungen Thomas Manns aus dem „Zauberberg“? Das Berghotel Schatzalp ist sehr gut erhalten und bietet einen atemberaubenden Blick über Davos. Foto: Berghotel Schatzalp

← des Gastes die Farbe der Wand im Hintergrund zu weiß war. „Da haben alle mitgemacht und gestrichen, um das binnen 60 Minuten zu schaffen“, erinnert sich Veranstaltungsassistentin Nathalie Nawrocki. Seither strahlen die Wände in einem hellen Ockerton. Nawrocki liebt den Teamgeist im Haus: „Man fühlt sich hier wie in einer großen Familie.“

Mit 320 Veranstaltungen binnen vier Tagen, 68 Offices und 7.000 Gästen pro Tag stellt das Steigenberger Grandhotel Belvédère einen der Hotspots während des Annual Meeting des World Economic Forum dar. Hier ist Flexibilität eine der Grundvoraussetzungen für eine erfolgreiche Umsetzung: Für eine Veranstaltung wurde das Wasser aus dem Pool entfernt und das Becken anschließend beplankt. „Innerhalb kurzer Zeit schafften wir auf diese Weise vorübergehend einen weiteren großen Konferenzraum.“

Direkt gegenüber dem Bahnhof Davos Platz liegt das Vier-Sterne-Superior-Hotel Grischa – DAS Hotel Davos. Es verfügt über vier Seminarräume für jeweils 35 bis 45 Personen mit großen Fensterflächen und direktem Zugang zur Sonnenterrasse. Die vier Räume lassen sich zu zwei größeren Räumen kombinieren und bieten dann Platz für 100 respektive 80 Teilnehmer. Für die Pausen eignen sich die Sonnenterrasse, der Wintergarten oder die Leonto Lounge. Ergänzend können Teile des Monta Grill Restaurant, eines der fünf Restaurants im Haus, sowie der rustikale Weinkeller genutzt werden. „Unseren Kunden bieten wir attraktive

Seminarpauschalen in einer inspirierenden Bergwelt an“, ergänzt Sales- und Eventmanager Patrick Schneider. „Uns ist wichtig, dass sich alle wohlfühlen. Nur wer stressfrei tagen kann, profitiert von sprudelnden Ideen.“

Auf der anderen Straßenseite des Kongresszentrums ist das Hilton Garden Inn. Vier Tagungsräume mit Tageslicht für jeweils maximal 50 Teilnehmer und ein Veranstaltungsraum für bis zu 100 Personen stehen hier zur Verfügung. Das Haus öffnete Ende 2012.

Noch jünger ist das Ameron Swiss Mountain Hotel in Davos. Seit Ende 2015 bietet es 148 Zimmer und 6 Tagungsräume, jeweils mit Tageslicht. Drei Tagungsräume lassen sich gemeinsam nutzen und fassen dann 136 Teilnehmer. Die anderen drei Räume bieten Platz für 50 bis 70 Personen. Für Gruppen bis 50 Personen bietet das Ameron einen speziellen Garantiepreis an.

### Uriges Ambiente auf 1.861 Metern über dem Meer

„Wer sich lieber an die guten, alten Zeiten erinnert, ist im Berghotel Schatzalp bestens aufgehoben“, empfiehlt Schiedeck. Im Jahr 1900 eröffnete das Luxussanatorium mit den damals neuesten technischen Errungenschaften: Bodenheizung, beheizte Toilettensitze, elektrische Aufzüge und ein eigenes Post- und Telegraphenbüro im Haus zeugen davon. Sogar für den deutschen Kaiser Wilhelm II. war ein eigenes Zimmer mit Bad en suite reserviert. Dies ist bis heute im Original erhalten.

Seit dem Jahr 1953 wird das ehemalige Luxussanatorium als Berghotel geführt und steht auch als perfekte Eventlocation bereit. Lobby und Speisesaal sehen aus wie vor 100 Jahren. „Bei allen Reparaturen und Instandsetzungen achten wir peinlichst darauf, den ursprünglichen Jugendstil-Charakter des Sanatoriums zu erhalten“, sagt Hoteldirektor Mark Linder.

Das Berghotel erreicht man mittels Bergbahn in nur vier Minuten. Die Talstation liegt unweit des Kongresszentrums Davos. 75 Personen passen in eine Bahn, die zum Teil fast 50 Prozent Steigung überwindet. Auf Anfrage fährt die Bahn kontinuierlich, um größere Gruppen rasch zu einem Empfang auf die Schatzalp zu bringen.

### Geheimtipp: Davoser Nusstorte

Erfolgreiche Tagungen gehen immer einher mit persönlichem Wohlbefinden. Ein besonderes Schmankerl in dieser Hinsicht stellt die Davoser Nusstorte dar. Man kann sie beispielsweise in der Familienbäckerei Weber erhalten. Nicht nur Markus Schiedeck ist davon begeistert: „Die Nusstorte ist typisch für die Region. Jedes Eckchen ist ein Genuss.“



Nach einer erfolgreichen Tagung schmeckt nichts besser als die ausgezeichnete Davoser Nusstorte. Ruth Weber und Markus Schiedeck genießen die vielfältigen Aromen der Natur. Foto: CreativK Hans Rodewald

### Mehr Informationen erhalten Sie hier:

Convention Bureau Davos  
Destination Davos Klosters  
Tourismus- und Sportzentrum  
7270 Davos Platz  
Tel. +41 81 415 22 76  
sales@davos.ch  
www.davos.ch/meetingplace

## Neu und anders: Hard Rock Hotel Davos

**„Seit 1. Dezember 2017 ist Davos um eine echte Attraktion reicher“, sagt Markus Schiedeck stolz. „Dagmar Weber eröffnete das Hard Rock Hotel im Zentrum von Europas höchster Konferenzstadt.“ „Wir wollten etwas Besonderes eröffnen, keine bereits vorhandene Einrichtung kopieren. Die äußerst positive Resonanz der Gäste und Medien gibt uns viel Kraft für die nächsten Schritte“, ergänzt die mutige Hotelchefin.**

**Schiedeck berichtet:** „Das Hard Rock Hotel ist anders als andere Hotels und anders als Hard Rock Cafés.“ Während sich im Hard Rock Café typischerweise vor allem jüngere Leute meist für kurze Zeit aufhalten, sind die Gäste im Hotel eher zwischen 30 und 60 Jahre alt. „Wir sind definitiv kein Jugendtreff“, sagt Weber. „Zu uns kommen Gäste mit hohem Qualitätsanspruch, die jedoch ‚jung im Herzen‘ und offen für Neues sind. Hier finden diese Gäste das besondere Extra.“

Zu den besonderen Extras zählen einerseits die Originalkostüme und -musikinstrumente einiger Stars in den Vitrinen an den Wänden. Schiedeck betrachtet einen Minirock von Madonna und geht weiter zum handsignierten Synthesizer von Depeche Mode und einer Bassgitarre von Kiss. In einem Zimmer hängt eine Originalweste von Jimi Hendrix.

„Ganz besonders gut gefällt mir die Option, an der Rezeption einen Crosley-Plattenspieler und Vinylplatten auszuliehen, um auf dem Zimmer die Musik wie früher zu hören“, sagt Schiedeck und blickt auf die Platte „Face Value“ von Phil Collins.

Wer lieber selber Musik macht, kann sich an der Rezeption die E-Gitarre ausleihen. Mit Verstärker und Kopfhörer sind der eigenen Kreativität keine Grenzen mehr gesetzt. „Es kommt schon mal vor, dass die komplette Reihe der polierten und gestimmten E-Gitarren verliehen ist. Die Gäste haben offensichtlich viel Freude am Musizieren“, berichtet Weber, die selber gerne Musik von Rod Stewart oder Queen hört.



Original-Exponate an den Wänden und die Rockmusik aus den Lautsprechern sorgen für den speziellen Vibe im Hard Rock Hotel Davos. Foto: Hard Rock Hotel Davos

Ohne Zweifel hat die gebürtige Kölnerin große Freude an ihrem Vier-Sterne-Haus im Zentrum von Davos und dem innovativen Konzept. „Musik inspiriert und verbindet. Das nutzen wir im Hotel für unsere MICE-Gäste.“ Die Direktorin weiß, wovon sie spricht: Seit mehr als 20 Jahren ist sie in der Reisebranche tätig.

Für den Sound im Hotel ist der „Vibe-Manager“ verantwortlich. Dieser Musik-Concierge plant das Musikprogramm für die unterschiedlichen Bereiche des Hotels. Selbstverständlich wird die Tageszeit und die Zusammensetzung der Gäste berücksichtigt. Konferenzplaner haben somit die Möglichkeit, individuelle Vorgaben für ihre Gruppen zu realisieren.

Die Gäste können wiederum bei ihrer Ankunft eigene Lieblingstitel auflisten und gratis beim Musikdienst iTunes downloaden. Diese Titel stehen während des Aufenthalts zur Verfügung. Ohne Zweifel spielt die Musik im Hard Rock Hotel eine wichtige Rolle.

Die Tagungsräume sind natürlich musikfrei nutzbar. „Hier ist nicht immer nur

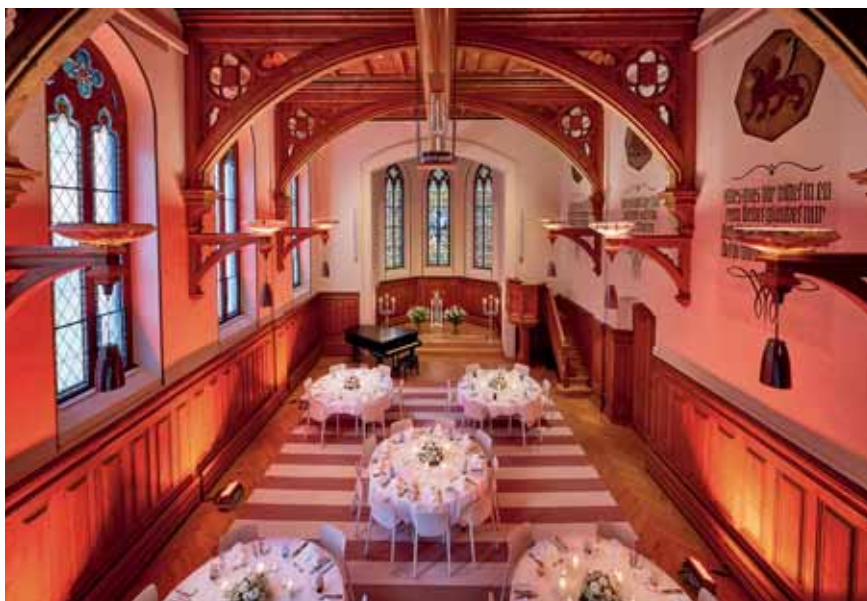
An der Rezeption erhalten die Gäste E-Gitarren, um auf dem Zimmer richtig abzurocken. Dagmar Weber und Markus Schiedeck haben viel Freude an den Rhythmen. Foto: CreativK Hans Rodewald

Party. Hier kann man seriöse Seminare durchführen. Das eine schließt das andere nicht aus“, empfiehlt Weber. „Musik verbindet die Menschen und bringt eine tolle Stimmung, auch wenn man vorher intensiv über das Budget gestritten hat.“

Ein Beispiel nennt sie umgehend: „Der CEO eines weltweit tätigen Pharma-Unternehmens hat nach dem Konferenztag abends angefangen, an dem Flügel zu spielen. Da war sein Team echt berührt. So funktioniert Teambuilding.“

55 Hotelmitarbeiter kümmern sich um die Wünsche der Gäste in den 86 Zimmern. Für Veranstaltungen stehen mehrere Räume bereit: Greenroom I und II lassen sich einzeln oder gemeinsam nutzen. Zusammen finden 120 Personen Platz. Greenroom III fasst etwa 60 Personen. Der Dachgarten „The 5th“ mit Bar und Blick über Davos bietet Platz für rund 50 Personen. Neben der Lobby befindet sich „The Studio“ mit Platz für zehn Personen. Der direkte Zugang zur Bar sichert die Versorgung mit Getränken. „Welcher Rockstar möchte schon gerne auf dem Trockenen sitzen?“, fragt Schiedeck mit einem Lächeln im Gesicht.

Ein besonderer Veranstaltungsraum ist „The Chapel“. In der alten Kapelle finden rund 80 Personen Platz. Der Zutritt er-



Neben dem Sounddesign ist die Lichtgestaltung in der Kapelle „The Chapel“ individuell konfigurierbar. Foto: Hard Rock Hotel Davos

folgt entweder durch das Hotel oder durch einen separaten Eingang. Garderobe und Toiletten befinden sich en suite. Modernste Technik ist installiert und unterstützt die hervorragende Akustik. Flügel und Orgel stehen bereit.

Ebenso stylish wie die öffentlichen Bereiche sind die Zimmer. Keine Frage, hier fühlen sich Rockstars wohl. Da steht die Badewanne schon mal direkt neben dem Bett. Rauchen ist in den Zimmern allerdings nicht gestattet. „Rauchen im Zimmer kostet bei uns fast so viel, wie wenn Sie den Fernseher aus dem Fenster werfen“, schmunzelt Weber.

„Uns ist wichtig, dass sich die Gäste wohlfühlen und ‚in den drive kommen‘, sich von der Umgebung inspirieren lassen und aus den üblichen Strukturen gedanklich ausbrechen können. Damit entsprechen wir den Wünschen ganz vieler Eventplaner.“ Das Incentive-Business werde wachsen, ist sich Weber sicher. Da die Schweiz international einen ausgezeichneten Ruf genieße, sieht sie ihr Haus für die Zukunft perfekt aufgestellt. Und Schiedeck freut sich, mit dem Hard Rock Hotel Davos ein weiteres Juwel in seiner Schatulle zu haben: „In Davos machen wir nicht nur seit Jahrzehnten erfolgreiche Meetings mit den klassischen Gruppen, sondern finden immer wieder neue Zielgruppen mit innovativen Ansätzen.“

Im Hard Rock Hotel tagen allerdings auch Gruppen, die als eher konservativ gelten. „Es ist erstaunlich zu sehen, wie viel Musik und Kreativität in seriösen Berufsgruppen steckt“, fasst die Hoteldirektorin ihre Erfahrungen der letzten Wochen zusammen.

Musik steckt ebenso in den Speisen. Das Restaurant „Sessions“ bietet drei Optionen: Man kann entspannt mit Freunden am offenen Kamin in der Lounge, privat beim Dinner for two oder lebhaft am „Community Table“ speisen. Die Sessions-Terrasse rundet das Angebot ins Freie ab. Die Bar „GMT +1“ grenzt innen unmittelbar an die Rezeption.

„Ursprünglich wurde das komplette Gebäude Anfang des letzten Jahrhunderts als ‚Sanatorium Alexanderhaus‘ genutzt“, erzählt Schiedeck. „Das Sanatorium war nach dem badischen Arzt Alexander Spengler benannt. Er gehörte 1882 zu den Gründern des Kur- und Diakonissenhauses. Später führte man es als Alexanderhausklinik weiter.“



Rockstars lieben kurze Wege. Da steht die Wanne schon mal direkt neben dem Bett. Foto: Hard Rock Hotel Davos

Im Dezember 2016 eröffnete in dem Gebäude das Vier-Sterne-Hotel „Spenglers Davos“. Nach intensiven Gesprächen mit der amerikanischen Hard Rock Hotelgruppe beschloss man dann im Herbst 2017 die Neuausrichtung. Zum 1. Dezember 2017 erfolgte die Umbenennung mit den neuen Requisiten und Optionen für die Gäste.

Davon profitieren nun alle Seiten. Der Standort Davos punktet mit einem einzigartigen Hotelkonzept. Die Hotel- und Restaurant-Gäste haben Zugang zu den ausgestellten Exponaten der Rockgeschichte. Und die Hard Rock Hotelgruppe nutzt einen äußerst attraktiven Standort auf dem europäischen Festland als Brückenkopf. Bisher gibt es erst zwei Hard Rock Hotels in Europa: auf Ibiza und auf Teneriffa. Weitere Hard Rock Hotels sind für London, Malta und am Checkpoint Charly in Berlin geplant.

Im Hard Rock Hotel Davos stehen die Uhren derweil nicht still. Im täglichen Meeting unter dem Titel „Sound Check“ diskutieren die Mitarbeiter die Planungen für den weiteren Verlauf. Events mit Musikern aus der Region gehören bereits zum ständigen Programm. Ab August 2018 soll „Rock-Spa“ das hauseigene Event-Programm erweitern. Gäste können dann Massagen mit Musik erleben.

Im angebundenen Rock Shop können sich Besucher und Gäste schon jetzt wie gewohnt mit Textilien eindecken, die das Logo „Hard Rock Hotel Davos“ tragen. Hüte, Taschen, Uhren, Pins und Schlagzeugstöcke sind ebenfalls im Angebot. „Keine Frage“, beschließt Markus Schiedeck die Tour durch das Haus: „Das Hard Rock Hotel in Davos ist anders als andere Hotels.“

# BÜHNE FREI FÜR IHR EVENT

STAGE THEATER  
KEHRWIEDER

## DAS PERFEKTE AMBIENTE FÜR IHRE VERANSTALTUNG

Weit über Hamburg hinaus sind die Musicals und Shows von Stage Entertainment bekannt und gelten als Inbegriff für Unterhaltung auf höchstem Niveau. Und auch für Ihr Event heißt es in diesen außergewöhnlichen Locations: Bühne frei! Ob Meeting, Tagung, Incentive, Betriebs- oder Weihnachtsfeier – mit viel Platz, exklusivem Flair und einem ganz besonderen Ambiente verleihen unsere Theater Ihrer Veranstaltung den perfekten Rahmen.

Sie möchten in einem unserer Theater den roten Teppich für Ihre Veranstaltung ausrollen? Wir beraten Sie gerne und bieten vom Catering bis zum Entertainment alles aus einer Hand, was es für Ihr unvergessliches Event braucht.

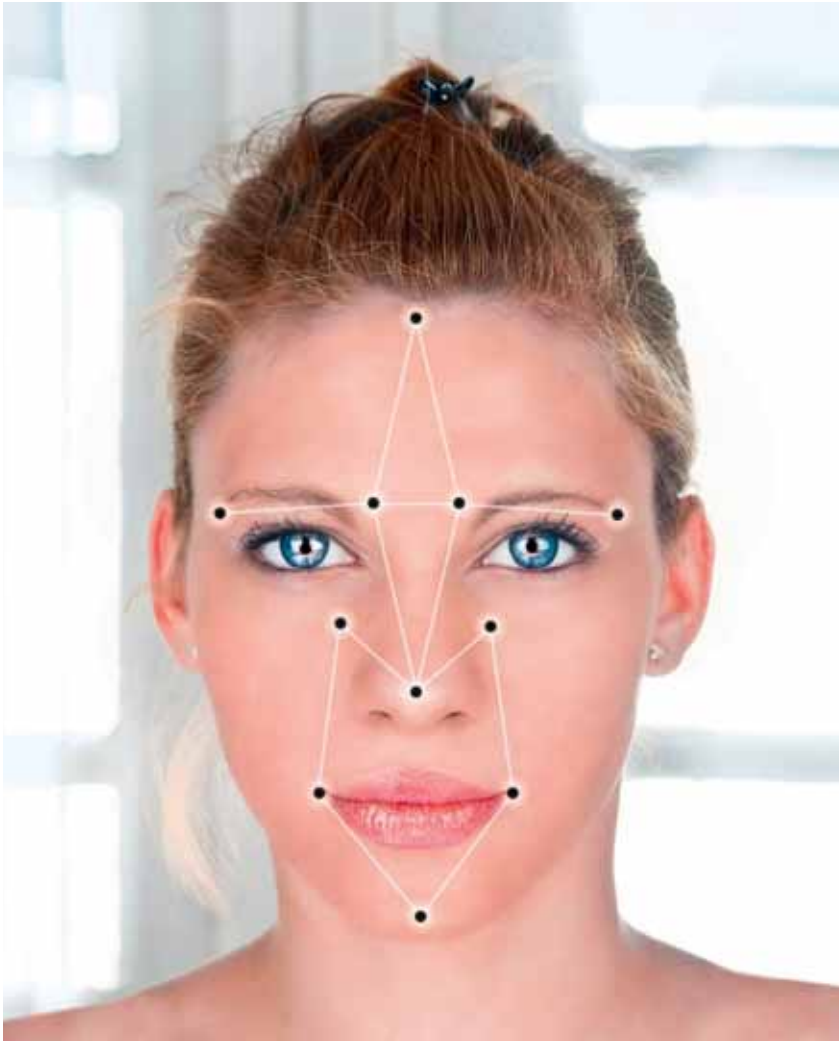
[stage.de/events](http://stage.de/events) • 040 / 3 11 86 - 381  
[events@stage-entertainment.de](mailto:events@stage-entertainment.de)



Events der Zukunft:

## Was wird möglich sein, welche Technologien helfen? | von Dr. Michael Liebmann

**Die Welt um uns herum wird immer personalisierter, allem voran das Angebot aus der Online-Welt. Damit unsere Events attraktiv bleiben, müssen wir unseren Teilnehmern genau das bieten, was für sie relevant ist, und gleichzeitig die Stärke von Live-Veranstaltungen ausspielen: Die Währung einer Veranstaltung ist der Teilnehmer.**



Mithilfe eines biometrischen Algorithmus erfasst die Technologie zur Gesichtserkennung die Person sofort, weil sie die Eigenheiten des jeweiligen Gesichts erlernt hat. Foto: Bits and Splits/stock.adobe.com

**Der Teilnehmer muss** im Mittelpunkt stehen und um ihn herum müssen die Inhalte und das Angebot entwickelt werden. Das Stichwort heißt Personalisierung. Ob bei Corporate-Events oder Messen: Teilnehmer erwarten Exklusivität und möglichst individuellen Service, der ihren Interessen entspricht. Unternehmen und deren Veranstaltungen, die diese Erwartungen erfüllen, werden in einer Welt der überquellenden Marketing-Budgets einen echten Wettbe-

werbsvorteil haben. Der relevante Teilnehmer für Ihren Veranstaltungserfolg wird sich mehr und mehr nur noch das Angebot herausuchen, das auf ihn zugeschnitten ist. Nur wer diesen Personalisierungsgrad erreicht, wird in Zukunft echten Erfolg mit seinen Veranstaltungen erreichen.

Was sollten Veranstalter tun, um die geforderte Personalisierung bei überschaubaren Kosten anzubieten? Wie lassen sich auch die Wünsche von Ausstellern, Spon-

soren und Partnern gut erfüllen? Dabei ist die Personalisierung gar kein Kostentreiber, sondern erhöht die Effizienz der Veranstaltung und des Budgets: Sie ist der Schlüssel, um Teilnehmern und Ausstellern genau das Angebot zu bieten, was sie wollen – OHNE dass eine große Menge von weniger relevanten Teilnehmern die Kosten in die Höhe treibt. Um Ihre Veranstaltungen mehr zu personalisieren, braucht es also keine größeren Budgets. Im Gegenteil, Sie können Ihre Budgets gezielter einsetzen, wenn Sie Ihre Teilnehmer genau verstehen und Ihre Veranstaltungen auf Ihren Wunschteilnehmer zuschneiden und entsprechend kommunizieren. Folgende Technologien helfen schon heute dabei beziehungsweise werden in den nächsten Jahren kommen:

### 1. Event-CRM ist ein Muss

Um einen perfekten Service zu bieten, müssen die Veranstalter einer Vielzahl an verstreuten Excel-Listen und unterschiedlichen Event-Tools und damit immensen, siloartigen Datenbergen Herr werden. Mit einem speziellen Customer-Relationship-Management-System (Event-CRM), das auf ihr Event zugeschnitten ist, können sie diese zunehmende Komplexität reduzieren und alle Leads, Besucher, Aussteller, Partner und andere Gruppen in einem System exakt steuern. Neben der einfacheren Organisation wird die Analyse deutlich verbessert. So können Veranstalter detailliertere Erkenntnisse über die Teilnehmer erhalten. Zusätzlich kann der Eventveranstalter auch Ausstellern die begrenzte Nutzung der Plattform anbieten inklusive Einladungsmanagement, Registrierung und Onsite-Leaderfassung. Durch das erlernte Verhalten der Teilnehmer, lassen sich personalisierte Einladungen, Erinnerungen, Agendas oder Seating sehr leicht umsetzen.

### 2. Smartphone als Verbindung zum Teilnehmer – auch ohne Event-App

Smartphones stellen momentan die einfachste Verbindung zu den Teilnehmern



dar und sollten daher für Events genutzt werden. Allerdings halten viele Event-Apps nicht das, was sie versprechen. Insbesondere die wertvollsten Teilnehmer, wie Entscheider und Fachbesucher, nutzen sie kaum: Die Downloadraten liegen gerade bei den wertvollen Entscheidern bei unter 30 Prozent. Einfacher kann man Aktiv-Angebote einsetzen, zum Beispiel via QR-Code, der in einer Session verteilt wird, eine Umfrage starten. Diese lässt sich direkt im Browser ausführen. Live-Voting und Teilnehmer-Feedback in Echtzeit sind einfache, aber effektive Möglichkeiten, weitere Teilnehmer-Interaktionen zu triggern und wertvolle Daten zu sammeln. Das Smartphone wird künftig sicher weniger zum Einsatz kommen, da Technologien wie die automatische Gesichtserkennung auf dem Vormarsch sind.

### 3. Tracking über Gesichtserkennung

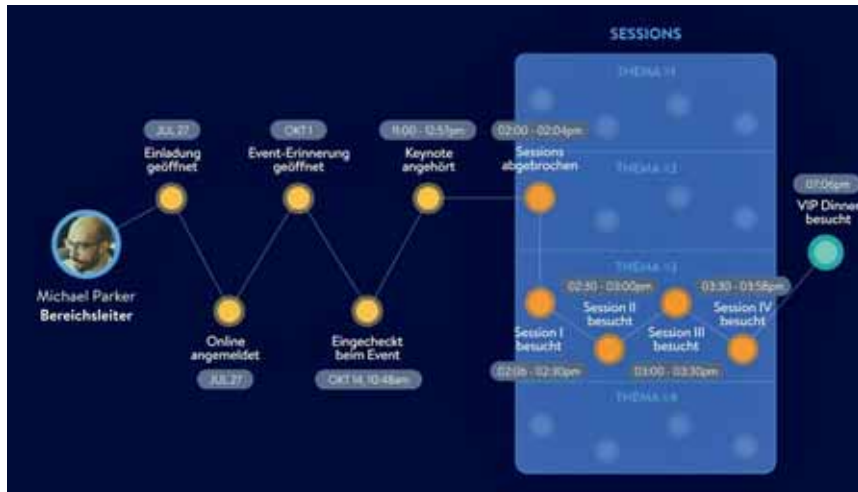
Auf Basis eines Event-CRM-Systems lässt sich mithilfe neuer Technologien bereits heute die Teilnehmerreise (Attendee Journey) vollständig abbilden. Die automatische Gesichtserkennung ist ein neues, kostensparendes und sehr



Dr. Michael Liebmann ist Gründer und CEO der doo GmbH. Foto: doo GmbH

#### Über den Autor

Als Gründer und Chief Executive Officer treibt Michael Liebmann seit 2013 das Münchener Start-up doo voran, eine innovative Plattform zur Automatisierung und Digitalisierung von Events. Er hat eine Leidenschaft für Data Analytics, getrieben durch seinen Hintergrund als Ingenieur und seine Promotion in Künstlicher Intelligenz.  
Kontakt: michael.liebmann@doo.net



Wer die Teilnehmerreise durchgängig begleitet, kann seine Events personalisierter und effizienter gestalten. Foto: doo GmbH

schnelles Tool für den Einlassbereich. Aber schon bald wird es auf dem gesamten Event den Teilnehmer begleiten, ohne ihn vor Sessions oder Partys mit Batch-Checks zu nerven. Ohne Personaleinsatz lässt sich so jeder Teilnehmer digital begleiten: Wie lange ist er auf der Veranstaltung? Welche Stände und Vorträge hat er besucht? Mit wem hat er Kontakt? Das ist technisch leicht nachvollziehbar. Jenseits der Realisierbarkeit gilt allerdings schon heute: Die Voraussetzung für eine solch detaillierte Erfassung ist selbstverständlich die Einwilligung der Teilnehmer.

### 4. Die Integration immersiver Technologien

Virtuelle Realität (VR) und Augmented Reality (AR) werden zunehmend zentrale Elemente von Events sein. Während die VR-Brille den Anwender in eine vollkommen neue Umgebung befördert, werden bei AR, der erweiterten Realität, Informationen in die reale Welt wie bei Pokemon Go eingeblendet. Hierbei läuft der Teilnehmer beispielsweise über das Event und erhält, je nachdem worauf er seinen Blick richtet, zusätzliche Detailinformationen oder Hinweise, wo er demnächst sein sollte. Die Inhalte werden durch Personalisierung genau auf ihn zugeschnitten. Darauf aufbauend erwartet uns in der Zukunft Mixed Reality, die gemischte Realität. Wie in der AR werden die Anwender die reale Welt sehen, während sie zugleich wie in der VR virtuelle Objekte angezeigt bekommen, die auf die reale Welt reagieren. Die Einsatzmöglichkeiten für Events sind gigantisch: Teilnehmer können ihre Zeitpläne organisieren, mit Rednern interagieren

#### Über die doo GmbH

doo ist eine Event-Management-Plattform zur Digitalisierung von Corporate Events, Messen und Konferenzen. doo automatisiert und personalisiert die gesamte Teilnehmerreise – vom Einladungsmanagement und Event-Marketing über Registrierung und Einlass bis hin zum Live-Tracking auf der Veranstaltung. Das intelligente Event-CRM von doo erlernt dabei die Interessen und das typische Verhalten von Teilnehmern, um den Event-ROI zu steigern.

und ortsunabhängig mit anderen Teilnehmern diskutieren. In fünf bis zehn Jahren werden solche Technologien auf Leitmesse und exklusiven Corporate-Events üblich sein.

### 5. Die Künstliche Intelligenz (KI) beflügelt die Personalisierung

Die Analyse der Verhaltensdaten vor und während der Veranstaltung ergibt ein detailliertes Gesamtbild der Vorlieben und Interessen der Teilnehmer. Gepaart mit künstlichen Intelligenzen und Maschinellem Lernen lassen sich diese Daten immer ausgefeilter auswerten und nutzen. Sehr bald schon wird die Event-Software wie bei Siri von Apple oder Alexa von Amazon vom Verhalten der Teilnehmer lernen und daraufhin bei der Entscheidungsfindung helfen. Ein Chatbot fragt dann beispielsweise bei der Anmeldung gleich: „Möchten Sie sich vielleicht die neue Vortragsreihe zum Thema xy anhören? Ich reserviere Ihnen gerne einen Platz.“

# Mitten im Zentrum Barcelonas



Seit 1972 empfängt das Meliá Barcelona Sarrià bereits seine Gäste unweit der Avenida Diagonal. Alle Fotos: Meliá Hotels International

**So geben die** großflächigen Fensterfronten den Blick vom Meer bis zum Montjuïc, dem Hausberg Barcelonas, frei. Bereits seit 1972 steht das Gebäude an dieser Stelle und wird von der spanischen Hotelkette betrieben. Wer jetzt allerdings einen unattraktiven „Hotelklotz“ erwartet, wird Gott sei dank enttäuscht. Denn es wurde im Laufe der Jahre stets daran gearbeitet, das gesamte Haus in allen Belangen zeitgemäß zu halten. Seien es die innenarchitektonischen Gegebenheiten in Zimmern, Lobby und Konferenzbereich oder auch die technischen Voraussetzungen, wie WLAN, Audio- und Lichttechnik. Alles ist im wahrsten Sinne des Wortes up to date und daher für Planer, die in Barcelona eine Veranstaltung organisieren wollen, eine hervorragende Adresse. Die letzte Renovierung erfolgte beispielsweise erst vor knapp drei Jahren.

## „The Level“ or not ...

333 Zimmer verteilen sich auf die 23 Stockwerke. Bis auf die sechs Junior-Suiten (42 qm) und die neun Suiten (50 qm), haben alle Zimmer eine Größe von 27 qm und unterscheiden sich ausschließlich

**Direkt neben der Avenida Diagonal und damit an einer der wichtigsten und bekanntesten Straßen Barcelonas liegt das Meliá Barcelona Sarrià. 23 Stockwerke ragt das Fünf-Sterne-Haus in die Höhe und liefert damit in den Zimmern der oberen Stockwerke einen beeindruckenden Blick über die spanische Metropole.**

durch die jeweilige Lage im Hotel. Eine weitere Möglichkeit der Unterbringung sind die sogenannten „The Level“-Zimmer der Meliá-eigenen Executive-Marke. Während alle Junior-Suiten und Suiten generell zu den Executive-Zimmern zählen, verteilen sich die Standard-Doppelzimmer auf „The Level“-Niveau zwischen der 17. und 20. Etage. Neben verschiedenen Annehmlichkeiten wie dem kostenlosen Aufbügeln eines Kleidungsstückes können Level-Gäste außerdem auf eine private Rezeption mit personalisierter Betreuung zurückgreifen oder auch die Level-Lounge nutzen, die den ganzen Tag mit Getränken und Snacks aufwartet.

## 1.900qm Eventfläche

Mit insgesamt 16 Meeting-, Break-out- und Konferenzräumen präsentiert sich das Conference Center des Meliá Sarrià als ein Alleskönner. Größter Saal des Ensembles ist der Raum Barcelona mit seinen 560 qm. Der multifunktionelle Saal ist äußerst wandelbar und bietet sozusagen eine grenzenlose Spielwiese in puncto Branding und Event-Setup. Ein weiterer Pluspunkt ist der direkte Zugang von außen über das angrenzende Foyer. So können Veranstaltungen auch vollständig autark vom Hotelbetrieb realisiert werden. Ergänzend dazu verteilen sich 14 weitere Säle entweder auf dem gleichen Stockwerk, oder aber eine Etage tiefer. Beide Ebenen sind miteinander verbunden und können bei entsprechendem Bedarf sowohl gemeinsam als auch getrennt voneinander genutzt werden. Durch diese Raumvielfalt ergibt sich ein

hohes Maß an Flexibilität, von dem Planer eindeutig profitieren.

Lediglich der Raum Diagonal befindet sich nicht auf den beiden angesprochenen Ebenen. Dieser liegt im ersten Stock und ergänzt das Portfolio des Meliá Barcelona Sarrià um weitere 338 qm, die wiederum in sich teilbar sind. Selbstverständlich verfügen alle Räume über die neueste Technik. Planer werden außerdem von einem hoteleigenen Techniker-Team betreut, das – wenn nötig – weitere technische Ausstattung organisiert. (ag)



Gemütliche Atmosphäre und spanische Küche bietet das Mercado Restaurant. Zusätzlich kann es für Events bespielt werden



Geschmackvoll präsentieren sich die 333 Zimmer des Fünf-Sterne-Hauses und sind somit eine hervorragende Rückzugsmöglichkeit nach einem anstrengenden Arbeitstag



RheinMain  
CongressCenter

Eröffnung  
April 2018



www.q-home.de

## Deutschlands neuestes Veranstaltungszentrum!

Mit dem neuen RheinMain CongressCenter erwarten Sie größtmögliche Raumflexibilität, tageslichtdurchflutete Säle mit Wohlfühlgarantie, modernste Medien- und Veranstaltungstechnik – und ein nachhaltiges Gesamtkonzept für Ihre individuelle Veranstaltung! Zwei große Hallen, ein großer Saal und eine

Vielzahl an Break-out-Räumen bieten bislang ungekannte Möglichkeiten für Events mit bis zu 12.500 Personen!

Entdecken Sie eines der modernsten Veranstaltungszentren – im Zentrum Europas, in der Mitte Deutschlands und im Herzen der Landeshauptstadt Wiesbaden!

Kontakt: +49 (0) 611 1729-400 | [vertrieb@rmcc.de](mailto:vertrieb@rmcc.de) | [www.rmcc.de](http://www.rmcc.de)



## „Mein Rat besonders an junge Frauen: Lasst euch diese wichtigen Lebensentscheidungen nicht aus der Hand nehmen!“



Schon seit Jahrzehnten setzt sich Karin Nordmeyer gegen die Benachteiligung von Frauen weltweit ein. Foto: IMEX Group

Die Umfrage „Frauen in der Event-Industrie“ hat ergeben, dass es noch immer zu wenig Frauen in Führungspositionen gibt, obwohl dies eine stark weiblich geprägte Branche ist. So wünschen sich 63,59 Prozent der Frauen mehr weibliche Führungskräfte. Für die Ausbildung Veranstaltungskaufmann/-kauffrau bewerben sich 90 Prozent Frauen, aber nur wenige schaffen dann den Sprung in die Führungsebene. Wo sehen Sie Gesprächsbedarf zwischen Männern und Frauen angesichts dieser Ergebnisse?

Es muss im Denken der Männer ankommen, dass Frauen häufig andere Mittel und Wege nutzen möchten, um ihre Ziele, Visionen und Ideen durchzusetzen. Der Gesprächsbedarf zwischen Männern und Frauen sitzt genau an dieser Stelle der unterschiedlichen Wahrnehmung. Männer müssen anerkennen, dass es nicht nur „ihren“, den „männlichen Weg“ gibt, das Leben und darin die Arbeit zu gestalten.

Als Appell formuliert würde ich dies so ausdrücken: „Hört mir zu und nehmt meine Ideen und Vorstellungen wahr und bewertet sie als weitere Möglichkeit. Denkt mit in anderen, in neuen Bahnen!“

Ich erinnere mich an Konferenzen, in denen ich Ideen einbrachte, die nicht auf Gehör stießen... einige Minuten später formulierte ein Mann in „männlicher Sprache“ dieselbe Idee – und stieß auf Interesse. Das darf nicht sein! Hier müssen wir an der Wahrnehmung arbeiten. Diesen Wirkungsmechanismus zu „knacken“ halte ich für sehr wichtig. Unterbewusst färbt er auch auf Frauen ab. In der Folge verhalten sich Frauen noch „tougher“ als Männer.

Hier möchte ich Frauen ermutigen, ihre Ideen, Vorstellungen und Visionen nicht im „männlichen Kontext“ unter den Tisch fallen zu lassen, sondern die Ideen vorzubringen. Liebe Frauen: Glaubt an eure Stärken und gestaltet eure Vorhaben!

Noch zu oft hören wir den im männlichen Selbstverständnis zum Familienbild verankerten Satz: „Meine Frau arbeitet nicht“ – der eigentlich nur aussagt: Meine Frau ist nicht erwerbstätig. Diese missverständlichen Äußerungen sind strukturelle Hürden im Denken, die wir überwinden müssen.

Können Sie uns bitte etwas zur Kampagne der Women's Empowerment Principles von UN Women erzählen? Sehen Sie hier Ansatzpunkte für die internationale Meeting-Branche?

Die Women's Empowerment Principles sind sieben Grundsätze zur Stärkung von Frauen in Unternehmen. Über 1.700 CEOs weltweit haben diese Selbstverpflichtungserklärung bereits unterzeichnet. Die Initiative bietet ideale Ansatzpunkte für alle Branchen, da sie darauf abzielt, Strukturen und Wirkungsmechanismen zu verändern. Als UN Women als eigenständige Institution entstand, wurde festgelegt, dass neue veränderte Strukturen zu schaffen sind, damit Frauen auch die Möglichkeiten bekommen, ihr „full potential“ einzubringen. Es geht darum, die Kommunikation von Frauen und Männern auf Augenhöhe – auf einem „Level“ – zu ermöglichen. Der weitere Schritt ist es dann, Frauen zu ermutigen und zu fördern, diese neuen veränderten Strukturen zu nutzen. Diese Abfolge ist elementar wichtig. Die bestehende Sprache in den vorhandenen Führungsebenen ist eine sehr männliche – das wollen wir ändern.

Diese „Women Empowerment Principles“ können in jede Branche transportiert werden. Die Aufgabe ist es, diesen Ansatz herunterzubrechen auf einzelne Branchen und Umfeldler – wie die Meeting-Branche – und hier die Strukturen zu ändern und Modelle zu entwickeln, damit Frauen ihre Potenziale und Stärken auch leben können.



**Was halten Sie von einer Frauenquote in Unternehmen?**

Ich finde, die Frauenquote ist ein sehr wichtiger Türöffner und ein effizientes Vehikel – sie ist nicht a priori ein Wundermittel, sondern dient dazu, das Denken und das Handeln schneller zu verändern.

**Sie haben drei Kinder, hatten Sie jemals das Gefühl, sich zwischen Beruf und Familie entscheiden zu müssen? Und wie haben Sie diese Herausforderung gemeistert?**

Ich bin in einer beruflichen Welt groß geworden, die stark von hierarchischen Strukturen geprägt war. Als für mich die Frage „Kinder oder Karriere?“ anstand, habe ich einen Mittelweg gefunden und habe meine Erwerbstätigkeit in Teilzeit ausgeübt. Nach meiner Pensionierung bin ich voll in meine unbezahlte ehrenamtliche Tätigkeit bei UN Women eingestiegen.

**Hatten Sie in Ihrer beruflichen Laufbahn eine Mentorin oder einen Mentor?**

Nein, in meiner beruflichen Laufbahn hatte ich keine Mentoren – das war damals kein Thema. Jedoch hatte ich diese sehr wohl im gesellschaftlichen Umfeld. Ich stamme aus der Kriegsgeneration, meine Mutter und meine Großmutter haben sich immer wie selbstverständlich für andere Menschen eingesetzt und mir damit vorgelebt, wie ein gutes, respektvolles Miteinander aussehen kann – das waren meine Vorbilder.

**Und sind Sie selbst Mentorin für Frauen, speziell auch jüngere Frauen?**

Ja, ich selbst fördere junge Frauen und auch junge Männer, wo ich kann, und bin



← gerne Ratgeberin. Gerade weil ich selbst keine(n) Mentor(in) hatte, möchte ich meine Erfahrungen und Ideen weitergeben. Ich sehe, in welch großen Zwängen junge Frauen und junge Männer heute sind. Es ist mir wichtig, ihnen Rat und Orientierung zu geben und ihnen mögliche Perspektivwechsel aufzuzeigen.

Gerade die Orientierung, das Finden des eigenen beruflichen Weges empfinde ich für Frauen heute als besonders große Herausforderung. Hatten wir früher einen Mangel an Möglichkeiten, so herrscht heute ein „Multioptions-Dilemma“.

Was möchten Sie gerne weitergeben – sei es beruflich, im sozialen Umfeld oder auch als Vorsitzende des Deutschen Komitees für UN Women?



Die **She Means Business Conference** ist Teil des einzigartigen Weiterbildungsformats „EduMonday“ am Vortag der IMEX im Kap Europa. Die She Means Business Conference, Kooperationsprojekt der IMEX Gruppe mit der Tagungswirtschaft, wird am Nachmittag des EduMonday das Thema „Women in Business“ in den Fokus rücken. Erfolgreiche Damen aus der MICE-Branche werden hier nicht nur Themen der Branche referieren; auch die Bereiche Wissenschaft und Technologie werden auf dem Podium angesprochen und dort diskutiert und ganz sicher viele der Teilnehmer nachhaltig inspirieren. Die Idee hinter der She means Business Conference ist klar definiert: als Inkubator der Branche fungieren, den Dialog zwischen Männern und Frauen unterstützen, die Art des Denkens verändern und neue Strukturen und Modelle entwickeln; Potenzial aufzeigen, wenn es darum geht, Frauen im Business als wertvolle, mitwirkende Kräfte anzusehen.

Der EduMonday ist ein kostenloses Weiterbildungsformat und richtet sich gleichzeitig an Planer, Supplier und Partner sowie Aussteller, kurz gesagt: an alle Teilnehmer der IMEX.

Während die auf Aussteller fokussierten Sessions sich auf Verkaufskompetenzen, Strategien für Follow-ups und Destinations-Marketing-Techniken konzentrieren, richtet sich **Rising Talents** explizit an die unter 35-Jährigen der Branche. Die Förderung der Jungen soll gewährleistet sein, sie ist entscheidend für zukunftsweisende Lösungen. Darüber hinaus wendet sich das neue Format **Agency Director Forum** an alle Verantwortlichen in den Agenturen. Abgerundet wird dieses umfassende Programm von der Masterclass „designing interactions“ für Events.

Meine Bitte, mein Rat an junge Frauen ist: Unterzieht euch der großen Mühe, genau und sorgfältig zu überlegen, was ihr bewirken möchtet. Fragt euch: „Was kann ich? Und wo und wie kann ich diese Kenntnisse am effektivsten und sinnerfülltesten einsetzen?“ Daraus entwickelt sich eine Idee, die es umzusetzen gilt. Ich bin mir wohlbewusst: Das ist ein durchaus schwieriger und manchmal auch schmerzhafter Prozess – das eigene Potenzial zu erkennen und herauszuarbeiten, sich selbst ehrlich die Frage zu stellen: „Was und wohin will ich, was kann ich, was könnte mich zufrieden und glücklich machen?“ Ich möchte allen Frauen mitgeben: „Macht euch diesen Stress! Recherchiert, schaut nach, verwirft Ideen, sucht euch Vorbilder!“ Es gibt auf diesem Weg viele Stolpersteine – man kann sie übersteigen, wenn man sich über seine Fähigkeiten und Zielvorstellungen klar wird, wenn man sich einen „roten Faden“ erdenkt. Nicht für alle sind Führungspositionen erstrebenswert, auch andere berufliche Positionen sind wertvoll! Vielleicht sind es ja die unbezahlten Ehrenamtsfunktionen im sozialen Feld, oder man kommt zu dem Schluss, ein klassisches Rollenmodell leben zu wollen. Oder aber es entwickelt sich ein ganz neues Modell – mit oder auch ohne Kinder.

Mein Rat besonders an junge Frauen: Lasst euch diese wichtigen Lebensentscheidungen nicht aus der Hand nehmen! Dies gilt branchenübergreifend und international. Nur haben dazu bei weitem nicht alle Frauen dieselben Startvoraussetzungen. Hier setzt UN Women an, auch mit unseren Projekten, zum Beispiel in unserem Hilfsprojekt „Oasen“ im Flüchtlings-

camp Za’atari in Jordanien, in dem Frauen lesen und schreiben lernen und ein Handwerk ausüben können, um Möglichkeiten zu nutzen, sich und ihren Familien eine wirtschaftliche Grundlage aufzubauen. Unser Credo ist: „Stärke Frauen, indem du ihren Lebenssinn anstiftest.“ Die Welt braucht die Frauen, um zu überleben. Frauen verändern die Welt.

Wie beurteilen Sie das Verständnis von Führung? Sehen Sie einen Paradigmenwechsel angesichts der globalen Veränderungen?

Wenn es um Führung geht, muss uns klar werden, dass dieser Begriff sich sehr stark verändern wird. Führung wird sich nicht mehr nur in hierarchischen Systemen darstellen können. Angesichts der Globalisierung und Digitalisierung sehe ich ganz neue Möglichkeiten der Erwerbstätigkeit für uns Frauen. Wir bekommen mehr und mehr Gelegenheiten, zeit- und ortsunabhängig bezahlt zu arbeiten. Dies ist eine riesige Chance für Frauen, die weiterhin unter den Strukturmängeln der schwierigen Vereinbarkeit von Erwerbs- und unbezahlter Sorgearbeit leiden! (tk)

**Karin Nordmeyer**, Vorsitzende des Deutschen Komitees für UN Women, spricht am 14. Mai 2018 auf der She Means Business Conference im Rahmen der IMEX in Frankfurt, der führenden Messe der internationalen Meeting-Branche.

## Austria Center Vienna kooperiert mit der Medizinischen Universität Wien

Das Austria Center Vienna und die Medizinische Universität Wien haben ein gemeinsames Ziel: möglichst viele internationale Fachkongresse nach Wien zu holen. Im Rahmen einer Kooperation wollen Österreichs größtes Kongresszentrum und die größte medizinische Lehranstalt zukünftig noch enger zusammenarbeiten. „Die österreichischen Professoren und Wissenschaftler gehören zu den wichtigsten Ambassadors, wenn es um das internationale Standing von Wien als Kongressstandort geht. Wir unterstützen daher tatkräftig die Fakultäten bei der Bewerbung. Von einem internationalen Kongress hier in Wien profitieren nämlich viele – neben dem wirtschaftlichen Gewinn für die Stadt wird auch der gesamte Wissenschaftsstandort gestärkt“, erklärt Susanne Baumann-Söllner, Vorständin des Austria Center Vienna. Das Austria Center Vienna und die Medizinische Universität Wien haben bereits im Rahmen zahlreicher medizinischer Kongresse zusammengearbeitet – diese Kooperation soll zukünftig noch weiter vertieft werden, wie Markus Müller, Rektor der Medizinischen Universität Wien, erklärt: „Kongresse tragen entscheidend zur internationalen Reputation und Positionierung universitärer Einrichtungen bei und sind bedeutende Meilensteine in der Laufbahn der federführenden Professorinnen und Professoren. Daher freue mich, wenn durch diese gemeinsame Initiative viele weitere große Wiener Fachkongresse auf den Weg gebracht werden und internationale Top-Expertinnen und -Experten nach Wien kommen.“ Seit 2016 spricht das Austria Center Vienna im Rahmen seines Ambassadors-Programms österreichische Top-Wissenschaftler an, die im Rahmen ihrer Tätigkeit in internationalen wissenschaftlichen Verbänden Einfluss auf eine Destinationsentscheidung für zukünftige Kongresse haben. Ihnen werden Unterstützung bei der Bewerbung und exklusive Netzwerkmöglichkeiten rund um die Kongressorganisation geboten. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, als vermittelndes Institut einen Dritt-mittel-Forschungsbeitrag in Höhe von zehn Prozent der Raummiete zu erhalten.

## Rekordergebnis für Innsbruck

Mit 3,2 Millionen Nächtigungen haben im vergangenen Jahr so viele Touristen wie noch nie in der Tiroler Landeshauptstadt übernachtet, wie die aktuellsten Tourismusstatistiken zeigen. Die Alpenmetropole liegt damit nach Wien an zweiter Stelle im österreichweiten Vergleich. Ein Grund dafür ist laut Innsbrucks Congress- und Messedirektor Christian Mayerhofer das starke MICE-Segment. Der Österreichische Tourismus konnte in der Sommersaison Mai bis Oktober 2017 um 4,2 Prozent weiter zulegen, wie die aktuellste Erhebung der Statistik Austria zeigt. Mit 74,87 Millionen Nächtigungen konnte die Alpenrepublik das beste Ergebnis seit 1993 (77,4 Millionen) einfahren. Unangefochtener Spitzenreiter ist dabei das Bundesland Tirol mit über 21 Millionen Sommernächtigungen, wobei Tirols Landeshauptstadt Innsbruck auf das gesamte Tourismusjahr gerechnet sogar ein neues Rekordergebnis von 3,2 Millionen Übernachtungen verbuchen konnte. Die Alpenmetropole rangiert damit nach der Bundeshauptstadt Wien an zweiter Stelle im österreichischen Städteranking. Neben dem breiten Kultur-, Sport- und Freizeitangebot der Olympiaregion trage das MICE-Segment zu diesem Erfolg erfreulich bei, bestätigt Innsbrucks Congress- und Messedirektor Christian Mayerhofer. Gerade große internationale Verbände und Firmen würden die Tiroler Landeshauptstadt als Messe-, Kongress- und Tagungsdestination sehr schätzen.

Anzeige

# Einzigartiger HotelCampus im GenoHotel Baunatal



Kreativer Freiraum für konzentriertes Tagen

- Weltkulturerbestadt Kassel  
Verkehrszentral an der A7/A44/A49
- 24 kreative Räume  
für neue Veranstaltungsformate
- 153 neu renovierte Zimmer
- Sauna und Fitnessraum
- Restaurant und Bistro
- Mitglied TOP 250 Tagungshotels



Tagen - Feiern - Übernachten



## User Experience bei Veranstaltungen: Das Erlebnis steht im Mittelpunkt

Individualisierung, Technisierung und Social Media-Prägung haben Tagungen, Kongresse und Meetings verändert. Persönliche Begegnungen und emotionale Erfahrungen konkurrieren immer mehr mit den digitalen Medien. Die Folge: Neben Interaktion, Netzwerkbildung und Wissensvermittlung rückt die User Experience, also das Nutzungserlebnis, immer mehr in den Vordergrund.

### Anreize schaffen

Für eine positive User Experience gilt es vor allem, die Teilnehmeranforderungen genau zu identifizieren und darauf passende Veranstaltungskonzepte abzustimmen. Vereinfacht gesagt, kommt es darauf an, unterschiedlichste Erwartungen aus vier Bereichen zu erfüllen: den Inhalten, der Interaktion, dem Erlebnis und dem Ort.



### Teilnehmer kennen

Dafür ist es unerlässlich, die Wünsche und Bedürfnisse der Teilnehmenden zu kennen und auf sie einzugehen. Eine gute User Experience ist das Ergebnis ausführlicher Analysen, weil sich Veranstaltungsteilnehmende zum Beispiel in Alter, Lebensstil und -phase, aber auch kulturell,

zum Teil erheblich voneinander unterscheiden. Mit Befragungen, Interviews und Tests vor, während und nach einer Veranstaltung lassen sich schnell differenzierte Ergebnisse erzielen. – Matthias Schultze, Managing Director GCB German Convention Bureau e.V.

### Umfrage nutzen – Welcher Teilnehmertyp sind Sie?

Auch das Projekt „Future Meeting Space“ ([www.future-meeting-space.de](http://www.future-meeting-space.de)) setzt auf die Analyse der Teilnehmer.

Welche Teilnehmertypen es gibt und wie sich bestimmte methodische und technologische Veranstaltungselemente auf Wissensvermittlung, Lernerfolg, Netzwerken und Erlebniswert auswirken untersucht eine Befragung im Rahmen des Projekts „Future Meeting Space“.

Motivieren Sie deshalb Ihre Veranstaltungsteilnehmer und auch sich selbst, den Fragebogen auszufüllen. Sie unterstützen so ein Forschungsprojekt, dass mit den Ergebnissen der Umfrage konkrete Anregungen auch für Ihre nächsten Veranstaltungen geben kann.

<http://s.fhg.de/umfrage-fms>

## Abu Dhabi entwickelt neue Initiativen und Programme für die MICE-Branche

Einerseits wurde mit „Al Nukbha“ eine neue Initiative ins Leben gerufen, die Abu Dhabis Position bei internationalen Kongress-Ausschreibungen stärken soll. Das Programm versammelt hochmotivierte Experten aus verschiedenen Wirtschaftsbereichen. Auf ihrem Gebiet einflussreiche Akademiker, Wissenschaftler, Forscher, Ärzte, Regierungsbeamte und Wirtschaftsführer stärken somit das Abu Dhabi Convention Bureau mit ihrer Expertise und sollen dafür sorgen, das MICE-Geschäft in Abu Dhabi anzukurbeln. Andererseits wurde das neue Programm „Emirati Experiences“ gelauncht, das Besuchern Abu Dhabis die Möglichkeit bietet, auf Stadtführungen mehr über die emiratische Kultur zu erfahren und einen exklusiven Einblick in das Leben der Einheimischen zu erhalten. So erfährt man zum Beispiel bei einem Spaziergang durch den ältesten, vornehmlich von Emiratis bewohnten Stadtteil Al Mushrif Interessantes über das ganz alltägliche Leben. Einen Streifzug durch lokale Restaurants und Cafés, die in keinem Reiseführer zu finden sind, bietet die Emirati Food Tour. Weitere Touren führen zu einer emiratischen Familie nach Hause, in die Oasenstadt Al Ain, auf eine alte Perlenfischer-Dhau hinaus aufs Meer oder mit dem Fahrrad an der Corniche entlang.

## Kolumbien im Aufwind

Viele Reisende zieht es wieder nach Kolumbien. Ein Plus von über 23 Prozent konnte das südamerikanische Land in puncto Besucherzahlen verzeichnen. Ebenso positiv ist die Entwicklung im ICCA Ranking, in den letzten Jahren ging es stetig nach oben. Nicht verwunderlich, denn in den MICE-relevanten Regionen – Bogotá, Medellín und Cartagena sind hierbei die bekanntesten – gibt es 20 Congress- und Convention Center, 413 Hotels mit Meetingrooms, 16 Event-Venues und zahlreiche Möglichkeiten für begleitende Incentives. Zusätzlich spielt die Erreichbarkeit eine große Rolle. 24 Airlines, darunter American Airlines, Avianca und Turkish Airlines, fliegen aus 26 Ländern an die verschiedenen Flughäfen des Landes und bringen Besucher komfortabel an die Nordküste Südamerikas. Um der ansteigenden Nachfrage gerecht zu werden, sind zahlreiche Hotelprojekte in Planung, die die Bettenkapazität bis 2020 noch einmal deutlich steigern.



Foto: PROCOLOMBIA



## Tagungs- und Eventlocations in spektakulärer Naturlandschaft

Die einzigartigen Farben und die eindrucksvollen Landschaften Namibias sind die perfekte Kulisse für Veranstaltungen aller Art. Eingebettet in die endlos erscheinende Weite liegen ansprechende Lodges, Hotels und Resorts, die alle Voraussetzungen für gelungene MICE-Events erfüllen. Das Unternehmen Taleni Africa betreibt seit 1994 verschiedene Unterkünfte in Namibia, in denen Gastfreundschaft und die Freude am Abenteuer und Erleben verbunden werden. Ob am Meer, an der Wüste oder am Nationalpark, die Lodges und Camps von Taleni Africa befinden sich an den schönsten Orten Namibias.

Direkt am Eingangstor zum Namib Naukluft Park liegt

die Sossusvlei Lodge. Die 44 Superior Units, sechs Standard Units und die Junior Suite bieten ausreichend Platz für größere Gruppen. Konferenzen mit bis zu 60 Teilnehmern sind problemlos möglich. Von der Terrasse des Restaurants haben die Gäste einen wunderbaren Blick auf die Ebene und der Sonnenuntergang lässt sich am besten vom Sundowner-Deck aus beobachten. Zum Highlight wird ein MICE-Event in der Sossusvlei Lodge mit einem Ausflug ins Deadvlei oder zum Sesriem Canyon. Das Bush-Dinner unter dem Sternenhimmel sorgt für einen gemütlichen Tagesausklang.

Im malerischen Swakopmund geht es dagegen bedeutend städtischer zu. Mit 21 individuell eingerichteten Zimmern und einem Tagungsraum für bis zu 60 Personen gehört das Hotel Zum Kaiser zu den kleineren MICE-Unter-



Das Deadvlei in der Namib-Wüste. Ein Natur-Highlight für MICE-Programme.  
Foto: Alexander Heinrichs

künften. Die zentrale Lage, der einfache Zugang zum Strand und die Dachterrasse mit Blick auf den Atlantik machen das Hotel Zum Kaiser zum idealen Ort für MICE-Veranstaltungen.

Abenteuerlicher wird es im Etosha Village, eingebettet in einen Mopanie Forest, nur

zwei Kilometer vom Okaukuejo Gate des Etosha Nationalparks entfernt. Das Zeltcamp eignet sich hervorragend für Teambuilding-Veranstaltungen und gemeinsame Abenteuer mit einem perfekten Safari-Erlebnis.

## Funky Meetings in Singapore

Seit Februar 2017 gibt es in einem historischen Shophouse an Singapurs Clarke Quay ein Hotel, das nur aus Tagungsräumen besteht: das Huone Singapur ist die erste Filiale des preisgekrönten finnischen Unternehmens Huone im asiatisch-pazifischen Raum. Die elf unterschiedlichen Tagungsräume bieten verschiedene Größen und Themen für fünf bis 150 Personen – vom Iglu über einen „Swing Room“ mit hängenden Sesseln und Baumhaus-Alkoven bis zum „Theatre Room“ für größere Veranstaltungsformate. Praktisch: Über einen speziellen Online-Service können Kunden die Verfügbarkeit und Preise aller Räume gleich selbst prüfen und buchen sowie rund um die Uhr ein Event-Manager-Tool nutzen.

Das unkonventionelle Setting erfreut sich großer Beliebtheit: die Nachfrage ist so groß, dass das Huone Singapur schon ein halbes Jahr nach der Eröffnung Gewinn abwarf. Weitere Filialen in der Löwenstadt sind in Planung.



Foto: Huone

## St. Gallen bietet Mobility-Ticket für die Region an

Wer in Zukunft in St. Gallen übernachtet, kann mit dem Mobility-Ticket die Region mit den öffentlichen Verkehrsmitteln kostenfrei erkunden. Das neue Ticket deckt das gesamte Streckennetz in der Stadt St. Gallen ab, und sogar bis nach Rorschach ist der Weg frei. Somit eignet sich das Ticket sowohl für Touristen als auch für Geschäftsreisende, die in der Region unterwegs sind. Zusätzlich gibt es eine Upgrade-Möglichkeit. Dann heißt das Ticket Oskar und ist vom Rheinfluss bis zum Säntis nutzbar. Sogar Bergbahnen und Museen sind für Oskar-Inhaber dann kostenfrei.

St.GallenBodensee  
entdecken erleben wissen  
www.st.gallen-bodensee.ch

# Zehn Jahre Conventa – eine Dekade für das „neue Europa“ | von Anna-Lena Gras

**In diesem Jahr feierte die Conventa, die von Beginn an in Ljubljana stattfand, ihr zehnjähriges Jubiläum. Grund genug für uns, persönlich vor Ort zu sein und das Konzept sowie die Veranstaltung einmal selbst anzuschauen.**



Die Conventa steht für eine gemütliche Atmosphäre und gute Business-Möglichkeiten. Die Stände aus Holzkisten sind mittlerweile zu einem kleinen Markenzeichen der Messe geworden.

Denn neben vielen weiteren Aspekten, die wir noch ansprechen werden, ist die Conventa vor allem für ihren lokalen Bezug bekannt. Die Aussteller stammen ausschließlich aus der näheren Umgebung. Und das soll auch in Zukunft so bleiben. Denn die Veranstalter sind sich einig, dass es darum geht, die eigene Region zu stärken und den einheimischen MICE-Suppliern eine Plattform zu geben. Daher will man in der Zukunft zwar wachsen, aber

Aussteller wie beispielsweise Spanien oder amerikanische Anbieter wird man auf der Conventa nicht sehen.

Für uns ging es am Vortag der Conventa von Frankfurt per Direktflug mit Adria Airways nach Ljubljana – das Star-Alliance-Mitglied bietet täglich mehr als sechs Verbindungen zwischen der Mainmetropole und der slowenischen Hauptstadt. Einige der Hosted Buyer nutzten jedoch die Chance zur Teilnahme am Pre-Trip in die

Hauptstadt. Begeistert zeigten sich viele vom Galadinner auf der im 15. Jahrhundert erbauten Burg. Ebenso aber faszinierte der Charme der gesamten Stadt sowohl die Famtrip-Teilnehmer als auch uns. Bei einer Guided-Walking-Tour lernten wir einiges über Ljubljana – mit ihren nicht einmal 300.000 Einwohnern. Wohl kaum eine andere europäische Hauptstadt ist so entspannt, gemütlich und „walkable“.

Mitten im Stadtkern liegt das Grand Hotel Union. Eigentlich vereint das Traditionshaus gleich zwei Hotels unter einem Dach. „Executive“ und „Business“ nennen sich die beiden Teile, die durch einen Gang miteinander verbunden sind. Von beiden Häusern aus ist der Konferenzbereich erreichbar und bespielbar. Dieser zählt mit 21 Konferenz- und Meetingräumen übrigens zu den größten der Stadt. Für alle Veranstaltungen zwischen zehn und 850 Teilnehmern findet sich hier der passende Saal. Größter Saal ist der Saal Union, der allerdings nicht nur mit seiner Größe (504 m<sup>2</sup>) punktet, sondern ebenso mit seinem Interieur. Er ist im Jugendstil erbaut und gibt allein deshalb schon jeder Veranstaltung ein besonderes Ambiente. Für Flexibilität sorgt die mögliche Verbindung mit dem Gartensaal (239 m<sup>2</sup>) oder der Hotelhalle (282 m<sup>2</sup>).

Doch nicht nur als Übernachtungsmöglichkeit diente das Hotel Union den Teilnehmern der Conventa. So wurden neben der Welcome Reception im Saal Union



Auf zwei Networking-Events können sich Buyer und Supplier austauschen und ganz nebenbei Slowenien mit allen Sinnen entdecken.



Sowohl kulinarisch als auch künstlerisch setzt die Conventa auf den regionalen Bezug. Alle Fotos: Conventa

zusätzlich die Meeting Stars Awards in einem der ebenfalls sehr stillvoll gestalteten kleineren Säle verliehen.

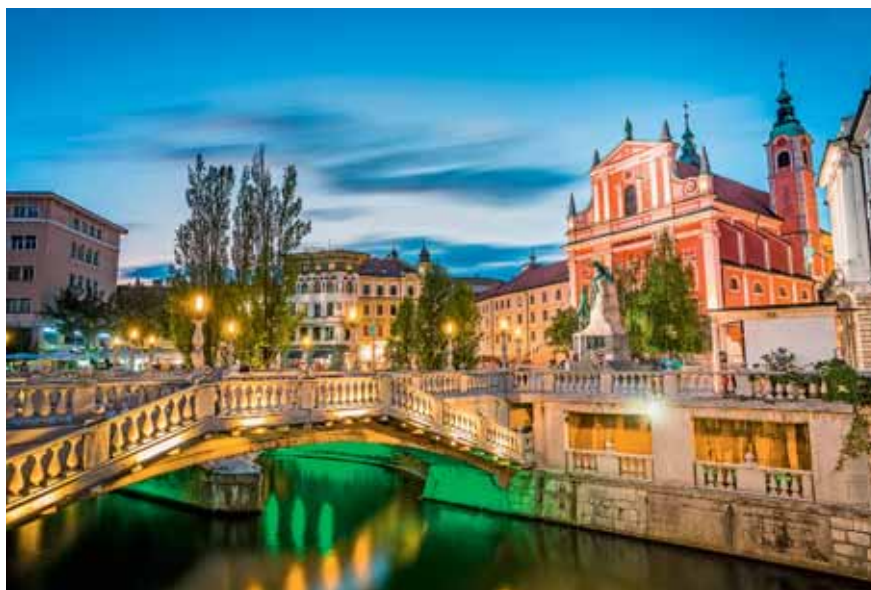
### Irgendwie persönlicher

Der Leitgedanke, der hinter der Veranstaltung Conventa steht, war von Beginn an ein besonderer. Es ging nicht in erster Linie darum, eine weitere Messe zu veranstalten und möglichst viele Quadratmeter an die Aussteller zu verkaufen. Vielmehr sollte eine wirkliche Plattform geschaffen werden, auf der man sich austauscht, kommuniziert und neue Kontakte knüpft. Aber auch das nicht nur über die herkömmlichen Appointments. Die Conventa soll für Teilnehmer zur Erfahrung werden. Und das in jeder Hinsicht. Aufgrund der Qualität der Kontakte, der besonderen Atmosphäre bei den Networking-Events, und natürlich den branchenrelevanten Vorträgen und somit Weiterbildungsmöglichkeiten. Außerdem gilt der Grundsatz: Um das zu ermöglichen, müssen die Teilnehmer mit allen Sinnen erleben.

Dies wird direkt bei Betreten der Messehalle im GR Convention & Exhibition Center in Ljubljana offensichtlich. Die lichtdurchflutete Halle ist nicht mit verschiedenen Ständen ausgestattet, vielmehr werden für die Aussteller kleine „Inseln“ – alle in der gleichen Größe – aus Holzkisten geschaffen. Womit auch ein weiterer Leitgedanke umgesetzt wird. Denn auf der Conventa haben alle Teilnehmer den gleichen Status. Egal ob Aussteller, Hosted Buyer oder andere Teilnehmer. Dadurch ergibt sich eine sehr angenehme und vor allem persönliche Atmosphäre. Irgendwie vermittelt die Mamorna Halle, in der die Conventa stattfindet, mehr den Eindruck eines belebten Treffpunktes als den einer klassischen Messe.

### Mit allen Sinnen entdecken

Um die Conventa erlebbar zu machen, müssen neben der Messe selbst, auch die Networking-Events den Maßstäben des Xperience-Charakters entsprechen. Daher stehen hier Erlebnisse an vorderster Stelle. So wurde beispielsweise die Welcome Reception von der slowenische Sängerin Maja Keuc, die ihr Land 2011 beim Eurovision Song Contest vertrat, eröffnet. Aber nicht nur dieser Teil wurde bewusst lokal gehalten. Um Teilnehmern die Möglichkeit zu geben, Slowenien zudem in kulinarischer Hinsicht besser kennenzulernen, war auch das Buffet regional geprägt. Seien es die slowenischen Spezialitäten, die



Unter den europäischen Hauptstädten rangiert Ljubljana mit seinen ca. 300.000 Einwohnern nicht in den Top 5, besticht dadurch aber mit Charme und Authentizität. Foto: Sopotnick/shutterstock.com

Zutaten aus der Umgebung oder eben der Koch – alles hatte einen entsprechenden Bezug zu Land und Leuten.

### Enge Kooperation mit Stadt und Region

Schon in der Planungsphase zur ersten Conventa wurde eine enge Zusammenarbeit mit dem Convention Bureau Ljubljana und dem Convention Bureau Slovenia forciert. Gemeinsam wollte man die Region auf die MICE-Weltkarte rücken und die Vorteile des Standortes bekannt machen. So hat sich eine sehr homogene Beziehung zwischen Veranstaltung und Veranstaltungsort entwickelt, von der alle Teilnehmer profitieren. Seien es die unterschiedlichen Locations, die bespielt werden, oder auch die Transfers, die vom lokalen Partner GoOpti organisiert werden – alles fügt sich sehr gut ineinander und unterstützt die Conventa Experience.

### Grüne Initiativen und Nachhaltigkeit

Ljubljana selbst hat in den letzten Jahren zahlreiche und vor allem nachhaltige Initiativen ins Leben gerufen. So ist beispielsweise der gesamte historische Stadtkern frei von Autos; nur Elektrofahrzeuge dürfen hier verkehren. Um Anwohner und Touristen jedoch nicht „stehen zu lassen“, wurden Elektrobusse installiert. Die sogenannten „Kavalire“ sind kostenfrei und können entweder per Telefon bestellt, oder einfach herangewunken werden. Diese Kleinbusse bringen Einheimische wie Touristen zu den gewünschten Zielen innerhalb der verkehrsfreien Zone.

Außerdem stehen etwa 200 Fahrräder zur Verfügung, die an verschiedenen Stellen in der Stadt ausgeliehen werden können und sich großer Beliebtheit erfreuen.

### Für MICE hervorragend aufgestellt

Neben der charmanten Art bietet Ljubljana Planern einige infrastrukturelle Vorteile, die wir während der Conventa persönlich in Augenschein nehmen konnten. Ausreichend Hotelbetten sind vorhanden, die meisten sogar fußläufig zu den MICE-Venues der Stadt. Doch auch das GR Convention & Exhibition Center – GR steht im Übrigen für Gospodarsko razstavi e – ist für Planer eine Topadresse. Auf dem Messegelände, das sich nur unweit der historischen Altstadt befindet, können Planer über 12.323 m<sup>2</sup> Ausstellungsfläche in 20 Hallen verfügen. Diese bieten einen Kapazitätsspielraum von zehn bis hin zu 2.200 Personen. Hinzu kommen über 8.000 m<sup>2</sup> Außenflächen, die darüber hinaus für Messen, Veranstaltungen, Produktlaunches oder ähnliches bespielbar sind.

Eine weitere Adresse ist der cankarjev dom, oder CD Culture and Congress Center. Zwar in einem anderen Stadtteil, aber ebenfalls im Zentrum gelegen, verfügt der cankarjev dom über 22 multifunktionale Räume. Wer hier eine Veranstaltung planen möchte, kann mit einer Kapazität von bis zu 2.200 Personen planen. Ein besonderer Bonus ist der im Haus ansässige PCO, der bei Planung und Umsetzung der eigenen Events tatkräftig unterstützt.

Spannungsfeld Sicherheit:

## Qualität schlägt Quantität

**Securitykräfte und Taschenkontrollen gehören mittlerweile bei Veranstaltungen zu den obligatorischen Schutzmaßnahmen. Auf die immer komplexer werdende Bedrohungslage durch terroristische Anschläge, auch in deutschen Städten, reagiert ein Großteil der Veranstalter mit einem Mehreinsatz operativer Mittel. Doch wie effektiv wirken die zusätzlich ergriffenen Maßnahmen und ist das engagierte Personal ausreichend qualifiziert, um im Ernstfall reagieren zu können?**



Sicherheitskräfte stehen aufgrund der aktuellen Bedrohungen vor immer neuen Herausforderungen.  
Foto: Mr Pics/shutterstock.com

**Um die Sicherheit** von Besuchern bei Veranstaltungen zu gewährleisten, gibt es bereits eine Reihe an Gesetzesvorlagen und Verordnungen, die unterschiedliche Faktoren regulieren. Im Zusammenhang mit der wachsenden Gefahrenlage und den bereits erfolgten Anschlägen überarbeitete der deutsche Gesetzgeber 2016 die Mus-

terverordnung über den Bau und Betrieb von Versammlungsstätten (MVStättVO). Darin enthalten sind grundlegende Maßnahmen zum Veranstaltungsschutz wie räumlich-technische Vorschriften, Bemessung der Personenzahl, Brandschutz und Räumungskonzepte. Im gleichen Jahr erließ der Gesetzgeber eine Verordnung

zur Sachkundeprüfung für gewerbliches Sicherheitspersonal in leitender Funktion bei Großveranstaltungen. Bei nachgeordneten gewerblichen Sicherheitskräften genügt eine entsprechende Unterrichtung durch die Industrie- und Handelskammer. Für Markus Weidenauer, Sicherheitsexperte und geschäftsführender Gesellschafter der SecCon Group GmbH in München, greifen diese Maßnahmen nicht tief genug. Ein großes Gefahrenpotenzial sieht der Experte besonders in der geringen Qualifikation des Sicherheitspersonals. Auch für Sicherheitskonzepte gibt es trotz angepasster Musterverordnung keine klar definierten Vorschriften, die eventspezifische Rahmenbedingungen berücksichtigen. Letztendlich liegt es im Ermessen des Veranstalters, wie und in welchem Umfang Vorkehrungen getroffen werden. Für effektiven Schutz gilt es daher, vorhandene Schwachstellen aufzudecken und Maßnahmen zur Optimierung zu ergreifen.

## Interview mit Markus Weidenauer, Sicherheitsexperte und geschäftsführender Gesellschafter der SecCon Group GmbH

**Herr Weidenauer, wie beurteilen Sie die aktuelle Sicherheitslage bei Veranstaltungen?**

Viele Veranstalter und Sicherheitsunternehmer stoßen bei der veränderten Gefahrenlage an die Grenzen ihrer Expertise. Dabei wird häufig Quantität mit Qualität verwechselt und die Effektivität der eingesetzten Mittel falsch eingeschätzt. Eine beliebte Maßnahme ist beispielsweise ein erhöhtes Personalaufkommen an Ein- und Ausgängen mit obligatorischen Taschen-

kontrollen. Das bringt aber nur den erforderlichen Schutzeffekt, wenn das Personal entsprechend geschult und ausgebildet ist – und hier mangelt es, meiner Meinung nach, sehr häufig an fundiertem Fachwissen.

**Wie macht sich das bemerkbar?**

In den meisten Fällen wird nicht ausreichend zwischen Ordnungs- und Sicher-

heitsfunktion unterschieden. Ordnungskräfte, die für Serviceaufgaben zuständig sind, wie Kartenkontrollen und Platzanweisungen, werden auch für die Gefahrenabwehr eingesetzt. Dabei üben viele Mitarbeiter die Tätigkeit nur nebenberuflich aus und verfügen nicht über die erforderliche Qualifikation und Erfahrung. Grundlegende präventive Maßnahmen, zu denen insbesondere die Einlasskontrolle bei Veranstaltungen zählt, verlieren somit an

Effektivität. Denn ungeschultes Personal verfügt bei Taschenkontrollen nicht über das Wissen, beispielsweise selbstlaborierte Sprengsätze zu erkennen. Und bei Gefahr im Verzug sind die Mitarbeiter nicht darauf trainiert, angemessen zu agieren.

#### Wie kommt es zu dem Mangel an ausreichend qualifiziertem Sicherheitspersonal bei Veranstaltungen?

Die Sicherheitslücke ergibt sich aus einem Nachfragedefizit auf der einen Seite und einem Angebotsdefizit auf der anderen Seite. Häufig wird von Veranstaltern kein ausreichend qualifiziertes Sicherheitspersonal angefordert – teils aus Unwissen, teils aus betriebswirtschaftlichen Gründen, denn gut geschultes Personal ist teuer. Für den Einsatz nicht gewerblicher – sogenannter veranstaltungseigener – Sicherheits- und Ordnungsdienste gibt es aktuell keine gesetzlichen Vorgaben. Das heißt, Veranstalter können eigene Sicherheitskräfte einsetzen, ohne dass diese in irgendeiner Weise eine Qualifikation nachweisen müssen. Wird doch ein externes Sicherheitsunternehmen beauftragt, fällt die Ausbildung des Personals nicht unbedingt viel besser aus. Denn gewerbliche Sicherheitskräfte müssen lediglich eine Bestätigung der Unterrichtung durch die IHK vorlegen, bei Personal in leitender Funktion kommt noch der Abschluss einer Sachkundeprüfung hinzu. Doch in einem zwei- oder auch fünftägigen Seminar können nicht die erforderlichen Fähigkeiten und fachlichen Kompetenzen vermittelt werden – von Erfahrungswerten ganz zu schweigen.

#### Worin liegt der Fachkräftemangel in der Sicherheitsbranche begründet und wie kann dem entgegen gewirkt werden?

Wie auch andere Branchen befindet sich das private Sicherheitsgewerbe in einem Spannungsfeld zwischen Preisbildung und Qualitätsanforderungen. In einem hart umkämpften Markt bekommt leider oft der günstigste Anbieter den Zuschlag und nicht der beste. Die vorherrschende mangelnde Qualifikation und unzureichende Ausrüstung des Personals geht in vielen Fällen mit einer Vergütung unterhalb des gesetzlich festgesetzten Tariflohns einher. Um dieser negativen Spirale entgegenzuwirken, ist der Gesetzgeber gefordert. Für hochsensible Aufgaben, wie den Schutz von Großveranstaltungen, müssen höhere Anforderungen an Sicherheitskräfte gestellt werden. Gleichzeitig



Sicherheitsexperte Markus Weidenauer ist Geschäftsführer der SecCon Group GmbH.  
Foto: SecCon Group GmbH

sollte die qualifizierte Arbeit mit einer höheren Vergütung einhergehen, wodurch das Gewerbe an Attraktivität gewinnt und mehr geeignete Bewerber anzieht, mit Vordienstzeiten bei der Bundeswehr, beispielsweise beim Feldjägerdienst. Nur so kann dauerhaft ein effektiver Schutz von Großveranstaltungen gewährleistet werden. Die Branche hat in den letzten zwei Jahrzehnten diverse Qualifizierungsmöglichkeiten geschaffen: Vom Ausbildungsberuf „Fachkraft für Schutz und Sicherheit“ plus Aufstiegsfortbildung zum Meister bis hin zu diversen Studiengängen. Der Gesetzgeber muss sich bewusst machen, dass diese Fachkräfte am Markt existieren und bereit sind, Verantwortung zu übernehmen. Der Einsatz dieser Fachkräfte für sensible Aufgaben gehört gesetzlich geregelt.

#### Was raten Sie Veranstaltern?

In meinen Augen beinhaltet ein umfassendes Sicherheitspaket bereits die Planung der Veranstaltung, denn der Fokus

sollte nicht nur auf operativen, sondern vor allem auf strategischen Maßnahmen liegen. Veranstalter finden professionelle Unterstützung bei Sicherheitsexperten, die ihnen ein individuell angepasstes Sicherheitskonzept zusammenstellen. Durch Hilfestellung bei Ausschreibungen und Begleitung der Bietergespräche ergibt sich die Gelegenheit, den passenden Sicherheitsdienst durch gezielte Fachfragen aussendend zu machen. Zusätzlich lege ich Wert auf einsatzbezogene Unterweisungen des beauftragten Dienstleisters, die auf die jeweiligen Anforderungen eines Events abgestimmt sind. Um frühzeitig Gefahrenpotenziale auszuschließen, setze ich darüber hinaus auf eine gezielte Umfeldbeobachtung, ein sogenanntes Screening. Abseits der Prävention empfehle ich jedem Veranstalter – in Abstimmung mit einem Experten – ein strukturiertes Krisenmanagement auf strategischer Ebene für Worst-Case-Szenarien zu erarbeiten. Für die operative Arbeitsebene müssen Notfall- und Evakuierungspläne vorhanden sein. (sc)

Einsteigen und abheben:

# Tunisair möchte Geschäft ausbauen

**Tunisair plant, seinen Flugplan um mehr als 30 Prozent zu erweitern. Der neue Sommerflugplan, der ab 29. März 2018 gültig ist, sieht wöchentlich 32 Flugverbindungen von Frankfurt, Düsseldorf, München, Berlin und Hamburg nach Tunesien vor. Damit möchte Tunisair die Poleposition als Number One Carrier zwischen Deutschland und Tunesien ausbauen.**

**Reisen Sie entlang der alten Karthago Routen nach Afrika und Nahost mit Tunisair**



**Welcome on board!**

tunisair.com

GET CLOSER



Neue Flugziele in Afrika sind ebenso in der Planung. Der Weiterflug erfolgt über den Flughafen Tunis-Karthago. Mit dem deutlich breiter gefächerten Flugplan geht die Airline auf die zunehmende Nachfrage der Kunden ein.

### Von Deutschland nach Tunesien

Der Sommerflugplan der Airline mit der roten Gazelle im Logo sieht jeweils zwei Flüge von Frankfurt, Düsseldorf und München nach Monastir und Djerba vor. Auf Kundenwunsch gibt es künftig jeden Samstag einen zusätzlichen Flug von Düsseldorf nach Tunis.

Im abgelaufenen Jahr 2017 hat Tunisair fast 257.000 Passagiere zwischen Deutschland und Tunesien befördert. Für das laufende Jahr 2018 erwartet die Airline einen weiteren Anstieg der Passagierzahlen um mehr als 20 Prozent.

### Über Tunis-Karthago nach Afrika

Tunisair möchte seine Position als Drehpunkt für Reisen zwischen Afrika und Europa ausbauen. Zu den afrikanischen Zielen Nouakchott in Mauretanien, Dakar im Senegal, Abidjan in der Republik Côte d'Ivoire, Ouagadougou in Burkina Faso, Bamako in Mali und seit Juli 2016 Niamey in Niger kommen künftig weitere Destinationen. Bereits 2017 wurde das Streckennetz nach Conakry in Guinea und Cotonou in Benin erweitert.

Künftig sollen Flüge nach Khartoum in der Republik Sudan, N'Djamena in der Republik Tschad und Dualu in Kamerun möglich sein. Für 2019 plant Tunisair die Anbindung nach Accra in Ghana

und Lagos in Nigeria. Im Jahr 2020 soll Libreville in Gabun Teil des Flugplans sein. Damit würde Tunisair seine Destinationen binnen drei Jahren verdoppeln.

„Afrika ist für uns eine sehr viel versprechende Zielregion. Wir planen hier weitere Destinationen, um unsere Wettbewerbsposition auszubauen“, erklärt Chokri Wallani, Deutschland-Chef der Tunisair. Der Handel in Afrika entwickle sich prächtig. In Afrika leben fast doppelt so viele Menschen wie in Mitteleuropa. Und die afrikanischen Bevölkerungszahlen wachsen kontinuierlich.

### Single African Air Transport Market SAATM

Ende Januar 2018 hatte die afrikanische Union den Single African Air Transport Market SAATM verkündet. Die bereits 1999 beschlossene Liberalisierung der Verkehrsrechte, Eigentümerregelungen, Frequenzen und Kapazitäten soll in 23 Ländern umgesetzt werden. Das Open-Skies-Abkommen soll Handelshemmnisse abbauen und neue Jobs schaffen.

„Die Öffnung des Luftraums ermöglicht erheblich mehr Verbindungen zwischen

Europa und Afrika“, freut sich Wallani. „Diese Optionen möchten wir nutzen und die positive Entwicklung des Handels unterstützen.“

Der Transfer für die Reisenden aus Europa erfolgt über den Flughafen Tunis-Karthago im Osten der tunesischen Hauptstadt. Schwerpunkte des Geschäfts sind neben dem klassischen Tourismus vor allem Reisen in den Nahen Osten, zu den Pilgerstädten Mekka und Medina in Saudi Arabien oder nach Westafrika.

Des Weiteren unterstützt Tunisair alle Tunesier die im europäischen Ausland wohnen und bietet ihnen attraktive Reisebedingungen für einen Besuch der Heimat. Das Treueprogramm „Fidelys“ ermöglicht allen Vielfliegerpassagieren, ihre Flugmeilen in Flugtickets oder zusätzliche Gepäckstücke umzuwandeln.

### Tunisair feiert Geburtstag und lockt mit neuen Produkten

Das Jahr 2018 bietet Anlass zum Feiern: Tunisair wird 70 Jahre alt. Dazu hat Tunisair weitere attraktive Angebote entwickelt: Tunisair-Passagiere zahlen

für ein zusätzliches Gepäckstück bis zu 23 kg nur noch 60,00 Euro, sofern die Buchung spätestens 24 Stunden vor Abflug erfolgte.

Der neue Tunisair „Mobile Service“ ermöglicht den Fluggästen die bequeme Buchung und Verwaltung der Flugdaten.

Neu ist die B2B-Plattform GazellePro für Geschäftskunden. Geschäftspartner und Reisebüros (IATA und non-IATA) können darüber ein Kundenkonto einrichten und Flugdaten abrufen sowie Reservierungen vornehmen. Zahlungen erfolgen per Kreditkarte.

### Zwei Airbus A330 in der Flotte

Tunisair wurde 1948 als staatliche Fluggesellschaft in Tunis in Kooperation mit der Air France gegründet. Die Aktiengesellschaft ist seit Juli 1995 an der Börse Tunis notiert. Die aktuelle Flotte besteht aus 16 Flugzeugen vom Typ Airbus A320, 4 Maschinen vom Typ Airbus A319 und zwei Airbus A330 aus dem Jahr 2015. Sieben Boeing B737 ergänzen die aktuelle Flotte. Weltweit fliegt Tunisair 44 Städte in 28 Ländern an. (hr)

Buchen Sie Ihren nächsten Flug mit dem neuen Tunisair Mobile Service

Bequem und einfach von unterwegs

Flüge Buchen Mein Flug

Check-In Flugstatus

Mein Fidelys Info & Services

UNSERE ANGEBOTE

## „Als offenes, vielfältiges und aufstrebendes Land bietet Bahrain einige der attraktivsten und stabilsten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in der Region.“

**Bahrain soll in den nächsten Jahren immer attraktiver für die weltweite MICE-Branche werden. Wie das geschehen soll und welche Vorteile Bahrain bietet, erklärt Sheikh Khaled Bin Humood Alkhalifa im Interview mit CI.**

Für deutsche Planer ist Bahrain als MICE-Destination noch relativ unbekannt. Wo liegen Ihrer Meinung nach die Vorteile Bahrains? Warum sollten sich deutsche Planer für Bahrain entscheiden?

Bahrain ist ein moderner, multikultureller und geschichtsträchtiger Staat, der sich durch seine offene Willkommenskultur auszeichnet. Mit dem Fahrplan „Bahrain Economic Vision 2030“ haben wir umfassende wirtschaftliche und soziale Entwicklungen eingeleitet. Dazu gehört natürlich auch die Stärkung des Geschäftsstandortes Bahrain. Unser Markt soll speziell für Auslandskapital attraktiv gemacht werden, um den heimischen Privatsektor zu stärken. In diesem Kontext spielt der Ausbau des MICE-Sektors eine strategische Rolle. Hier wollen wir deutschen Planern ein zugängliches und produktives Arbeitsumfeld ermöglichen, in dem sie ihre Geschäftsziele erreichen und gleichzeitig ganz neue Entwicklungsmöglichkeiten ausloten können.

Bahrain verbindet als Knotenpunkt die großen Märkte des Golf-Kooperationsrates (GCC). Die nördlichen Staaten und Saudi-Arabien sind sehr schnell und einfach über die Dammstraße zu erreichen. Aussteller in Bahrain können somit auch diese angrenzenden Märkte erschließen. Sehr unkompliziert lässt sich Bahrain auch über den Landweg erreichen – dies ist für manche Unternehmen oft die einfachere und bessere Option. Zudem ist Bahrain für seine Gastfreundschaft und den hervorragenden Dienstleistungssektor bekannt. Der Standort bietet verschiedene Tagungsstätten und Hotels im Drei- bis Fünf-Sterne-Bereich in zentraler Lage. Die Gastfreundlichkeit der Bevölkerung von Bahrain rundet das Gesamtbild ab.

Bahrain bietet als MICE-Destination eine hervorragende Infrastruktur, ein gutes Geschäfts- und Finanzumfeld, ein multikulturelles Klima sowie eine der liberalsten Volkswirtschaften im Mittleren Osten. Stand heute sind die Gebühren für Aussteller, Veranstalter und Konferenzen niedriger als in jedem anderen Mitgliedsstaat des GCC.



Sheikh Khaled Bin Humood Alkhalifa ist als CEO der Bahrain Authority for Tourism and Exhibitions (BTEA) ebenfalls für das Bahrain International Exhibition and Convention Center (BIECC) zuständig. Foto: BTEA

**Das BIECC wurde 1991 eröffnet und verfügt somit schon über eine langjährige Veranstaltungshistorie. Was war bisher die größte Veranstaltung, die es zu stemmen galt?**

Das BIECC richtet jedes Jahr eine Vielzahl von Veranstaltungen im Bereich Handel, Industrie, Kultur, Kunst, Unterhaltung und Dienstleistungen aus.

Die größten Veranstaltungen, die jährlich im BIECC stattfinden, sind: Jewellery Arabia, Autumn Fair, Gulf Construction Expo, Gulf Interiors, Gulf Property Show, Bahrain International Defence Konferenz & Ausstel-

lung, Bahrain International Property Exhibition, und das Al Ayam Kulturfestival.

Alle zwei Jahre ist das BIECC Gastgeber der East Refining and Petrochemicals Konferenz & Ausstellung, der Middle East Gas and Oil Show & Conference und der Middle East Process Engineering Konferenz & Ausstellung. Dies ist natürlich nur eine Auswahl der wichtigsten Messen und Konferenzen. Im Jahr 2017 wurden der Internationale Kongress des Rates der Ophthalmologen aus dem Mittleren Osten und Afrika sowie der FIFA Kongress im BIECC abgehalten.



**Und welche war Ihrer Meinung nach die interessanteste beziehungsweise vielfältigste Veranstaltung?**

Natürlich sind alle auf ihre eigene Art und Weise interessant. Nichtsdestotrotz ist die langersehnte und jährlich stattfindende Jewellery Arabia, unter der Schirmherrschaft der Königlichen Hoheit Prinz Khalifa bin Salman Al Khalifa, hervorzuheben. In der nunmehr 26. Auflage verbucht die Jewellery Arabia weiterhin ein stetiges Wachstum und steigende Besucherzahlen gegenüber dem Vorjahr. Im Jahr 2017 waren über 600 Aussteller aus 29 Ländern und circa 50.000 Besucher aus der ganzen Welt auf der Messe zu finden. Internationale Messebesucher machen dabei 43 Prozent der Gäste aus – die größte Gruppe bilden unsere Nachbarn aus Saudi-Arabien, mit einem entsprechenden Anteil von 73 Prozent. Dabei erstreckt sich die Jewellery Arabia über 16.500 qm und weist einen Gesamtwarenwert von über einer Milliarde US-Dollar aus.

**Wie sieht es im Allgemeinen mit der Situation der MICE-Branche in Bahrain aus?**

Das Königreich Bahrain hat stetige Fortschritte bei der Steigerung der internationalen Standortattraktivität des heimischen MICE-Marktes gemacht. Unterstrichen wird dies durch die Regierungserklärung Nr. 31 aus dem Jahr 2015, die entsprechende Maßnahmen klar priorisiert. Im Verbund mit anderen Regierungen und dem Wirtschaftsförderungsausschuss unseres Landes investieren wir fortlaufend in unsere MICE-Industrie. Und die Beliebtheit wird immer größer: Während in den Jahren 2014 bis 2016 im Schnitt 78 Veranstaltungen im BIECC stattfanden, sind es im Jahr 2017 schon 105 – dies entspricht einer Steigerung von 21 Prozent.

**Sind für die Zukunft Projekte geplant, die den MICE-Sektor stärken?**

Um die Veranstaltungsindustrie und Bahraains Position als wettbewerbsfähiger Ausrichter regional wie international zu stärken, ist ein neues integriertes Veranstaltungszentrum für Kongresse und Events in Planung. Dies geht auch aus der nationalen Wirtschaftsstrategie 2030 hervor. Die Fertigstellung unseres neuen internationalen Kongresszentrums, des Bahrain International Convention Centre, ist für das Jahr 2020 geplant.

Das Projekt wird auf einer Fläche von 308.000 qm neben dem Bahrain International Circuit realisiert und bietet eine Nutzfläche von 120.000 qm in zehn Hallen (je 9.500 qm). Zusätzlich hat das Kongresszentrum eine teilbare Konferenzhalle (4.500 qm) mit hochmodernen Bildschirmen und Technik. Das neue Convention Centre wird zudem auch 27 kleinere Ausstellungsflächen und Meetingräume in der Größe von insgesamt 1.700 qm beinhalten.

**Welche Rolle soll das BIECC beziehungsweise die BTEA in diesem Zusammenhang spielen?**

Die BTEA eröffnet Bahrain den Zugang zu einer modernen Veranstaltungs- und Tagungsindustrie und ist somit eine Säule der nationalen MICE-Entwicklungsstrategie.

**Welchen Stellenwert hat der deutsche MICE-Markt für Sie?**

Deutschland und Bahrain verbindet eine freundschaftliche und produktive Beziehung, die eine nachhaltige und sichere Geschäftsbeziehung für den deutschen Privatsektor in Bahrain etabliert. In diesem Zusammenhang hat das BTEA eine zuständige Anlaufstelle installiert, um deutschen MICE-Stakeholdern und Touristen den Standort Bahrain näherzubringen.

Seit Jahren haben sich viele deutsche Unternehmen aktiv in Industriekongresse und Veranstaltungen in Bahrain eingebracht. Vor kurzem stand die BTEA in engem Kontakt mit den Veranstaltern der IMEX Frankfurt und Messe Frankfurt, um Bahraains Tourismusbranche und MICE-Sektor auf der jährlichen IMEX international zu präsentieren. Der deutsche MICE-Markt ist international einer der größten und daher seit jeher eine Priorität für Bahraains Kongressindustrie.

**Gibt es Initiativen oder Strategien, um insbesondere deutsche Planer bei der Durchführung in Bahrain zu unterstützen?**

Die BTEA unterstützt und fördert weiterhin die Teilnahme von internationalen Ausstellern, besonders aus Deutschland, bei der Durchführung von Veranstaltungen im BIECC. Über die letzten Jahre konnte die Beziehung zu deutschen Planern durch Besuche zum „Kennenlernen“, Meetings, Seminare und einen stetigen Informationsfluss ausgebaut werden. Die BTEA ist in

diesem Kontext auch um eine rasche Besucher-Visumsvergabe bemüht.

**Gibt es bürokratische, strategische oder auch kulturelle Hürden, die es bei der Planung aus Deutschland heraus zu beachten gilt?**

Als offenes, vielfältiges und aufstrebendes Land bietet Bahrain einige der attraktivsten und stabilsten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in der Region. Unsere Regierung engagiert sich dafür, in Zusammenarbeit mit dem Privatsektor den Geschäftsverkehr im Land weiter zu erleichtern. Sie arbeitet deshalb aktiv daran, Veranstaltungsplanern entgegenzukommen, die sich für eine Ausrichtung in Bahrain interessieren.

Im April 2017 hat das Kabinett beispielsweise den Beschluss Nr. 09 – 2404 erlassen. Durch diesen Beschluss soll der Genehmigungsprozess für Ausstellungen mit Verkaufsmöglichkeiten vereinfacht werden. Dieser Schritt vonseiten der Regierung hat dazu beigetragen, dass Dokumente und Anforderungen für Aussteller und Teilnehmer bei der Einholung der entsprechenden Genehmigungen schneller bearbeitet werden können.

**Wie sehen Sie aus Sicht Bahraains die Entwicklung der internationalen MICE-Branche? Gibt es besondere Tendenzen oder Trends, die Sie in den letzten Monaten ausmachen konnten?**

Der Golfkooperationsrat GCC hat sich zunehmend zu einem Zentrum für Tourismus, Messen und Konferenzen entwickelt und gilt als wichtiger Sektor der bahrainischen Wirtschaft. Eine Studie über die Region des Golfkooperationsrates hat gezeigt, dass die Anzahl der Veranstaltungen, inbegriffen Ausstellungen und Geschäfts- und Verbandsmeetings, seit 2007 um durchschnittlich 7 Prozent im Jahr gewachsen ist. Das übertrifft sogar die weltweite Prognose über einen Anstieg von 4–5 Prozent. Die größte Herausforderung besteht vor allem darin, die wachsende Nachfrage für Veranstaltungsräume mit erstklassigen und zweckmäßigen Ausstattungen zu bedienen. Integrierte Leistungen, wie etwa Bewirtung, Einkaufsmöglichkeiten, Freizeit- und Unterhaltungsangebote sowie das Angebot flexibler Pakete, spielen dabei eine besonders wichtige Rolle. Die BTEA hat die Gelegenheit ergriffen und wird das neue Kongresszentrums-Projekt weiter vorantreiben, um diesen wichtigen Sektor unserer Wirtschaft auch weiterhin voranzutreiben.

# Veranstaltungen für mehr Wir-Gefühl | von Michael Haufe

**Vielleicht wird „Digitalisierung“ im kommenden Jahr zum Unwort des Jahres gekürt? Vielleicht werden Millionen Arbeitsplätze im kommenden Jahrzehnt wirklich nicht mehr benötigt und eine neue soziale Ordnung entsteht.**



Fotos: Teamgeist

In welcher Intensität die Veränderungen auch stattfinden werden – es gibt eine Gewissheit: Die Veränderung ist die neue Konstante. Wir haben als Führungskräfte und Mitarbeiter gelernt, strategisch zu denken und zu handeln. Zukünftig werden wir erfolgreich sein, wenn wir lernen, Virtuosen im Umgang mit Komplexität zu sein. Wir müssen verstärkt eine Fehlerkommunikation als Chance in die Prozesse integrieren und den Mut haben, diese auch offenzulegen. Langfristige Planungszyklen und mittelfristige Projektpläne sollen der Vergangenheit angehören und einer Kultur des disruptiven Denkens und Handelns weichen. Ich bin überzeugt, dass dies nicht grundsätzlich für jedes Unternehmen gilt. Für einzelne Unternehmen, die damit ganze Wirtschafts- & Sozialbereiche grundsätzlich verändern, trifft es zu. Alle anderen Marktteilnehmer müssen sich nach ihnen richten und sich neu ausrichten.

In einem solchen Umfeld versetzen Veränderungen Menschen immer in den Zustand von individuell wahrgenommener Gefahr. Sie können nicht oder nur begrenzt den Ausgang ihrer Handlungen überblicken und das vermeintliche Risiko bewerten oder vergleichen. Ihr Wunsch nach Berechenbarkeit des Kommenden wird nicht erfüllt und sie sollen von diesen angeborenen Verhaltensmustern abweichen. In der breiten Masse wird dies schwer und nur in einem sehr langen Zeitraum gelingen. In der Zwischenzeit gibt es einen Ort von sozialer Geborgenheit und persönlichem Gestaltungsraum: das Team. Es wird eine zentrale Rolle im kommenden Wandel der Gesellschaft einnehmen. War es in der Vergangenheit eher Organisationseinheit und Teil einer Unternehmensstruktur, wird es zukünftig zu einem eigenen System im System. In Zeiten von gesellschaftlichen Umbrüchen und tief-

---

„Sich herauslösen aus einer Welt, die voller Zwänge steckt, voller Konventionen, Uniformität. Aufbrechen, um die Welt zu erleben, wo sie noch faszinierend ist. Und endlich einmal wieder beweisen, was in einem steckt. An Energie. An Mut. An Entdeckerfreude.“

Jacques-Yves Cousteau

---

greifenden sozialen Einschnitten war die Familie immer der Anker für persönliche Sicherheit und Schutzraum für die Seele. Auf der Arbeitsebene wird dies ein neues Wir-Gefühl sein.

In den vergangenen Jahrzehnten war es der Auftrag an und der Wunsch von der Unternehmensführung, dass Teams gut

funktionieren. Damit sollten Ziele schneller erreicht und die Effektivität gesteigert werden. Diese hierarchisch strukturierte Arbeitsorganisation wandelt sich. Heute arbeiten wir dort zusammen, wo wir alleine nicht weiterkommen. Unsere Bereitschaft ist getrieben vom Wissensbedarf und vom Ressourcenmangel. Gleichheit wird nicht die Energie entfalten wie Unterschiedlichkeit und Reibung. Das Bewusstsein um diesen Motor verstärkt sich bei allen Akteuren, die eine hohe Eigenverantwortung für ihr Tun im agilen und selbst organisierten Team innehaben. Und genau diese Teams sind in jedem Unternehmen auf dem Vormarsch. Sie entfalten eine eigene Dynamik und ein eigenes Wir-Gefühl. Die Führung wandelt sich von einer richtungsweisenden hin zu einer dienenden Aufgabe. Führung wird zum Dienst am Mitarbeiter, um für ihn die richtigen Rahmenbedingungen zu schaffen.

---

## VERANTWORTUNG ÜBERTRAGEN VERTRAUEN SCHENKEN VERGEBEN LERNEN

---

Im Moment erleben wir einen Wettstreit zwischen Start-up-Mentalität und Stolz auf die Werte und die Geschichte in klassischen Unternehmen. Das eine kann heute nicht ohne das andere existieren. Dieser Wettstreit prägt wesentlich die Arbeitswelt von morgen. Ein Mensch, der im Jahr 2000 in die Berufswelt, zum Beispiel in ein Start-up, eintrat, wird im Verlauf seines Lebens 12- bis 15-mal seine Stelle wechseln (Sennett 2005, S.77 f.). Hinzu kommen



verschiedene Positionen innerhalb der einzelnen Unternehmen und Projekte. Dabei müssen immer wieder neue Beziehungen aufgebaut werden. Offenheit, Anpassungsfähigkeit, Selbstorganisation und Selbstreflexion sowie Loslassen werden als Eigenschaften an Bedeutung gewinnen. Eine gewisse Unverbindlichkeit, Oberflächlichkeit, Sorglosigkeit und ein neues Selbstbewusstsein werden damit einhergehen. Eine Orientierung im komplexen Umfeld gibt das temporäre Team. Hier kennt idealerweise jeder die Stärken des anderen und weiß, wie sie im Projekt den besten Platz finden. Die Wertschätzung des Leistungsbeitrags jedes einzelnen Teammitglieds ist Ausdruck für das neue Wir-Gefühl.

Mit der wachsenden Bedeutung des Wir im wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Kontext gewinnen Dienstleistungen im Umfeld des Teams eine neue Relevanz. Incentivierungen des Einzelnen

verschwinden hinter exzellent kuratierten Veranstaltungsformaten, die dem Austausch und der Begegnung Raum geben sowie Kreativität und Innovationskraft mit spielerischen Ansätzen fördern. Team-Building und Teamentwicklung zur Ausprägung sozialer Kompetenzen reichen alleine nicht mehr aus. Die Teams der Zukunft sind flüchtiger und zielloser, sie verbindet die Leidenschaft für eine Sache. Ihre Passion liegt in der Entdeckung des Neuen. Sie sind getrieben von Neugierde und suchen eine Bedeutsamkeit in ihrem Handeln. Um diese neue Denkweise zu fördern und entsprechende Angebote zu formulieren, braucht es neue Konzepte und Formate. Spielerische Freude am Tun und die Einordnung in den Kontext des Nützlichen und Sinnstiftenden prägen das Wir-Gefühl als Ausdruck einer neuen Lebens- und Arbeitsweise im Privaten wie im Beruflichen.



### Die Teamgeist Gruppe ...

... hat im Rahmen der Jahrestagung 2018 eine Wertediskussion auf der Basis der sich verändernden sozialen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen geführt. Dabei wurde von allen Teilnehmern ein einziger zentraler Aspekt für die zukünftige erfolgreiche Zusammenarbeit in den Teams herausgestellt: Wertschätzung. Sie bildet die Basis für alle zukünftigen Denkweisen. Ausgangspunkt der Entscheidungsfindung ist die Wertschätzung der Andersartigkeit der Teammitglieder als wesentliche Triebkraft innovativer Prozesse. Die Auseinandersetzung mit anderen Sichtweisen hält uns täglich lebendig, sichert die kreative Leistungsfähigkeit und letztendlich das erhoffte Ergebnis.

Reisebranche:

## Digitalisierung ist allgegenwärtig



Mehr als 100 Teilnehmer folgten den Ausführungen von Christian Bauer (r.) zum Thema Spracherkennung und Sprachverständnis. Fotos: CreativK Hans Rodewald

Mit einer 51 Gramm leichten Kapsel am Handgelenk oder an einer Kette um den Hals wird die Kreuzfahrt auf dem Schiff Regal Princess künftig zu einem besonderen Erlebnis. Der integrierte Responder kommuniziert per RFID oder Bluetooth mit den Antennen an Bord und ermöglicht dem Gast Zugang zum Schiff, zu seiner Kabine, und das stets mit individueller Ansprache. Das Bordpersonal kann den Gast dank der Kapsel leicht finden und identifizieren. Auch Bezahlvorgänge werden mit dem „Ocean Medallion“ abgewickelt. Seit 15. November 2017 ist diese Technik auf dem Schiff der Carnival-Gruppe im Einsatz.

Robert Zippel vom Beratungsunternehmen Accenture stellte die Entwicklung auf dem Travel Technology Symposium am 25. Januar 2018 vor. Der Travel Industry Club hatte gemeinsam mit dem weltweit tätigen Beratungsunternehmen Accenture zu der Veranstaltung in Kronberg bei Frankfurt eingeladen. Mehr als 100 Gäste waren der Einladung gefolgt, um die Möglichkeiten der Digitalisierung für die Reisebranche zu diskutieren.

„Digitalisierung ist allgegenwärtig. Jeder möchte und muss dabei sein“, sagte Doris Albiez, Senior Vice President und General Manager der Dell EMC Deutschland. Digitalisierung bedeute vor allem eine tiefgreifende Vernetzung der Prozesse. Mehr als die Hälfte aller Berufe könnten im Ergebnis wegfallen. Deren Aufgaben ersetzen Computer und Algorithmen langfristig schneller und günstiger.

Vor allem im Bereich der Touren und Aktivitäten sieht Lukas Hempel von bookingkit einen enormen Nachholbedarf. Während Reisende ihre Flüge fast komplett online buchten und vier von fünf Hotelzimmern online reservierten, erfolg-

ten Buchungen im Leisure-Bereich bislang überwiegend analog per Telefon. Das werde sich in den nächsten Jahren rasant ändern, zeigte sich Hempel überzeugt.

Die Kundenorientierung stand bei FlixBus-Gründer Daniel Krauss im Fokus. Man müsse keine Busse besitzen, meinte er. Viel wichtiger sei es, die Kunden zu kennen und zu verstehen. „Unsere Kunden brauchen kein eigenes Auto, sondern ein funktionierendes W-LAN“, berichtete Krauss.

Kleinbusse auf Abruf bietet die Deutsche Bahn-Tochter ioki. Dr. Michael Barillère-Scholz zeigte auf, dass Autos meist parkten und viele Busse außerhalb der Stoßzeiten unausgelastet seien. Kleinbusse wären daher die sinnvollere Lösung. Seit Ende 2017 erprobt ioki in Frankfurt am Main einen fahrerbasierten Abruf-Service (On-Demand) mit fünf elektrischen TukTuks.

Bei allen technischen Errungenschaften spielten die Emotionen eine äußerst wichtige Rolle. Kunden und Mitarbeiter müssten sich wohlfühlen beim Einsatz innovativer Lösungen, waren sich die Referenten einig. Nur dann werden die

technischen Neuerungen ausprobiert und angenommen. „Ohne Motivation geben Kunden ihre Daten nicht frei“, erläuterte Zippel die Voraussetzungen einer erfolgreichen Prozessänderung.

Wie man die Kundendaten erfassen und verarbeiten kann, zeigte Christian Bauer von der Amazon-Tochter Alexa Skills. Die Sprachanalyse des Unternehmens sei in der Lage, das Gesagte zu erfassen und das Gemeinte zu transportieren. Julia Leonhard demonstrierte, wie Google „machine learning“ nutze, um Muster zu erkennen. Mit der Sentimentanalyse wären Emotionen in Gesichtern ersichtlich. Microsoft-Mitarbeiterin Birgit Davidian demonstrierte die Emotionsanalyse in den Pausen im Foyer.

„Auf dem Travel Technology Symposium zeigen wir den Teilnehmern eine enorme Bandbreite der digitalen Möglichkeiten auf“, freute sich Dirk Bremer, Präsident des Travel Industry Club mit Blick auf die enorme Geschwindigkeit der technischen Entwicklungen. Dr. Peter Agel vom Think Tank des Travel Industry Club ergänzte zusammenfassend: „Neue Einfachheit dank neuer Technologien.“ (hr)



Andreas Wulfes (l.) vom team neusta demonstrierte den Teilnehmern des Travel Technology Symposiums Optionen der Spracherkennung in der Reisebranche.

# Ihre Tagungen & Meetings im einzigartigen historischen Ambiente – zentral gelegen

Ob zu einem Meeting oder  
einer Tagung: Wir haben die  
passenden Räumlichkeiten  
für Ihr Vorhaben.



Saal bis 100 Personen



Hotel mit 55 individuellen Zimmern & Suiten



Alte Brüderkirche bis 350 Personen



**RENTHOF  
KASSEL**

HOTEL · RESTAURANT  
BAR · EVENTLOCATION



Bibliothek bis 20 Personen

# Die Macht der Live-Veranstaltungen

**In einer zunehmend digitalen Welt werden Live-Veranstaltungen weiterhin dominieren, jedoch von Eventtechnologie gestützt werden. Cloudbasierte Technologie und die dominante Rolle, die Smartphones in unserem täglichen Leben einnehmen, haben die Art, wie wir Informationen nutzen, teilen und auf sie zugreifen, für immer verändert.**

**In der Industrie** hat die Technologie die Veranstaltungserlebnisse durch virtuelle Optionen wie Videokonferenzen und Webinare, aber auch durch interaktivere Lösungen wie mobile Apps, die wirkungsvolle, personalisierte Erfahrungen bieten, gewandelt.

Es besteht echte Besorgnis, dass Liveveranstaltungen in nicht allzu ferner Zukunft mit der Weiterentwicklung der virtuellen Technologie stark abnehmen oder vollständig verschwinden könnten. Virtuelle Meetings sind attraktiv, kosteneffizient, zeitsparend und kommen durch die Reduzierung der Kohlenstoffbilanz auch der Umwelt zugute. Dennoch sind persönliche Interaktionen wertvoller denn je, was sich im Wachstum der Liveveranstaltungen zeigt. Warum besteht also immer noch Bedarf für Liveveranstaltungen, obwohl wir immer digitaler werden? Es sind die menschlichen Verbindungen, auf die es ankommt. In der Geschäftswelt arbeiten Menschen eher mit Personen zusammen, die ihnen bekannt sind und mit denen sie eine echte Verbindung haben. Aus diesem Grund muss die Technologie als Vermittler und/oder Erweiterung und nicht als Ersatz für Live-Veranstaltungen gesehen werden.

Der Einfluss eines persönlichen Treffens darf nicht unterschätzt werden. Zahlreiche Studien haben gezeigt, dass persönliche Treffen produktiver eingestuft werden als deren virtuelle Gegenstücke.

Selbst unter den Millennials, den produktivsten Nutzern von Technologien, werden persönliche Treffen digitalem Austausch vorgezogen. In einer aktuellen Studie der Mattersight Corporation wurden über 1.000 Millennials befragt. 85 Prozent von ihnen gaben an, dass sie mit Familie, Freunden und Kollegen lieber persönlich kommunizieren würden als per Telefon oder E-Mail und dass für sie die Chemie bei qualitativ hochwertigen Gesprächen



David Chalmers ist seit Juni 2014 Marketing Director von Cvent Europe. Foto: Spotlight Communications Ltd.

eine wichtige Rolle spielen und dieser Faktor nur durch persönliche Treffen erreicht werden könne.

Die Technologie für virtuelle Meetings bietet einen echten Mehrwert für Veranstaltungen, indem sie neue Möglichkeiten

zur Interaktion schafft. Hybrid-Veranstaltungen sind ein großartiges Beispiel, bei dem persönliche Veranstaltungen mit einer Online-Komponente kombiniert werden, die den Gästen die Möglichkeit gibt, persönlich oder digital teilzunehmen.



Foto: vectorfusionart/shutterstock.com

Abhängig von der Art der Veranstaltung wird manchmal ein virtuelles Treffen relevanter und andere Male ein persönliches Treffen – es ist keine einheitliche Größe, was gut ist, um die Erfahrungen zum Vorteil des Teilnehmers zu gestalten.

Die Macht der Liveveranstaltungen kann durch die Integration von Technologie in das Eventprogramm verstärkt werden. Auf diese Weise können die Organisatoren den Einfluss ihrer Veranstaltungen unter Beweis stellen und die Lücke zwischen Offline- und Online-Marketing-Kanälen schließen. Registrierungssysteme, Touchpoints und mobile Veranstaltungs-Apps sind nur einige Technologien, die es den Organisatoren ermöglichen, die vor, während und nach der Veranstaltung gesammelten Daten zu verwenden, um den digitalen Fußabdruck der Teilnehmer verfolgen zu können und so personalisierte Erfahrungen zu schaffen, Einblicke in Teilnehmermuster zu gewinnen und den ROI zu messen.

Technologien verbessern sowohl Live- als auch digitale Veranstaltungen. Es gibt

eine Vielzahl von Lösungen, die Ereignisse ermöglichen. Meine Auswahl beinhaltet:

#### ➤ Beacon-Technologie

Ausstellungen und Veranstaltungen eignen sich gut für diese Technologie, da ihre Implementierung eine viel produktivere Umgebung für die Teilnehmer schafft, indem diese durch personalisierte Erfahrungen, die auf jedes ihrer Ziele zugeschnitten sind, geleitet werden.

#### ➤ Navigationshilfe

Die Navigationshilfe wird sich langfristig bei großen Konferenzen und Ausstellungen bemerkbar machen. Mobile Veranstaltungs-Apps legen detaillierte Grundrisse und Beacons oder RFID fest, um Geositionen im Innenbereich zu ermöglichen. Die Kombination der beiden Komponenten kann es Organisatoren ermöglichen, einen Weg von „Tür zu Tür“ von dem Ort, an dem der Teilnehmer steht, zu dem Ort, an dem er als Nächstes sein möchte, zu zeichnen.

#### ➤ Wearable Technology und Augmented Reality

Einer der wichtigsten Vorteile, die Wearable Technology und Augmented Reality bei einer Veranstaltung mit sich bringen können, ist die Bereitstellung einer maßgeschneiderten und persönlichen Erfahrung für alle Teilnehmer. Die Technologie kann auch die Produktivität enorm steigern, indem sie die Vernetzung der Gäste und die Anpassung der Informationsflüsse erleichtert.

#### ➤ Remote Presence

Remote-Presence-Technologien bieten eine praktische und kosteneffektive Alternative zu persönlichen Meetings, indem sie virtuelle Unternehmensvertreter, Standvertreter und Produktexperten bereitstellen, die mit den Teilnehmern über ein digitales Gerät wie beispielsweise ein iPad live kommunizieren können.

#### ➤ 360°-Videos

Die Videos, die aus allen Perspektiven gedreht wurden, verhelfen dem Zuschauer zu immersiven Erlebnissen. Wenn sie im Veranstaltungskontext angewendet wird, hat diese Technologie das Potenzial, die Art und Weise, wie Bildungsseminare und sonstige digitale Inhalte angezeigt werden, zu revolutionieren.

Die Technologie und die Rolle, die sie in der Industrie spielt, werden sich immer weiter entwickeln. Dennoch wird die Macht der Liveveranstaltungen zur Verbindung von Menschen künftig präsent bleiben. Liveveranstaltungen werden weiterhin dominieren, weil sie Teilnehmern auf eine Ebene heben, die virtuell nicht alleine erreicht werden kann. (ag)

Anzeige

**das**  
★★★★★ **tagungshotel**  
**für neugierige**

Frankfurter Str. 299 34134 Kassel  
Telefon +49.5601.4805-0  
www.hotel-gude.de

**HOTEL GUDE**



## Mit Le Méridien die MICE-Möglichkeiten der Côte d'Azur entdecken

**Zahlreiche Menschen zieht es alljährlich an die Côte d'Azur, seien es das mediterrane Klima, das weithin bekannte savoir-vivre, die französische Kultur oder aber der monegassische Lifestyle. Warum also diese einzigartige Mischung nicht einmal für Veranstaltungen nutzen?**

**Nach nur einer** guten Stunde Flugzeit – von Frankfurt aus – landet der Flieger in der Hafenstadt Nizza; nach weiteren guten 15 Minuten Autofahrt erreicht man bereits das Le Méridien Nice, das direkt an der berühmten Strandpromenade liegt. Erstmals öffnete das Vier-Sterne-Haus in den 70er-Jahren, damals noch als Teil der Air-France-Gruppe. Da die unterste Etage nicht für den Hotelbetrieb genutzt wird, empfängt das Le Méridien seine Gäste in der ersten Etage des Gebäudes, die per Lift oder Rolltreppe problemlos zu erreichen ist. Bodentiefe Fensterfronten geben den Blick auf die Umgebung frei. Hier liegt neben der Rezeption liegt außerdem eines der beiden Restaurants, das für Gruppen einen separaten Bereich bietet.

### Ein Cocktail mit Meeresrauschen

Das zweite Restaurant hingegen befindet sich auf der Dachterrasse des LeMeridien Nice. Im „La Terrasse“ können Planer einerseits stimmungsvolle Dinner oder Lunches realisieren, andererseits die Dachterrasse, die sich in Restaurant-, Pool- und Loungebereich aufteilt, für Cocktails und Stehempfangen bespielen. Dies auch exklusiv. Das Ganze selbstverständlich mit dem beeindruckenden Ausblick auf die Promenade des Anglais und das Mittelmeer.

### Stadt- oder Meerblick

Auf den Etagen zwischen Lobby und Dachterrasse verteilen sich die insgesamt

303 Zimmer und 15 Suiten. Die Größe der unterschiedlichen Zimmerkategorien variiert von 25 m<sup>2</sup> im Classic Room und bis zu 120 m<sup>2</sup> in der Presidential Suite. In allen Zimmern finden sich bodentiefe Fenster, die den Blick – entweder auf die Stadt oder das angrenzende Mittelmeer – freigeben.

### Frisch renoviert

1.000 m<sup>2</sup> Konferenzfläche bietet die Lobby-Ebene des Le Méridien Nice. Erst im Sommer letzten Jahres wurden alle elf Salons einer Frischzellenkur unterzogen und vollständig renoviert. Elegant und puristisch sind die beiden Begriffe, die das Hotel selbst als bezeichnend für den neuen Stil verwendet. Als Inspiration diente Nizza selbst: Bilder, Fotografien und Wandmalereien zeigen verschiedene Szenen aus der Altstadt und sorgen für eine sehr angenehme Atmosphäre. Ruhige Farben ergänzen das stimmige Gesamtbild.

Einzig durch eine Glastür vom Hotelbetrieb getrennt, profitieren Planer nicht nur von kurzen Wegen, sondern auch von der Abgeschlossenheit eines eigenständigen Veranstaltungsbereiches. Zusätzlich gibt es hier eine eigene Rezeption, an der Registrierung oder Garderobe problemlos realisiert werden können. Ein weiterer großer Vorteil liegt außerdem in der Konzentration der Räume auf einer einzigen Ebene. Alle elf Säle können gleichzeitig

bespielt werden, ohne dabei Etagen oder Gebäudeflügel wechseln zu müssen. Verbunden sind sie durch einen großzügigen Lobby-Bereich, der für Pausen ebenso wie für Cocktail-Empfänge genutzt werden kann.

Die größte Kapazität entfällt auf den Saal „Le Vallauris“. Mit seinen 500 m<sup>2</sup> erlaubt er Veranstaltungen mit bis zu 600 Personen bei entsprechender Bestuhlungsvariante. In sich ist der Raum darüber hinaus in drei kleinere Einheiten teilbar. Durch drei individuelle Eingänge können diese zusätzlich – und sofern gewünscht – unabhängig voneinander genutzt werden.

### Creative Meetings by Le Méridien

Mit „Creative Meetings“ hat Le Méridien ein eigenes Programm entwickelt, das Konferenzteilnehmern einen Mehrwert außerhalb des Konferenzraumes offerieren soll: Die Destination soll erlebbar gemacht werden. Immer an die jeweilige Destination angepasst, haben die lokal inspirierten Rahmenprogramme in allen Häusern von Le Méridien das Ziel, einen gelungenen Ausgleich zum Meeting-Alltag zu bieten. In Nizza beispielsweise konzentrieren sich die Möglichkeiten auf die Bereiche Kunst, Kulinarik und Kultur.

### Mit dem Segway durch die engen Gassen

Meist bleibt während Konferenzen oder Meetings wenig Zeit, um die Destination





zu entdecken. Hier setzt der Gedanke der Creative Meetings by Le Méridien an. Um die Stadt möglichst kurzweilig und ohne großen zeitlichen Aufwand kennenlernen zu können, sind geführte Segway-Touren eine sehr angenehme Option. In etwa 1,5 Stunden kann die charmante Altstadt Nizzas erlebt werden. Wer sich im ersten Moment ein wenig sorgt, weil sicherlich nicht jeder über Segway-Erfahrung verfügt, der sei beruhigt. Die Segways, die nur etwa 100 m vom Hotel entfernt zur Abholung bereitstehen, lassen sich sehr leicht fahren und auch absolute Anfänger können nach einer kleinen Einführung und Probefahrt die anschließende geführte Tour durch die engen Gassen Nizzas genießen. Meist starten die Touren an der Promenade und führen dann vorbei an der Oper direkt in die Altstadt, die mit ihren farbenfrohen Fassaden begeistert. Die verschiedenen Plätze der Stadt sowie die erst kürzlich neu angelegte Gartenanlage Promenade du Pailon können in diese kurzweilige Tour

eingebaut werden. Allerdings sollten die Segway-Touren nicht unbedingt in der Hochsaison unternommen werden, wenn zusätzlich zahlreiche Touristen durch die Gassen ziehen. Dann könnte das Fahrvergnügen etwas eingeschränkt sein.

**Typisch französisch:  
Le comptoir du marché**

Wer mit kleineren Gruppen in Nizza unterwegs ist, sollte einen Besuch im Le comptoir du marché unbedingt einplanen! Das kleine und sehr urige Restaurant punktet mit einer kreativen Küche, die mit typisch französischen Klassikern wie Crème brûlée, Loup-de-mer oder Foie gras experimentiert und diesen Gerichten damit einen ganz eigenen persönlichen Stempel aufdrückt. Abgerundet wird der kulinarische Genuss mit zahlreichen verschiedenen Weinen, die selbstverständlich korrespondierend zum jeweiligen Gericht serviert werden und allesamt aus Frankreich stammen. Es sei jedoch angemerkt,

**o.li.:** Mit ihrem türkisfarbenen Meer, den zahlreichen Sonnenstunden und den charmanten Städtchen ist die Côte d'Azur seit jeher ein Traumziel für Touristen. Aber auch die MICE-Branche sollte sich die Südküste Frankreichs genauer ansehen.

Foto: Roman Borodaev/shutterstock.com

**o.re.:** Direkt an der Promenade des Anglais befindet sich das Le Méridien Nice.

**u.li.:** Die Dachterrasse ist im Normalfall Restaurant, Lounge und Pool-Area. Für Veranstaltungen kann sie allerdings auch für Cocktail-Empfänge mit bis zu 250 Personen bespielt werden.

**u.re.:** Erst im Spätsommer 2017 wurde der gesamte Konferenzbereich vollständig renoviert.

Fotos: Le Méridien Nice

dass die beiden Gasträume, die durch den offenen Küchenbereich miteinander verbunden sind, nicht sehr groß sind. Daher sollten insbesondere Gruppen rechtzeitig reservieren.



## Das einzige Hotel mit Privatstrand

**Monaco steht wohl wie kaum ein anderer europäischer Staat für Luxus, den Lifestyle der Reichen und Schönen und einen der Höhepunkte im Formel-1-Zirkus. Daher kann Monaco zwar sehr glamourös und exklusiv sein, insbesondere für die MICE-Branche präsentiert sich der Stadtstaat hingegen eher unkompliziert, hervorragend aufgestellt und vor allem vielseitig.**



**Am östlichen Strandabschnitt** Monacos und in direkter Nachbarschaft zum Grimaldi Forum – dem Kongress- und Konferenzzentrum – liegt das Le Méridien Beach Plaza, übrigens das einzige Hotel mit einem Privatstrand. Für den nächtlichen Komfort gibt es 397 Zimmer und Suiten, die entweder erst kürzlich renoviert wurden oder sich zurzeit in der Renovierungsphase befinden.

### 3.000 m<sup>2</sup> Eventfläche

Das Le Méridien Beach Plaza verfügt wie auch das Haus in Nizza über ein eigenständiges Konferenzzentrum. In Monaco wurde der gesamte Konferenzbereich ebenfalls erst kürzlich renoviert und ist somit in puncto technische Ausstattung und Interieur-Design up to date.

Jedoch finden Planer hier einen vollständig vom Hotelbetrieb abgekoppelten Veranstaltungsbereich vor. Denn der 3.000 m<sup>2</sup> umfassende „Sea Club“ ist in einem separaten Teil des Gebäudes untergebracht. Zwar sind Hotel- und Konferenzbereich über einen Gang miteinander verbunden, beide Bereiche können aber vollständig unabhängig voneinander bespielt werden. Ein weiterer großer Vorteil ist der eigene Eingang, der auch bei Einzelveranstaltungen mit Gästen von außerhalb die entsprechende Privatsphäre bietet, ohne dabei den Hotelablauf zu stören beziehungsweise durch diesen gestört zu werden.

### 14 Räume auf vier Etagen

Insgesamt 14 Säle und Räume mit einer Kapazität zwischen acht und 550 Personen offeriert der Sea Club. Diese verteilen sich

**o.:** Von Grace Kelly bis Charlène: Monaco war schon immer der Inbegriff für Glamour. Der Fürstenstaat hat aber noch deutlich mehr zu bieten. Foto: Noppasin Wongchum/shutterstock.com

**u.re.:** Der Sea Club – das hoteleigene Konferenzzentrum – offeriert zahlreiche Möglichkeiten, unter anderem die Dachterrasse mit einzigartigem Blick über das Mittelmeer.

Fotos: Le Méridien Beach Plaza

auf insgesamt vier Stockwerke und ermöglichen durch ihre flexiblen Nutzungsmöglichkeiten jede Art von Veranstaltungen. Seien es Ausstellungen, Konferenzen, Meetings oder Cocktailempfänge: Der für die persönlichen Ansprüche passende Saal findet sich sicherlich. Insbesondere die größeren Säle punkten überdies mit durchgehenden Glasfronten, die nicht nur Tageslicht in den Raum lassen, sondern zusätzlich den Blick auf die mediterrane Umgebung freigeben.



### Außenflächen ebenfalls beispielbar

Der Sea Club verfügt außerdem über einen direkten Zugang zum Außenbereich des Hotels. Somit sind sowohl Pool-Bereich als auch Terrasse und Strand zusätzlich für Planer nutzbar. Stimmungsvolle Dinner unter freiem Himmel oder mondäne Cocktailempfänge in der großzügigen Pool-Area haben hier bereits stattgefunden und sind bei entsprechender Planung jederzeit realisierbar.

### Landpartie auf monegassisch

Etwas außerhalb von Monte Carlo schlängeln sich die Küstenstraßen, die auf drei unterschiedlichen Höhen verlaufen, entlang. Daher bietet sich eine Ausfahrt geradezu an. Und am schönsten geht das natürlich in einem klassischen Oldtimer. Mit Rent-a-classic-car steht hierfür ein mehr als kompetenter Partner zur Seite. Über 40 alte „Schätzchen“ stehen in der Garage des Anbieters, darunter einige Rolls Royce, Jaguar, Porsche und Peugeot. Sogar ein Mercedes SL 190 findet sich im Bestand – übrigens genau das Auto, das schon Grace Kelly bevorzugte. Exakt mit der gleichen Ausstattung in Farbe, Leder und Baujahr. Wer sich also schon immer einmal fühlen wollte wie Princess Grace, sollte sich mit dem Team von Rent-a-classic-car in Verbindung setzen. Aber auch wenn es letztlich nicht der SL 190 sein sollte – das Gefühl, mit einem der Oldtimer auf den Straßen entlang der Küste zu fahren und den flächenmäßig zweitkleinsten Staat der Welt zu entdecken, ist einmalig und für Konferenzteilnehmer sicherlich ein Erlebnis, das sie so schnell nicht wieder vergessen werden.

# CONVENTION GEHT APP



Ab sofort im  
App- und PlayStore  
erhältlich.



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



# Kurztrip Düsseldorf. Ein Tag Radisson Blu Media Harbour Hotel Düsseldorf.

**Zentral im lebendigen und florierenden Düsseldorfer Medienhafen liegt das Radisson Blu Media Harbour. Ein modernes Hotel, das nicht nur allen Ansprüchen an ein Vier-Sterne-Haus genügt, sondern auch mit eigenem – ganz besonderem – Anspruch überzeugt: Authentizität. Einen Tag lang war ich hier auf meiner Reise durch das Rheinland zu Gast und konnte mich von dieser gelebten Philosophie überzeugen.**



Das Radisson Blu Media Harbour Hotel Düsseldorf liegt inmitten des florierenden Düsseldorfer Medienhafens und bietet neben allen Qualitäten eines Vier-Sterne-Hauses und besten Anbindungen vieles mehr. Alle Fotos: Radisson Blu Media Harbour Hotel, Düsseldorf

**Für Business-Reisende** empfiehlt sich das Radisson Blu Media Harbour bereits aufgrund der Lage. Noch nicht einmal 10 Kilometer sind es mit dem Auto bis zum Düsseldorf International Airport, gerade einmal vier bis zum Hauptbahnhof. Die Messe Düsseldorf ist in ca. 10 Minuten erreicht. Wer auf öffentliche Verkehrsmittel zurückgreifen möchte, findet in nur drei Gehminuten Straßenbahn-Stationen und Bushaltestellen.

## **Nicht von der Stange, sondern persönlich**

Schon bei Ankunft und Betreten des Eingangsbereiches wird klar: Hier ist es anders. Aber anders im besten Sinne. „Wo ist die Rezeption?“, fragt sich der Gast – das habe auch ich mich, zugegeben, im ersten Moment gefragt. Schließlich ist doch normalerweise die Rezeption das Erste, was dem Besucher ins Auge sticht, wenn er ein Hotel betritt. Stattdessen finden sich im Eingangsbereich des Ra-

disson Blu Media Harbour ein hinter Glas stilvoll inszeniertes Wine Cabinet, linker Hand ein in warmen Braun- und Beigetönen gehaltener Barbereich, rechter Hand entsprechend eine Lounge-Gruppe; gemütlich lodert das Feuer im – wohlge-merkt echten – Kamin. Abgerundet wird diese einladende Atmosphäre durch Vorhänge aus Swarovski-Kristallen, in denen sich das warme Licht spiegelt.

Aber wo ist denn nun die Rezeption? Gar nicht so weit weg. Um die Ecke, unmittelbar an den Aufzügen. Nicht direkt sichtbar, aber eben doch zentral gelegen. Maik Schäfer, General Manager des Hauses, der mich direkt nach meiner Anreise begrüßt, erklärt: „Das ist genau das, was wir wollen. Unsere Gäste sollen sich trotz Business-Stress bei uns zu Hause fühlen. Und das bereits bei Betreten unseres Hauses. Aus diesem Grund haben wir diesen, etwas anderen Eingangsbereich geschaffen. Das Prinzip Living Lobby leben

wir. Aber um in diesem Punkt wirklich authentisch zu sein, muss auch die ganze Mannschaft mitmachen, man braucht ein Team, das diesen Gedanken wirklich lebt.“ Und das tut es. Absolut freundlich ist der Empfang, nicht aufgesetzt, sondern herzlich, nicht von der Stange, vielmehr persönlich.

## **Von den Seelen des Hauses und einem Haus mit Seele**

Hoda Dönderici, Front Office Manager, und ihre Kollegin Winnie Baum, Guest Relations Manager, haben viel Zeit für die Site Inspection mitgebracht. Zu Beginn nehmen wir Platz im tagsüber gut besuchten Loungebereich der Lobby, die Damen geben einen kurzen Einblick in die Facts & Figures. Eröffnet im Jahr 2005 bietet das Radisson Blu insgesamt 135 Zimmer, davon 94 Standardzimmer mit 27 qm, 38 geräumige Business-Zimmer mit 33 qm und drei Suiten, die Design- und die Style Suite mit jeweils 57 qm in der vierten sowie die Media Harbour Suite mit 67 qm in der sechsten Etage. Alle Zimmer und Suiten, für deren Design der mehrfach prämierte italienische Architekt und Designer Matteo Thun verantwortlich zeichnet, sind grundsätzlich in warmen Braun- und Beigetönen gehalten – immer akzentuiert durch ein matt-rötliches Element – und verfügen allesamt über Panoramafenster, Walk-in-Dusche, Flachbildfernseher und kabellosen Internetzugang ebenso wie Minibar, Safe und weitere Annehmlichkeiten. Die Veranstaltungsmöglichkeiten im Haus schauen wir uns anschließend gemeinsam an. Zunächst ist da der Restaurant-Bereich mit angrenzender Terrasse, der nicht nur als solcher genutzt, sondern darüber hinaus exklusiv für Abendveranstaltungen gebucht werden kann. „Sowohl private als auch geschäftliche Veranstaltungen realisieren wir in diesen Räumlichkeiten. Dies immer in enger Zusammenarbeit und Abstimmung mit Veranstalter beziehungsweise Gast. Um das gewünschte Ambiente zu schaffen und



Der vielseitig nutzbare Event-Bereich des Radisson Blu bietet direkten Zugang zur Terrasse. Dahinter liegt der Private Dining-Room mit schönem Kronleuchter

den idealen Verlauf der Veranstaltung garantieren zu können, sind wir in jeder Phase der Planung dabei“, erklärt Hoda Dönderici. „Das gilt ebenso für unseren Private Dining Room“, fährt sie fort. Angrenzend an das Restaurant, hinter einer nahezu voll verspiegelten Glaswand liegt der 25 qm große Raum, der Platz für bis zu 16 Personen bietet. Herzstück ist der imposante Kronleuchter, der dem Raum eine besondere Atmosphäre verleiht. „Wer hier bei uns ein Private Dinner veranstalten möchte, dem stehen wir im Vorfeld zur Seite. Auch unser Küchenchef ist von Anfang an eingebunden, um für das individuelle Vorhaben des Gastes kreative Vorschläge einbringen zu können“, ergänzt Winnie Baum. „Es ist uns ein Anliegen, uns individuell und persönlich zu kümmern. Unsere Business- ebenso wie unsere Leisure-Gäste sollen sich rundherum wohlfühlen. Diesen Anspruch leben wir.“ Und damit ist nicht nur der typische – erwachsene – Reisende gemeint.

### Klein, aber fein und mit sehr viel Gespür für Details

Während der Inspection höre ich viele kleine Anekdoten, die nicht nur den geschilderten Anspruch unterstreichen, sondern die gelebte Authentizität im Haus belegen. Beispielsweise die Tochter einer in Dubai lebenden Familie, die es „nach Hause kommen“ nennt, wenn sie mit ihren Eltern wieder einmal auf

der Durchreise zur deutschen Verwandtschaft im Radisson Blu Halt macht. Die mit Liebe ausgesuchten altersgerechten Präsente für jüngere Gäste, der freundliche Umgang mit Tieren im Haus, Hunde erhalten eine ganz spezielle Begrüßung auf dem Zimmer und vieles mehr: Man kümmert sich, nimmt alles wahr. Nicht verwunderlich also, dass beachtliche 80 Prozent der Gäste Dauergäste sind. Weiter geht es in Richtung der beiden, ebenfalls im Erdgeschoss gelegenen Boardrooms, die bei einer Fläche von 29 qm beziehungsweise 58 qm beide über Tageslicht verfügen, direkten Zugang zur Terrasse und je nach Art der Bestuhlung Platz für 10 bis 35 Personen bieten.

Im sechsten und damit obersten Geschoss des Radisson Blu ist der kleine, aber feine Fit- und Wellnessbereich untergebracht. Die Geräte wurden allesamt im letzten Jahr neu angeschafft. Eine Sauna mit geschlossenem Ruheraum und zusätzlichen Ruhemöglichkeiten auf der angrenzenden Terrasse rundet das Angebot ab. Hier, in absoluter Ruhe lässt sich – über den Dächern der Stadt – ganz

entspannt etwas für die Fitness tun, ein bisschen abschalten und durchatmen. Und wer abseits des Daily Business ein wenig mehr Zeit hat, der sollte die Gelegenheit nutzen, das einzigartige Flair der Stadt ein wenig „mitzunehmen“. Sei es ein langer Spaziergang entlang der wunderschönen Rheinpromenade, ein kleiner Abstecher in die legendäre Altstadt, eine Runde Flanieren auf der luxuriösen Königsallee, oder vielleicht ein Besuch der zahlreichen Theater, Museen und Galerien – das Düsseldorfer Kulturleben ist mehr als vielfältig. (kg)



Die Boardrooms des Hauses liegen zentral im Erdgeschoss, verfügen über direkten Zugang zur Terrasse und bieten Platz für bis zu 35 Personen

## Curio Collection by Hilton eröffnet in Barcelona

Nach einer Restaurierung erstrahlt das Hotel Alexandra Barcelona der Curio Collection by Hilton wieder im neuen Glanz. Das stilvolle Haus wurde in Paseo de Gracia wiedereröffnet. Es ist Teil der exklusiven Curio Collection by Hilton, die ein globales Portfolio von über 40 gehobenen und einzigartigen Hotels und Resorts umfasst. Das Alexandra Barcelona liegt im Herzen der Stadt und ist idealer Ausgangspunkt für nahegelegene Sehenswürdigkeiten, darunter das Haus Mila und die Casa Batlló. Das lebendige Flair der Gegend spiegelt sich im einzigartigen Dekor des Hotels wider, das aus einer eigenwilligen Kombination aus Möbeln, Fotografien, Mosaikböden, Balkendecken und natürlichem Eichenholz besteht. Die Verbindung der unterschiedlichen Stile unterstreicht den Charakter des Hotels. Die 116 Gästezimmer und vier Tagungsräume sind modern und komfortabel eingerichtet. Durch natürliches Licht und ausgestattet mit der neuesten Technik sorgen die Räume für Wohlfühl-Atmosphäre.

## Ghotel Hotel & Living erweitert Portfolio im Großraum Stuttgart

Ghotel hotel & living hat zwei 4-Sterne-Hotels im Großraum Stuttgart erworben. Die Häuser, der Marke „nestor“ befinden sich in Ludwigsburg und Neckarsulm. Beide Hotels sind hervorragend am lokalen Markt positioniert und wurden von 2012 bis 2017 durch umfangreiche Renovierungsarbeiten auf den neuesten Stand gebracht und bieten modernsten Komfort. Jens Lehmann, Geschäftsführer der Gruppe, die ihren Hauptsitz in Bonn hat: „Mit den beiden Häusern, die sich an exzellenten und verkehrsgünstigen Standorten befinden, erweitern wir nicht nur unser Angebot für Geschäftsreisende, Tagungsveranstalter und Individualreisende, sondern weiten auch unser Angebot im 4-Sterne-Segment aus.“ Das nestor-Hotel in Ludwigsburg verfügt über 179 modern eingerichtete Zimmer, Tagungsbereiche, ein Restaurant sowie über einen modernen Fitnessbereich mit Sauna und Dampfbad. Das nestor-Hotel in Neckarsulm bietet den Gästen 84 komfortabel und modern eingerichtete Zimmer, einen Konferenzbereich und ebenfalls ein Restaurant. „Der Erwerb der beiden nestor-Hotels ist ein weiterer wichtiger Schritt in unserer langfristigen Wachstumsstrategie. Erst vor wenigen Wochen konnten wir den Bau eines neuen Ghotel hotel & living Hotels in Bochum bekannt geben. Zudem engagieren wir uns in Zukunft als Betreiber zweier Hotels am Düsseldorfer Airport“, so Jens Lehmann. Zurzeit bietet die Hotelgruppe, die seit 2006 zur AURELIUS Gruppe gehört, neun Hotels und Apartmenthäuser in ganz Deutschland an.

## UNICEO und Marriott geben Partnerschaft bekannt

Marriott International wird mit sofortiger Wirkung die Aktivitäten des Non-Profit-Interessenverbandes UNICEO aus Genf, als neuer globaler Partner tatkräftig unterstützen. Nachdem Marriott International erst kürzlich mit Starwood zusammengeführt wurde, unterstützt dieses Abkommen Marriott dabei, seine Kompetenzen im Meeting- und Events-Segment der Hotelleriebranche nachhaltig zu stärken und seine Position zu festigen. Durch diese Partnerschaft mit UNICEO eröffnet sich Marriott International einen direkten Zugang zu verantwortlichen Entscheidern rund um Marken-Events und Kundenveranstaltungen großer international agierender Unternehmen. Debora Piovesan, Vice President bei UNICEO, erläutert: „Marriott ist das weltweit führende Hospitality-Unternehmen und vereint die prestigeträchtigsten Marken unter seinem Dach. Wir fühlen uns durch diese Partnerschaft ausgesprochen geehrt. Diese Partnerschaft eröffnet unseren Mitgliedern ein großes Portfolio an Tagungs- und Eventlokalationen und wird dadurch zur positiven Entwicklung von UNICEO, speziell in den USA wo Marriott Marktführer ist, einen signifikanten Beitrag leisten.“ Tammy Routh, Senior Vice President von Marriott Global Sales sagt, „Meetings und Events waren schon immer unser Kerngeschäft und wir sind ständig bestrebt, unsere Beziehungen zu dieser Community zu pflegen. Unsere strategische Partnerschaft mit UNICEO ermöglicht es uns, diese extrem wichtigen Kunden und ihre Veranstaltungsteilnehmer wesentlich besser zu betreuen und gleichzeitig auf deren Wünsche und Bedürfnisse in einem sich extrem schnell verändernden Markt und Wettbewerbsumfeld eingehen zu können.“

## Meliá plant vier weitere Hotels in Vietnam

Die spanische Hotelgruppe Meliá Hotels International (MHI), deren weltweites Portfolio über 370 Häuser umfasst, hat Managementverträge für vier weitere Hotels in Vietnam unterzeichnet und setzt damit ihren Expansionskurs im asiatisch-pazifischen Raum fort. Standorte der Hotels sind die Finanzmetropole Ho-Chi-Minh-Stadt (ehemals Saigon) mit dem Meliá Saigon Central, dem INNSIDE Saigon Central und dem INNSIDE Saigon Mariamman sowie die Touristenhochburg Halong-Bucht mit dem INNSIDE Halong Bay. Mit diesen Neuzugängen erhöht sich die Anzahl der bestehenden und zukünftigen Hotels der Gruppe in Vietnam auf zehn Häuser. Derzeit ist MHI dort mit drei Hotels in Hanoi, Danang und Phu Quoc vertreten. Angesichts des steigenden Wohlstands der Region, verbesserter Infrastruktur sowie verbesserter internationaler Vernetzung birgt der Markt in Vietnam enormes Potenzial im wachsenden „Bleisure-Markt“ und ist nicht nur ein boomender Touristenmagnet, sondern auch ein strategisch wichtiger Markt für den mallorquinischen Hotelkonzern.

## Swissôtel nun auch in den VAE

Das Swissôtel Al Ghurair & Swissôtel Living im Al Ghurair Centre eröffnete kürzlich im Stadtteil Deira in der Altstadt Dubais. Das Haus verfügt über 428 Zimmer und 192 Apartments und eignet sich dank der zentralen Lage im Al Ghurair Centre Complex, einem der wichtigsten und bekanntesten Einkaufsziele der Region im Herzen der Altstadt Dubais, ideal für Geschäftsreisende und Urlauber. In unmittelbarer Nähe befinden sich zudem zahlreiche Sehenswürdigkeiten und andere wichtige Orte, darunter historische Viertel wie Dubai Creek und Al Fahidi ebenso wie die Regierungs-, Konsulats- und Geschäftsviertel, die Innenstadt Dubais, der Dubai International Airport und die Dubai Union Station. Neuer General Manager ist Swissôtel-Veteran Emiel Van Dijk. Er kann auf über 15 Jahre Erfahrung in unterschiedlichen Führungspositionen innerhalb des Unternehmens zurückblicken. Zuletzt war er vier Jahre im Swissôtel The Bosphorus tätig und trug dort maßgeblich zum Erfolg des 566 Zimmer umfassenden Hotels im Zentrum von Istanbul bei. Das Swissôtel Al Ghurair & Swissôtel Living ist das nunmehr dritte Hotel der Marke im Nahen Osten. In den Vereinigten Arabischen Emiraten betreibt AccorHotels aktuell 45 Hotels, weitere 24 sind in Planung; in der gesamten Nahostregion sind es über 100 Hotels mit mehr als 32.000 Zimmern in allen Segmenten. In den kommenden Jahren soll sich das Portfolio dort verdoppeln und damit weitere 25.000 Zimmer entstehen.



 **FRANKFURT**  
15.-17. MAI 2018

## IN 2018 ZEICHEN SETZEN UND VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN!

**Legacy** steht für Vermächtnisse und dafür, bleibende Zeichen zu setzen, aber auch für Verantwortung - auf persönlicher, geschäftlicher und politischer Ebene.

Für die IMEX 2018 ist diese Verantwortung wichtiger denn je, sich neu zu erfinden und sich noch intensiver mit den Themen auseinander zu setzen, die die Zukunft der Branche bestimmen werden.

Wir glauben daran, dass Events die Welt näher zusammenbringen können. Wir wollen unserer Verantwortung gerecht werden. Wir wollen den Wandel in unserer Branche aktiv gestalten, fördern und inspirieren.

2018  
FOKUS-  
THEMA

### LEGACY

Registrieren Sie sich unter  
[de.imex-frankfurt.com/register](https://de.imex-frankfurt.com/register)  
und werden Sie Teil unserer  
Legacy Bewegung.

### #IMEX18

## Neues Sicherheitskonzept für die Messe Wien

Ab sofort verfügt die Messe Wien über ein neues Sicherheitskonzept. Dieses übergab der Landespolizeivizepräsident Franz Eigner (LPD Wien) an Benedikt Binder-Kriegelstein, CEO von Reed Exhibitions, und Katharina Weishaupt, Geschäftsführerin der Wiener Messe Besitz GmbH (MBG) am 19. Februar.

Die Messe Wien gilt europaweit als eines der modernsten Messe- und Kongresszentren. Rund 100 Veranstaltungen mit bis zu 25.000 Teilnehmern und Messen mit mehr als 158.000 Besuchern finden dort pro Jahr statt. Alljährlich kommen mehr als 742.000 Gäste aus dem In- und Ausland in die Messe Wien. „Bei der großen Anzahl an Veranstaltungen liegt uns die Sicherheit unserer Gäste besonders am Herzen. Daher war es für uns ein logischer Schritt, gemeinsam mit den Experten der LPD Wien und unseren Kollegen der MBG ein Sicherheitskonzept zu entwickeln, das für ein Veranstaltungshaus internationalen Formats heute unumgängliche Pflicht ist. Sicherheit ist einer der Vorteile von Wien. Vor allem bei der Bewerbung für internationale Großkongresse sind ausgefeilte Sicherheitsmaßnahmen ausschlaggebend für den Zuschlag“, sagt Reed-CEO Benedikt Binder-Kriegelstein.

„Die Aufgabe der Wiener Messe Besitz GmbH ist, das Messe- und Kongresszentrum immer am neuesten Stand zu halten. Dazu gehört auch das Thema Sicherheit. Wir nehmen die Empfehlungen im neuen Sicherheitskonzept ernst. Wir werden noch in diesem Jahr die Vorplätze neugestalten und dabei vorgeschlagene Maßnahmen aus dem Konzept berücksichtigen. Mit der Umgestaltung verbessern wir nicht nur die Aufenthaltsqualität für die Besucherinnen und Besucher, sondern auch deren Sicherheit“, sagt MBG-Geschäftsführerin Katharina Weishaupt.

„Die Wiener Polizei hat große Erfahrung beim Erstellen von Sicherheitskonzepten, sei es für Botschaften, Einkaufszentren oder Bahnhöfe. Die gute Zusammenarbeit mit der Messe Wien liegt uns sehr am Herzen, weshalb wir mit den Verantwortlichen in ständigem Kontakt stehen und gerne als Berater in Sicherheitsfragen fungieren. Denn Sicherheit geht uns alle an!“, erklärt Polizeivizepräsident Mag. Franz Eigner von der LPD Wien.

Das Sicherheitskonzept selbst entstand in Zusammenarbeit zwischen Sicherheitsexperten der LPD Wien, Reed Exhibitions und einem Team der zur Wien Holding-Gruppe gehörenden MBG. Inhaltlich geht es bei dem Sicherheitskonzept um Leistungen und Maßnahmen, die präventiv verschiedenste Szenarien berücksichtigen. Das können kleinere Unfälle bis hin zu terroristischen Bedrohungen sein.

## Hard Rock Cafe Köln spendet an „Musik bewegt Stiftung“

2018 startet für Hard Rock International ganz im Zeichen der Musik: Das Hard Rock Cafe Köln überreicht der Musik bewegt Stiftung eine Spende in Höhe von 5.000 US-Dollar. Die in Berlin ansässige Stiftung engagiert sich seit der Gründung im Jahr 2015 in verschiedenen nationalen und internationalen Wohltätigkeitsorganisationen, die u.a. mit Hilfe von Musik und Kunst etwas bewegen möchten. Gleichzeitig betreibt die Musik bewegt Stiftung eine Online-Plattform, die Künstler, Musiker und Fans zusammenbringt und mobilisiert, um auf Missstände aufmerksam zu machen und zu helfen diese möglichst zu beseitigen. Ganz nach dem Motto: Gemeinsam sind wir lauter. Prominente Unterstützer wie Die Ärzte, Andreas Bourani, Silbermond, Wolfgang Niedecker oder The BossHoss sind bereits Teil der Musik bewegt Plattform und stehen hier als Botschafter für unterschiedliche Hilfsprojekte ein.

Hard Rock International und die eigene Wohltätigkeitsorganisation, die Hard Rock Heals Foundation, haben das Hard Rock Cafe Köln aus über 200 Hard-Rock-Häusern auf der ganzen Welt ausgewählt, um eben diese Spende zur Unterstützung einer ausgesuchten Stiftung zu überreichen.

Neben dem Hard Rock Cafe Köln haben weitere 44 internationale Hard Rock Hotels, Casinos und Cafes dieses Jahr die Möglichkeit, ihr Herzensprojekt zu unterstützen.

Die Hard Rock Heals Foundation ist eine globale Wohltätigkeitsorganisation, deren Leitgedanke es ist, dass Musik die Welt verändern kann. Das Motto der Stiftung, Love. Amplified. (Liebe.Verstärkt.), soll jeden dazu inspirieren, die eigene Lautstärke aufzudrehen und die Botschaft lautstark zu vermitteln, dass jedes Leben durch die Kraft der Musik verbessert werden kann. „Die von der Stiftung gewährten Zuschüsse werden für lokale Musikprogramme oder -organisationen verwendet. Bislang konnten Hard Rock International und die Hard Rock Heals Foundation fast 100 Musik-Organisationen in mehr als 40 Ländern auf der ganzen Welt unterstützen“, so Kellie Brown, Manager of Global Philanthropy für Hard Rock International.

## IMPRESSUM

Convention International | März 2018

**Verlag:**  
SOFAP S.à.r.l.  
36, Rue de Luxembourg  
L-8077 Bertrange

**Redaktionsbüro Neuwied:**  
Wiedbachstraße 50  
56567 Neuwied  
Tel.: +49 2631 9646-35  
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], Hans Rodewald [hr],  
Katharina Gras [kg]

**Gastautoren:**  
Tanja Knecht [tk], Sandra Cordes [sc]

**Anzeigen:**  
Knut Mans, Stephanie Müller

**Korrektorat:**  
Kirsten Skacel, Lektorat Rotstift

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

**Titelfoto:**  
Regina Lohr

**Druck:**  
Cörres Druckerei und Verlag GmbH  
Niederbieberer Straße 124  
56567 Neuwied

**Versand:**  
FORMA Lettershop GmbH,  
Beim Weißen Stein 4, 56579 Bonfeld

**Nächste Ausgabe:**  
03. Mai 2018

**Kontrollierte Druckauflage:**  
04. Quartal 2017: 12.500



Es gelten die Anzeigenpreise in den Mediadaten vom 01.01.2018. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos wird keine Gewähr übernommen. Für namentlich gekennzeichnete Fremdbeiträge übernimmt der Verlag keine Haftung.



# DORMERO

**INNOVATION IST UNSERE LEIDENSCHAFT.**

„BE DIFFERENT“ – das zeichnet unter anderem Dormero aus.



## **EXKLUSIV UND INSPIRIEREND.**

Wir glauben, ein ausgefallenes Hotel muss das Wesentliche perfektionieren, um persönliche Freiräume der Fantasie zu schaffen. Daher definieren wir uns nicht in erster Linie über Sterne, sondern über raffinierte Details. Stay fancy. Das Design von DORMERO folgt einem neuen Weg: Einfach, intelligent und sinnlich.

## **PERFEKTE KULISSE MIT WOW-FAKTOR.**

Ob kreativer Workshop, inspirierendes Seminar, konventionelle Tagung oder abgedrehte Party, alle Veranstaltungsräume bieten die perfekte Kulisse mit Wow-Faktor. Oder einfach: Stay fancy. Für ausschweifendere Anlässe bieten unsere Restaurants und Bars in Kombination mit den Tagungsräumen vielfältige Möglichkeiten.

## **BE DIFFERENT – TAGEN SIE DOCH MAL ANDERS:**

Königlich in einem Schloss in Reichenschwand, fürstlich in einem historischen Ballsaal in Dresden, direkt am Strand auf Rügen, in einer TV-Kulisse in Lüneburg, im Schwarzwald in Freudenstadt, in einem Musical Theater in Stuttgart oder in einem anderen unserer Hotels deutschlandweit. Meet Fancy mit DORMERO.





Prof. Stefan Luppold. Foto: Sascha Reichert

## Wiederholung ist die Mutter der Didaktik ...

ist. Sie erläutert darin fünf ausgewählte Formate, zeigt die Rahmenbedingungen auf und verweist auf Vorteile wie auch auf Nachteile. Doch hatten wir das nicht schon in vielen anderen Studien, Whitepapers und Fachbüchern? Ist das nicht das Aufwärmen von längst Bekanntem, das Recycling von Archivmaterial?

Fraglos gibt es Input, der nur durch klassische Vorträge vermittelbar ist, durch „Vorlesungen“, wie wir das früher an den Hochschulen hatten. Dort war das aus der Not geboren: Nur der Professor besaß das jeweilige Fachbuch, aus dem er dann vorlas; die Studenten erwarben Wissen durch aufmerksames Zuhören und Mitschreiben, vertieften es später in Seminaren (dann schon wieder: interaktiv!).



**Auf der** „Best of Events“ in Dortmund stellt der „degefest“ (Verband der Kongress- und Seminarwirtschaft e.V.)

seine aktuelle Schriftenreihe vor.

Professoren des Wissenschaftlichen Beirats – ich habe dieses Gremium vor einigen Jahren gemeinsam mit dem Vorsitzenden Jörn Raith aufgebaut – widmen sich hier dem Thema neuer Veranstaltungsformate.

Kim Werner, Professorin an der Hochschule Osnabrück, hat einen sehr wertigen Beitrag zum Thema „Partizipative Veranstaltungsformate – Welchen Nutzen und welche Vorteile bringen sie?“ geschrieben, der dort nachzulesen

### Auf keinen Fall!

Was Professor Werner hier zeigt, ist die dringend notwendige Wiederholung von Input zur Veränderung einer tradierten Herangehensweise an Veranstaltungen. Gebetsmühlenartig: Immer wieder muss darauf aufmerksam gemacht werden, dass – wie sie gleich zu Beginn ihres Beitrags konstatiert – die Aufmerksamkeitspanne ohne eigene Interaktion rasch sinkt. Dann sind da noch Effekte wie die der „Weisheit der Vielen“ oder die Entfaltung von Kreativität, die Nachhaltigkeit und das Teilen von Wissen.

Heute ist – sinkende Aufmerksamkeitspanne hin oder her – einfach auch die Zeit zu schade für Zusammenkünfte, die nicht ein bestmöglich konfiguriertes, sinnstiftendes Konzept aufzeigen. Was immer möglich, kann in die digitale Ebene verfrachtet werden – ob als Film zum Einstimmen auf das Treffen, als Pre-Reading zum Wissenserwerb vorab oder als Orientierungs-Chat mit den Referenten zur qualifizierten Vorauswahl von Sessions. „Leichtes Gepäck“ und möglichst viel an Freiräumen für die Begegnung von Angesicht zu Angesicht, und die dann, inspirierend, als Dialog.

Insofern ist die Wiederholung die „Mutter der Didaktik“: Offensichtlich handelt es sich um Bedeutsames, offensichtlich muss es immer und immer wieder beschrieben, erläutert, bedacht werden. Und leider trifft das zu! Nach wie vor erlebe ich Veranstaltungen, die den Formaten entsprechen, die ich schon vor 40 Jahren kennengelernt habe – Monologe in abgedunkelten Räumen. Lediglich der Karussell-Diaprojektor wurde durch einen Videobeamer ersetzt.

So auch das mice:lab Bodensee, das sich die Erforschung neuer Formate zur Aufgabe macht. Als Beirat darf ich das begleiten und bin bei jedem Treffen überrascht von zwei Elementen, die hier zu finden sind: der Leidenschaft zur Veränderung und der konservativen Zielorientierung. Eben nicht Interaktion, weil modern, Kollaboration, weil man das jetzt so macht, Partizipation, da alle davon sprechen, sondern Kongress-Kultur, die diese Bezeichnung verdient!

Glücklicherweise heute mit Internetzugang – so kann nach den ersten Minuten der Aufmerksamkeit die dann folgende Phase des Rückzugs in sich selbst zur Erledigung von E-Mails genutzt werden. Dito die Workshops – die an sich ja attraktive Elemente des Mittuns sein können. Allerdings sind sie noch viel zu oft einfach nur eine kleinere und kürzere Form des Frontalvortrags. Von wegen „Werkstatt“, was Workshop eigentlich bedeutet.

Wenden wir uns also den Planern von Kongressen, Tagungen und Konferenzen immer wieder zu, mit dem Werkzeugkasten der neuen Veranstaltungsformate. Klären wir deren Auftraggeber und Teilnehmer darüber auf, was erreicht werden kann. Und orientieren wir uns an dem, was als Ergebnis eines Zusammenkommens geplant ist. Wie, darüber haben Sie noch nicht nachgedacht? Höchste Zeit!

---

Unser Kolumnist Prof. Stefan Luppold leitet den Studiengang „Messe-, Kongress- und Eventmanagement“ an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) in Ravensburg. Er ist im Beirat des Mice:lab:bodensee und leitet die Landesfachkommission „Messe-, Event- und Tourismuswirtschaft“ des Wirtschaftsrats Baden-Württemberg. 2009 gründete Luppold das „Institut für Messe-, Kongress- und Eventmanagement“ (IMKEM), das er auch leitet. Neben zahlreichen Buchbeiträgen und Fachartikeln ist er Herausgeber der Buchreihe „Messe-, Kongress- und Eventmanagement“ sowie der „Studienreihe Messe-Management“.

---

# MEETINGS & EVENTS MIT STIL

PERFEKTER SERVICE MITTEN IN DER CITY

# ELLINGTON

ELLINGTON HOTEL BERLIN



## TAGEN UND FEIERN MIT STIL

Wir bieten vielfältige Ideen für individuelle  
Veranstaltungen jeder Art!

[EVENT@ELLINGTON-HOTEL.COM](mailto:EVENT@ELLINGTON-HOTEL.COM)



## NUTZEN SIE EINZIGARTIGE MÖGLICHKEITEN

- 1.490 m<sup>2</sup> Veranstaltungsfläche für bis zu 800 Personen
- 10 Veranstaltungsräume (von 22 bis 634 m<sup>2</sup>) mit Tageslicht und modernster Technik
- Exklusive Räumlichkeiten: 35 m<sup>2</sup> original erhaltener Tresorraum (Weintresor), 400 m<sup>2</sup> Sommergarten und Smokers Lounge
- 285 helle Zimmer und Suiten mit offenem Badkonzept
- DUKE Bar & Lounge
- Restaurant DUKE "Cuisine logique" mit offener Showküche
- Moderner Fitnessraum
- 50 hoteleigene Parkplätze und bis zu 1.000 Parkplätze in den umliegenden Parkhäusern mit direktem Zugang zum Hotel
- Optimale Anbindung zu allen öffentlichen Verkehrsmitteln sowie zum Flughafen Schönefeld und Tegel
- Perfekt zwischen KaDeWe, Kurfürstendamm und Zoo gelegen

# KONGRESS PALAIS KASSEL.

EINZIGARTIG. ZUKUNFTSWEISEND. IN DER MITTE.



„Eine der schönsten Locations in ganz Europa –  
bestens erreichbar und perfekt geeignet  
für Ihre Veranstaltung.“

Mit höchster Flexibilität und individueller Beratung schaffen wir für Sie und Ihre Gäste eine unverwechselbare Atmosphäre – für Ihre erfolgreiche Veranstaltung. [www.kongress-palais.de](http://www.kongress-palais.de)

**KASSEL**MARKETING  
*Kongress Palais*

Kassel documenta Stadt

NEUE PERSPEKTIVEN ENTDECKEN

360°TOUR

[kongress-palais.de/360](http://kongress-palais.de/360)